



Estudios de Mercado
RESUMEN EJECUTIVO

El mercado de artículos de cosmética e higiene personal en Finlandia

Noviembre 2016

Este estudio ha sido realizado por
Marta Ruiz Pagés, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Helsinki.

EL MERCADO DE ARTÍCULOS DE COSMÉTICA E HIGIENE PERSONAL EN FINLANDIA

El sector de cosméticos y productos de higiene personal se ha visto afectado por la recesión económica por la que ha atravesado Finlandia con una caída de las ventas del sector del 0,1% en el 2014 y 2,6% en el 2015. Aunque se prevé que el mercado en 2016 vuelva a crecer moderadamente y a partir del 2017, junto con la recuperación de la economía finlandesa, las ventas aumenten.

El mercado finlandés se caracteriza por ser un mercado concentrado con tendencia a oligopolios, esto también se refleja en el sector de la cosmética, al ser un mercado copado por un número reducido de empresas tanto internacionales como nacionales, donde son líderes de mercado L'Oréal Finland Oy y Lumene Oy.

El tamaño del mercado de cosméticos en Finlandia es aún bastante reducido comparado con los de otros países europeos y con el resto de países nórdicos, debido a la tradicional falta de interés de la población local por su aspecto físico. Sin embargo, se aprecia que la población finlandesa se preocupa cada día más por su aspecto y bienestar, debido a las fuertes campañas de marketing y a la influencia de patrones de conducta extranjeros.

En relación a los hábitos de consumo, los finlandeses suelen preferir consumir productos locales y naturales, razón por la que aunque estén presentes en el mercado grandes empresas multinacionales, compañías nacionales puedan competir con ellos.

En general, en la distribución del comercio mayorista y minorista en Finlandia destaca el alto grado de concentración y la corta longitud del canal de distribución. La distribución de productos cosméticos sigue por tanto la tendencia general del país en estos ámbitos. Hoy en día, la mayor parte de los productos cosméticos y de higiene personal son vendidos en los supermercados e hipermercados, aunque los cosméticos de gama media-alta, son vendidos en los grandes almacenes como Stockman y Sokos. Además, también es importante señalar el creciente auge del comercio electrónico.

Finlandia importa artículos de cosmética principalmente de Francia y Alemania. Cabe señalar que España se encuentra presente, dentro de los diez primeros puestos en todas las categorías de producto analizadas en este estudio, pero gran parte de las exportaciones españolas son de marcas extranjeras, debido a que grandes multinacionales como L'Oréal y Unilever tienen sus centros de producción en España. Las marcas de cosmética e higiene personal puramente españolas no son conocidas en este mercado. Los productos que más se importan de España son cosméticos y perfumes.

Finalmente, en cuanto a la demanda, aunque el mercado de cosméticos no se ha caracterizado por tener una demanda elástica en precio, con la recesión económica por la que ha atravesado Finlandia se ha apreciado un desplazamiento de la demanda de productos de lujo a productos de precio medio, denominados Premium.

La categoría de productos donde más invierten los Finlandeses son los productos capilares, por el contrario el mercado de perfumes, en el que España es el cuarto exportador mundial, es un mercado pequeño debido a que los finlandeses no suelen comprar perfumes.

En cambio, los productos orgánicos son bien recibidos por los consumidores, ya que la cultura finlandesa se encuentra muy vinculada a la naturaleza, por lo que los consumidores aprecian este tipo de productos. Aparte de los productos orgánicos, también son populares los productos multiusos y aquellos productos diseñados para pieles sensibles o hipoalérgicos por el tipo de piel de los finlandeses.