

Productos de higiene personal y cosméticos en Jordania

A. CIFRAS CLAVE

Jordania tiene una población de 10 millones de habitantes, de los cuales un 47% son mujeres, que son quienes más consumen productos de higiene personal y de belleza y cosmética. Actualmente, el país atraviesa una complicada situación económica debido a las crisis políticas en la región, que también han afectado a las ventas de higiene personal y cosmética.

Los datos de las importaciones y exportaciones muestran que Jordania es un país importador de estos productos, siendo sus principales proveedores en 2017 Francia, Emiratos Árabes Unidos, Egipto y Alemania, dependiendo de la subpartida. Sus principales clientes son los países de la región, destacando Arabia Saudí e Iraq. La demanda la satisfacen sobre todo compañías multinacionales, como Unilever, Procter & Gamble o L'Oréal, dependiendo del tipo de producto. La firma local Nuqul Group es líder en productos de higiene personal.

| | 2018 |
|----------------------------|----------------|
| Población | 10,30 millones |
| Población femenina | 47% |
| Población masculina | 53% |
| Edad media | 22,5 años |
| PIB per cápita | 3.236 USD |
| Crecimiento del PIB | 2% |

Fuente: Jordan Statistics <http://dosweb.dos.gov.jo>; Trade Economics e Index Mundi.

| TARIC | Importaciones (2017) | Proveedores (3 primeros) | Exportaciones (2017) | Clientes (3 primeros) |
|--|-----------------------|--|-----------------------|--|
| 3303. Perfumes y aguas de tocador | 10,14 millones de USD | 1. Francia; 2. EAU; 3. España | 4,02 millones de USD | 1. Zonas Francas; 2. Iraq; 3. Palestina |
| 3304. Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel | 42,36 millones de USD | 1. Francia; 2. China; 3. Estados Unidos; 10. España | 17,99 millones de USD | 1. Zonas Francas; 2. Iraq; 3. Arabia Saudí |
| 3305. Preparaciones capilares | 72,25 millones de USD | 1. Arabia Saudí; 2. Egipto; 3. EAU; 7. España | 2,50 millones de USD | 1. Zonas Francas; 2. Siria; 3. Iraq |
| 3306. Preparaciones para higiene bucal o dental, en envases individuales para la venta al por menor | 10,28 millones de USD | 1. Reino Unido; 2. Egipto; 3. Alemania; 10. España | 0,29 millones de USD | 1. Palestina; 2. Mauritania; 3. Arabia Saudí |
| 3307. Preparaciones para afeitado o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño, depilatorios | 27,90 millones de USD | 1. EAU; 2. Alemania; 3. Estados Unidos; 11. España | 7,39 millones de USD | 1. Iraq; 2. Arabia Saudí; 3. Zonas francas |
| 3401. Jabón, productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes, trozos o piezas troqueladas o moldeadas | 15,67 millones de USD | 1. Indonesia; 2. EAU; 3. Egipto; 21. España | 10,68 millones de USD | 1. Arabia Saudí; 2. Iraq; 3. Estados Unidos |
| 4014. Artículos de higiene o de farmacia | 1,27 millones de USD | 1. Tailandia; 2. China; 3. Malasia; 7. España | - | - |
| 9619. Compresas y tampones higiénicos, pañales para bebés y artículos similares, de cualquier materia | 44,79 millones de USD | 1. Egipto; 2. Arabia Saudí; 3. Turquía; 17. España | 18,14 millones de USD | 1. Arabia Saudí; 2. Egipto; 3. Iraq |

Fuente: UN Comtrade.

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa de las actividades / productos que conforman el sector estudiado

El sector de los cosméticos y los productos de higiene personal comprende varias subpartidas del capítulo 33 del Código TARIC, así como una subpartida de cada uno de los capítulos 34, 40 y 96.

En la tabla siguiente se indican las subpartidas analizadas en esta ficha.

| TARIC | Descripción |
|-------|---|
| 3303 | Perfumes y aguas de tocador |
| 3304 | Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel (excepto los medicamentos), incluidas las preparaciones antisolares y las bronceadoras; preparaciones para manicuras o pedicuras |
| 3305 | Preparaciones capilares |
| 3306 | Preparaciones para higiene bucal o dental, incluidos los polvos y cremas para la adherencia de las dentaduras, hilo utilizado para la limpieza de los espacios interdentes (hilo dental), en envases individuales para la venta al por menor |
| 3307 | Preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño, depilatorios y demás preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética, no expresadas ni comprendidas en otra parte, preparaciones desodorantes de locales, incluso sin perfumar, aunque tengan propiedades desinfectantes |
| 3401 | Jabón, productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes, trozos o piezas troqueladas o moldeadas, aunque contengan jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos para el lavado de la piel, líquidos o en crema, acondicionados para la venta al por menor, aunque contengan jabón; papel, guata, fieltro y tela sin tejer, impregnados, recubiertos o revestidos de jabón o de detergentes |
| 4014 | Artículos de higiene o de farmacia, comprendidas las tetinas de caucho vulcanizado sin endurecer, incluso con partes de caucho endurecido |
| 9619 | Compresas y tampones higiénicos, pañales para bebés y artículos similares, de cualquier materia |

Fuente: Market Access Database.

B.2. Tamaño del mercado

B.2.1. Productos de belleza y cosméticos

Los productos de belleza y cosméticos se subdividen en distintas categorías, que se estudian a continuación.

- Productos específicos para bebés y niños.** Los artículos para el **cuidado del cabello y la piel** específicos para niños son las categorías más populares en Jordania. Además, los consumidores son cada vez más conscientes de la importancia de emplear productos que no contengan químicos fuertes. La marca internacional que domina este segmento es Johnson & Johnson GmbH. Según datos de Euromonitor International, se espera un incremento del 0,5% de las ventas de estos artículos entre 2018 y 2023.
- Productos para baño y ducha.** Los artículos de esta categoría son considerados básicos de uso diario en muchos hogares, y los consumidores los adquieren principalmente en supermercados y tiendas de ultramarinos. Las marcas dominantes en este segmento son Lex, Dettol, Johnson & Johnson y Dove.
- Cosméticos de color.** Un gran número de mujeres en Jordania utiliza cosméticos de color diariamente, como maquillaje, labiales, o sombras de ojos. Los productos para la manicura, como las lacas de uñas, también tienen demanda. Las marcas más populares son Bourjois, Rimmel, L'Oréal y Maybelline. Para esta categoría, los

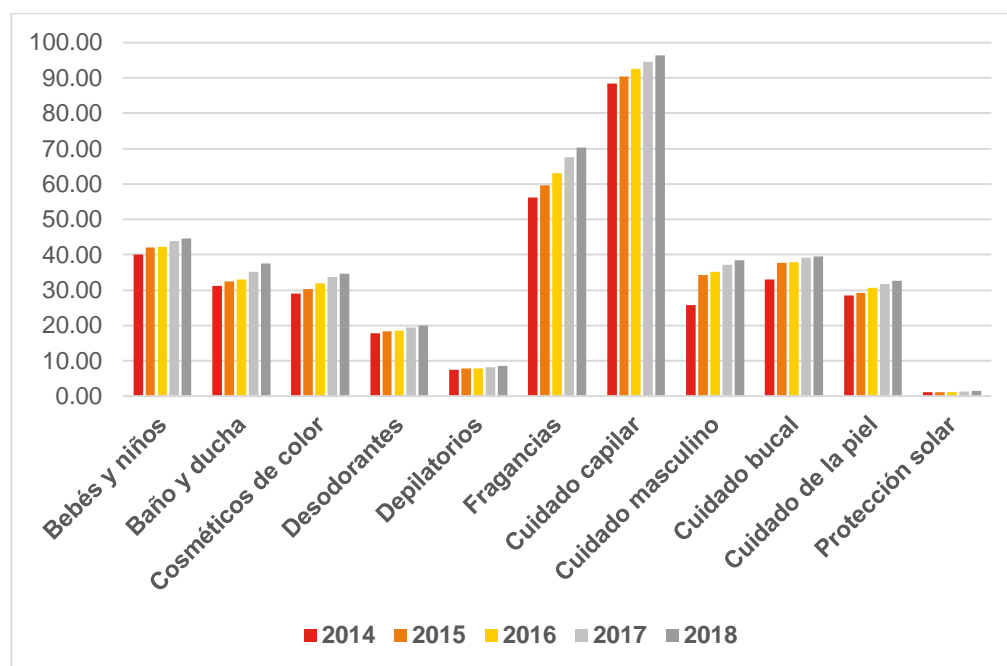
minoristas especialistas en belleza son los líderes de la cadena de distribución. Las previsiones para los cosméticos de color son muy buenas, ya que está aumentando el interés por la apariencia física entre la población femenina joven, que a su vez representa un importante porcentaje de la población total.

- **Desodorantes.** Estos productos son considerados básicos por una gran parte de la población jordana, sobre todo la que habita las zonas urbanas, y el valor de las ventas ha aumentado ligeramente en los últimos cinco años. Las marcas más fuertes en el mercado jordano son Rexona, Nivea y Axe.
- **Depilatorios.** Los artículos de depilación en Jordania encuentran una fuerte competencia en el método tradicional, que emplea azúcar, y que a menudo se prepara en los hogares. No obstante, el valor de las ventas de estos productos ha aumentado ligeramente en los últimos 5 años y existe una previsión de crecimiento del 0,2% entre 2018 y 2023.
- **Fragancias.** El mercado está dominado por marcas internacionales, como por ejemplo Dior, Hugo Boss o Paco Rabanne, aunque las ventas están muy fragmentadas. Debido a la difícil situación económica y al aumento del desempleo, algunos consumidores han pasado de adquirir marcas de lujo a fragancias de precios más asequibles.
- **Cuidado capilar.** Dentro de esta categoría, el **champú** es el producto más popular en el mercado jordano. Los **acondicionadores** y otros tratamientos los emplean principalmente mujeres. La marca más popular en Jordania es Pantene, entre las mujeres, y Head & Shoulders, entre los hombres. El valor de las ventas de estos artículos ha aumentado en los últimos 5 años y se espera un crecimiento del 0,8% entre el 2018 y el 2023.
- **Cuidado masculino.** Los hábitos de cuidado masculino varían dependiendo del nivel de renta, la edad y la población, siendo los jóvenes con nivel adquisitivo medio alto que viven en las grandes ciudades los principales consumidores de este tipo de productos. Los productos más populares son las maquinillas y hojas de afeitar.
- **Cuidado bucal.** Un gran número de la población jordana todavía no presta especial atención al cuidado bucal, pese a que cada vez se llevan a cabo más iniciativas para mejorar la salud bucal. La **pasta de dientes** es el producto más popular, y algunas de las marcas más conocidas son Aquafresh, Sensodyne y Paradontax. No obstante, Colgate es la marca líder en el mercado, gracias a su oferta de productos, la disponibilidad y los precios asequibles.
- **Cuidado de la piel.** Los productos de cuidado de la piel son ampliamente usados de forma regular por un gran número de mujeres, y su popularidad está creciendo. Mujeres de zonas urbanas como Amman, Irbid o Zarqa muestran un interés creciente por productos específicos, como **cremas anti-edad o de blanqueamiento, limpiadores faciales o mascarillas**. Las marcas más populares son Nivea, Johnson & Johnson y L'Oréal.
- **Protección solar.** Los artículos de protección solar no son muy populares en Jordania, siendo los turistas y la comunidad de expatriados los principales consumidores. Nivea es la marca con una mayor cuota de mercado y Banana Boat es su principal competidora.

En el gráfico a continuación se puede ver el valor de las ventas de cada categoría de producto de belleza y cosméticos en el periodo 2014-2018.

VENTAS DE PRODUCTOS COSMÉTICOS EN JORDANIA POR CATEGORÍAS

Millones de euros



Fuente: Euromonitor International, junio de 2019.

B.2.2. Productos de higiene personal

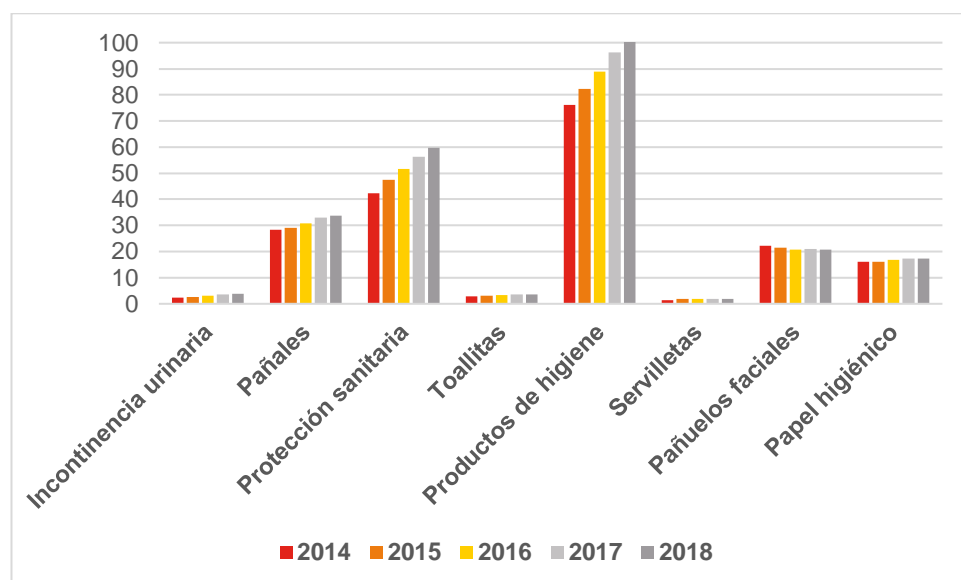
Entre los diferentes productos de higiene personal, se han estudiado en mayor detalle las siguientes categorías:

- **Productos para la incontinencia urinaria de adultos.** Se trata de un mercado muy pequeño en Jordania, debido a la falta de conocimiento de los consumidores. Tena fue la marca líder en el 2018, seguida por la local Fine.
- **Pañales.** El volumen de ventas de pañales se ha estancado en 2018, debido a la precaria situación económica y a la caída en la tasa de natalidad. Las ventas de pañales desechables son más fuertes en las áreas urbanas, en las que reside la población con una mayor renta. La marca local Fine es la líder del mercado en volumen de ventas, y la internacional Pampers ocupa el segundo lugar.
- **Protección sanitaria.** La gran mayoría de la población femenina jordana usa compresas durante su menstruación, mientras que los tampones apenas se consumen debido a los tabúes culturales. Las marcas Always, Nana y Kotex ocupan los tres primeros puestos del *ranking* por valor y volumen de ventas en 2018. El valor de las ventas de estos productos ha crecido en los últimos 5 años.
- **Toallitas.** Las toallitas húmedas para niños son usadas por la mayoría de los consumidores de clase media y alta. La marca líder es Johnson & Johnson gracias a sus productos para bebés. La marca local HiGeen, mucho más barata que Johnson, también tiene una gran presencia en el mercado. Se espera que el valor de las ventas aumente en los próximos años, pero muy ligeramente.
- **Pañuelos de papel.** El volumen de venta de distintos tipos de pañuelos de papel ha sufrido una ligera caída en el año 2018. Los pañuelos de papel en cajas son el producto más popular en Jordania, ya que son ampliamente utilizados para limpiar la cara y las manos como sustituto de las servilletas. La marca líder en el mercado es la local Fine.

En el gráfico a continuación se puede ver el valor de las ventas de cada categoría de producto de higiene personal en el periodo 2014-2018.

VENTAS DE PRODUCTOS DE HIGIENE PERSONAL EN JORDANIA POR CATEGORÍAS

Millones de euros



Fuente: Euromonitor International, junio de 2019.

B.3. Principales actores

• PÚBLICOS

- **Jordan Food and Drug Administration (JFDA).** Tiene como misión realizar los análisis de los productos cosméticos que se desea comercializar en Jordania y, en caso de que el resultado sea positivo, conceder la licencia para su importación al país.
- **Jordan Standards and Metrology Organization (JSMO).** Organismo público que se encarga, entre otras funciones, de asegurar que los productos comercializados en Jordania cumplen con las regulaciones técnicas aplicables.

• PRIVADOS

Para los productos de **belleza y cosméticos**, las empresas internacionales con una mayor cuota de mercado son Unilever Co, con marcas como Lux, Dove, Rexona o Sunsilk; Procter & Gamble, con marcas como Pantene, Head & Shoulders o Gillette; Johnson & Johnson GmbH; Beiersdorf AG, L'Oréal Middle East FZE, Colgate-Palmolive o Puig S.L.

En cuanto a los productos de **higiene personal**, la empresa local Nuqul Group, propietaria de las marcas Fine, Lido y Cendrella, es la líder del mercado. Le siguen Procter & Gamble, con sus marcas Pampers y Always; Kimberly-Clark Corp.; Indevco Group, con Sanita; Essity AB, con Nana; Wadi Al-Rafidain y Johnson & Johnson Inc.



C. LA OFERTA ESPAÑOLA

Existe presencia de marcas españolas en el mercado, principalmente en el sector de los **productos de belleza y cosméticos**. Para la subpartida 3303 “Perfumes y aguas de tocador”, España se situó como el tercer país proveedor de Jordania en el año 2017. La empresa española **Puig S.L.**, propietaria de las marcas de fragancias Paco Rabanne, Carolina Herrera, Nina Ricci o Jean Paul Gaultier, entre otras, se encuentra entre las diez empresas internacionales de belleza y cuidado personal con una mayor cuota de mercado en Jordania.

En la subpartida 3305 “Preparaciones capilares” y en la subpartida 4014 “Artículos de higiene o de farmacia, comprendidas las tetinas, de caucho vulcanizado sin endurecer, incluso con partes de caucho endurecido”, España fue el séptimo país proveedor de Jordania en 2017. Por ejemplo, los productos capilares de la catalana **Lakmé Cosmetics S.L.U.** están presentes en el mercado.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

De los subsectores analizados, el de los **cosméticos de color** es el que presenta mayores oportunidades debido al creciente interés entre la población femenina joven por la apariencia física y el maquillaje. Según un informe de Euromonitor International de junio de 2019, el de la **protección solar**, ligado al potencial aumento del turismo y a la mayor concienciación de la población sobre los riesgos de la exposición solar, prevé un crecimiento del 5% entre 2018 y 2023.

Las marcas españolas gozan de un gran reconocimiento en el mercado y entre los especialistas del sector, principalmente gracias a sus estándares de calidad. Los distribuidores jordanos muestran un gran interés por trabajar con marcas españolas, ya que valoran la calidad del producto y la profesionalidad de los españoles y aprecian la existencia de lazos culturales entre los dos países. Por estos motivos, existen oportunidades para las empresas españolas en este sector.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

El canal de distribución del mercado de los cosméticos y productos de higiene personal en Jordania lo forman los **importadores-distribuidores**, que suministran a grandes superficies, supermercados, pequeños comercios, farmacias y/o salones de belleza, dependiendo del tipo de producto.

E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

E.2.1. Derechos de aduanas o aranceles

La UE y Jordania firmaron en 1997 un acuerdo de asociación que entró en vigor en mayo de 2002 y que establecía progresivamente una zona de libre comercio entre la UE y Jordania. Por lo tanto, en la actualidad no existen aranceles aplicables a los productos de las subpartidas estudiadas en esta ficha, siempre y cuando se presente el certificado EURO-1.

E.2.2. Otras barreras reglamentarias

Existen otras barreras dependiendo del producto a importar. En la tabla siguiente se detallan los requisitos específicos para los productos de cada subpartida.

| TARIC | Requisitos específicos |
|-------|--|
| 3303 | Notificación de productos cosméticos, certificado de análisis, certificado de buenas prácticas de manufactura, certificado de libre comercialización y certificado BSE. |
| 3304 | Notificación de productos cosméticos, certificado de análisis, certificado de buenas prácticas de manufactura, certificado de libre comercialización, certificado BSE y permiso para la importación de especies en peligro de animales o plantas salvajes o productos derivados. |
| 3305 | Notificación de productos cosméticos, certificado de análisis, certificado de buenas prácticas de manufactura, certificado de libre comercialización y certificado BSE. |
| 3306 | Notificación de productos cosméticos, certificado de análisis, certificado de buenas prácticas de manufactura, certificado de libre comercialización y certificado BSE. |
| 3307 | Notificación de productos cosméticos, certificado de análisis, certificado de buenas prácticas de manufactura, certificado de libre comercialización y certificado BSE. |
| 3401 | Notificación de productos cosméticos, certificado de análisis, certificado de buenas prácticas de manufactura, certificado de libre comercialización, certificado BSE, certificado de conformidad, certificado de despacho de aduanas para productos sanitarios. |
| 4014 | Certificado de conformidad, certificado de despacho de aduanas para productos sanitarios y certificado de libre comercialización. |
| 9619 | No existen |

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Market Access Database.

En el caso de los productos cosméticos, hay que registrar cada producto que se quiera comercializar en Jordania ante la Jordan Food and Drug Administration (JFDA). Para el registro es necesario aportar la ficha técnica de cada artículo, así como una muestra de este, para que se realice el análisis correspondiente. Si el resultado es positivo, los importadores obtienen una licencia para poder importar esos productos. El plazo para el registro es de 6 meses, aproximadamente. Además, la JFDA también realiza análisis de los artículos de cada embarque.

E.3. Ferias

En Jordania no existe ninguna feria de relevancia en el sector de los cosméticos y los productos de higiene personal. No obstante, podría ser interesante asistir a la feria internacional Cosmo Beauty, a la que asisten especialistas del sector de diferentes países.

- **COSMO BEAUTY Barcelona.** La última edición tuvo lugar del 6 al 8 de abril de 2019. La edición 2020 tendrá lugar del 28 al 30 de marzo.



F. INFORMACIÓN ADICIONAL

F.1. Direcciones de interés

- Jordan Food and Drug Administration: <http://www.jfda.jo/Default.aspx>
- Jordan Standards and Metrology Organization: <http://www.jsmo.gov.jo/en/Pages/default.aspx>

F.2. Fuentes documentales

- UN Comtrade: **Error! Hyperlink reference not valid.** <https://comtrade.un.org/>
- European Commission. Market Access Database: <https://madb.europa.eu/madb/>
- Euromonitor International: <https://www.euromonitor.com/>
- Real Cosmetics: <https://realcosmetics.jo>

icex

G. CONTACTO

La Oficina Económica y Comercial de España en Amman está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en Jordania.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Jordania, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Oficina Económica y Comercial – Embajada de España en Jordania
Calle Zahran, 28. P.O. Box 927148
Jabal Amman
AMMAN 11110 – Jordania
Teléfono: +962 6 5601281 / 5689205
Email: amman@comercio.mineco.es

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global
900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORA
Adriana Viz Fernández

Oficina Económica y Comercial
de España en Jordania
amman@comercio.mineco.es
Fecha: 12/09/2019

NIPO: 114-19-040-2

www.icex.es

