

**INFORME EJECUTIVO
 FERIA IN COSMETICS 2018
 AMSTERDAM**

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Martha Melissa Vallebuona Peña	29 de Noviembre.2019

Índice	
I.	Resumen Ejecutivo..... 3
II.	Antecedentes y Justificación 3
III.	Ficha Técnica de la Feria 4
IV.	Información Comercial..... 4
4.1	Panorama del Mercado 4
4.2	Crecimiento Económico - Factores Macro
V.	Participación Peruana 5
5.1	Expositores Nacionales 5
5.2	Resultados 5
5.2.1	Cuantitativos 5
5.2.2	Cualitativos 5
VI.	Conclusiones 6
VII.	Recomendaciones 6
VIII.	Anexos..... 7

I. Resumen Ejecutivo

Participaron 4 empresas exportadoras peruanas en el stand de PROMPERU y 3 en el stand de la Cooperación Holandesa CBI, exhibiendo su oferta los 4 días de la feria, donde pudieron tomar contacto con profesionales involucrados de la industria cosmética compradores de insumos, formuladores, encargados de investigación y desarrollo de producto, marketing y compras. De igual manera pudieron recopilar información acerca de las tendencias que existen actualmente en el mercado europeo.

Según las encuestas, los expositores proyectaron US\$ 2 millones en posibles transacciones en el plazo de un año, considerando las citas de negocio que tuvieron durante la feria. Los productos con mayor demanda fueron aceites vegetales.

II. Antecedentes y Justificación

La Industria de ingredientes naturales para el cuidado personal está ganando cada vez más mercado pues estos son insumos funcionales dentro del producto cosmético que actúan de manera inocua al organismo. Ingredientes de propiedades humectantes, emolientes, emulsionantes, antimicrobianas, disolventes, colorantes, exfoliantes, fragancias, etc. Todas estas propiedades pueden ser provenientes de productos de la biodiversidad para utilizarse en diversas concentraciones y en diferentes productos cosméticos.

El fenómeno del ingrediente natural se inició en la industria de alimentos, pero se extendió al mercado de cuidado personal y gran parte de su popularidad se debe a la percepción de los consumidores de que son insumos más seguros. Las principales características de estos productos son que están hechos a base de aceites vegetales, aceites esenciales, extractos vegetales, etc. y que son obtenidos de la agricultura orgánica, libres de conservantes, colorantes y fragancias sintéticas, no han sido probados en animales, poseen embalaje ecológico, etc.

La cosmética a base de productos naturales y orgánicos ha tenido un incremento del 20% del consumo en el último año Cabe señalar que Perú es reconocido como uno de los 10 países con mayor mega diversidad en el mundo por contar con una variedad muy amplia de recursos genéticos.

La tendencia en el consumo de productos naturales va en aumento sostenido especialmente en Europa. Esta región es la principal consumidora de cosmética natural e igualmente la principal importadora de ingredientes naturales especialmente Alemania, reino Unido y Francia.

Adicionalmente, con la popularidad de los **superfoods**, que son la materia prima para la elaboración de ingredientes naturales, la industria cosmética natural a base de estos insumos peruanos puede tener más reconocimiento y demanda internacionalmente.

ACERCA DE LA FERIA IN-COSMETICS

Es la feria líder a nivel mundial de ingredientes para el sector de cosmética y cuidado personal. Este evento se está llevando a cabo desde hace 27 años en diversas ciudades europeas, y siendo la versión actual del 17 al 19 de abril del presente en el Centro de Convenciones RAI Amsterdam que albergó a más de 700 expositores de insumos para la cosmética de todo el mundo, más de 9,000 visitantes y donde se encontrarán las últimas tendencias en tecnología, innovación, nuevas formulaciones y demostraciones en vivo de ingredientes y productos. Adicionalmente esta feria ofrece seminarios y facilidades para gestionar el matchmaking entre empresas

III. Ficha Técnica de la Feria

- | | |
|------|--|
| 3.1 | Nombre Oficial.- IN COSMETICS 2018 |
| 3.2 | Tipo de Feria.- Internacional |
| 3.3 | Sector.- Cosmética - |
| 3.4 | Superficie: 18 m2 |
| 3.5 | Fecha.- 17 al 12 de abril de 2018 |
| 3.6 | Edición.- primera participación del Perú |
| 3.7 | Lugar de Celebración.- Centro de Convenciones RAI Amsterdam. |
| 3.8 | Organizador.- Reed Exhibitionsd. |
| 3.9 | Fecha de Próxima Edición.- Abril 2-4, 2019 |
| 3.10 | Productos Negociados: aceites vegetales, aceites esenciales, colorantes naturales |

IV. Información Comercial

Europa es la región que ocupa el grueso de la facturación del sector de cosmética a escala global, con unas ventas cercanas a los 78 mil millones de euros en 2018, según los datos de la asociación Cosmetics Europe, que engloba a 4.500 empresas y entidades del sector.

El país que lidera las ventas de cosmética en Europa es Alemania con 13.600 millones de euros, seguido de Francia y Reino Unido, con 11.300 millones de euros y 11.100 millones de euros respectivamente. **España ocupa la quinta posición con una cifra de ventas de 6.800 millones de euros, por detrás de Italia con 10.100 millones de euros en ventas.**

Tras Europa, **Estados Unidos fue el segundo mayor mercado para la cosmética en el mundo, con una facturación de 67.200 millones de euros.** China y Japón ocuparon el tercer y cuarto lugar de ranking, con ventas 43.400 millones de euros y 29.900 millones de euros cada uno.

Las exportaciones europeas de productos cosméticos alcanzaron durante el año pasado los 20.200 millones de euros. **El líder en la categoría de productos que mayor cuota de mercado tiene es el cuidado de la piel que produce 20.070 millones de euros en ventas.** Los artículos de tocador ocupan el segundo y tercer puesto de la lista con 19.640 millones de euros y 14.840 millones de euros respectivamente. La venta de perfume alcanza los 11.930 millones de euros.

V. Participación Peruana

- | | |
|----|---|
| 1. | Amazon Health, (Participante de Programa con CBI) |
| 2. | Candela (Participante de Programa con CBI) |
| 3. | Derbiotec (Participante de Programa con CBI) |
| 4. | Agroindustrias Osho |
| 5. | PRONEX |
| 6. | 3QP |

7. Essential Oils Peru

5.1 Resultados

5.1.1 Cuantitativos

- La feria contó con la participación de 7 empresas
- Del total, fueron 3 empresas de aceites vegetales, 1 de aceites esenciales, 2 de extractos y 1 de colorantes
- Por región, los 7 fueron de Lima
- Proyección de negocios a 12 meses cerca de US\$ 2.6 millones.
- Los expositores generaron en total 870 contactos comerciales.

5.1.2 Cualitativos

- La exhibición de la oferta de insumos a través de su aplicación en productos finales como cremas o lociones ha permitido incrementar el interés de los visitantes.
- La tendencia del estilo de vida natural ha llevado a que cada vez más marcas desarrollen líneas de productos naturales, orgánicos, veganos, etc

VI. Conclusiones

- Se logró cumplir los objetivos planteados para la feria. Las 7 empresas participantes lograron establecer gran cantidad de **contactos comerciales**, un total de **870** principalmente de Europa: Reino Unido, Italia, Alemania, Francia, Holanda y de Asia (Corea). Se proyecta un estimado de ventas que asciende a **US\$2.6 millones** en los próximos 12 meses.
- Las empresas peruanas participantes en In Cosmetics 2018 y su oferta de ingredientes naturales de la Biodiversidad de Perú para cosmética fueron: En el stand de Perú exhibieron 4 empresas: Agroindustrias Osho (aceites vegetales: sacha inchi, chia, maracuyá), 3QP (extractos naturales: sangre de grado, yacón, maca, camu camu, etc), Essential Oils Peru (aceites esenciales de palo santa, palo de rosa, etc.) y Pronex (colorantes naturales de carmín de cochinilla). En el stand de CBI exhibieron las 3 empresas del programa: Candela (aceites vegetales y mantecas de: castaña, maracuyá, copoazu, coco, cacao, etc), Amazon Health (aceite de sacha inchi y aceite de chia) y Derbiotec (derivados de tara: propil galato y goma de tara)
- Se identificaron diversos contactos que podrían ser potenciales clientes para las empresas peruanas y a través de ellos se pudo confirmar el potencial del sector de ingredientes naturales e interés por nuevos insumos para formulaciones en el cuidado personal.
- El apoyo de la Oficinas Comerciales fue muy valioso para los expositores, además de la presencia del Director de la Oficina Comercial de Rotterdam, Erick García se contó con la presencia de Mónica Pascual, Joanna Meza de Reino Unido, Sofia Carreras de Paris y Carola Muschke de Hamburgo de uno o dos días contactando compradores de sus mercados para apoyar a las empresas y visitando la feria para conocer la industria así como los contactos identificados por OCEX Bruselas
- In Cosmetics ha logrado una gran especialización y efectividad para sus clientes, además de las diversas herramientas de marketing que ofrece a sus expositores que van más allá de la tradicional publicidad en medios, ofrece la exposición de marcas y productos que se debe evaluar utilizar como el Sensory Bar, Innovation Zone, Formulation Zone, Seminarios, etc. Además de una herramienta de matchmaking a través del portal de la feria muy eficiente que permitió que los expositores y PROMPERU pudieran gestionar citas con los visitantes de la feria previamente al evento.
- Las empresas expositoras que demostraron la aplicación de sus ingredientes en productos finales (cremas, lociones) o el uso de difusores para percibir las fragancias permitió una mejor exposición y percepción de características organolépticas de los ingredientes que en muchos casos son desconocidos por los visitantes.
- La industria de cosmética y de insumos para la cosmética, sobre todo natural tiene gran demanda y está incrementándose aún más principalmente en los mercados de Europa (Alemania, Francia, Italia) y Asia (Corea, China) que son los principales consumidores y fabricantes de producto final.
- Existen nuevos desarrollos de insumos para la industria cosmética que provienen de ingredientes naturales como los péptidos, microesferas, etc que están marcando tendencia por su efectividad en el cuidado de la piel principalmente.
- Las líneas cosméticas con mayor potencial en el mercado internacional son cuidado de la piel, fragancias y cuidado del cabello.

VII. Recomendaciones

- Proponer a las empresas peruanas incrementar su oferta de ingredientes y dar mayor valor agregado a sus productos de manera que tengan más oportunidades de negocios frente a la competencia.
- Considerar la elaboración de un proyecto de investigación para el desarrollo de estudios de eficacia y seguridad de nuevos insumos para identificar nuevas propiedades específicas y dar mayor garantía y credibilidad a los compradores.
- Realizar reuniones de evaluación con las empresas participantes para intercambiar ideas y además establecer un plan de trabajo para los siguientes estadios y sacar el máximo provecho al proyecto de CBI
- Se debe ampliar el banco de imágenes que promueva la oferta de ingredientes y ver la posibilidad de establecer una estrategia de comunicación que permita posicionarlos como provenientes de la Biodiversidad
- Difundir los beneficios del uso de las herramientas de marketing de la feria In Cosmetics a las empresas participantes para que puedan considerarlo dentro de su presupuesto pues no es gran inversión pero los resultados son cuantificables.
- El próximo año Perú debe participar en un pabellón más grande, por lo pronto se ha reservado un espacio de 60m2 y con una expectativa de 10 expositores

VIII. ANEXOS: FOTOS DE LA FERIA

