

**INFORME EJECUTIVO
FERIA IN COSMETICS 2019
PARIS**

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Martha Melissa Vallebuona Peña	22 de Noviembr.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.....
5.2.2	Cualitativos.....
VI.	Conclusiones..... 6
VII.	Recomendaciones..... 6
VIII.	Anexos..... 7

I. Resumen Ejecutivo

Participaron 7 empresas exportadoras peruanas exhibiendo su oferta los 4 días de la feria, pudiendo acceder a parte de los más de 9 mil visitantes profesionales involucrados en la toma de decisiones en la compra de insumos para la industria cosmética, entre ellos formuladores, encargados de investigación y desarrollo de producto, marketing y compras.

Según las encuestas, los expositores proyectaron US\$ 3 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 y aceites esenciales.

Así mismo, se levantó información acerca de las tendencias que existen actualmente en el mercado europeo.

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 28 años en diversas ciudades europeas, y siendo la versión actual del 2 al 4 de abril del presente en el Centro de Exposiciones Porte de Versailles que albergará 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 2019 |
| 3.2 | Tipo de Feria.- Internacional |
| 3.3 | Sector.- Construcción. Subsector de revestimientos cerámicos y travertinos. |
| 3.4 | Superficie: 52 m2 |
| 3.5 | Fecha.- 02 al 04 de abril de 2019 |
| 3.6 | Edición.- segunda participación del Perú |
| 3.7 | Lugar de Celebración.- Porte de Versailles |
| 3.8 | Organizador.- Reed Exhibitions |
| 3.9 | Fecha de Próxima Edición.- 31 de marzo- 02 de abril 2020 |
| 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, (Ex -Participante de Programa con CBI) |
| 2. | Candela (Ex -Participante de Programa con CBI) |
| 3. | Derbiotec (Ex -Participante de Programa con CBI) |
| 4. | Agroindustrias Osho |
| 5. | Colorantes Naturales Trujillo |
| 6. | 3QP |

	INFORME EJECUTIVO DE FERIAS	CÓDIGO FO-INF-005
		VERSIÓN 02
		PÁG. 5 DE 7

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 fueron de aceites vegetales, 1 de aceites esenciales, 2 de extractos y 1 de colorantes
- Por región, cinco (6) empresas fueron de Lima y una (1) de Trujillo.
- Proyección de negocios a 12 meses superior a US\$ 3 millones.
- Los expositores generaron en total 480 contactos comerciales.

5.1.2 Cualitativos

- Las empresas están interesadas en utilizar las herramientas de marketing que ofrece la feria a los expositores 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.

VI. Conclusiones

- Se logró cumplir los objetivos planteados para la feria. Las empresas participantes lograron establecer gran cantidad de contactos comerciales, un total de **480** principalmente de Europa: Francia, España, Alemania, y de Asia (Corea). Se proyecta un estimado de ventas que asciende a **US\$3 millones** en los próximos 12 meses.
- Las empresas peruanas que exhibieron su oferta en In Cosmetics 2019 fueron: Agroindustrias Osho, (aceites vegetales: sachá 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 Colorantes Naturales Trujillo (colorantes naturales de carmín de cochinilla), Candela (aceites vegetales: castaña, maracuyá, manteca de copoazu, etc), Amazon Health (aceite de sachá inchi y aceite de chia), Derbiotec (goma de tara), Nua Perú (aceites vegetales de la Amazonía y aceites esenciales de los Andes), Agropegsol (Extracto de baba de caracol)
- 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, el crecimiento de la demanda por insumos naturales para formulaciones en el cuidado personal todos ellos invitados a la Rueda de Negocios Industria Perú.
- El apoyo de la Oficina Comercial de París fue muy valioso, además del acompañamiento pusieron en contacto a los expositores con empresas francesas y organizaron la producción de un video promocional de la participación de Perú en la feria, igualmente OCEX Hamburgo envió una relación de empresas referidas a los expositores.
- In Cosmetics ha logrado una gran especialización y efectividad para sus clientes, además de las diversas herramientas de marketing que ofrece a sus expositores 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.
- Existen nuevos desarrollos de insumos para la industria cosmética tradicional como los péptidos, microesferas, siliconas etc que están marcando tendencia por su efectividad pero por otro lado crece la tendencia de usar ingredientes naturales con sustento del análisis de laboratorio. De ahí es que cada año surjan nuevos desarrollo como extractos botánicos de nuevas plantas, nuevas fuentes de ingredientes naturales: vegetal, animal, mineral, etc. como el caso de las algas, extracto de perlas, miel tratada con bacterias, o por ejemplo el uso de biotecnología para el cultivo de células de plantas in vitro para desarrollar activos a medida para la industria cosmética. Todo ello principalmente para el cuidado de la piel porque el mayor mercado está en los productos que retrasan el envejecimiento.

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.

	INFORME EJECUTIVO DE FERIAS	CÓDIGO
		FO-INF-005
		VERSIÓN 02
		PÁG. 6 DE 7

- Identificar fondos concursables para poder invertir en investigación para el desarrollo de estudios de eficacia y seguridad de los insumos naturales para identificar nuevas propiedades específicas y dar mayor garantía y credibilidad a los compradores.
- Con respecto a la implementación del Protocolo de Nagoya, que es un tema que surge en las negociaciones con los importadores, se debe continuar la organización de reuniones con los gremios relacionados así como con el MINAM para impulsar el avance de la implementación de la normativa así como la difusión de los nuevos mecanismos para el intercambio comercial.
- Se debe continuar el proyecto del desarrollo del catálogo de ingredientes naturales para cosmética como medio de difusión de las propiedades funcionales y activas. De igual manera ampliar el banco de imágenes de la oferta de ingredientes de la Biodiversidad para que junto con los contenidos del catálogo se utilicen como una herramienta de difusión previa al In Cosmetics 2020.
- Las empresas expositoras deben incluir en su exposición la aplicación de sus ingredientes en productos finales (cremas, perfumes, maquillaje, etc) a través de muestras que permita a los visitantes percibir y validar las características organolépticas de los insumos sobre todo porque en muchos casos son desconocidos por los visitantes.
- Evaluar el uso de las herramientas de marketing de la feria In Cosmetics tanto para PROMPERU como para las empresas participantes para que pueda ser considerado como parte del presupuesto de PROMPERU, OCEX y de las propias empresas.
- 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 12 expositores

VIII. ANEXOS: FOTOS DE LA FERIA

