



OS23060296

**“Estudios de Mercado e Identificación de Compradores para
Ingredientes Naturales para Cosmética en Alemania y Francia”**

Entregable- Informe Alemania

Equipo coordinador:

Enrique Schonberg Schwarz

Karen Silva

Diciembre 2023

Índice

I. Resumen Ejecutivo	3
II. Alcance del Estudio Especializado: Sector y/o Líneas de Productos.....	4
III. Análisis de la Oferta en el País de Destino.....	7
3.2 Exportaciones totales del País de Destino.....	7
3.3 Importaciones Totales del País de Destino.....	8
3.4 Importaciones del País desde Perú	8
3.5 Análisis de países competidores del Perú	9
3.6 Análisis del Market Share de la industria de cosmética e ingredientes	12
3.7 Principales proveedores de ingredientes naturales, cosméticos y cuidado personal en el mercado.	12
IV. Análisis del Sector /Línea en el Mercado	14
4.1 Variedades y Formas de Presentación	14
4.2 Canales de Distribución.....	14
4.3 Rutas de Acceso- puertos y aeropuertos.....	15
4.4 Canales de Comercialización	¡Error! Marcador no definido.
4.5 Precios	17
4.6 Oportunidades del Mercado.....	20
V. Análisis de la Demanda	38
5.1 Perfil del Consumidor	38
5.2 Análisis de Tendencias actuales y futuras	39
5.3 Percepción del Producto Peruano	42
VI. Requisitos de Acceso al Mercado.....	43
6.1 Medidas Arancelarias	43
6.2 Leyes y Regulaciones de cosmética natural	44
6.3 Certificaciones.....	45
VII. Actividades de Promoción	46
7.1 Ferias	46
VIII. Contactos de Interés.....	48
IX. Recomendaciones.....	50
X. Perfil de 10 Compradores.....	51
XI. Anexos	51

I. Resumen Ejecutivo

Europa ha surgido como uno de los mercados más atractivos para la exportación de ingredientes naturales peruanos destinados a la fabricación de productos cosméticos. En los últimos años, la creciente demanda en la región se ha visto impulsada por el aumento de la preocupación de los consumidores por su salud y bienestar. Este cambio de preferencia ha llevado a una transición de productos cosméticos basados en ingredientes sintéticos y en ingredientes de origen animal hacia alternativas más ecológicas y sostenibles, abriendo así oportunidades significativas para los productores de ingredientes naturales en Perú.

Este fenómeno ha llevado a las empresas fabricantes de productos cosméticos a concentrarse en la innovación y desarrollo de productos más naturales y beneficiosos. En este contexto, uno de los desafíos fundamentales y puntos clave en el mercado es la obtención de ingredientes naturales, que cumplan con los requisitos técnicos y posean las certificaciones adecuadas para generar confianza de sus clientes en los diversos mercados que atienden.

El presente documento ha sido elaborado en el marco del "Estudio de Mercado de Ingredientes para cosmética en Alemania y Francia". El estudio se basa en la información recopilada en entrevistas a empresas y análisis de fuentes secundarias oficiales y privadas. Su objetivo principal es proporcionar orientación, información y consejos a las empresas peruanas que tengan interés en iniciar exportaciones hacia Alemania y Francia, o tengan interés expandir o consolidar sus ventas a dichos mercados.

El Estudio del mercado alemán ofrece información detallada sobre el mercado de destino, tamaño, jugadores, necesidades, tendencias y los requisitos obligatorios y voluntarios, así como la documentación técnica necesaria, entre otros aspectos esenciales para acceder al mercado europeo. Se debe tener en cuenta que las regulaciones pueden cambiar con el tiempo, por lo que se recomienda confirmar la información con las instituciones y organismos oficiales.

La guía presenta información actualizada sobre requisitos y aspectos regulatorios hasta la fecha de su publicación.

II. Alcance del Estudio Especializado: Sector y/o Líneas de Productos

Si bien el presente estudio ha sido contratado para ingredientes naturales para cosmética en Perú y Alemania, se ha investigado y desarrollado todos los ingredientes que Perú oferta, destinado a atender las industrias de productos de belleza, productos de cuidado personal y perfumería a los mercados de Francia y Alemania.

En lo que respecta a Ingredientes, se ha priorizado el estudio para aquellos ingredientes listados en los términos de referencia, sin embargo, también se ha incluido información de otros ingredientes cuyo potencial ha sido identificado en el trabajo de campo realizado para esta investigación.

Se ha incluido información sobre materias primas: algas, con una transformación básica como son las acciones de secado, molido, clasificación, limpieza, purificación, etc., considerando que múltiples empresas francesas la importan y usan para fabricar ingredientes para cosmética y para productos de cuidado personal y la oferta peruana que principalmente se exporta a China, aunque en los últimos años ha empezado a exportarse en mayor medida a Francia.

Debe notarse que tanto Alemania y Francia usan el mismo sistema arancelario, para sus operaciones de importación como exportación. Asimismo, no todas las aperturas del arancel peruano tienen equivalencia al mismo nivel de dígitos en el arancel europeo. Por ello para efectos estadísticos se usará la máxima apertura que establece el arancel europeo. Por ejemplo, en el caso de la partida arancelaria peruana 1301909090, se usará la subpartida europea 130190 que no tiene una apertura más allá de los 6 dígitos.

Los siguientes son los ingredientes priorizados en los términos de referencia:

PARTIDA ARANCELARIA PERUANA	PARTIDA ARANCELARIA EUROPEA	DESCRIPCION ARANCELARIA EUROPEA	LÍNEA	SUBLÍNEA	COMENTARIOS
1212290000	1212.29.00.90	Las demás algas no aptas para consumo humano	MATERIAS PRIMAS	Materias primas para elaborar ingredientes	LAS DEMAS ALGARROBAS, ALGAS, REMOLACHAS: Algas secas picadas
1301909090	130190	Las demás, gomas, resinas, gomoresinas y oleoresinas naturales. Excepto goma arábica.	INGREDIENTES NATURALES	Aditivos naturales	LOS DEMÁS GOMAS EXCEPTO GOMA ARÁBIGA: Tara
1302391000	130239	Los demás Mucilagos y espesantes derivados de los vegetales, incluso modificados	INGREDIENTES NATURALES	Aditivos naturales	LOS DEMÁS MUCÍLAGOS Y ESPESANTES DERIVA: Tara
1515900090	1515.90.99.00	Los demás aceites y sus fracciones	INGREDIENTES NATURALES	Aceites vegetales	LOS DEMÁS LAS DEMÁS GRASAS Y ACEITES VEG: Sacha Inchi, Chía
1516200000	1516.20.98.80	Las demás grasas y aceites, vegetales, y sus fracciones	INGREDIENTES NATURALES	Aceites vegetales	GRASAS Y ACEITES, VEGETALES, Y SUS FRACC: Sacha Inchi, Chía
3203002100	3203.00.10 3203.00.90	- Materias colorantes de origen vegetal y preparaciones a base de estas Materias - Materias colorantes de origen animal y preparaciones a base de estas Materias	INGREDIENTES NATURALES	Colorantes naturales	BIXINA CARMÍN DE COCHINILLA
3301299000	3301.29	Los demás aceites esenciales, destilados o no, incluidos los concretos y absolutos	INGREDIENTES NATURALES	Aceites Esenciales	LOS DEMÁS ACEITES ESENCIALES: Molle, Palo Santo
3301909000	3301.9	Los demás aceites esenciales	INGREDIENTES NATURALES	Aceites Esenciales	LOS DEMAS ACEITES ESENCIALES: Aceite esencial de Palo Santo y de Arrayán.

Fuente: Sunat / Access to Markets – Comisión Europea

Además, se ha usado como referencia para este trabajo el “Directorio de Ingredientes Funcionales para Cosméticos” publicado por PROMPERU.

Algas secas: Como antes se indicó, estos productos se consideran materias primas, no son ingredientes, sin embargo, para efectos del estudio se ha considerado en vista que de uso para la fabricación de ingredientes en cosmética, y en vista de la existencia de una oferta peruana que viene siendo exportado mayormente a China y que en los últimos años ha tenido un crecimiento continuo a Francia, pasando de exportar USD 385,549.00 a USD 2'206,483.00 en lo que va del 2023.

Aceites Vegetales: Ingredientes naturales compuestos por mezclas de ácidos grasos esenciales y no esenciales saturados o poliinsaturados. En la industria cosmética de los se comercializan como “Fixed Oils” o como “Carrier Oils”. No son volátiles y pueden contener también vitaminas liposolubles como el tocoferol (vitamina E), betacaroteno (vitamina A) y derivados. Normalmente, son líquidos o semisólidos a temperatura ambiente y se obtienen de las semillas, flores y frutos. La oferta exportable peruana lo comprenden los aceites de: Aguaje, Nuez de Brasil, Chia, Coco, Copaiba, Maracuyá, Palta, Sacha Inchi y Ungurahui.

Aceites Esenciales: Ingredientes naturales con compuestos orgánicos aromáticos, aldehídos y otros. Son volátiles e imparten una fragancia característica de la especie vegetal de donde provienen. Normalmente, son líquidos a temperatura ambiente y se

obtienen de las flores, frutos y, algunas veces, de tallos y raíces de las plantas. La oferta exportable peruana de aceites esenciales es amplia, sin embargo, aquellas que se utilizan para cosméticos y productos de cuidado personal son los aceites esenciales de molle, de palo santo, de palo rosa, este último no está incluido en directorio de PROMPERU, sin embargo está siendo exportado por varias empresas peruanas y está destinado casi exclusivamente para la industria de cosméticos.

Extractos: ingredientes de origen vegetal, animal o, incluso, mineral. Son compuestos complejos obtenidos a través de procesos químicos que permiten extraer las sustancias principales de las plantas que proveen propiedades cosméticas específicas. No tienen un olor característico y se pueden obtener de diversas partes de la especie vegetal o animal, normalmente usando agua, alcohol, una mezcla de ellos o glicol como glicerina, propilenglicol o propanediol. Entre los extractos que oferta el Perú encontramos los extractos de Baba de Caracol, de Camu Camu y de Maca.

Mantecas o grasas: Ingredientes de origen vegetal compuestos por sustancias grasas complejas, principalmente grasas saturadas. Pueden contener vitaminas y resinas. Son obtenidas de las especies vegetales a través de procesos de presión, extracción por solventes o extracción mecánica con o sin calor. Su textura oscila entre lo muy sólido y lo semisólido. La oferta peruana considerada para este estudio fueron las mantecas de Cacao, de Copoazu y de Murumuru.

Gomas: Ingredientes de origen vegetal, principalmente. Son agentes de consistencia y se utilizan para dar textura y estabilidad a los preparados cosméticos. Normalmente, son compuestos derivados de azúcares vegetales de diversa complejidad química, obtenidos a través de procesos de molienda y, posterior, purificación. No tienen olor y el color es muy suave. En su mayoría puede diluirse en agua, formando geles de variada viscosidad y textura. El Perú exporta goma de Tara y es muy reconocido como proveedor de este ingrediente.

Colorantes: Ingredientes de origen vegetal, principalmente, de variada composición química que imparten color a los productos cosméticos, alimenticios y preparados farmacéuticos. Pueden ser obtenidos a través de procesos químicos o mecánicos y se adquieren de diversas partes de la especie vegetal, especialmente de las flores, frutos y raíces. Pueden ser solubles en agua como solubles en aceite. El Perú oferta colorantes de Achiote y Carmín.

Un importante ingrediente peruano para cosmética es el Almizcle Vegetal, un producto que es exportado por el Perú en granos como materia prima bajo la partida arancelaria 1211909090, y recientemente aceite esencial bajo la partida arancelaria 3301299000.

Debe notarse que, con excepción de las algas secas, el presente estudio está enfocado a ingredientes que ya han sido procesados, no aquellos que son materia prima per se, que pueden ser usado para fabricar ingredientes intermedios o ingredientes terminados:

Por ejemplo, las semillas de molle son una materia prima, mientras que el aceite esencial de molle es un ingrediente intermedio y la fragancia para colonia la cual es un ingrediente terminado.

En algunos casos, ciertos ingredientes intermedios, podrían ser considerados como un ingrediente terminado, a ser incorporado directamente en la formulación y fabricación de producto final, como por ejemplo un aceite esencial incorporado en la fabricación de un jabón. O incluso un ingrediente intermedio es utilizado como un producto final directamente por el consumidor. Por ejemplo, el mismo aceite esencial usado como ingrediente para elaborar una fragancia es usado como producto final para preparar un baño hidratante o relajante de tina.

III. Análisis de la Oferta en el País de Destino

3.1 Producción del País de Destino

En Alemania la producción de los diferentes ingredientes cosméticos, sujetos al análisis de este informe, se encuentran en las actividades de manufactura que se detallan a continuación en base a la clasificación económica de actividades en la Unión Europea (NACE Rev. 2), en Alemania WZ 2008:

Sector Manufactura	Establecimientos	Empleados	Volumen de ventas 2022 (miles de euros)
WZ08-2053 Manufacture of essential oils	23	6.413	€ 2.865.117
WZ08-2059 Manufacture of other chemical products n.e.c.	210	52.829	€ 27.645.040
WZ08-2012 Manufacture of dyes and pigments	39	8.635	€ 3.831.537
WZ08-2014 Manufacture of other organic basic chemicals	126	97.769	€ 73.511.820
WZ08-2042 Manufacture of perfumes and toilet preparations	102	21.943	€ 5.936.888
TOTAL	500	187.589	€ 113.790.402

Fuente: Oficina Federal de Estadística (Destatis), 2023

Mediante el análisis de la producción y volumen de ventas de las actividades mencionadas podemos destacar que una de las principales y con mayor número de establecimientos registrados es las actividades de manufactura de químicos, y químicos orgánicos con un volumen de venta de 27.645.040 miles de euros y 73.511.820 miles de euros, respectivamente.

De esta manera, podemos identificar una oportunidad para la oferta peruana con respecto a aceites esenciales, y pigmentos ya que no existe una alta producción dentro de Alemania, por lo cual en su mayoría el país realiza importaciones de dichos productos.

3.2 Exportaciones totales del País de Destino

Las exportaciones de Alemania con respecto a las principales subpartidas de ingredientes naturales destinados a la fabricación de productos cosméticos se detallan a continuación. Se destaca un crecimiento promedio durante los tres últimos años de 16%, destacando el año 2021 con un crecimiento del 25% con respecto al 2020 donde se recuperan las exportaciones Post Covid-19.

Exportaciones totales Alemania			
Subpartidas	2020 (Miles USD)	2021 (Miles USD)	2022 (Miles USD)
121229	1.376	1.773	2.490
130190	17.348	24.364	23.333
130239	41.921	48.742	65.446
151590	64.399	84.931	71.567
151620	222.510	283.707	331.178
320300	98.810	135.535	145.668
330129	68.271	67.163	57.398
330190	31.007	36.700	33.149
Totales	\$ 545.642	\$ 682.915	\$ 730.229

Fuente: TradeMap

3.3 Importaciones Totales del País de Destino

Las importaciones de Alemania para las principales subpartidas se detallan a continuación donde es importante destacar un crecimiento de las importaciones en promedio del 8%, siendo el 2022 el año de mayor importación de 814.661 miles de dólares, anclado principalmente por la subpartida 151620.

Importaciones totales Alemania			
Subpartidas	2020 (Miles USD)	2021 (Miles USD)	2022 (Miles USD)
121229	1.923	5.279	6.881
130190	20.369	26.161	27.364
130239	91.013	113.118	148.856
151590	125.690	116.150	106.276
151620	143.567	180.902	203.143
320300	111.217	117.739	133.421
330129	164.681	160.093	145.337
330190	37.572	46.130	43.383
Totales	\$ 696.032	\$ 765.572	\$ 814.661

Fuente: TradeMap

3.4 Importaciones del País desde Perú

Las importaciones de Alemania desde el Perú han ido incrementando durante los últimos tres años, teniendo para el 2022 un total de valor importado de 15.722 miles de dólares, lo que representa un crecimiento del 14% respecto al 2021. Se identifica una tendencia creciente de las importaciones del país desde Perú por lo cual se encuentra posicionando paulatinamente la oferta peruana, principalmente en cuanto a aceites esenciales.

Importaciones de Alemania desde Perú			
Subpartidas	2020 (Miles USD)	2021 (Miles USD)	2022 (Miles USD)
121229	-	-	-
130190	48	55	32
130239	1.870	6.209	6.044
151590	50	308	297
151620	-	-	-
320300	6.805	7.032	9.130
330129	61	118	211
330190	8	18	8
Totales	\$ 8.842	\$ 13.740	\$ 15.722

Fuente: TradeMap

3.5 Análisis de países competidores del Perú

Los principales competidores del Perú de las tres principales subpartidas de ingredientes de cosméticos se detallan a continuación.

- **121229:** dentro de la presente subpartida arancelaria se encuentran algas no aptas para el consumo humano. Alemania no es uno de los principales importadores de este producto, ya que sus importaciones representan el 1,4% de las importaciones mundiales, su posición relativa en las importaciones mundiales es 8. No se registran importaciones desde Perú. Los principales proveedores para Alemania de este producto se detallan a continuación:

Países competidores- Subpartida 121229		
Países	Valor importado en 2022 (miles de USD)	Participación
Reino Unido	\$ 3.227	46,9%
Irlanda	\$ 813	11,8%
Países Bajos	\$ 762	11,1%
Japón	\$ 483	7,0%
Totales	\$ 5.285	76,8%

Fuente: TradeMap

- **130190:** Para este producto las importaciones de Alemania representan 3,9% de las importaciones mundiales y su posición relativa en las importaciones mundiales es 5. Los principales países proveedores de este producto para Alemania son India con una participación del 36.7% y Tailandia con el 16.4%. Perú registra un valor importado en 2022 de 32 mil dólares con una participación mínima del 0.1%.

Países competidores- Subpartida 130190		
Países	Valor importado en 2022 (miles de USD)	Participación
India	\$ 10.055	36,7%
Tailandia	\$ 4.496	16,4%
Irán	\$ 2.509	9,2%
Somalia	\$ 2.230	8,1%
Perú	\$ 32	0,1%
Totales	\$ 19.290	70,5%

Fuente: TradeMap

- **130239:** Las importaciones de Alemania representan 8% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es 2. Los principales países proveedores son China, Francia, Filipinas. Perú es el 8vo proveedor para este producto en Alemania con un valor importado de 6.044 miles de dólares, representando el 4.1%.

Países competidores- Subpartida 130239		
Países	Valor importado en 2022 (miles de USD)	Participación
China	\$ 31.278	21,0%
Francia	\$ 16.950	11,4%
Filipinas	\$ 16.062	10,8%
España	\$ 15.713	10,6%
Perú	\$ 6.044	4,1%
Totales	\$ 80.003	57,8%

Fuente: TradeMap

- **151590:** con respecto a esta subpartida las importaciones de Alemania representan 3,3% de las importaciones mundiales, su posición relativa en las importaciones mundiales es 11. Los principales países competidores son Austria, Países Bajos y China, es importante destacar que el comercio intracomunitario en la Unión Europea permite y facilita el traslado de mercancías, pero a su vez dichos países importan a su vez de otros países. Los productos peruanos tienen una baja representatividad en el mercado, son apenas un valor importado de 297 miles de dólares en 2022.

Países competidores- Subpartida 151590		
Países	Valor importado en 2022 (miles de USD)	Participación
Austria	\$ 17.895	16,7%
Países Bajos	\$ 11.750	11,0%
China	\$ 9.459	8,8%
Francia	\$ 9.187	8,6%
Perú	\$ 297	0,3%
Totales	\$ 48.588	45,4%

Fuente: TradeMap

- **151620:** Alemania se encuentra entre los tres principales importadores mundiales para los productos dentro de esta subpartida arancelaria, sus importaciones representan el 3,8% de las importaciones mundiales. Los principales competidores en esta subpartida son Países Bajos, India e Indonesia. Perú no tiene importaciones en esta subpartida.

Países competidores- Subpartida 151620		
Países	Valor importado en 2022 (miles de USD)	Participación
Países Bajos	\$ 114.968	56,5%
India	\$ 13.343	6,6%
Indonesia	\$ 10.180	5,0%
Polonia	\$ 8.554	4,2%
Perú	\$ -	0,0%
Totales	\$ 147.045	72,3%

Fuente: TradeMap

- **320300:** las importaciones de Alemania con respecto a la subpartida representan un 6,9% de las importaciones mundiales y su posición relativa en las importaciones mundiales es 3. Los principales competidores son China, Países Bajos y España. Dentro de esta subpartida se destaca que Perú se encuentra entre los principales proveedores con un 9.130 mil de dólares, lo cual representa un 6.8% de las participaciones.

Países competidores- Subpartida 320300		
Países	Valor importado en 2022 (miles de USD)	Participación
China	\$ 34.806	26,1%
Países Bajos	\$ 21.376	16,0%
España	\$ 9.352	7,0%
Perú	\$ 9.130	6,8%
Dinamarca	\$ 8.374	6,3%
Totales	\$ 83.038	62,2%

Fuente: TradeMap

- **330129:** las importaciones de Alemania representan 6,1% de las importaciones mundiales para este producto, y es el 3er mayor importador a nivel mundial. Los principales competidores son Francia, China y Estados Unidos. Perú no tiene una representativa participación en dicha subpartida, posicionándose en el puesto 41.

Países competidores- Subpartida 330129		
Países	Valor importado en 2022 (miles de USD)	Participación
Francia	\$ 25.839	17,8%
China	\$ 25.751	17,7%
Estados Unidos de América	\$ 14.043	9,7%
India	\$ 9.294	6,4%
Perú	\$ 211	0,1%
Totales	\$ 75.138	51,7%

Fuente: TradeMap

- **330190:** para esta subpartida las importaciones de Alemania representan 3,8% de las importaciones mundiales, su posición relativa en las importaciones mundiales es 6. Los principales países proveedores son India, Estados Unidos y China. Se evidencia un liderazgo de India con una participación del 34.3%. Entre los países sudamericanos se destaca la presencia de Brasil siendo el cuarto país proveedor para las empresas alemanas con una participación del 5.2%. Perú tiene poca participación en esta subpartida, con apenas 8 miles de dólares en 2022.

Países competidores- Subpartida 330190		
Países	Valor importado en 2022 (miles de USD)	Participación
India	\$ 14.859	34,3%
Estados Unidos de América	\$ 5.698	13,1%
China	\$ 5.091	11,7%
Brasil	\$ 2.258	5,2%
Perú	\$ 8	0,02%
Totales	\$ 27.914	64,3%

Fuente: TradeMap

3.6 Análisis del Market Share de la industria de cosmética e ingredientes

La cuota de mercado de Perú específicamente en Alemania es pequeña, pero con potencial de crecimiento, principalmente en lo que respecta a dos de sus principales subpartidas de ingredientes para la industria cosmética 130239, 151590, 320300 y 330129, las cuales tienen una mayor participación dentro del mercado, algunas de ellas resaltadas en color verde con un crecimiento positivo con respecto al 2022 y otras en color amarillo con un porcentaje de participación alto en 2021.

Market Share de Perú en Alemania				
Subpartidas	2020	2021	2022	Ranking Perú 2022
121229	-	-	-	Sin exportaciones peruanas
130190	0,24%	0,21%	0,12%	Puesto 31
130239	2,05%	5,49%	4,06%	Puesto 8
151590	0,04%	0,27%	0,28%	Puesto 35
151620	-	-	-	Sin exportaciones peruanas
320300	6,12%	5,97%	6,84%	Puesto 4
330129	0,04%	0,07%	0,15%	Puesto 41
330190	0,02%	0,04%	0,02%	Puesto 44

Fuente: TradeMap

3.7 Principales proveedores de ingredientes naturales, cosméticos y cuidado personal en el mercado.

Los proveedores de las principales subpartidas del sector en Alemania se detallan a continuación, encontrando una división y mayor detalle por subpartida en donde se observan los principales proveedores en base al número de embarques:

Subpartida	Importador	Nº Embarques	Top 3 Proveedores		
121229	Gse Vertrieb GmbH	5	Eid Parry India Ltd.	Aryan Food Ingredients Pvt. Ltd.	E I D Parry India Ltd.
	Fit Ingredients E.K	3	Eid Parry India Ltd.	Natural Remedies Pvt. Ltd.	Spisys
	C.E. Roeper GmbH	2	Pontes Industria De Cera Ltda	Pontes Industria De Cera Do Piaui Ltda	Shree Mahalaxmi Traders
	Mabitec GmbH	2	Eid Parry India Ltd.		
	Fluxias GmbH	2	Nam Viet Imp. Exp. Trading Co. Ltd.		
130190	Stroever GmbH & Co. Kg	78	Balram Sri Krishna Overseas	Tajna Shellac Private Ltd.	Tajna Shellac Pvt. Ltd.
	Willy Benecke GmbH	36	Isg International	Hydrocolloid Plantations India	Brasil Ceras Ltda
	Himedia Laboratories GmbH	30	Himedia Laboratories Pvt. Ltd.		
	C E Roeper GmbH	27	Indogala Murni Pratama	Buanatama Fajar Abadi	
	Ernst H Singelmann GmbH Co.	24	Indogala Murni Pratama	Agrocon Projetos E Consultoria Em Negocios Agroambien	Exportadora Agroindustrial Liebes
130239	Miavit GmbH	23	Biota Laut Ganggang	Dong Nai Factory Branch Of Miavit Vietnam	Priya Chemicals
	Neupert Ingredients GmbH	19	Manidhari Gums & Chemicals	Biota Laut Ganggang	Global Gums & Chemicals (Pvt)
	Khboddin GmbH	18	Synchem International Co. Ltd.	Chongqing Minfeng Chemical Co. Ltd.	Galic Artabahari
	Sk Food Additives GmbH Kg	14	Biota Laut Ganggang		
	Nutrapet Systems Deutschland GmbH	11	Biota Laut Ganggang		
151590	Walter Rau Neusser Oel Und Fett AG	33	Manorama Industries Pvt, Ltd.		
	Gustav Heess GmbH	26	Sesajal SA De Cv	Ambuja Solvex Private Ltd.	Castor Products Co.
	Henry Lamotte Oils GmbH	21	Sesajal SA De Cv	Aloe Jaumave S.A. De C.V.	Hero Nature Products (Pvt) Ltd.
	Fenchem Biochemie GmbH	17	Ambe Phytoextracts Pvt. Ltd.	Gmk Labs Private Ltd.	Aloe Jaumave S.A. De C.V.
	Deutsche Messe AG	14	M M Castings Private Ltd.	Industrial Solvents & Chemicals Pvt. Ltd.	Om Textiles
151620	Glomm GmbHinternationale Spedition	115	Musim Mas		
	Berg + Schmidt GmbH & Co. Kg	65	Musim Mas	Vvf (India) Ltd.	Galaxy Surfactants Ltd.
	Basf Personal Care And Nutrition GmbH	61	Jayant Agro Organics Ltd.	Vvf (India) Ltd.	Ihsedu Agrochem Pvt. Ltd.
	Alberdingk Boley GmbH	48	Ihsedu Agrochem Pvt.Ltd.	Ihsedu Agrochem Private Ltd.	Kandla Agro & Chemicals Pvt. Ltd.
	Basf Se	43	Basf Mexicana S.A. De C.V.	Srf Ltd.	Ganesh Polychem Ltd.
320300	Sensient Technologies Eurpoe GmbH	10	Sensient Colors S.A. De C.V.	Hddes Extracts (Pvt) Ltd.	Plant Lipids Private Ltd.
	Artis Tinctoria	8	Ama Herbal Laboratories	Ama Herbal Laboratories Private Ltd.	
	Sensient Colors Europe GmbH	4	Sensient Colors S.A. De C.V.	Kancor Ingredients Ltd.	Dmm Films Mexico S.A. De C.V.
	Carl Roth GmbH+Co.Kg	4	Loba Chemie Private Ltd.	Asha Cellulose (I) Pvt.Ltd.	Ika India Private Ltd.
	Himedia Laboratories GmbH	3	Himedia Laboratories Pvt. Ltd.		
330129	Claus Nitsche & Sohn GmbH	149	Mysore Exim Natural And Floral Products	Vdh Organics Private Ltd.	Tojo Vikas International Private Ltd.
	Plant Lipids Europe GmbH	108	Plant Lipids Private Ltd.	Plant Lipids Lanka (Pvt) Ltd.	Aromatic Ingredients Private Ltd.
	Joh. Vogeleg Kg	71	Universal Oleoresins	Som Extracts Ltd.	Natural Biotech Products
	Deutsche Messe AG	60	M M Castings Private Ltd.	Industrial Solvents & Chemicals Pvt. Ltd.	Om Textiles
	Givaudan Deutschland GmbH	55	Givaudan De Mexico SA De Cv	Plant Lipids Private Ltd.	Synthite Industries Private Ltd.
330190	Plant Lipids Europe GmbH	343	Plant Lipids Private Ltd.	Plant Lipids Lanka (Pvt) Ltd.	Aromatic Ingredients Private Ltd.
	Deutsche Messe AG	160	M M Castings Private Ltd.	Industrial Solvents & Chemicals Pvt. Ltd.	Om Textiles
	Dlas International Germany GmbH	108	Hddes Extracts (Pvt) Ltd.	De Silva Sons	Dlas International Pvt. Ltd.
	Weissmeer Baltische Colonnanden	100	Sucorrico Citrus Industrial E Agricola Ltda	Louis Dreyfus Co. SucoS.A.	Citrosuco SA Agroindustria
	Joh. Vogeleg Kg	57	Universal Oleoresins	Som Extracts Ltd.	Natural Biotech Products

Fuente: Panvija

IV. Análisis del Sector /Línea en el Mercado

4.1 Variedades y Formas de Presentación

Las exportaciones peruanas de las principales subpartidas priorizadas en este estudio se exportan hacia Alemania en las siguientes presentaciones:

Subpartidas	Descripción	Forma de presentación
130239	Mucílagos y espesativos vegetales, incl. modificados	BOLSAS DE PAPEL TRIPLE CON POLIETILENO. BOLSA INTERIOR DE 25 KG POR BOLSA DE GOMA DE TARA
151590	Grasas y aceites vegetales fijos, y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente ...	FRASCOS ACEITE SACHA INCHI 60 CAPS BLANDAS DE 1000MG, BOTELLA, CILINDROS, EN GALONERAS ACEITE DE SACHA INCHI(ORGANICO) (DEPENDIENDO CANTIDAD)
151620	Grasas y aceites de origen vegetal y sus fracciones, parcial o totalmente hidrogenados, interesterificados	CAJA X 20 KG.
320300	Materias colorantes de origen vegetal o animal, incl. los extractos tintóreos (exc. los negros ...	CAJA DE CARTÓN X 25 KG
330129	Aceites esenciales, desterpenados o no, incl. los "concretos" o "absolutos" (exc. de agrios ...	FRASCOS X 10 M
330190	Oleorresinas de extracción; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites	1 GALON DE 5.56L ACEITE ESENCIAL DE ARRAYAN

Fuente: Veritrade

4.2 Canales de Distribución

En el marco de este análisis de mercado, se abordan en detalle los canales de distribución en Alemania, proporcionando a los exportadores una comprensión precisa y esencial para sus operaciones comerciales.

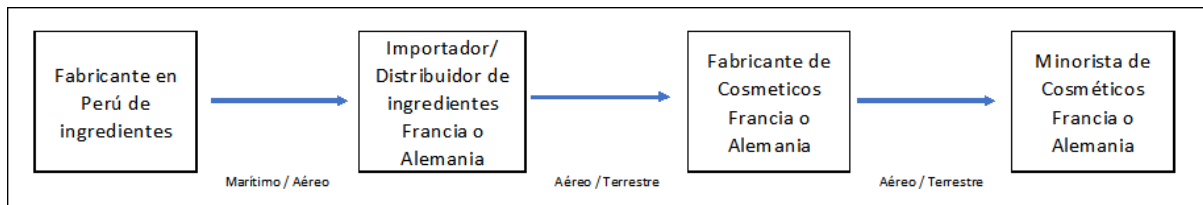
Alemania, estratégicamente ubicada en el corazón de Europa, se destaca por su extensa conectividad con países limítrofes, respaldada por una infraestructura logística avanzada. Esta infraestructura, caracterizada por su eficiencia y flexibilidad, posiciona a Alemania como un nodo central para la gestión ágil de cargas internacionales. Hamburgo, con el puerto y aeropuerto más importantes de Europa, emerge como un epicentro crucial en este entramado logístico.

En el próximo apartado, se detallarán las infraestructuras logísticas germanas, destacando elementos clave que impactan directamente en los canales de distribución analizados.

En el sector específico de cosmética y productos de cuidado personal, se observa que la mayoría de los ingredientes provenientes de Perú son despachados vía aérea. Diversos aeropuertos alemanes, como Neuenburg Am Rhein, Frankfurt, Mittenwald, Liege Dusseldorf y Stuttgart, se establecen como puntos fundamentales de recepción para estos productos.

Un dato relevante que ha surgido durante la investigación es la identificación de las rutas de exportación desde Perú. Se ha constatado que los ingredientes de esta región se canalizan principalmente a través del puerto ecuatoriano Posorja y el aeropuerto de Guayaquil. Este hallazgo proporciona una visión más completa de las dinámicas de exportación y abre oportunidades estratégicas para la optimización de los canales de distribución.

La Ilustración a continuación presenta de manera gráfica el canal de distribución de ingredientes y cosméticos en Alemania, consolidando así la información analizada y brindando una herramienta visual clave para comprender la complejidad y dinamismo de este mercado específico.



Este canal de distribución se caracteriza por su naturaleza indirecta, albergando diversos actores que aportan valor a lo largo de toda la cadena de valor. En el contexto europeo, se vislumbra un mercado uniforme y consolidado, donde grandes y medianos importadores desempeñan un papel crucial al controlar una parte significativa de la importación de ingredientes.

Es relevante destacar que algunos de estos importadores poseen filiales en los países de origen de las materias primas, estableciendo así una conexión estratégica con los proveedores. Además, estos actores destacados en la cadena exhiben una presencia extendida en diversas industrias en Europa, utilizándolos como insumos clave para la fabricación de productos variados. La diversificación de sus operaciones se traduce en una mayor versatilidad y adaptabilidad a las demandas de diferentes sectores.

La posterior comercialización de los productos manufacturados se lleva a cabo a través de una variedad de formatos de retail, abarcando desde grandes superficies hasta establecimientos especializados. Este enfoque omnicanal permite que los productos lleguen a una amplia gama de consumidores finales, consolidando así la presencia y penetración en el mercado europeo.

En resumen, este canal indirecto se configura como un entramado dinámico y multifacético, donde la colaboración entre importadores, filiales, y diversas industrias contribuye a la fluidez y eficiencia de la cadena de suministro, garantizando la disponibilidad de ingredientes y productos finales en los puntos de venta más relevantes de Europa.

4.3 Rutas de Acceso- puertos y aeropuertos

Limitaciones y Posición Geográfica de Alemania

Alemania, estratégicamente ubicada en Europa Central, limita con el Mar Báltico y el Mar del Norte. El país tiene fronteras con Francia, Suiza y Austria por el sur; Bélgica, Holanda y Luxemburgo por el oeste; Dinamarca por el Norte y Polonia y la República Checa por el este. Su extensión total abarca 357.022 km², con 348.672 km² dedicados a tierra firme y 8.350

km² a aguas territoriales. La línea de litoral marítimo se extiende a lo largo de 2.389 kilómetros. Berlín, la capital, es también la ciudad más poblada del país.

Evaluación Logística de Alemania: Un Análisis del Desempeño

Posicionamiento en el [Logistics Performance Index \(LPI\)](#): según el Logistics Performance Index (LPI) publicado por el Banco Mundial en 20123, Alemania se destaca como líder mundial en desempeño logístico, ocupando el cuarto lugar.

Red Marítima: Puertos Estratégicos y Eficiencia en la Distribución

Puertos Emblemáticos y Conexiones: gracias a su ubicación estratégica, Alemania cuenta con una infraestructura portuaria avanzada, con más de 60 puertos y subpuertos dedicados al manejo de carga. Desde Perú, la oferta de servicios de exportación se dirige principalmente a los puertos de [Bremen-Bremerhaven](#) y [Hamburgo](#).

Infraestructura Aérea de Vanguardia

Aeropuertos Clave y Servicios Eficientes: Alemania dispone de 539 pistas aéreas en todo su territorio. Cerca de 18 aeropuertos tienen facilidades aduaneras y están equipados con infraestructura para el manejo y almacenamiento de carga, incluyendo almacenamiento en frío y protección de valores.

Las conexiones aéreas eficientes permiten el traslado rápido y efectivo de diferentes tipos de carga a destinos europeos y asiáticos. La mayoría de la carga aérea ingresa por Frankfurt y luego se transporta por carretera a los centros de distribución regionales. Desde Perú, la oferta de servicios se dirige principalmente a los aeropuertos de [Berlín](#), [Bremen](#), [Colonia-Bonn](#), [Dusseldorf](#), [Frankfurt](#), [Hamburgo](#), [Hannover](#), [Múnich](#), [Núremberg](#) y [Stuttgart](#).

Carreteras: Regulaciones y Normativas de Transporte

Peso Vehicular y Regulaciones de Carreteras: cada país establece regulaciones sobre el Peso Máximo Vehicular para el tránsito de vehículos en carreteras nacionales. Estas normativas son generalmente expedidas por los Ministerios de Transporte y el incumplimiento conlleva sanciones a los propietarios de vehículos. Para conocer la reglamentación vigente en Alemania, consultar el [Ministerio de Transporte de Alemania](#).

Facilitando el Acceso a la Unión Europea: Recursos Útiles

[Aduana Alemania:](#) Información sobre trámites y documentos requeridos para el ingreso de mercancías a Alemania, normatividad y publicaciones, entre otros.

[Cámara de Comercio de Frankfurt:](#) Información sobre cursos, eventos, legislación tributaria y estímulos a la actividad empresarial en Alemania.

Ministerio Federal de Economía y Tecnología de Alemania: Información sobre tipos de negocios, proyectos en avance, publicaciones y Brochure de empresas y relacionamiento con la política económica externa.

Para facilitar el acceso al mercado de la Unión Europea, especialmente para países en desarrollo, el [Trade Helpdesk](#) de la Comisión Europea ofrece servicios gratuitos y de fácil utilización para exportadores interesados en suministrar a la UE

En el ámbito internacional, [UPS](#) proporciona información sobre la normativa del país para exportaciones e importaciones, siendo un recurso invaluable para quienes buscan cumplir con los requisitos regulatorios franceses.

En conclusión, Alemania destaca no solo por su posición geográfica estratégica, sino también por su eficiente infraestructura logística, regulaciones transparentes y servicios especializados, ofreciendo un entorno propicio para el comercio internacional con Perú.

4.4 Canales de Comercialización

En general tenemos dos tipos de canales:

- **Exportador peruano/ Importador distribuidor/ Fabricante de ingredientes terminados/Fabricante de cosméticos o productos de cuidado personal.**



Fuente: Entrevistas con importadores y fabricantes en Francia y Alemania

Elaboración: PROPIA

En el caso de un importador/Distribuidor de ingredientes, estos se encargan de identificar a los proveedores en el extranjero, verifican sus credenciales, verifican la calidad de la mercadería, verifican sus prácticas de manufactura, verifican sus prácticas de sostenibilidad y todas las certificaciones que pueda tener el fabricante. Luego negocian la compra de los ingredientes. Una vez materializada la compra proceden a importar los ingredientes, usualmente con una certificación de calidad que es emitida por un tercero.

Una vez arribado el ingrediente y puesto en su almacén, el importador distribuidor suele hacer una verificación directa de la mercadería recibida y también verifica la inocuidad de la misma. Este es el valor añadido más importante de un importador/distribuidor aporta al ingrediente. Garantiza a sus clientes que el ingrediente que están distribuyendo cumple con los estándares exigidos respecto a su contenido y respecto a la inocuidad del producto. Eventualmente, podría darle un tratamiento adicional para eliminar alguna impureza o corregir alguna contaminación, si es posible.

Muchos fabricantes de ingredientes terminados y fabricantes de cosméticos o productos de cuidado personal podrían comprar directamente un ingrediente intermedio de un fabricante en el extranjero, sin embargo, no lo hacen directamente, porque entienden que la tarea de validar al fabricante, sus prácticas de manufactura, certificaciones y validar la calidad e inocuidad del producto es una tarea ajena, que debe asumirla su importador/distribuidor y están dispuestos a pagar por ese servicio. Allí la importancia de los importadores/distribuidores en esta industria.

Debe notarse que tanto en Alemania y Francia están basadas multinacionales líderes globales en la fabricación y comercialización de ingredientes terminados para cosméticos, como es el caso de Symrise o Naturex (que es parte del grupo Givaudan), las cuales abastecen a fabricantes de cosméticos en Norte América, Asia y Sud América, además de fabricantes de cosméticos ubicados en Francia y Alemania. Por ello el nivel de importaciones de estas empresas es muy alto y por regla general importan directamente.

- **Exportador Peruano/Fabricante de Ingredientes Terminados/Fabricante de cosméticos y productos de cuidado personal.**



*Fuente: Entrevistas con importadores y fabricantes en Alemania y Francia
Elaboración: PROPIA*

Este canal es el más usado por empresas peruanas para los mercados de Francia y Alemania. Los fabricantes de ingredientes terminados de Francia y Alemania atienden sus mercados domésticos y también atienden fabricantes de cosméticos ubicados en países de otros continentes.

Se ha podido determinar que la mayoría de las empresas importadoras de ingredientes tanto de Alemania como de Francia, son empresas fabricantes de ingredientes terminados que

importan directamente y ciertamente en algunos casos, de manera complementaria, se abastecen de importadores distribuidores localizados en Alemania y Francia.

Considerando que la mayoría de los ingrediente peruanos exportados son ingrediente sin terminar, estos son re procesados para convertirlos en ingredientes terminados (listos para incorporarse en la formulación de un cosmético), el cual usualmente es comercializado usando un código propio de la empresa fabricante del ingrediente terminado.

Esto se da por ejemplo con los colorantes, en los cuales el ingrediente peruano es exportado por su nombre genérico Ej: Bixina o Carmín, y luego de su procesamiento por la empresa fabricante de ingredientes, es comercializado usando un código de la empresa Ej: D&C Red No. 28, Ext. D&C Violet, FD&C Yellow No. 5. Y es este ingrediente terminado el que se incorpora como tal en la formulación de un cosmético o un producto de cuidado personal.

En el caso de importaciones realizadas por empresas distribuidoras, usualmente los embarques recibidos son sometidos a análisis para comprobar su calidad, consistencia y su inocuidad. De ser necesario someterán al producto a un proceso de limpieza o purificación para alcanzar los estándares que sus clientes requieren y eventualmente lo re empacaran en envases, usualmente más pequeños, de acuerdo a las necesidades de sus clientes.

4.5 Precios

Los precios de las subpartidas sujetas al análisis de este presente informe se detallan a continuación, donde se ha analizado el Precio FOB de las exportaciones peruanas hacia Alemania en el año 2022:

Subpartidas	Descripción	Precio FOB	Peso Neto KG.	Precio Unit. KG
121229	Algas marinas y otras algas, frescas, refrigeradas, congeladas o secas, con o sin tierra, no ...	-	-	-
130190	Laca, gomas naturales, resinas, gomorresinas, bálsamos y otras oleorresinas naturales	\$ 12.734,00	365	\$ 34,89
130239	Mucílagos y espesativos vegetales, incl. modificados	\$ 6.506.877,00	234.000	\$ 27,81
151590	Grasas y aceites vegetales fijos, y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente ...	\$ 307.582,47	25.684	\$ 11,98
151620	Grasas y aceites de origen vegetal y sus fracciones, parcial o totalmente hidrogenados, interesterificados, ...	-	-	-
320300	Materias colorantes de origen vegetal o animal, incl. los extractos tintóreos (exc. los negros ...	\$1.112.563.543,00	358.529.397	\$ 3,10
330129	Aceites esenciales, desterpenados o no, incl. los "concretos" o "absolutos" (exc. de agrios ...	\$ 495,00	1	\$ 495,00
330190	Oleorresinas de extracción; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites ...	\$ 14.276,00	20	\$ 719,92

Fuente: Veritrade

4.6 Oportunidades del Mercado


Se ha identificado una oportunidad para productos peruanos en uno de los principales marketplaces en Alemania, Zalando, donde se han identificado productos peruanos como aceite de Chía:

Producto:	PERRICONE MD GESICHTSÖL ESSENTIAL FX ACYL-GLUTATHIONE CHIA FACIAL OIL - Face oil
Marca:	Perricone MD
Precio:	97,00 €VAT included
Empresa:	Sold and shipped by Atout Cosmetics Langenkamp 26 E 22880 Wedel Germany
Presentación e ingredientes:	Consistency: Oil Volume: 30.0 ml Ingredients: Coco-Caprylate/Caprata, Olea Europaea (Olive) Fruit Oil, Isododecane, Hexylene Glycol, Salvia Hispanica Seed Oil (Chía) , Isononyl Isononanoate, Linum Usitatissimum (Linseed) Seed Oil, Macadamia Ternifolia Seed Oil, Persea Gratissima (Avocado) Oil, Polysorbate 20, Prunus Amygdalus Dulcis (Sweet Almond) Oil, Argania Spinosa Kernel Oil, Fragrance (Parfum), Cholesterol, Ceramide NP, Linoleic Acid, Palmitic Acid, Linolenic Acid, Tocopherol, Ascorbyl Palmitate, S-Palmitoylglutathione, Stearic Acid, Myristic Acid, Limonene, Linalool, Hydroxycitronellal, Citronellol, Benzyl Alcohol
Fotografía:	

Adicionalmente, mediante la investigación exploratoria en Alemania se establece como objetivo la identificación de los principales ingredientes de la oferta peruana, sin embargo, en las tiendas visitadas no se encontraron dichos ingredientes. Se establece a continuación, otras oportunidades identificadas por nuestros equipos:

Ficha visita de campo Nº1

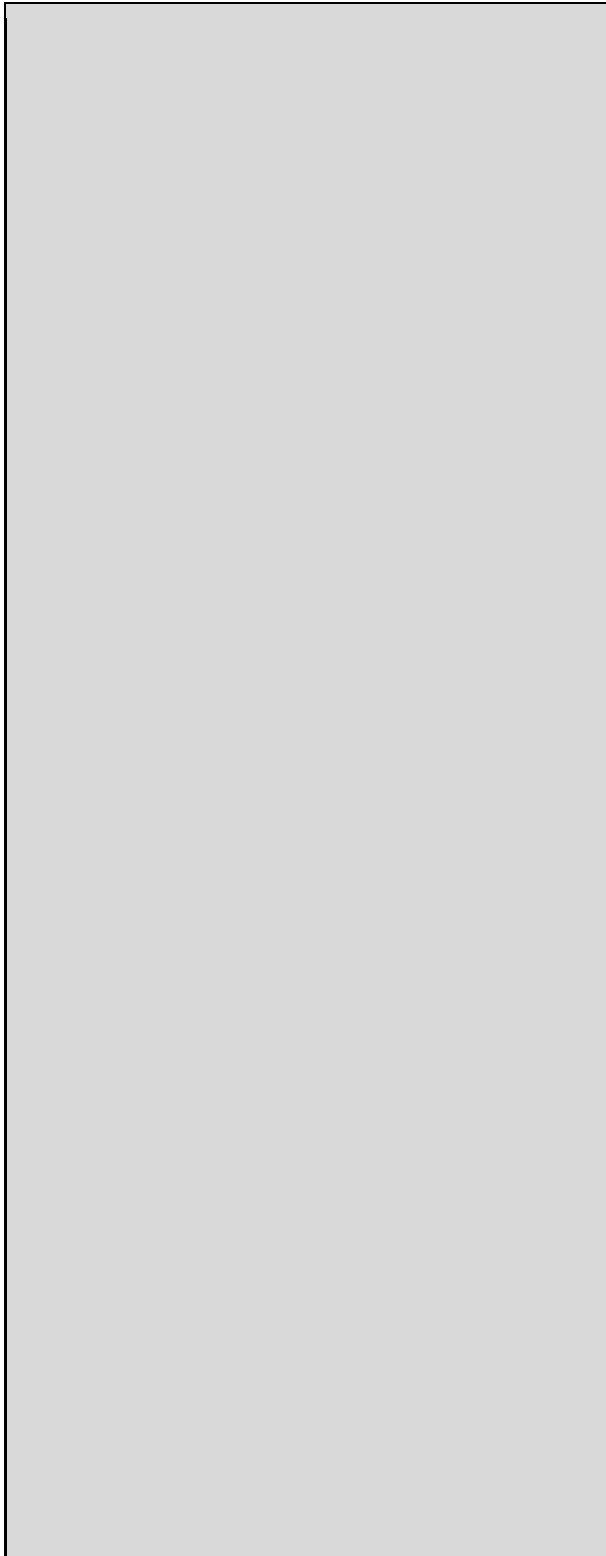
Nombre establecimiento:	DM
Tipo de establecimiento (supermercado, tienda especializada, otro):	Droguería. En el mercado alemán los productos cosméticos, de cuidado personal, productos naturales (Bio) y productos para el cuidado del hogar se comercializan en estos tipos de tiendas, haciendo que la oferta de estos productos en los supermercados sea limitada.
Dirección:	Achternstraße 4-5, 26122 Oldenburg
Ciudad:	Oldenburg
Tipo de producto (skin care, maquillaje, aceite):	Productos recomendados <ol style="list-style-type: none"> 1. Tónico revitalizante para cabello a base de Romero 2. Base de maquillaje mineral 3. Aceite para masaje
Marca:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Weleda 2. Alverde (de DM) 3. Weleda
Presentación (cantidad gramos, litros, etc):	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tónico para cabello Botella de vidrio 100 ml 2. Base de maquillaje mineral Botella de plástico 30 ml 3. Aceite para masaje Botella de vidrio 100 ml
Precio referencia:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tónico para cabello 11,95 EUR 2. Base de maquillaje mineral 3,75 EUR 3. Aceite para masaje 13,95 EUR
Ingredientes:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tónico para cabello Agua, alcohol, extracto de hoja de Cochlearia Armoracia (rábano picante), extracto de Sedum Acre, aceite de hoja de Rosmarinus Officinalis (romero), carbonato potásico, fragancia (Parfum)* Limoneno*, Linalool*, Geraniol*. (*orgánico) 2. Base de maquillaje mineral Ingredientes: Aqua, Olea Europaea Fruit Oil*, Carthamus Tinctorius Seed Oil*, Alcohol* denat Myristyl Myristate, Butyrosprum Parkii Butter*, Simmondsia Chinensis Seed Oil*, Glycine Soja Oil*, Tricaprylin, Cetyl Alcohol, Argania Spinosa Kernel Oil*, Glyceryl Stearate Citrate Silica, Glucose Glutamate, Prunus Armeniaca Fruit Extract*, Prunus Persica Fruit Extract*,

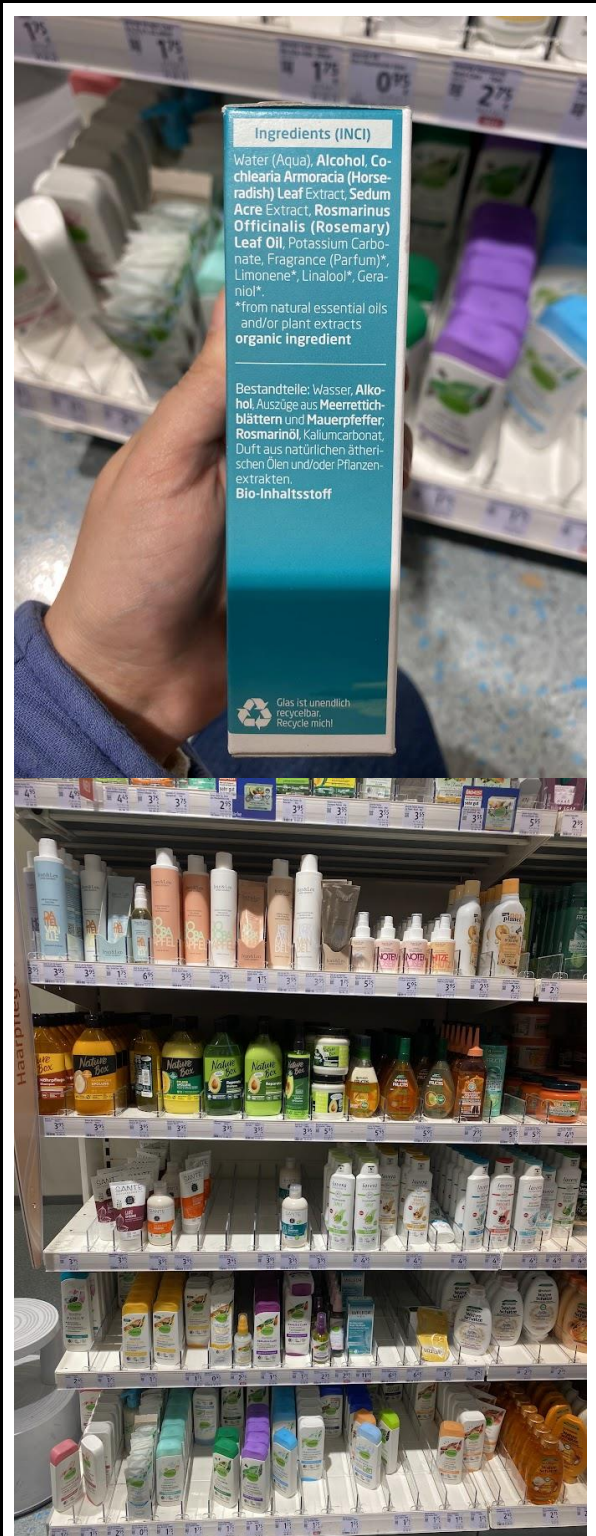
	<p>Algin, Glicéridos de Palma Hidrogenados, Goma Xantana, Celulosa Microcristalina, Lecitina Hidrogenada, Brassica Campestris Sterois, Tocoferol Aceite de Semilla de Helianthus Annuus*, Palmitato de Ascorbilo, Ácido Levulínico, Levulinato de Sodio, Glicerina, Alginato de Calcio, Parfum**, Linalol**, Limoneno**, Citronelol**, Geraniol**, Citral**. Ingredientes procedentes de la agricultura ecológica certificada / **de aceites esenciales naturales</p> <p>3. Aceite para masaje Aceite de Semillas de Helianthus Annuus (Girasol), Aceite de Frutas de Olea Europaea (Oliva), Fragancia (Parfum)* Extracto de Flor de Árnica Montana, Extracto de Hoja de Betula Alba, Limoneno*, Linalool*, Geraniol*, Cumarina*. *de aceites esenciales naturales y/o extractos de plantas ingrediente orgánico</p>
<p>Valoración del potencial en Alemania (escala 1-5):</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tónico para cabello 4.5/5 (Uno de los productos más vendidos) 2. Base de maquillaje mineral 3/5 3. Aceite para masaje 4/5
<p>Fotografías 1: investigador afuera de tienda Fotografía 2: producto (laterales, ingredientes, marca) Fotografía 3: estantería</p>	 <p>The photograph shows the exterior of a dm store. The store has a modern facade with large glass windows and a prominent 'dm' logo above the entrance. A bicycle is parked on the sidewalk in front of the store. Several people are visible near the entrance, and the interior of the store is partially visible through the glass. The sky is overcast.</p>



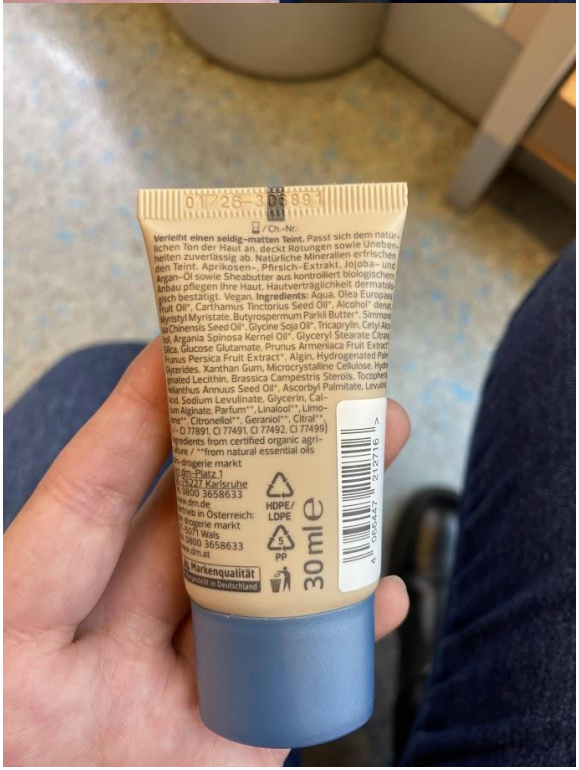
1. Tónico para cabello







2. Base de maquillaje






3. Aceite para masajes

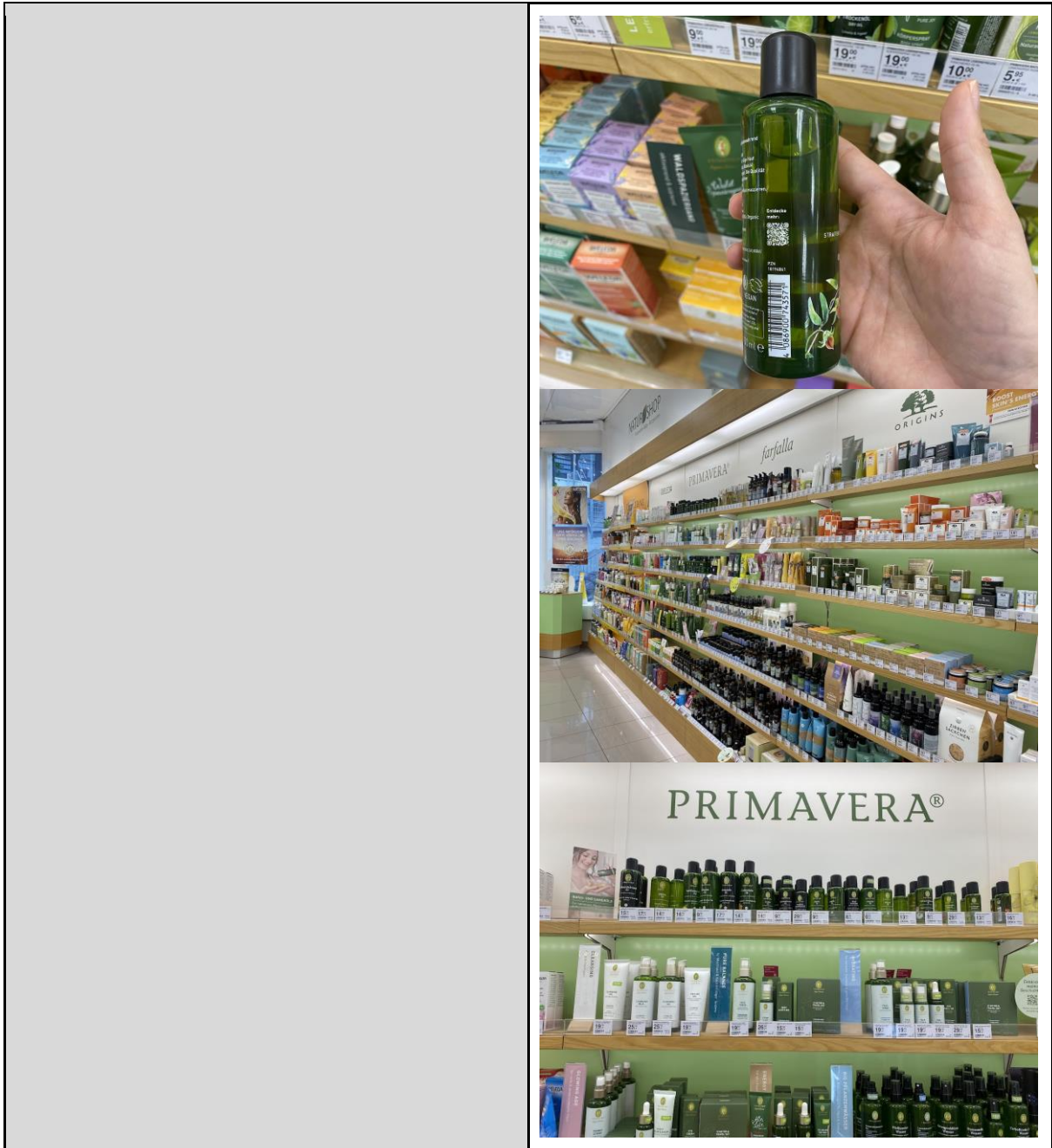




Ficha visita de campo N°2

Nombre establecimiento:	Müller
Tipo de establecimiento (supermercado, tienda especializada, otro):	Droguería
Dirección:	Achternstraße 9-10, 26122 Oldenburg
Ciudad:	Oldenburg
Tipo de producto (skin care, maquillaje, aceite):	Aceite
Marca:	Primavera
Presentación (cantidad gramos, litros, etc):	Botella de plástico 100 ml
Precio referencia:	17,90 EUR
Ingredientes:	Simmondsia Chinensis (Jojoba) aceite de semillas* Org *org=cultivo ecológico controlado/cultivo ecológico certificado
Valoración del potencial en Alemania (escala 1-5):	4,5/5 (Uno de los productos más vendidos en la línea de cosmética natural, el primero Aceite de almendras)
Fotografías 1: investigador afuera de tienda Fotografía 2: producto (laterales, ingredientes, marca) Fotografía 3: estantería	



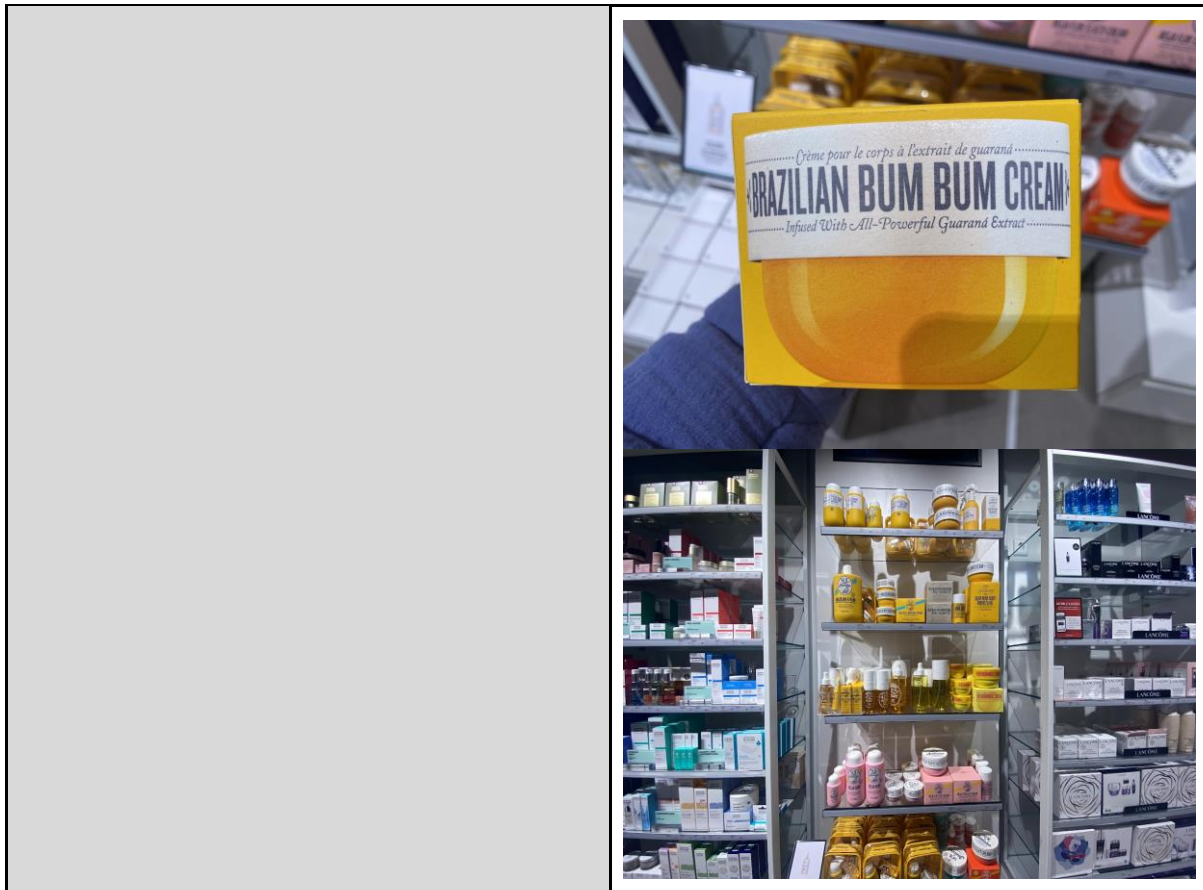


Ficha visita de campo N°3

Nombre establecimiento:	Douglas
Tipo de establecimiento (supermercado, tienda especializada, otro):	Tienda de cosmética y perfumería
Dirección:	Achternstraße 44-45, 26122 Oldenburg
Ciudad:	Oldenburg

Tipo de producto (skin care, maquillaje, aceite):	Crema corporal
Marca:	Brazilian Bum Bum Cream
Presentación (cantidad gramos, litros, etc):	Frasco de plástico 240 ml
Precio referencia:	39,99 EUR
Ingredientes:	Aqua (Agua, Eau), Metil Glucosa Sesquistearate, Fenil Trimeticona, Dodecano, Triglicérido Caprílico/Cáprico, Estearato de Glicerilo Citrato de glicerilo, Parfum (fragancia), Alcohol cetearílico, Hialuronato sódico, Aceite de coco (Cocos nucifera), Aceite de asaí (Euterpe oleracea), Theobroma Grandiflorum (Cupuaçu), Aceite de Semilla de Bertholletia Excelsa (Nuez de Brasil), Aceite de Semilla de Daucus Carota Sativa (Zanahoria), Extracto de Semilla de Paullinia Cupana (Guaraná), Extracto de Semilla de Ilex Guayusa, Extracto de Semilla de Paullinia Cupana (Guaraná), Extracto de Hoja de Ilex Guayusa, Extracto de Hoja de Ilex Paraguariensis, Extracto de Semilla de Bixa Orellana, Tocoferol, Escualano, Isoestearato de Sorbitán, Fitato de Sodio, Estearato de Sodio, Aceite de Semilla de Ilex Paraguariensis. Phytate, Sodium Stearoyl Glutamate, Glyceryl Caprylate, Hydroxyethyl Acrylate/Sodium Acryloyldimethyl Taurate Copolymer, Ethylhexylglycerin, Glicerina, goma xantana, alcohol cetílico, fenoxietanol, mica, alcohol bencílico, salicilato de bencilo, citral, cumarina, hidroxicitronelal, limoneno.
Valoración del potencial en Alemania (escala 1-5):	3/5
Fotografías 1: investigador afuera de tienda Fotografía 2: producto (laterales, ingredientes, marca) Fotografía 3: estantería	





Ficha visita de campo N°4

Nombre establecimiento:	Galeria Kaufhof
Tipo de establecimiento (supermercado, tienda especializada, otro):	Tienda departamental
Dirección:	Ritterstraße 17, 26122 Oldenburg
Ciudad:	Oldenburg
Tipo de producto (skin care, maquillaje, aceite):	Gel de baño
Marca:	Hildegard Braukmann
Presentación (cantidad gramos, litros, etc):	Botella de plástico 200 ml
Precio referencia:	11,49 EUR
Ingredientes:	Aqua (Agua), Lauril Sulfato Sódico, Metilcoil Taurato Sódico, Glicerina, Cocamidopropil Betaína, Laurato De Sacarosa, Cloruro Sódico, Cocoamfoacetato Sódico, Pantenol, Óxido De Cocamidopropilamina, Parfum (Fragancia),

Gluconolactona, Alcohol, Inulina, Poligliceril-2 Caprato, Ácido Cítrico, Benzoato Sódico, Fitato Sódico, Hexil Cinamal, Alfa-Isometil Ionona, Linalol, Gluconato Cálcico, Extracto De Flores De Achillea Millefolium (Milenrama), Extracto De Hojas De Betula Alba (Abedul), Extracto De Equisetum Arvense (Cola De Caballo), Extracto De Hojas De Rosmarinus Officinalis (Romero), Extracto De Hojas De Salvia Officinalis (Salvia), Extracto De Flores De Tilia Platyphyllos (Tilo De Hoja Larga), Extracto De Hojas De Urtica Dioica (Ortiga), Sorbato Potásico.

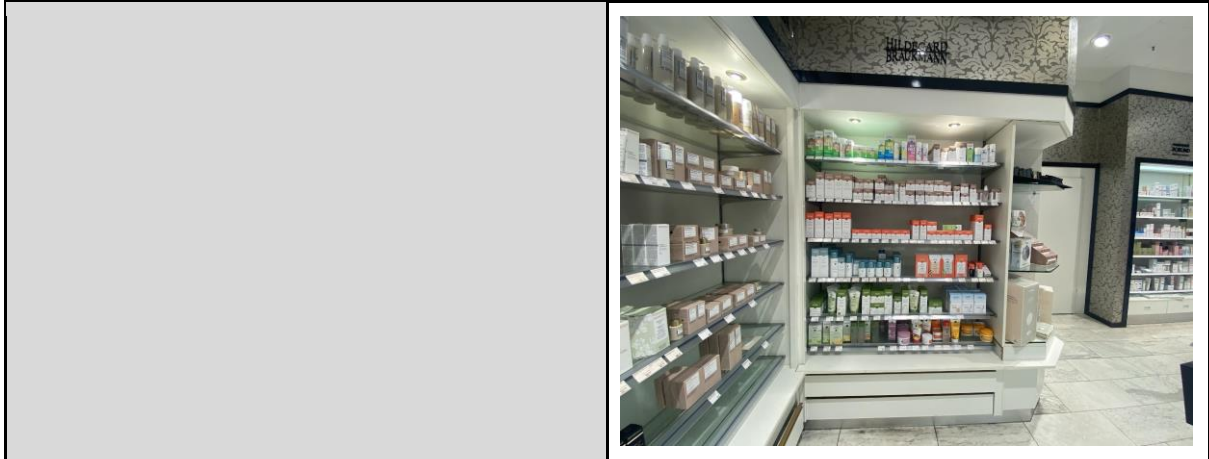
Valoración del potencial en Alemania (escala 1-5):

4/5

Fotografías 1: investigador afuera de tienda
Fotografía 2: producto (laterales, ingredientes, marca)
Fotografía 3: estantería







V. Análisis de la Demanda

5.1 Perfil del Consumidor

A través de la exhaustiva investigación realizada, se ha logrado identificar dos perfiles de consumidores claves en el mercado alemán. El segmento B2B emerge como el más representativo para la oferta peruana, siendo principalmente compuesto por empresas distribuidoras mayoristas de aceites esenciales y químicos aromáticos, así como fabricantes y distribuidoras de colorantes y pigmentos. Estas entidades tienen presencia en diversas ciudades de Alemania, siendo Hamburgo el epicentro predominante de su actividad. Se proporciona un detallado listado de las empresas del sector y su información de contacto en los anexos para facilitar la interacción y colaboración con estos actores clave.

En paralelo, al abordar el segmento B2C en Alemania, se destaca un consumidor con un marcado interés ecológico. Este público muestra una inclinación notable hacia la búsqueda activa de información sobre los ingredientes presentes en los productos cosméticos. Además, otorgan un alto valor a la ética, manifestando una preferencia por productos que no han sido sometidos a pruebas en animales. La apreciación por el origen natural de los ingredientes se convierte en un criterio determinante en sus decisiones de compra.

Es importante resaltar que el grupo demográfico comprendido entre los 36 y 51 años destaca como el segmento con mayor preferencia por productos cosméticos naturales. Esta información estratégica proporciona una base sólida para la adaptación de la oferta peruana a las demandas específicas de este segmento de consumidores, brindando así oportunidades clave para la penetración y consolidación en el mercado alemán.

5.2 Análisis de Tendencias actuales y futuras

Tendencias en el Mercado de Ingredientes Cosméticos

En los últimos años, Europa ha liderado el mercado de ingredientes cosméticos a nivel regional. La presencia de importantes empresas cosméticas, un entorno regulatorio favorable y la creciente demanda de productos innovadores y premium han contribuido a esta dominación. Empresas como L'Oréal, Groupe Rocher y Coty han establecido la región como un epicentro para la innovación en la industria cosmética. La fuerte presencia de estas empresas, con acceso a recursos de investigación y desarrollo, ha permitido la rápida introducción de productos innovadores en el mercado.

Europa se destaca como un líder en la producción y comercialización de ingredientes cosméticos, respaldado por un entorno regulatorio que fomenta la inversión en investigación y desarrollo. Los consumidores europeos muestran una creciente preferencia por productos cosméticos premium e innovadores, lo que ha llevado al éxito de marcas de alta gama en la región.

Perspectivas del Mercado:

Los impulsores clave del mercado incluyen la creciente demanda de cosméticos naturales y orgánicos, el aumento del gasto per cápita en cuidado personal y una mayor conciencia sobre los beneficios de los cosméticos.

Tendencias Destacadas:

1. **Demanda de Cosméticos Naturales y Orgánicos:** La tendencia hacia productos naturales y orgánicos impulsa el mercado de ingredientes cosméticos. Los consumidores, especialmente en países desarrollados como EE. UU., Canadá y Europa, buscan productos con ingredientes naturales, evitando productos químicos sintéticos.
2. **Gasto Per Cápita en Cuidado Personal:** El aumento de la inversión per cápita en productos de cuidado personal es un impulsor clave. A medida que la conciencia sobre la apariencia personal crece, las personas destinan más recursos a productos que mejoran su aspecto.
3. **Clase Media importante:** La clase media más envejecida en economías maduras como la europea impulsan la demanda de cosméticos.
4. **Conciencia sobre Beneficios Cosméticos:** La creciente conciencia sobre los beneficios de los cosméticos, como la protección contra los rayos UV y la hidratación de la piel, impulsa el uso diario de cosméticos.

Innovación y Tendencias del Producto:

En respuesta a la creciente demanda de productos naturales, los fabricantes están desarrollando productos innovadores utilizando extractos botánicos y naturales. Ejemplos incluyen el lanzamiento del producto "Hair Color" de L'Oréal, rico en antioxidantes y con protección contra radiación ultravioleta. Además, el suero multi-beneficio "Perfection Ultime" de BASF SE ofrece ocho beneficios, como suavizar la piel, iluminarla y reafirmarla.

El creciente enfoque de los consumidores en su apariencia personal es otro factor clave que impulsa el mercado de ingredientes cosméticos. Los consumidores están dispuestos a invertir en productos que mejoren su aspecto físico y refuercen su confianza.

La creciente conciencia del consumidor sobre los beneficios de los ingredientes cosméticos ha llevado a un aumento en la cuota de mercado de los Ingredientes Cosméticos. Los consumidores ahora se centran en el contenido de sus cosméticos y su efecto en la piel, lo que ha llevado a la formulación de productos con un mayor enfoque en ingredientes naturales y orgánicos.

Principales Tendencias del Mercado:

1. **Tensioactivos en Cosméticos Naturales:** Los tensioactivos son componentes dinámicos en cosméticos, utilizados en productos para el cuidado de la piel, cuidado del cabello y otros productos de cuidado personal. Con la tendencia hacia cosméticos naturales, los fabricantes emplean tensioactivos verdes o de origen vegetal para cumplir con las expectativas de "etiqueta limpia".
2. **Polímeros Acondicionadores en Auge:** Los polímeros acondicionadores, comúnmente utilizados en champús y productos para el cuidado del cabello, experimentan una demanda significativa en el mercado europeo de ingredientes para cosméticos.
3. **Sostenibilidad y Certificaciones:** La búsqueda de certificaciones sostenibles, como COSMOS o Ecocert, está en aumento en Europa. Los productos peruanos con estas certificaciones pueden destacar en el mercado, subrayando su compromiso con la sostenibilidad.
4. **Cosmética Holística y Bienestar Emocional:** La conexión entre salud mental y belleza impulsa la demanda de ingredientes que ofrecen experiencias sensoriales.
5. **Upcycling y Gestión Sostenible de Residuos:** La preocupación europea por la gestión sostenible de residuos brinda oportunidades para los productores peruanos. El concepto de upcycling, especialmente la obtención de ingredientes a partir de subproductos de la industria alimentaria se alinea con las expectativas europeas de sostenibilidad.
6. **Fabricación sostenible:** La adopción de prácticas de fabricación sostenible puede diferenciar a los productores peruanos de ingredientes. Procesos como la emulsión en frío, que ahorran energía, contribuyen a la atracción de nuevos ingredientes al mercado.

Innovaciones Cosméticas y Oportunidades para Materias Primas Peruanas:

1. **Postbióticos:** La producción de postbióticos a partir de fermentación bacteriana presenta una oportunidad para el mercado. Estas sustancias beneficiosas para la piel pueden destacar en la oferta de materias primas.
2. **Filtros Minerales Eco-Amigables:** La preocupación europea por la protección solar sostenible abre oportunidades para las materias primas peruanas. Aquellas que pueden integrarse en fórmulas con filtros minerales sin dañar el medio ambiente pueden destacar en el mercado europeo.

Tendencias en la Industria Cosmética en Europa

Este análisis se centra en las tendencias actuales y emergentes en la industria cosmética, con un enfoque específico en las materias primas de origen peruano que buscan ingresar al mercado europeo. La evolución constante de esta industria ofrece oportunidades

significativas para los productores peruanos que buscan satisfacer la demanda creciente de ingredientes sostenibles y naturales.

Dinámicas del Mercado Europeo: Influencia Digital y Preferencias del Consumidor

El mercado europeo, caracterizado por su diversidad y conciencia ambiental, está experimentando una creciente demanda de materias primas de origen natural y sostenible. La influencia digital, a través de redes sociales y motores de búsqueda, juega un papel clave en la formación de las preferencias del consumidor.

Importancia del Social Listening y Preferencias del Consumidor

El social listening, o la escucha activa en línea, se convierte en una herramienta fundamental para los exportadores peruanos. La comprensión de las conversaciones en redes sociales y las consultas en motores de búsqueda proporciona información vital para adaptar las ofertas a las expectativas del mercado. La conciencia de las preferencias y tendencias emergentes permitirá a los productores peruanos anticipar la demanda y posicionar estratégicamente sus materias primas en el mercado europeo.

Ingredientes más Buscados y su Relevancia para Productos Peruanos

El análisis de datos de Statista destaca la alta demanda global de ingredientes naturales como los aceites naturales, el aceite de coco, productos naturales, la vitamina E y el ácido láctico. Estos compuestos, con propiedades polivalentes y adecuado para todo tipo de piel, se alinean con la tendencia europea hacia ingredientes naturales y efectivos.

Tendencias Emergentes y su Impacto en la Oferta Peruana

Bioteología y Fermentación: La demanda europea de ingredientes beneficiosos para la piel y el medio ambiente abre oportunidades para las materias primas peruanas. La bioteología, especialmente la fermentación, ofrece un enfoque sostenible para recrear ingredientes de manera eficiente.

Postbióticos: La producción de postbióticos a partir de fermentación bacteriana presenta una oportunidad para el mercado. Estas sustancias beneficiosas para la piel pueden destacar en la oferta de materias primas.

Filtros Minerales Eco-Amigables: La creciente preocupación europea por la protección solar sostenible abre oportunidades para las materias primas peruanas. Aquellas que pueden integrarse en fórmulas con filtros minerales sin dañar el medio ambiente pueden destacar en el mercado europeo.

La adaptación proactiva a estas tendencias posicionará a Perú como un proveedor clave en este mercado dinámico y en constante evolución. La combinación de la rica biodiversidad peruana con las demandas del mercado europeo ofrece una sinergia única que puede resultar en el éxito sostenido de los productores peruanos de ingredientes cosméticos. El enfoque en la sostenibilidad, la innovación y la comprensión de las preferencias del consumidor se vuelve crucial para capitalizar plenamente estas oportunidades y consolidar la posición de Perú en el competitivo mercado europeo de ingredientes cosméticos.

5.3 Percepción del Producto Peruano

A pesar de los esfuerzos de las empresas peruanas, la presencia de productos cosméticos de origen peruano en la industria alemana de ingredientes es aún limitada. Aunque Perú posee una oferta exportable efectiva y un considerable potencial de crecimiento, aún no ha alcanzado la visibilidad que merece en este sector altamente especializado.

Incluso empresas importadoras y distribuidoras de ingredientes para alimentos y nutracéuticos en Alemania mostraron sorpresa al descubrir que Perú ofrece ingredientes para cosméticos. Perú era reconocido por sus divisiones de ingredientes para nutracéuticos y alimentos, pero no lograba destacar en la categoría de ingredientes para cosméticos. Por ejemplo, el aceite de Aguaje, conocido como aceite de Buriti, era identificado erróneamente como originario de Brasil. Ejecutivos de empresas que vendían Maca, Camu Camu y Sacha Inchi de origen peruano se sorprendían al descubrir que Perú exportaba aceite de Buriti.

En el caso de aceites vegetales como el de Aguaje, Brasil nut, Chía, Copaiba, coco, maracuyá o unguahui, utilizados como aceites fijos (fixed oils o carrier oil) y comercializados por empresas que atienden la industria de cosméticos en Alemania, Perú aún no es reconocido como proveedor de estos aceites. Entrevistas a empresas distribuidoras de aceites fijos revelaron que conocían y comercializaban estos aceites fijos amazónicos, pero los identificaban como oferta brasileña. Por ejemplo, el aceite de Buriti (Aguaje) era ampliamente conocido como un aceite amazónico de origen brasileño. Es relevante destacar que varias empresas indicaron comercializar estos aceites, aunque no mantenían un stock debido a la posibilidad de deterioro. No obstante, para ellos es crucial contar con información sobre las empresas que los ofrecen, la estacionalidad y los tiempos de entrega.

En cuanto a los aceites esenciales, Perú es reconocido principalmente por el aceite esencial de palo santo y el aceite de molle. La creciente oferta de aceite de palo rosa está posicionando a Perú como un nuevo proveedor. También se ha comenzado a **adquirir aceite esencial de Almizcle Vegetal (Ambrette Seed Oil-Abelmoschus Moschatus)**, un aceite esencial de alto valor con un precio FOB superior a los 10,000 USD por litro.

En el ámbito de los ingredientes de color, Perú es reconocido como proveedor de carmín de cochinilla y bixina. Subsidiarias de empresas alemanas operan en Perú, aportando mayor valor agregado. Como se mencionó en el capítulo de amenazas, el carmín de cochinilla está siendo cuestionado por consumidores veganos y aquellos preocupados por el bienestar animal.

En lo que respecta a productos terminados, ya sean cosméticos o productos de cuidado personal, las marcas y productos peruanos no gozan de un reconocimiento generalizado entre los consumidores alemanes. A pesar de los esfuerzos de las marcas peruanas para ingresar al mercado alemán, a veces a través de subsidiarias y otras mediante representantes independientes, el comercio electrónico ha facilitado que algunas empresas comiencen a vender en Alemania.

VI. Requisitos de Acceso al Mercado

6.1 Medidas Arancelarias

Las medidas arancelarias de las principales subpartidas para el sector se detallan a continuación. Se considera importante destacar que existe preferencia arancelaria para los productos de origen peruano, para beneficiarse de dicha preferencia arancelaria los productos deben tener certificado de origen.

País de destino	Alemania
Impuesto sobre el Valor Añadido (VAT)	19%

SUBPARTIDA 330190	
Subpartidas	330190 - Aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los «concretos» o «absolutos»; resinoides; oleorresinas de extracción; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias análogas, obtenidas por enflorado o maceración; subproductos terpénicos residuales de la desterpenación de los aceites esenciales; destilados acuosos aromáticos y disoluciones acuosas de aceites esenciales : Los demás
Correlación	3301901000 – Subproductos terpénicos de la desterpenación de aceites esenciales
Arancel	2,3%-3%
Arancel preferencial Perú	0%
Certificado de origen	Sí aplica para beneficiarse de la desgravación arancelaria la empresa deberá obtener el certificado de origen EUR 1.

Fuente: MarketAccessMap- ITC

SUBPARTIDA 121290	
Subpartidas	121290- Algas marinas y otras algas, frescas, refrigeradas, congeladas o secas, con o sin tierra, no ...
Correlación	1212290090 – Algas y demás algas frescas, refrigeradas, congeladas o secas, incluso trituradas, impropias para el consumo humano : Las demás
Arancel	0%
Arancel preferencial Perú	0%
Certificado de origen	Libre de arancel. Certificado de origen opcional.

Fuente: MarketAccessMap- ITC

SUBPARTIDA 151590	
Subpartidas	151590 - Las demás grasas y aceites, vegetales (incluido el aceite de jojoba) o de origen microbiano, fijos, y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente : Los demás
Correlación	1515909999 – Grasas y aceites vegetales sólidos fijos y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente, en envases inmediatos > 1 kg, o líquidos, ncop (exc. para usos técnicos o industriales y grasas y aceites crudos) : Los demás
Arancel	9,60%
Arancel preferencial Perú	0%
Certificado de origen	Sí aplica para beneficiarse de la desgravación arancelaria la empresa deberá obtener el certificado de origen EUR 1.

Fuente: Market AccessMap- ITC

6.2 Leyes y Regulaciones de cosmética natural

El principal marco regulatorio en la Unión Europea para productos cosméticos se detalla en la **Regulation (EC) N°1223/2009**.

En la presente normativa se detalla los siguientes aspectos a tomar en consideración para que las empresas peruanas puedan ingresar sus productos al mercado de la Unión Europea:

Designación responsable- sector cosméticos: El importador será la persona responsable del producto cosmético específico comercializado. El importador podrá, mediante mandato escrito, designar como responsable a una persona establecida en la Comunidad que aceptará por escrito.

Portal de notificación de productos cosméticos (CPNP): Sistema de notificación en línea gratuito, donde se centralizan todos los productos cosméticos comercializados en el mercado de la UE. Se debe hacer esta notificación previo a la primera importación.

Uso restringido de determinadas sustancias: Están prohibidos los productos cosméticos que contengan determinadas sustancias:

- 1) sustancias prohibidas, anexo II
- 2) sustancias restringidas, anexo III
- 3) Queda prohibido, salvo casos excepcionales, el uso de sustancias cancerígenas, mutágenos o tóxicas para la reproducción (clasificadas como CMR).
- 4) Los colorantes, conservantes y filtros UV que pueden utilizarse como ingredientes de productos cosméticos se enumeran respectivamente en los anexos IV, V y VI del Reglamento. La UE mantiene la siguiente base de datos para consulta de sustancias: CosIng - Cosmetics Ingredients

Link: <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/cosing/>

Prohibición de pruebas en animales: el Reglamento también prohíbe la comercialización en el mercado de la Unión Europea de productos cuya formulación final haya sido objeto de pruebas con animales y de productos que contengan ingredientes o combinaciones de ingredientes que hayan sido objeto de pruebas con animales.

Uso de nanomateriales en productos cosméticos: El CPNP también contiene un módulo independiente (artículo 16) para los productos cosméticos que contienen nanomateriales. Esta notificación debe realizarse además de la notificación prevista en el artículo 13. Si la Comisión Europea tiene dudas sobre la seguridad de un nanomaterial, puede solicitar al comité científico sobre seguridad del consumidor que realice una evaluación de riesgos.

Evaluación científica y técnica: La legislación sobre cosméticos exige que todos los productos cosméticos comercializados en Europa sean seguros de utilizar. El fabricante debe garantizar que los productos cosméticos se someten a una evaluación científica de seguridad por parte de expertos antes de su lanzamiento a la venta.

Etiquetado, envasado y embalaje:

Los ingredientes naturales deben etiquetarse y envasarse de manera que protejan a los trabajadores, a los consumidores y al medio ambiente. De acuerdo con la regulación, la etiqueta debe incluir lo siguiente:

1. Los productos cosméticos únicamente se comercializarán si en el recipiente y en el embalaje figuran, con caracteres indelebles, fácilmente legibles y visibles, las menciones siguientes:

- a) el nombre o la razón social y la dirección de la persona responsable.
- b) el contenido nominal en el momento del acondicionamiento, indicado en peso o en volumen, salvo para los envases que contengan menos de 5 gramos o de 5 mililitros, las muestras gratuitas y las monodosis;
- c) la fecha hasta la cual el producto cosmético, almacenado en condiciones adecuadas, seguirá cumpliendo su función inicial y, en particular, seguirá ajustándose a lo dispuesto en el artículo 3 (en lo sucesivo, «fecha de duración mínima»).
- d) las precauciones particulares de empleo y, al menos, las indicadas en los anexos III a VI y las eventuales indicaciones relativas a las precauciones particulares que deban observarse con los productos cosméticos de uso profesional;
- e) el número de lote de fabricación o la referencia que permita la identificación del producto cosmético. Cuando esto no fuera posible en la práctica, debido a las reducidas dimensiones de los productos cosméticos, esta mención sólo deberá figurar en el embalaje;
- f) la función del producto cosmético, salvo si se desprende de su presentación;
- g) la lista de ingredientes. Esta información podrá indicarse únicamente en el embalaje; la lista irá precedida del término «ingredients».

2. Cuando sea imposible por razones prácticas indicar en una etiqueta la información contemplada en el apartado 1, letras d) y g), se aplicará lo siguiente: dicha información se indicará en un prospecto, una etiqueta, una banda, un marbete o una tarjeta adjuntos o unidos;

5. La lengua de la información prevista en el apartado 1, letras b), c), d) y f), y en los apartados 2, 3 y 4, será determinada por la legislación de los Estados miembros en los que el producto se ponga a disposición del usuario final.

Certificaciones orgánicas: Los productos ecológicos procedentes de terceros países sólo podrán comercializarse en la UE cuando estén etiquetados como productos con indicaciones referidas a la producción ecológica, si han sido producidos de acuerdo con las normas de producción y sujetos a mecanismos de control que las cumplan. con la legislación comunitaria o equivalente a ella

Fuente: European Commission- Access2Markets

6.3 Certificaciones

En Alemania, y a nivel internacional, existen varias certificaciones relevantes para ingredientes cosméticos que garantizan ciertos estándares de calidad, seguridad, sostenibilidad y ética en la industria. Al tener un consumidor altamente exigente y que valora altamente los productos orgánicos y naturales, tiene cada vez más importancia para los proveedores en Sudamérica mantener altos estándares y certificaciones internacionales reconocidas que les facilitará el acceso al mercado europeo y alemán. Algunas de las principales certificaciones internacionales para ingredientes cosméticos incluyen:



NATRUE: Esta certificación tiene como objetivo promover y proteger los cosméticos naturales y orgánicos. Establece estándares estrictos para los ingredientes naturales, orgánicos, la fabricación y el proceso de los productos cosméticos.



Cosmos: Es un estándar de certificación desarrollado por cinco organizaciones europeas líderes en cosmética natural y orgánica. Define los criterios para los productos naturales y orgánicos, abarcando ingredientes, procesamiento y empaque. A la fecha más de 10 mil ingredientes y más de 7 mil materias cuentan con la certificación COSMOS



ECOCERT: Esta certificación es reconocida a nivel internacional y se enfoca en verificar los estándares orgánicos y naturales en una amplia gama de productos, incluidos los cosméticos. ECOCERT también promueve prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.



RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil): No es específicamente para ingredientes cosméticos, pero es relevante para muchos de ellos. La certificación RSPO garantiza que los productos con aceite de palma han sido producidos de manera sostenible, minimizando el impacto ambiental y respetando los derechos humanos.

9-1817-16-100-00
Check our progress
at www.rspo.org

Cruelty Free / Leaping Bunny: Esta certificación verifica que los productos y sus ingredientes no han sido probados en animales. Aunque no se centra exclusivamente en ingredientes, es importante para los productos cosméticos en general.



Vegan Society: Similar a la certificación Cruelty Free, la certificación de la Vegan Society garantiza que los productos cosméticos y sus ingredientes no contienen componentes de origen animal ni se han probado en animales.



Sello del DAAB: certificados libres de alergénicos. La etiqueta DAAB distingue los productos ofrecidos para personas alérgicas. Los productos certificados no contienen fragancias, conservantes ni colorantes.

VII. Actividades de Promoción

Dentro de las actividades de promoción existentes se encuentran básicamente las ferias especializadas

7.1 Ferias

7.1.1. In Cosmetic Global

- Feria anual que cada año cambia de lugar, en el 2023 fue en Barcelona y en el 2024 esta feria está programada a desarrollarse en París del 16 al 18 de abril de 2024.
- <https://www.in-cosmetics.com/global/en-gb.html>
- Número de expositores: aprox 909
- Numero de asistentes: en el 2023 fueron 10,799

De acuerdo a los precios publicados, un stand de 100 pies cuadrados, equivalente a 9.29 metros cuadrados, tiene un costo de EUR 13,000.00, en el paquete standard, mientras que el paquete premium el costo por dicho stand es de EUR 21,000.00.

Fuente: Presentación de Paquetes In Cosmetic Global 2024

7.1.2. Cosmetic 360

Es una feria especializada en ingredientes que se realiza en Francia, aun cuando en ella exhiben empresas de diversos países, especialmente de la Unión Europea. Se realiza en Paris y en el 2024 será del 16 al 17 de octubre.

- <https://www.cosmetic-360.com/en/>
- Número de expositores: 250
- Número de visitantes: más de 5,0000

Los asistentes también pagan por entrar a la feria. EUR 53.90 por entrar un día y EUR 77.00 por la entrada de dos días.

Asimismo, en el marco de la feria Business France ofrece organizar reuniones para las empresas francesas expositoras o no expositoras, con compradores internacionales de 15 países. El costo de cada reunión es de EUR 200 más impuestos.

7.1.3. SEPAWA CONGRESS & EHBITION

SEPAWA es un congreso y feria que se realiza en Berlín Alemania, en el 2023 la feria se realizó del 25 al 27 de octubre.

<https://sepawa-congress.de/en/>

- Número de expositores: 302 (2022)
- Número de visitantes: 3,175 (2022)
- Precios:
 - El costo del stand es de EUR 3,100.00
 - Un paquete de stand contiene lo siguiente:
 - estructura básica incl. 4 – 5 paredes blancas (según la ubicación)
 - 3 focos
 - 1 mesa alta con 2 taburetes (alternativamente: 1 mesa con 2 sillas)

- conexión eléctrica
- acceso wifi
- 2 entradas de Expositor
- varios Cupones por Entrada de Expositor
- 1 entrada de empresa avanzada

7.1.4. COSMOPROF – Sección COSMOPACK

Cosmoprof es la feria más importante a nivel global para productos de belleza y productos de cuidado personal.

<https://www.cosmoprof.com/en/>

La feria cuenta con un área llamada COSMOPACK <https://www.cosmoprof.com/en/the-fair/cosmopack/>, Cosmopack es el principal evento internacional dedicado íntegramente a toda la cadena de suministro de la industria cosmética: ingredientes y materias primas, fabricación por contrato y marcas privadas, envases, aplicadores, maquinaria, automatización y soluciones de servicio completo.

Presenta la zona de ingredientes: un área dedicada exclusivamente a materias primas e ingredientes, incluidos los principios activos funcionales. En el salón Cosmopack se exhiben aceites esenciales, extractos vegetales y esencias para perfumería, responde a la demanda cada vez mayor de soluciones por parte de las empresas de marcas expositoras o visitantes.

- Número de expositores a toda la feria: 2,984
- Número de visitantes a toda la feria: 250,000
- Costo de participación para exhibir: USD 450.00 por metro cuadrado. Un stand de 9 metros cuadrados USD 4,050.00

Información sobre paquetes, solicitar llenado el formato que aparece en la pagina web: <https://www.cosmoprof.com/en/exhibit/exhibit/>

VIII. Contactos de Interés

8.1.1. The European Federation for Cosmetic Ingredients – EFfCI

<https://www.effci.com/>

EFfCI es la Federación Europea de Ingredientes Cosméticos, una asociación comercial que reúne a los fabricantes europeos de ingredientes sintéticos y naturales para la industria cosmética y del cuidado personal.

- THE EUROPEAN FEDERATION FOR COSMETIC INGREDIENTS

EFfCI Working Office
Via Caldera 21, 20153 Milan, Italy

SECRETARY-GENERAL
Secretary-General: Andrea Maltagliati
Phone: +32 2 3518549
Email: contact@effci.com

8.1.2. The German Cosmetic, Toiletry, Perfumery and Detergent Association – IKW

<https://www.ikw.org/en/>

IKW, la Asociación Alemana de Cosméticos, Artículos de Tocador, Perfumería y Detergentes (Industrieverband Koerperpflege- und Waschmittel e. V.), es la asociación industrial y comercial de fabricantes y distribuidores de cosméticos, artículos de tocador, perfumería, detergentes y productos de limpieza para el hogar. Para estos productos, Alemania es el mayor mercado nacional de Europa, seguida de Francia, el Reino Unido e Italia.

Sus más de 430 miembros de IKW representan más del 95 por ciento del sector. Todos los grandes actores mundiales del sector que operan en Alemania son miembros de IKW. La mayoría de los miembros son pequeños y medianos fabricantes y distribuidores.

Fundada en 1968 y ubicada en Frankfurt/Main, el principal centro de negocios de Alemania, IKW expresa su opinión sobre cuestiones económicas, legales, técnicas y científicas nacionales y globales que son de interés mutuo para sus miembros.

No es de extrañar que, para una asociación industrial alemana, IKW se comprometa con estándares especialmente exigentes en cuanto a calidad y seguridad de los productos. Dentro de esta misión, sus propios equipos de expertos de varios grupos de trabajo examinan cuestiones de salud fundamentales y realizan evaluaciones ambientales exhaustivas de los productos y sus ingredientes.

IKW apoya la participación de sus miembros en importantes ferias internacionales (pabellones alemanes) y es miembro fundador de las asociaciones europeas Cosmetics Europe y A.I.S.E. (Asociación Internacional de Jabones, Detergentes y Productos de Mantenimiento), ambas con sede en Bruselas, Bélgica.

Mainzer Landstrasse 55,
60329 Frankfurt am Main, Germany
Phone: +49 69 2556-1323
Fax: +49 69 237631
E-mail: info@ikw.org

Mr. Thomas Keiser
Director General
info@ikw.org

Matthias Ibel
Head of Department Legal Affairs and Packaging
mibel@ikw.org

8.1.3. La Sociedad Alemana de Cosmética Científica y Aplicada - DGK e.V. – Die Deutsche Gesellschaft für Wissenschaftliche und Angewandte Kosmetik

- Es una asociación que tiene como objetivo fomentar la investigación científica, la formación y el desarrollo técnico en el ámbito de la cosmética.
- Busca la difusión del conocimiento adquirido en publicaciones públicas en beneficio del público en general.
- Protege los intereses científicos de los cosméticos con la participación de instituciones y autoridades públicas.
- Propugna el intercambio de información con asociaciones nacionales e internacionales de similar naturaleza.

Es una sociedad cuya fortaleza se basa en su orientación exclusivamente científica. Esto nos permite procesar, comunicar y comentar temas relacionados con la cosmética de forma neutral e independiente de consideraciones económicas.

Sus actividades se centran en dos áreas:

por un lado, en la colaboración en los grupos de especialistas y la elaboración de proyectos asociados y, por otro, en la organización de eventos de formación continua. Esto incluye sus programas especializados para formar expertos en cosmética de DGK y asesores de seguridad de DGK.

Número de asociados: 810

Contactos:

Dr. Andrea Weber
President
president@dgk-ev.de

Dr. Jens Burfeindt
Training
education@dgk-ev.de

Deutsche Gesellschaft für Wissenschaftliche und
Angewandte Kosmetik e. V.
Alte Schule Burg
Dorfstr. 40
86470 Thannhausen / Burg
Tel 49 8281 799 40 23
Fax 49 8281 799 40 50
Email info@dgk-ev.de
Site www.dgk-ev.de

IX. Recomendaciones

1. Desarrollar colorantes vegetales como bixina, carmín de cochinilla, alga azul y derivados de achiote.

2. La recomendación más importante es continuar las campañas de promoción con apoyo de Promperú en las ferias Cosmetic 360 e In Cosmetic Global, por ser ferias especializadas en ingredientes para cosmética y productos de cuidado personal.
3. En el caso de Alemania, realizar una visita prospectiva a la feria “SEPAWA” con el fin de evaluar una futura participación peruana.
4. Contactar a las empresas identificadas en el estudio, sobre todo a las empresas que importan algas para ofertarles el producto que actualmente el Perú exporta de manera creciente, si bien como materia prima. (Vinpai, Lessonia, Naturel Basics, Ocealys, etc.).
5. Fomentar el desarrollo de ingredientes derivados de algas marinas como luteína, neoxantina, betacarotenos y polisacáridos sulfatados llamados ulvanos los cuales tienen propiedades hidratantes y antiinflamatorias para uso en el cuidado de la piel, con el fin de incluir en la oferta peruana ingredientes con mayor valor agregado.

X. Perfil de 10 Compradores

1. OMYA GESELLSCHAFT MIT BESCHRÄNKTER HAFTUNG
2. OQEMA AG
3. DYSTAR COLOURS DISTRIBUTION GMBH
4. HENRY LAMOTTE OILS GMBH
5. GUSTAV HEESS OLEOCHEMISCHE ERZEUGNISSE GMBH
6. DKSH GMBH
7. ROEPER GMBH
8. TEXCO FARBEN PRODUKTIONSGESELLSCHAFT MBH
9. MÜNZING MICRO TECHNOLOGIES GMBH
10. AXXENCE AROMATIC GMBH

XI. Anexos

1. Lista empresas alemanas fabricantes y distribuidoras de colorantes y pigmentos
2. Distribuidores mayoristas de aceites esenciales y químicos aromáticos de Alemania