

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA				
1.1. Nombre de la OCEX	OCEX MADRID		1.2. Fecha	30/05/23
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Max Günther Cornejo		
	Cargo	Especialista Comercio		
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO				
2.1 Producto	Aceites vegetales para Cosmética			
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	Partida: 1515 - 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 Subpartida: 151590 – las demás			
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Aceites vegetales de uso en industria cosmética, farmacéutica y salud (se trata de la misma nomenclatura que la normalmente utilizada en el Perú)			
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>Requisitos de acceso - Aranceles Desde 2013, existe un Tratado de libre Comercio entre la Unión Europea (UE) y el Perú. Por lo tanto, no hay necesidad de pagar aranceles para la exportación de aceites vegetales desde Perú a España, ya que España forma parte de la UE.</p> <p>Requisitos sanitarios/ fitosanitarios/ certificaciones Reglamento UE sobre cosméticos (CE 1223/ 2009) Existen una serie de regulaciones que aplican para el comercio exterior de cosméticos y materias primas de uso cosmético entre España/ UE y el Perú. A este respecto todos los productos cosméticos, naturales o no, deben cumplir con las normas del Reglamento Europeo CE 1223/2009, que es el principal marco regulador de los productos cosméticos y sus ingredientes en el mercado europeo/ (UE).</p> <p>El citado reglamento se dirige a los fabricantes e importadores de productos cosméticos, así como a los proveedores de ingredientes para la industria cosmética, de la farmacia y salud de la UE. Los exportadores de fuera de la UE deben estar en condiciones de probar la trazabilidad de los ingredientes y de proveer de información técnica verificable acerca de las propiedades funcionales de las materias primas exportadas. En el caso de aceites esenciales, si estos se destinan a la fabricación de perfumes y fragancias, además es muy posible que se exija el cumplimiento de las Normas de la Asociación Internacional de Fragancias (IFRA): https://ifrafragrance.org/es/qui%C3%A9nes-somos/c%C3%B3digo-de-buenas-pr%C3%A1cticas-de-la-ifra a fin de proporcionar evidencia de que no se realizan ensayos con animales.</p> <p>Abastecimiento sostenible El abastecimiento sostenible es cada vez más importante en la industria de los cosméticos. Existe una tendencia creciente en la UE hacia la compra de ingredientes y materias primas, solo si son obtenidas de acuerdo con prácticas de responsabilidad social y medioambiental homologadas en origen, lo cual debe probarse mediante certificaciones y sellos.</p> <p>Protección medio ambiental/ deforestación Además, respecto a protección del medio ambiente, la UE acaba de aprobar la siguiente reglamentación el Reglamento Europeo contra la deforestación, conocida como EUDR. Para</p>			

	<p>más detalles, sobre los productos a los que afecta, plazos de puesta en vigor y alcances del reglamento ver: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/ip_22_7444</p> <p>Certificados europeos y su importancia</p> <p>Ante la ausencia de legislación oficial, los fabricantes de cosméticos y materias primas de la UE se someten en forma voluntaria a criterios de empresas privadas de certificación de reconocido prestigio, como Natrue o Cosmos, los dos sellos líderes en la UE y España, que permiten garantizar el carácter natural y orgánico de cosméticos y materias primas.</p> <p>NATRUE</p> <p>The international Natural and Organics Cosmetics Association (con sede en Bruselas, Bélgica) es una asociación internacional, sin ánimo de lucro, comprometida con la promoción y la protección de la cosmética natural y orgánica a nivel mundial. NATRUE afirma que apoya desde su creación en 2007 a todos los agentes que promueven y participan de la cosmética natural y orgánica (consumidores, empresas y marcas), que estén comprometidos con altos estándares de calidad e integridad. Para más detalles ver: https://natrue.org/es/</p> <p>COSMOS</p> <p>Los organismos certificadores de los principales países productores de la UE (Francia, Alemania, Reino Unido e Italia) han desarrollado el Cosmetic Organic Standard o Estándar Cosmos, con el propósito de definir los requisitos y armonizar las reglas de certificación orgánica y natural para la comercialización de los productos orgánicos y naturales en Europa, a fin de evitar la confusión entre los consumidores y en la propia industria cosmética. Como cada organismo certificador tiene establecidos sus propios criterios de exigencia para los productos cosméticos en su país, es posible y a veces conveniente obtener más de una certificación nacional europea, por tanto, varios sellos pueden aparecer en el mismo producto cosmético este se comercializa en varios países de Europa.</p> <p>Principales Certificaciones nacionales internacionales de interés para España</p> <ul style="list-style-type: none"> -Francia ECOCERT www.ecocert.com/es/oficinas <p>Sello de origen francés y presencia destacada en España. Era el más utilizado por los fabricantes de cosméticos naturales en España, antes de la irrupción de Cosmos y Natrue. También son relevantes en España, aunque menos, las certificaciones nacionales de:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Alemania (BDIH) https://label-online.de/label/bdih/ -Reino Unido (Soil Association) www.soilassociation.org/ -Italia (ICEA - Instituto para la Certificación Ética y Ambiental) https://icea.bio/ -E.E.U.U. (USDA ORGANIC) www.usda.gov/topics/organic <p>Sellos de Comercio Justo</p> <p>Fairtrade es un sistema de certificación de productos fabricados tomando en cuenta aspectos sociales, económicos y ambientales de la producción Están certificados según los Estándares Fairtrade para Productores y Comerciantes. Mas detalles en la siguiente guía: https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2018/03/GUIA_INTERNACIONAL_DE_SELLOS_web.pdf</p>
<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<p>Principales tendencias en el mercado español y europeo de productos cosméticos</p> <p>Efectos de la pandemia del COVID</p>

	<p>La pandemia global del COVID ha dejado un efecto duradero en los consumidores de la UE, inclusive España, creando cambios en los estilos de vida y prioridades, incluyendo la importancia creciente de la vida natural, la salud y el cuidado y bienestar personales. Esto se traduce en un mayor gasto en artículos de cosmética natural y orgánica, dirigida tanto a mujeres, como hombres y niños. También es relevante el rol cambiante de la identidad de género y la forma en que la tecnología influenciará la producción, distribución, promoción y consumo futuros.</p> <p>Interés por productos naturales de zonas protegidas o en peligro de deforestación Existe interés en la UE por nuevos productos provenientes de la Amazonia, y otros tipos de hábitats protegidos o en peligro de deforestación en el mundo. En esta línea de sostenibilidad también se ha identificado la aparición y la implantación de iniciativas ligadas a promover la explotación responsable de recursos en zonas de países en desarrollo, ricas en materias primas vegetales, mediante la ampliación de su protagonismo en la cadena de valor del producto, realizando procesos de transformación cerca del lugar de cultivo, mediante acuerdos con las poblaciones locales, a fin de promover su desarrollo socioeconómico y la explotación de recursos en forma sostenible.</p> <p>Origen diverso y puesta en valor de la multiculturalidad por parte de compradores y consumidores europeos que muchas veces provienen de familias ricas y cosmopolitas que han viajado por el mundo por efecto de la globalización. A este respecto es pertinente señalar que hay un grupo de países productores de aceites de diversas zonas del mundo biodiversas, que ya cuentan con una tradición productora y exportadora de aceites de origen vegetal a Europa a partir de semillas oleaginosas de frutas y pepitas de frutos. Según CBI, algunas importantes zonas de producción se encuentran en: África, Asia, Medio Oriente, Latinoamérica y Europa del Este. En Latinoamérica los siguientes son los países proveedores más importantes: Perú, Colombia, Brasil, Paraguay, México. Europa del Este: Polonia, Bulgaria.</p> <p>Bioteología como clave para la obtención de ingredientes novedosos, en sus diferentes formas está muy presente en las innovaciones a través de ingredientes obtenidos con células vegetales, péptidos de distintos tipos, ingredientes fermentados, e ingredientes obtenidos por bacterias aisladas o recombinantes. Como ejemplo, algunas empresas que están apostando por elaborar aceites vegetales o esenciales de plantas aromáticas realizando primero el cultivo y después el proceso de destilación cerca de la plantación.</p> <p>Digitalización de procesos: Digitalización para mejora de procesos, operaciones, y utilización de nuevas tecnologías alternativas para ahorro de recursos (agua y energía).</p> <p>Upcycling o valorización de subproductos/ mermas/ desperdicios/ desechos Hay una tendencia clara hacia la puesta en valor y premiación de procesos limpios para la obtención de ingredientes y materias primas naturales. El Centro Tecnológico Leitat, de Barcelona está especializado en asesorar a productores de países en desarrollo que deseen exportar ingredientes a España y la UE. Ya tiene experiencia de trabajo efectivo con Perú en el sector agro y pesca. Para más detalles ver el siguiente enlace:www.leitat.org/</p> <p>Demostración de la eficacia de los productos e ingredientes cosméticos mediante el desarrollo y exposición de fórmulas y prototipos como serums de muestra, expuestos en envases adecuados de alta calidad, que es algo familiar para los consumidores europeos del segmento premium, que debiera ser el nicho de mercado objetivo de los exportadores peruanos. Esto puede servir para prueba y demostración, a fin de ayudar a validar los claims funcionales de ciertos ingredientes in situ, en ferias, por ejemplo.</p> <p>Utilización de envases de alta calidad Made in Europe o similar (no envases de calidad inferior Made in China), para demostrar calidad y cercanía al mercado español y europeo.</p> <p>Uso corporativo del blanco o colores claros y minimalismo en vez de colores fuertes (pasado de moda) para las tarjetas personales, papelería, promoción en web, etiquetado envase e incluso embalaje.</p>
--	--

	<p>Incorporación de ingredientes en función de modas, como es el caso de algunos ingredientes provenientes de bosques tropicales, o derivados de cáñamo y algas. Las algas marinas o terrestres de cultivo o no, siguen siendo estudiadas y empleadas como fuentes de nuevos ingredientes.</p> <p>Desarrollo de nuevas soluciones tecnológicas en procesos productivos como microencapsulaciones relacionadas con liberación prolongada y dirigida (por ejemplo, dirigida a células diana) para aplicaciones en todo tipo de activos por vía tópica. Desarrollo de ingredientes y obtención a maquila de extractos de uso cosmético mediante CO2 supercrítico, tales como fragancias, aceites esenciales, aceites vegetales. Fraccionamiento y purificación de productos líquidos: purificación y fraccionamiento de productos como aceites esenciales en columna en contracorriente (SUFRAPUR).</p> <p>Colaboración con universidades, centros tecnológicos y consultoras locales o internacionales Realización por encargo estudios para avalar la eficacia y seguridad. Estudios de eficacia y seguridad de productos cosméticos mediante la aplicación de modelos celulares in vitro. Realización de estudios con consumidores por encargo. Estudios sensoriales de consumidores mediante paneles entrenados para medir el impacto de la introducción de un nuevo ingrediente, así como para caracterizarlo sensorialmente o mediante paneles de consumidores para conocer su eficacia percibida, validar lanzamientos, sustentar beneficios funcionales, entre otros. A este respecto se sugiere la colaboración entre la empresa y la academia (universidades, centros tecnológicos locales o internacionales).</p>
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>Perú produce una amplia variedad de aceites, muchos de los cuales provienen de las zonas andinas y amazónicas, por lo que su recolección para procesamiento inmediato está condicionada por la época de lluvias (de noviembre a marzo normalmente).</p>
<p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p>	<p>Vía marítima: puertos de Algeciras, Valencia, Barcelona Transito directo/ indirecto: duración 22 – 32 días, en función de escalas intermedias.</p> <p>Vía aérea: aeropuerto de Barajas Madrid: 12 horas; Barcelona: 1 día máximo con trasbordo en Madrid. Nota de momento no se han reanudado los vuelos directos entre Lima y Barcelona.</p>
<p>2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)</p>	<p>Principales canales de distribución para exportar ingredientes a la UE</p> <p>I Acopiador PE - Procesador UE – Fabricante UE (cuidado piel, cabello, fragancias)</p> <p>II Acopiador PE – Export PE – Import UE - Fabricante UE (cuidado piel, cabello, fragancias)</p> <p>Fuente: CBI Centre for the promotion of imports from developing countries www.cbi.eu/</p>
<p>2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</p>	<p>Buena relación calidad precio Formas de producción sostenibles Produce y exporta de acuerdo con normativa UE Honesto, confiable, transparente Cumple con la legislación peruana Se comunica y visita a sus clientes en destino con regularidad Cuenta con sellos y certificaciones Responsabilidad social y medioambiental Flexible, se adapta las necesidades cambiantes del mercado Innovador entiende e internaliza la importancia de la Investigación desarrollo e innovación I+D+i Dispuesto a invertir para crecer junto con su representante en la UE Envíos de calidad regular y homogénea Cuenta con equipo internacional con idiomas y roce internacional Envía muestras y exportaciones de calidad Se identifica con los valores sociológicos vigentes en España y la UE</p>

<p>Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>A) Presencia peruana Marcas No se han detectado MARCAS de productos Made in Perú en el mercado español, pero si Marcas de productos Made in Spain, que utilizan ingredientes que coinciden con la oferta exportable de aceites vegetales de Perú. A continuación, algunos ejemplos de marcas españolas de potencial interés:</p> <p>B) Temporadas compra/ venta de cosméticos en España Hay dos picos de ventas principales a lo largo del año: Día de la Madre: En España se celebra el primer domingo de mayo y Periodo Navidad-Reyes: Todo diciembre hasta la primera quincena de enero.</p> <p>C) Principales puntos de venta físicos y online de cosméticos naturales en España:</p> <p>Tiendas por departamentos El Corte Ingles (parafarmacia, cosmética y perfumería) www.elcorteingles.es/parafarmacia/</p> <p>Franquicias de cosmética y perfumería DOUGLAS https://douglas.es/c/tratamiento_corporal/cuidado/aceites_esenciales</p> <p>Herbolarios Herbolario Navarro www.herbolariomartinez.es/</p> <p>Cadenas de tiendas especializadas https://saludmediterranea.com/</p>
<p>2.10 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>España es la quinta economía de Europa y también el quinto mercado en importancia para la industria cosmética. Madrid y Barcelona son las principales ciudades y centros de la industria española, siendo Barcelona la ciudad más importante en este caso, ya que aquí tienen su sede las principales empresas productoras e importadoras, las principales asociaciones sectoriales y las ferias de ingredientes y cosmética más importantes del país.</p> <p>A) Principales ferias en España 2023/ 24</p> <p>I Ferias con potencial para la venta de ingredientes para cosmética, farmacia y salud</p> <p>InCosmetics Expo Global Paris 16-18/04/2024 www.in-cosmetics.com/global/en-gb.html Feria europea más importante del sector ingredientes naturales para cosmética. Es un evento anual itinerante. La última edición fue en Barcelona en 2023 y la próxima será en Paris en 2024.</p> <p>Cosmetorium 2023 Barcelona 18-19/10/2023 www.cosmetorium.es/es/</p> <p>CPHI 2023 Congreso Mundial Farma, Barcelona 24-26/10/2023 https://europe.cphi.com/europe/en/home.html</p> <p>IFSCC Congress Barcelona, 4-7/09/2023 https://ifsc2023.com/welcome/</p> <p>Barcelona Perfumery Congress 2023 / Beauty Cluster Barcelona, 11/11, 2022 https://beautycluster.es/actividad/11-nov-presentacion-congreso-y-concurso-edicion-2023</p> <p>Expoquimia Barcelona 30/05- 02-06/ 2023 www.expoquimia.com/en/</p>

<p>Infarma marzo 2024 Feria y Congreso Europeo de Farmacia, Madrid 19-21/03/2024 www.infarma.es/</p> <p>II Ferias de producto terminado (cosmética, perfumería y peluquería)</p> <p>Expo Beauty Barcelona 6-8 abril 2024 https://www.expobeautybarcelona.com/</p> <p>Salon Look Madrid 13-15/10/2023 www.ifema.es/salonlook</p> <p>III Ferias de venta al público en general (con sección de cosmética natural)</p> <p>Biocultura - Feria de Productos Ecológicos y Consumo Responsable anual itinerante por diversas ciudades de España Biocultura Madrid 2-5/11/2023 (la edición más grande) www.biocultura.org/madrid/informacion</p> <p>B) Principales asociaciones sectoriales ingredientes y cosmética</p> <p>Asociación española de ingredientes cosméticos https://aeic.eu/</p> <p>Sociedad Española de Químicos Cosméticos www.e-seqc.org/</p> <p>Belleza/ Beauty Clúster Barcelona https://beautycluster.es/</p> <p>Centro de Envase y Embalaje https://barcelona-packaging-hub.com/tecnologia-35-anos-know-how-industria-cosmetica/</p> <p>Stanpa Barcelona – Asociación española de perfumería y cosmética www.stanpa.com/</p> <p>AMEC asociación de fabricantes de maquinaria y soluciones tecnológicas para la industria de ingredientes de uso en alimentación cosmética, farmacia y salud www.amec.es/es/miembros/directorio-d-argrupaciones/amec-alimentec.htm</p> <p>D) Otros enlaces de interés</p> <p>PAI - Programa de Apoyo a la internacionalización de pymes peruanas www.pai.pe</p> <p>Proinnovate www.proinnovate.gob.pe/</p> <p>Llamada bilateral CDTI - Concytec www.cdti.es/index.asp?MP=9&MS=31&MN=2&TR=A&IDR=7&id=1629</p>
--

ANEXO
PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES (PREMIUM) SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO (ESPAÑA)

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg., otro)	Precio (€/unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
OnLine	Unidad	59	España	26.05.2023	<p>AYPA TERRA INKA SPA</p> <p>línea Superfoods</p> <p>www.aypa-spa.com/product/raw-face-balm-with-copoazu/</p>	
OnLine	Unidad	43	España	26.05.2023	<p>JANE APOTHECARY BY ELENA PADILLA ORA</p> <p>www.janeapothecary.com/producto/balsamo-limpiador-calmante/</p>	
OnLine	Unidad	38,30	España	26.05.2023	<p>ALQUIMIA</p> <p>Línea Aceites</p> <p>www.alqvimia.com/es/aceite-esencial-de-palo-de-rosa-10ml.html</p>	

OnLine	Unidad	39	España	26.05.2023	KOOCH Gren Cosmetics Linea Serums https://koochgreencosmetics.com/products/serum-natural	
<i>A la fecha no se han detectado productos con materias primas peruanas en venta en canal retail físico en Madrid al tratarse de productos premium de nicho.</i>						