

# Proyecto BIO - IN - Impulso a empresas de ingredientes naturales para los sectores de alimentos y cosmética.

## Entregable No2

### Anexo 4. Informe de inteligencia competitiva de ingredientes naturales para alimentos y cosméticos en Suiza

**ELABORADO POR:** CORPORACIÓN BIOINTROPIC

#### **EQUIPO DE TRABAJO**

Katia Méndez

Rene Yepes

15 de mayo de 2024

<b>1.</b>	<b>Contexto mercado de Alimentos y cosméticos en Suiza .....</b>	<b>6</b>
1.1.	<b>Descripción del comportamiento de mercado .....</b>	<b>6</b>
1.1.1.	Descripción del comportamiento de mercado de alimentos .....	7
1.1.2.	Descripción del comportamiento de mercado de cosméticos .....	7
1.2.	<b>Tamaño y la estructura del mercado actual de la industria de alimentos y cosméticos en Suiza .....</b>	<b>8</b>
1.2.1.	Tamaño y la estructura del mercado actual de la industria de alimentos en Suiza .....	8
1.2.2.	Tamaño y la estructura del mercado actual de la industria de cosméticos en Suiza .....	11
1.3.	<b>Descripción de la cadena .....</b>	<b>15</b>
1.3.1.	Descripción de la cadena de alimentos .....	15
1.3.2.	Descripción de la cadena de cosméticos .....	18
1.4.	<b>Tendencias de consumo en Suiza .....</b>	<b>19</b>
1.4.1.	Tendencias de consumo de alimentos en Suiza .....	19
1.4.2.	Tendencias de consumo de cosméticos en Suiza .....	20
1.5.	<b>Drivers de crecimiento del mercado.....</b>	<b>21</b>
1.5.1.	Drivers del mercado de alimentos.....	21
1.5.2.	Drivers del mercado de cosméticos .....	21
1.6.	<b>Acuerdos comerciales vigentes entre Colombia y Suiza .....</b>	<b>22</b>
<b>2.</b>	<b>Mercado suizo de ingredientes naturales para cosméticos .....</b>	<b>24</b>
2.1.	<b>Descripción del mercado de ingredientes en Suiza .....</b>	<b>24</b>
2.2.	<b>Exportaciones e importaciones de ingredientes naturales para cosmética de empresas suizas .....</b>	<b>25</b>
2.2.1.	Exportaciones .....	25
2.2.2.	Importaciones .....	27
2.3.	<b>Descripción de la cadena de ingredientes .....</b>	<b>28</b>
2.3.1.	Empresas que compran ingredientes naturales para cosméticos en Suiza (Comercializadoras de ingredientes y empresas usuarias de cosméticos).....	29
2.3.2.	Empresas productoras de ingredientes naturales para cosmética en Suiza.....	33
2.3.3.	Asociaciones y gremios de empresas de ingredientes naturales o de cosmética en Suiza ....	35
2.3.4.	Clústeres de ingredientes naturales o de cosméticos en Suiza .....	36
2.3.5.	Generadores de conocimiento (Universidades, centros de investigación) .....	37
2.4.	<b>Requisitos técnicos del mercado para exportar a Suiza .....</b>	<b>38</b>
2.4.1.	Biodiversidad y protección de las especies .....	39
2.4.2.	Registro, Evaluación, Autorización y Restricción de Sustancias y Preparados Químicos (REACH)	39
2.4.3.	Clasificación, etiquetado y envasado de sustancias y mezclas (CLP).....	40

<b>3.</b>	<b><i>Mercado suizo de ingredientes naturales para alimentos</i></b> .....	<b>41</b>
<b>3.1.</b>	<b>Exportaciones e importaciones de ingredientes naturales para alimentos de empresas suizas</b>	<b>42</b>
3.1.1.	Exportaciones .....	42
3.1.2.	Importaciones .....	46
<b>3.2.</b>	<b>Descripción de la cadena de ingredientes</b> .....	<b>49</b>
	Aditivos alimentarios naturales .....	49
<b>3.3.</b>	<b>Descripción de actores claves de la cadena</b> .....	<b>53</b>
3.3.1.	Empresas que compran ingredientes naturales para alimentos en Suiza (Comercializadoras de ingredientes y empresas usuarias de Alimentos) .....	53
3.3.2.	Empresas productoras de ingredientes naturales para alimentos en Suiza .....	58
3.3.3.	Asociaciones y gremios de empresas de ingredientes naturales o de alimentos en Suiza ....	60
3.3.4.	Clústeres de ingredientes naturales o de alimentos en Suiza .....	62
3.3.5.	Generadores de conocimiento (Universidades, centros de investigación) .....	62
<b>3.4.</b>	<b>Requisitos técnicos del mercado para exportar a Suiza</b> .....	<b>64</b>
	<b><i>Bibliografía</i></b> .....	<b>66</b>

## Lista de figuras

Figura 1 Tamaño de mercado de alimentos y expectativa de crecimiento en Suiza de 2018 a 2028 según ingresos.....	10
Figura 2 Tasa de crecimiento del mercado de cosméticos naturales en Suiza de 2018 a 2021 .....	11
Figura 3 Segmentación del mercado de cosméticos en Suiza, de acuerdo con el tipo producto, 2021 .....	12
Figura 4 Tamaño de mercado de alimentos y expectativa de crecimiento en Suiza de 2018 a 2028 según ingresos.....	14
Figura 5 Líderes en Suiza de acuerdo con la participación en el mercado.....	14
Figura 6 Ecosistema de la tecnología alimentaria en Suiza .....	15
Figura 7 Ecosistema de la cadena de cosméticos en Suiza.....	18
Figura 8 Valor exportado por país en 2022 - aceites esenciales .....	26
Figura 9 Geografías de exportación de Suiza en 2022 - aceites esenciales.....	26
Figura 10 Valor exportado por país en 2022 - aceites esenciales .....	27
Figura 11 Geografías de exportación de Suiza en 2022 - aceites esenciales.....	27
Figura 12 Valor exportado por país en 2022 - goma arábica .....	43
Figura 13 Valor exportado por país en 2022 - algas marinas para consumo humano .....	44
Figura 14 Valor exportado por país en 2022 - vainilla .....	44
Figura 15 Valor exportado por país en 2022 - cúrcuma .....	45
Figura 16 Valor exportado por país en 2022 - colorantes de origen vegetal.....	45
Figura 17 Valor importado por país en 2022- Goma arábica .....	46
Figura 18 Valor importado por país en 2022 - algas marinas para consumo humano.....	47
Figura 19 Valor importado por país en 2022 - vainilla .....	47
Figura 20 Valor importado por país en 2022 - cúrcuma.....	48
Figura 21 Valor importado por país en 2022 – materias colorantes de origen vegetal .....	49
Figura 22 Actores del ecosistema de alimentación y nutrición en Suiza.....	61

## **Lista de Tablas**

Tabla 1 Líderes del mercado cosmético suizo .....	12
Tabla 2 Descripción de los ingredientes naturales para cosméticos por categoría.....	25
Tabla 3 Comercializadores de ingredientes naturales para cosméticos en Suiza.....	29
Tabla 4 Productores de ingredientes naturales para cosméticos en Suiza.....	33
Tabla 5 Principales categorías y aplicaciones de aditivos alimentarios naturales en Europa .....	41
Tabla 6 Aditivos naturales analizados en el estudio .....	42
Tabla 7 Comercializadores de ingredientes naturales para alimentos en Suiza .....	53
Tabla 8 Productores de ingredientes naturales para alimentos en Suiza.....	58

# 1. Contexto mercado de Alimentos y cosméticos en Suiza

## 1.1. Descripción del comportamiento de mercado

La industria alimentaria de Suiza en el 2022 se estimó en \$52.300 millones de francos suizos, en este incluye la fabricación de productos de confitería, así como de productos de cacao y chocolate, se encuentra entre los segmentos más importantes, teniendo en cuenta que los hábitos de consumo han cambiado. La Oficina Federal de Agricultura ha elaborado por primera vez un resumen detallado del gasto en alimentos en las tiendas para 2020. Incluyendo productos como la carne, la leche y los huevos. Las frutas, verduras y patatas alcanzaron una cuota del 13,7% con un volumen de ventas de 4.100 millones de francos suizos (Lexology, n.d.).

El mercado de comercio electrónico de alimentos es un sector del comercio minorista en línea que se centra en la venta de productos relacionados con la alimentación a través de canales digitales, este se proyecta que los ingresos muestren una tasa de crecimiento anual (CAGR 2024-2029) del 14,50% (Statista, 2024b), brindando a los consumidores una forma conveniente y accesible de comprar comestibles y alimentos especiales, constando de trece mercados diferentes como lo son el pan y cereales, confitería y snacks, sopas y platos listos para comer, lácteos y huevos, pescados y mariscos, frutas y nueces, carne fresca, aceites y grasas, salsas y especias, untables y edulcorantes, hortalizas alimentación para bebés, alimentos para mascotas.

El mercado suizo de cosméticos y cuidado personal ha experimentado fluctuaciones en su volumen de negocios en los últimos años, pasando de alrededor de 1,92 mil millones de francos suizos en 2019 a menos de 1,81 mil millones en 2020, pero mostrando un ligero aumento en 2022, alcanzando los 2.060 millones de francos suizos (Mordor Intelligence, 2023). Aunque dividido entre actores locales y extranjeros, estos últimos dominan el mercado, liderado por empresas como L'Oréal SA, Shiseido Co Ltd y Estée Lauder Inc. Las ventas están impulsadas principalmente por productos para el cuidado facial, que representaron el 18,7% del total en 2022, seguido por fragancias y cosmética corporal (Mordor Intelligence, 2023). A pesar de una disminución en la cosmética decorativa, la demanda de productos naturales y orgánicos está en aumento, así como la demanda de productos libres de químicos, especialmente en el sector de coloración y peinado del cabello, reflejando una creciente conciencia de los consumidores.

Los suizos, conocidos por su cuidado personal, son grandes consumidores de cosméticos, especialmente los millennials, que integran bases, rubores y labiales a su rutina. El diseño del envase juega un papel crucial, atrayendo a los consumidores y persuadiendo la compra. La practicidad es clave, por lo que los envases convenientes para llevar a todas partes son los preferidos. Los cosméticos naturales, no tóxicos y orgánicos también están en auge, impulsando el mercado. La demanda por productos sin pruebas en animales y con envases ecológicos va en aumento, impulsando la innovación en la industria (Mordor Intelligence, 2023).

### 1.1.1. Descripción del comportamiento de mercado de alimentos

Suiza es uno de los mayores importadores de alimentos per cápita del mundo. No obstante, hay muchos nichos por cubrir, y dentro del sector de la alimentación y las bebidas hay muchos mercados en crecimiento, como el segmento de la comida étnica, las especialidades regionales y de alta calidad, la comida precocinada, el marisco y las bebidas alcohólicas, entre otros. (Open to Export, n.d.)

El mercado suizo ofrece excelentes oportunidades a los productores y comerciantes de alimentos de calidad, es un país con una industria alimentaria dinámica y con unos consumidores exigentes donde la fabricación de productos de confitería, así como de productos de cacao y chocolate, se encuentran entre los segmentos más importantes de esta industria, la cual se estimó en el año 2022 en \$ 52.300 millones de francos suizos (Lexology, n.d.).

El mercado incluye 3.681 empresas activas, las mayores empresas suizas del sector alimentario son Nestlé (\$94,42 mil millones de francos suizos), Lindt & Sprüngli (\$4,97 mil millones de francos suizos) y el grupo de panaderías congeladas y precocinadas Aryzta (\$1,76 mil millones de francos suizos). Por otro lado, los hogares suizos gastan en promedio \$7.680 francos al año en alimentos, con un aumento en la compra de productos orgánicos (11.2% del mercado). (Lexology, n.d.)

La pandemia impactó los hábitos de consumo, aumentando la demanda de productos como pan, lácteos y azúcar en el año 2020. En general, los precios de alimentos y bebidas no alcohólicas son altos en Suiza, siendo un 54% más caros que la media europea. En 2022, los hogares destinaron la mayor parte de su presupuesto a productos cárnicos (23%), leche y queso (16%), cereales (16%), vegetales y patatas (13%) y frutas (10%). (Lexology, n.d.)

### 1.1.2. Descripción del comportamiento de mercado de cosméticos

Suiza es uno de los mayores mercados de productos cosméticos debido a la conciencia de los consumidores sobre su apariencia. La generación de este milenio utiliza cada vez más cosméticos como las bases de maquillaje, coloración, pintalabios y sombras de ojos como parte de su rutina de aseo personal (Mordor Intelligence, 2023).

Por otro lado, el diseño del empaque de los productos cosméticos se considera una herramienta de marca en la industria cosmética, que atrae a los consumidores y los convence para comprar el producto. Como los cosméticos se han convertido en una parte integral de la vida de las personas, los consumidores del país prefieren utilizar productos cosméticos en empaques con diseños cómodos para llevar a todas partes. En consecuencia, los principales actores del mercado ofrecen variedad de productos para atraer a una amplia gama de consumidores (Mordor Intelligence, 2023).

Además, la aparición de cosméticos con algunos atributos como, por ejemplo, con componentes naturales, no tóxicos y orgánicos también ha contribuido a la expansión del mercado. De esta manera se espera que la creciente demanda de productos cosméticos naturales, ecológicos, sin pruebas en animales ni crueldad, así como los diseños de empaques innovadores y respetuosos con el medio

ambiente impulsen aún más el mercado de los cosméticos en Suiza. Así mismo, para seguir desarrollando esta industria los fabricantes están colaborando con otros actores del país para ampliar su portafolio en la categoría de cosmética natural. (Mordor Intelligence, 2023)

La industria de cosméticos en Suiza ha experimentado un gran crecimiento en los últimos años. Con una reputación de calidad y precisión, la industria cosmética suiza ha ganado popularidad tanto a nivel local como internacional. El mercado ofrece una amplia gama de productos, incluyendo cuidado de la piel, cuidado del cabello, fragancias y maquillaje, así mismos productos dirigidos para las diversas preferencias de los consumidores (MWR, 2023). La industria de cosmética de Suiza es bien conocida a nivel mundial por su innovación, investigación y desarrollo, la cual ha contribuido a la creación de productos de belleza de alta calidad, efectivos y de lujo.

Respecto a los productos de belleza y cuidado personal en Suiza, estos experimentaron un crecimiento moderado del mercado en 2022, esto debido a un mayor número de consumidores que reanudaron sus estilos de vida y comportamientos de compra habituales, por lo que retomaron el trabajar, pasar más tiempo fuera de casa, y también realizar más actividades físicas. Lo anterior, impulsó la demanda de productos para la protección solar, mientras que practicar una actividad física e ir al gimnasio aumentó el interés por los desodorantes (Euromonitor, 2023). Así mismo, pasar tiempo con los compañeros del trabajo y asistir a los eventos sociales impulsó la demanda también de desodorantes, productos para el cuidado del cabello, depilatorios, fragancias y cosméticos de color. Adicionalmente, el impacto del COVID-19 en cuanto al aislamiento social, muchas personas siguieron pasando más tiempo en sus casas gracias a la adopción de modalidades de trabajo híbridas la cual repercutió positivamente en algunas categorías, como la de productos para baño y ducha.

Finalmente, la recuperación del mercado ha sido más lenta que en otros mercados, en parte debido a que el mercado suizo sufrió menos durante la pandemia porque hubo un cierre suave. Además, se ha producido un crecimiento del mercado transfronterizo, ya que la revalorización del franco suizo frente al euro ha beneficiado a los consumidores suizos que desean hacer turismo de compras (Euromonitor, 2023).

## 1.2. Tamaño y la estructura del mercado actual de la industria de alimentos y cosméticos en Suiza

### 1.2.1. Tamaño y la estructura del mercado actual de la industria de alimentos en Suiza

#### *Servicios de alimentación*

El tamaño del mercado de servicios de alimentos de Suiza se estima en \$16,60 mil millones de dólares en 2024 y se espera que alcance los \$24,77 mil millones de dólares en el año 2029, creciendo a una tasa compuesta anual (CAGR) del 8,34% durante el período 2024-2029 (Mordor Intelligence, n.d.). El segmento de mayor tamaño en la industria de servicios de alimentos en 2023 lo conforman los restaurantes de servicio rápido, con una participación del 36,12% del valor total del mercado.

Las cocinas a base de carne y las hamburguesas son las opciones más populares dentro de este segmento, dominando con más del 68,92% del valor total del mercado en el año 2022 (Mordor Intelligence, n.d.). Esto se debe en gran parte al creciente consumo de carne entre la población. El crecimiento del segmento de restaurantes de servicio rápido se puede atribuir a varios factores, como la conveniencia, el precio y la variedad de opciones que ofrecen. Por otro lado, el aumento del consumo de carne puede estar relacionado con factores como el crecimiento de la población, el aumento de los ingresos y la urbanización.

### *Industria de alimentación*

El mercado alimentario abarca todos los productos comestibles que se compran y consumen con fines nutritivos. El mercado incluye tanto alimentos frescos como procesados (Statista, 2024b). Se espera que las ventas de alimentos en Suiza alcancen los \$35.000 millones de euros en el año 2026, con un crecimiento interanual del 1,4%. Suiza fue el noveno mercado más grande en 2021, con alrededor de \$31 900 millones de euros en ventas. Francia, Italia y España fueron los tres países siguientes en esta clasificación. Se espera que la producción alimentaria de Suiza alcance los \$8.040 millones de dólares en el 2026, con un crecimiento medio anual del 0,1%. Desde 1966, la oferta suiza ha aumentado un 0,3% interanual; ocupando en el 2021 el puesto 60 en el ranking mundial. (ReportLinker, n.d.)

El mercado alimentario suizo consta de 13 segmentos diferentes: El segmento de Productos Lácteos y Huevos abarca los productos de origen animal, como la leche, los huevos y los productos elaborados con leche de mamífero, y los productos de origen no animal, como los sucedáneos de la leche. Este segmento se divide en seis subsegmentos que incluyen leche, sustitutos de la leche, yogur, queso, huevos y otros productos lácteos y huevos (Statista, 2024b). Por otro lado, el segmento de la carne abarca los productos de origen animal, como el cerdo, las aves de corral y los productos cárnicos no procedentes de animales, como los sustitutos de la carne. El segmento de pescado y marisco abarca los productos elaborados a partir de pescado y marisco. Este segmento se divide en tres subsegmentos: pescado fresco, marisco fresco y pescado y marisco procesados.

El segmento de frutas y frutos secos abarca las frutas comestibles y los frutos secos. Este segmento se divide en tres subsegmentos: frutas frescas, frutas procesadas y congeladas, y frutos secos. El segmento de Hortalizas abarca las plantas comestibles. Este segmento se divide en dos subsegmentos: verduras frescas y verduras procesadas y congeladas.

El segmento de productos de panadería y cereales abarca los productos de panadería elaborados con masa. Este segmento también abarca los productos elaborados a partir de cereales que suelen utilizarse como parte de una comida principal. Este segmento se divide en cinco subsegmentos: pan, pasta, arroz, cereales de desayuno y otros productos a base de cereales. (Statista, 2024b)

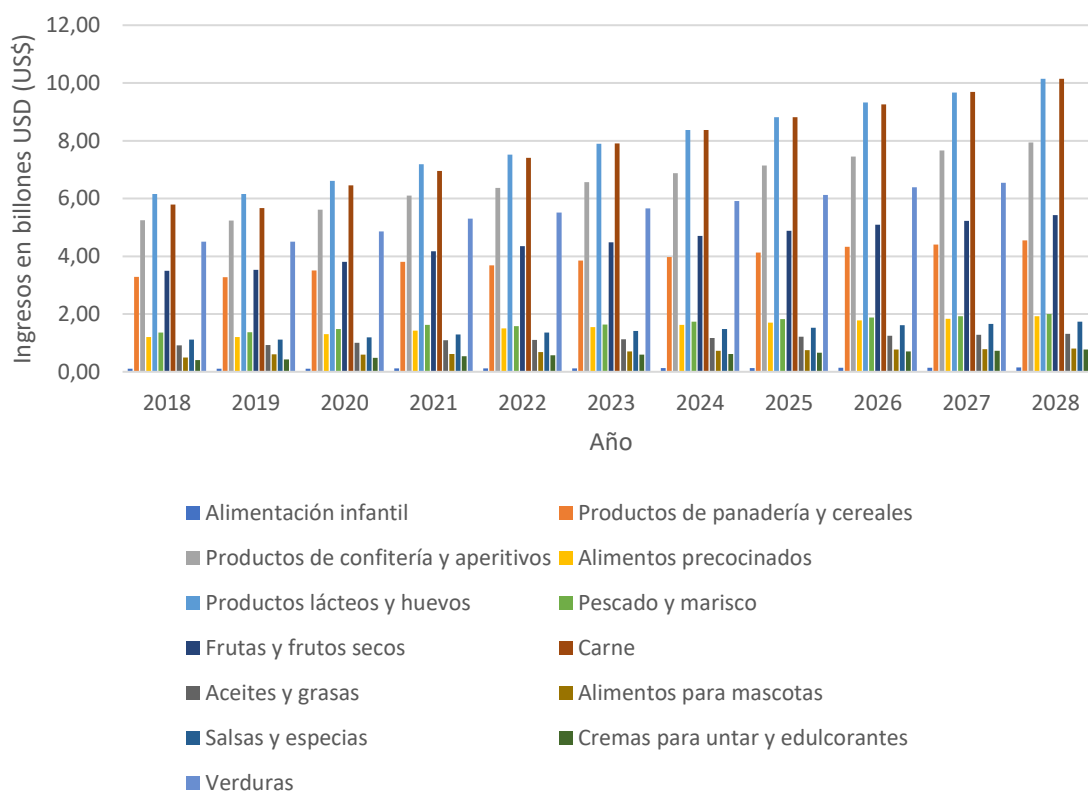
El segmento de Aceites y Grasas abarca tanto los aceites comestibles como las grasas de origen animal y vegetal. Este segmento se divide en cuatro subsegmentos: mantequilla, margarina, aceites comestibles y otros aceites y grasas. Por otro lado, el segmento de salsas y especias abarca ingredientes adicionales utilizados durante el proceso de preparación de alimentos y se divide en tres subsegmentos: salsa de tomate, otras salsas y especias y hierbas culinarias. (Statista, 2024b)

El segmento de alimentos preparados abarca los alimentos preparados y las comidas que requieren poco esfuerzo de preparación. Este segmento se divide en dos subsegmentos: sopas y platos

preparados. Este segmento se divide en dos subsegmentos, untables y edulcorantes. El segmento de productos de confitería y aperitivos abarca alimentos dulces, salados y salados. Este segmento se divide en dos subsegmentos, confitería y snacks. El segmento de alimentos infantiles abarca los alimentos destinados exclusivamente al consumo de bebés y niños pequeños.

La Figura 1 presenta el comportamiento del mercado de acuerdo con los ingresos, para la industria de alimentos para las 13 categorías anteriormente mencionadas desde el año 2018 y con una proyección hasta el año 2028. El mercado de alimentos a nivel general se valoró en \$34,09 billones de dólares en el 2018 y se espera un crecimiento incremental para los siguientes 10 años, alcanzando en el 2028 alrededor de \$53,66 billones de dólares. Se puede observar que los segmentos más grandes de esta industria son Productos lácteos y huevos con unos ingresos de \$6,16 billones de dólares en el 2018, seguido de “carne” con \$5,79 billones y en tercer lugar se encuentran los Productos de confitería y aperitivos con \$5,25 billones. Es de anotar que para estos 3 mercados se espera un crecimiento hacia el año 2028.

Figura 1 Tamaño de mercado de alimentos y expectativa de crecimiento en Suiza de 2018 a 2028 según ingresos



Fuente: (Statista, 2024b)

### 1.2.2. Tamaño y la estructura del mercado actual de la industria de cosméticos en Suiza

Para el mercado de cosméticos en Suiza se espera que crezca a un ritmo constante en los próximos años, alcanzando los \$405 millones de dólares en 2028, esto debido a que los suizos se preocupan por su apariencia y cada vez más personas, especialmente la generación millennial integra el uso de cosméticos en su rutina diaria. Desde bases y rubores hasta lápices labiales y sombras de ojos, la belleza se ha convertido en una parte importante de la vida en Suiza. Pero no solo se trata de verse bien, los consumidores suizos también son conscientes de la importancia de la salud y buscan productos naturales, no tóxicos, orgánicos y con empaques que sean prácticos para llevar a todas partes. (Research and Markets, 2023)

Se observa una tendencia hacia los productos naturales y orgánicos, así como hacia productos de coloración y peinado del cabello libres de químicos. La demanda de productos cosméticos en Suiza sigue siendo alta, lo que significa que este mercado juega un papel importante en el panorama europeo de la cosmética.

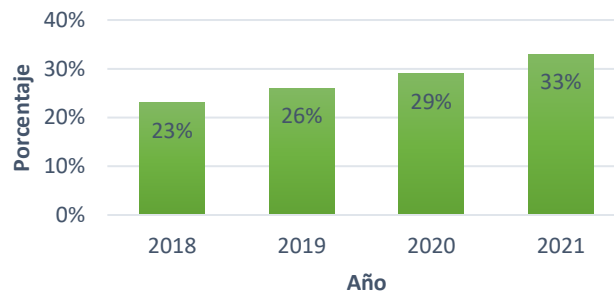
Se espera que el tamaño del mercado de cosméticos en Suiza aumente de USD \$357,32 millones de dólares en el año 2023 a \$405,26 millones de dólares en el año 2028, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 2,55% durante el periodo 2023 a 2028. (Lexology, n.d.)

Muchas marcas de belleza y cuidado personal aumentaron sus precios en el año 2022, tanto en el segmento de gran consumo como en el premium. Este aumento se debió principalmente al incremento del costo de las materias primas, el cartón, la energía y el transporte. Además, se prevé que los precios unitarios sigan subiendo.

El mercado de cosméticos en Suiza ha experimentado altibajos en los últimos años, sin embargo, se presenta ligero repunte para el año 2022 de \$2.060 millones de francos suizos. Aunque hay empresas locales como Mibelle AG, el mercado está dominado principalmente por firmas extranjeras como L'Oréal SA. Los productos para el cuidado facial son los más vendidos, con un 18.7% del total, seguidos por las fragancias (17.1%) y la cosmética corporal (15.1%). (Lexology, n.d.)

A continuación, se presenta en la Figura 2, la tasa de crecimiento del tamaño de mercado de cosméticos naturales en Suiza, entre el año 2018 y 2021, en dónde se puede observar que la tasa tuvo una tendencia al alza.

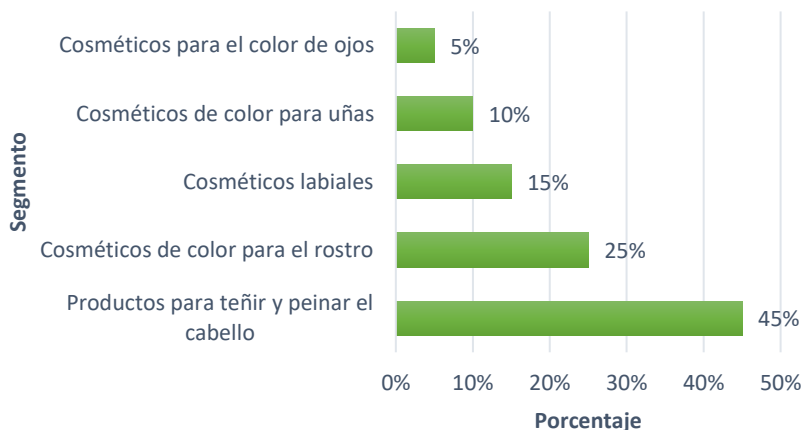
Figura 2 Tasa de crecimiento del mercado de cosméticos naturales en Suiza de 2018 a 2021



Fuente: (Mordor Intelligence, 2023)

La Figura 3 presenta el porcentaje de segmentación del mercado de cosméticos en Suiza según el tipo de producto para el año 2021, en dónde se puede observar que los dos principales segmentos corresponden a los productos para teñir y peinar el cabello con el 45% del mercado y los cosméticos de color para el rostro con el 25%.

Figura 3 Segmentación del mercado de cosméticos en Suiza, de acuerdo con el tipo producto, 2021



Fuente: (Mordor Intelligence, 2023)

El mercado de cosméticos en Suiza es muy competitivo, esto debido a la presencia de operadores nacionales e internacionales en esta industria. El mercado suizo de la cosmética está fuertemente dominado por operadores extranjeros como L'Oreal Group, Avon Products Inc, Estée Lauder Companies Inc, Shiseido Co. Ltd, Dior, Yves Rocher International y Oriflame Holding AG (Mordor Intelligence, 2023). Los principales actores se centran sobre todo en el desarrollo y la innovación de productos para satisfacer las necesidades de los consumidores, ofreciendo productos de alta calidad para mantener el estado de productos premium. Algunos de los principales actores utilizan las fusiones y adquisiciones como estrategia clave para mantener y asegurar una posición de liderazgo en esta industria y mantener el dominio sobre otros actores. A continuación, en la

Tabla 1 se presentan los 5 principales líderes del mercado cosmético suizo.

Tabla 1 Líderes del mercado cosmético suizo

Empresa	Sede central	Adquisiciones	Inversiones	Empleados	Industria
<a href="#">L'Oréal S.A.</a> L'ORÉAL	Francia	34	11	94,605	Bienes de consumo empacados
<a href="#">Shiseido Co. Ltd</a> 	Japón	Sin información	Sin información	33,414	Bienes de consumo empacados
<a href="#">Estée Lauder Inc.</a>	India	Sin información	1	+10,001	Productos de limpieza,

Empresa	Sede central	Adquisiciones	Inversiones	Empleados	Industria
					perfumes y artículos de tocador
	Suecia	Sin información	Adquirida por IK Partners	5,001 a 10,000	Productos personales
	Reino Unido	46	2	128,000	Productos personales

Fuente: Elaboración propia con base en (Crunchbase, n.d.; GlobalData, n.d.; Mordor Intelligence, 2023)

### *Mercado cuidado personal y belleza, cosméticos*

La cosmética abarca los cosméticos decorativos utilizados para embellecer y mejorar la apariencia. El segmento incluye para la cara, labios, ojos, uñas y cosméticos naturales. El mercado de cosméticos incluye productos como maquillaje, barras de labios, rímel y esmaltes de uñas y, se excluyen los productos aplicados a la piel para su limpieza y cuidado. (Statista, 2024a)

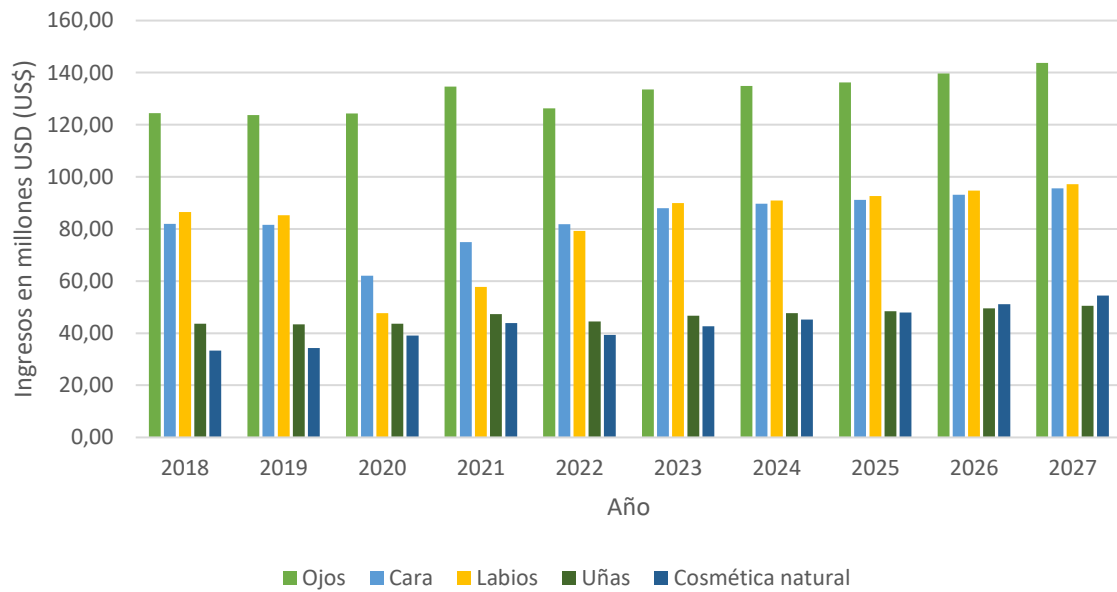
El mercado de cuidado personal, belleza y cosméticos en Suiza comprende de 5 segmentos diferentes:

Los cosméticos faciales cubren los cosméticos decorativos que sirven principalmente como productos de belleza para el rostro, incluyendo bases de maquillaje, correctores, polvos faciales, cremas, etc. Los cosméticos para los labios cubren los cosméticos decorativos que sirven como productos de belleza para los labios, como barras de labios, perfiladores y brillos de labios. Por otro lado, los cosméticos para los ojos abarcan productos de belleza para los ojos, como máscara de pestañas, delineador de ojos, sombra de ojos y maquillaje para cejas. La cosmética para las Uñas abarca productos de belleza para las uñas, como esmaltes, entre otros. La Cosmética Natural abarca los productos de belleza para la cara, los ojos y las uñas elaborados total o parcialmente con ingredientes naturales y que contienen cantidades mínimas o muy bajas de sustancias químicas sintéticas. (Statista, 2024a)

La Figura 4 presenta el comportamiento del mercado de acuerdo con los ingresos, para la industria de cosméticos para las 5 categorías anteriormente mencionadas desde el año 2018 y con una proyección hasta el año 2028. El mercado de cosméticos a nivel general se valoró en \$369,9 millones de dólares en el 2018 y se espera un crecimiento incremental para los siguientes 10 años, alcanzando en el 2018 alrededor de \$447,6 millones de dólares.

Se puede observar que los segmentos más grandes de esta industria son “ojos” con unos ingresos de \$124,50 millones de dólares en el 2018, seguido de “Labios” con \$86,45 millones y en tercer lugar se encuentra “Cara” con \$82 millones. Es de anotar que para estos 3 mercados se espera un crecimiento hacia el año 2028.

Figura 4 Tamaño de mercado de alimentos y expectativa de crecimiento en Suiza de 2018 a 2028 según ingresos



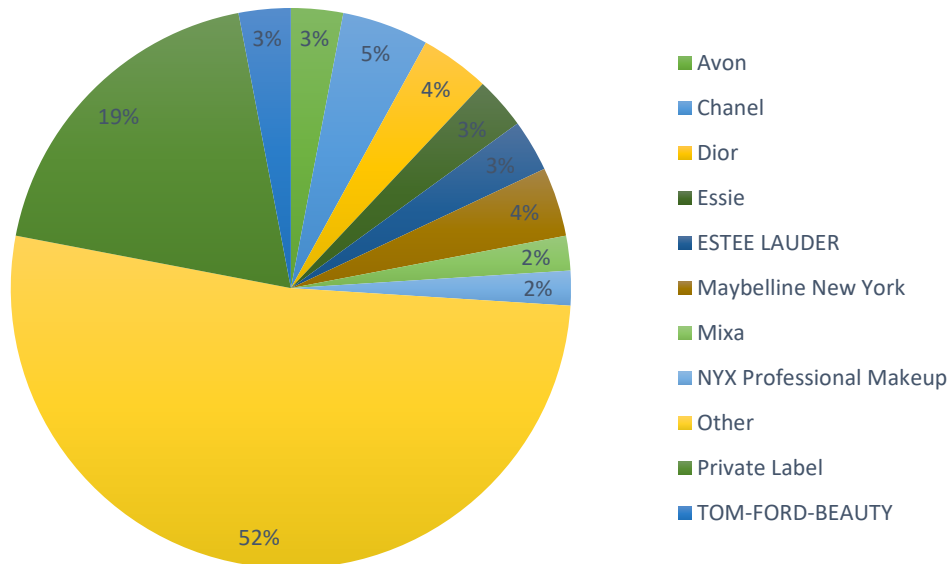
Fuente: (Statista, 2024a)

### Líderes del mercado de cuidado personal y belleza (cosméticos)

Los líderes del mercado de cuidado personal y belleza (cosméticos) en el año 2022 de acuerdo con el porcentaje de participación de la marca en el mercado se presentan en la

Figura 5.

Figura 5 Líderes en Suiza de acuerdo con la participación en el mercado



Fuente: (Statista, 2024a)

### 1.3. Descripción de la cadena

#### 1.3.1. Descripción de la cadena de alimentos

#### *Ecosistema de la tecnología alimentaria en Suiza*

En la Figura 6 se presenta el ecosistema de la tecnología alimentaria (FoodTech) en Suiza clasificado según el tipo de actor:

*Figura 6 Ecosistema de la tecnología alimentaria en Suiza*

Tipo de actor	Organizaciones
<p><b>Organizaciones gubernamentales</b> Iniciativas gubernamentales suizas, instituciones, agencias a nivel nacional o cantonal</p>	
<p><b>Corporaciones</b> Empresas líderes en alimentación y nutrición (suizas o con sede en Suiza) que impulsan el crecimiento de la innovación en el panorama suizo de la alimentación y la nutrición</p>	

Tipo de actor	Organizaciones
<p style="text-align: center;"><b>Inversores</b></p> <p>Entidades o particulares que invierten en nuevas empresas del sector suizo de la alimentación y la nutrición</p>	
<p style="text-align: center;"><b>Academia</b></p> <p>Universidades o escuelas que ofrezcan programas y laboratorios de alimentación y nutrición (educación, investigación, experimentación, etc.)</p>	
<p style="text-align: center;"><b>Incubadoras y aceleradoras</b></p> <p>Organizaciones que fomentan la creación, el desarrollo y la puesta en práctica de ideas o que ayudan a las empresas de nueva creación en sus fases iniciales para ayudar a los empresarios a hacer crecer su negocio</p>	

Tipo de actor	Organizaciones
<p><b>Asociaciones alimentarias</b> Organizaciones sin ánimo de lucro (ONL) u organizaciones no gubernamentales (ONG) -según la definición del código civil suizo-</p>	
<p><b>Centros de investigación</b> Institutos suizos relacionados con la alimentación (universidades, organismos gubernamentales) que se ocupan de la ciencia y la educación centradas en el estudio de la alimentación y la nutrición, así como de los envases sostenibles</p>	
<p><b>Otras organizaciones</b> Organizadores de eventos, premios, redes, blogs, festivales, cumbres, productores de medios de comunicación, organizaciones mundiales, foros, etc.</p>	

Fuente: (Accenture, 2021)

### 1.3.2. Descripción de la cadena de cosméticos

En la Figura 7 se presentan algunos actores del ecosistema de la cadena de cosméticos (FoodTech) en Suiza:

Figura 7 Ecosistema de la cadena de cosméticos en Suiza

Tipo de actor	Algunas organizaciones
<b>Fabricantes</b>	
<b>Asociaciones</b>	
<b>Marcas</b>	
<b>Marcas innovadoras</b>	



Fuente: (Accenture, 2021)

## 1.4. Tendencias de consumo en Suiza

### 1.4.1. Tendencias de consumo de alimentos en Suiza

Los consumidores suizos gastan una cantidad considerable en alimentos y bebidas, con un fuerte enfoque en productos frescos y de alta calidad. La pandemia ha impulsado este consumo, con un aumento en la demanda de productos como pan, lácteos y azúcar. A pesar de los altos precios en comparación con el resto de los países europeos, los hogares suizos destinan una parte importante de su presupuesto a la alimentación; priorizando principalmente los productos cárnicos, lácteos, cereales, vegetales y frutas (Lexology, n.d.).

Las tendencias emergentes también son notables. El auge de los productos orgánicos refleja la creciente conciencia por la salud y el medio ambiente. Las empresas suizas líderes en la industria, como Nestlé, Lindt & Sprüngli y Aryzta, se adaptan a estas tendencias, ofreciendo productos innovadores y de alta calidad. (Lexology, n.d.)

Las importaciones totales de alimentos en Suiza ascendieron a \$10.500 millones de francos suizos en el año 2012. La mayoría de los alimentos y bebidas importados proceden de Alemania, Francia e Italia. (Open to Export, n.d.)

## **Servicios de alimentación**

*Crecimiento de los restaurantes de servicio completo (FSR) en Suiza, liderados por la alta cocina:*

El sector de la restauración en Suiza está dominado principalmente por cafés y bares, seguido de restaurantes de servicio rápido y de servicio completo. Se espera que el crecimiento futuro de la industria esté liderado por la categoría de restaurantes de alta cocina, sobre todo porque los viajes internacionales han vuelto a los niveles anteriores a la pandemia y ahora se producen más viajes de negocios en todo el país. Otro factor que impulsa esta tendencia es por el aumento de la renta disponible. (Mordor Intelligence, n.d.)

*Los restaurantes de servicio completo (FSR) suizos se adaptan al aumento de los precios, la nueva competencia y el cambio de preferencias de los consumidores:*

En Suiza, los restaurantes de servicio completo (FSR) tuvieron el mayor valor medio de pedido en 2022, con un precio de \$33,84 USD. Los establecimientos de FSR están implementando nuevas tecnologías y servicios para seguir siendo competitivos en un mercado en el que los clientes valoran cada vez más la comodidad. Por otro lado, los pagos móviles, los pedidos por Internet y la entrega a domicilio son cada vez más frecuentes en esta industria. Con el creciente número de opciones gastronómicas a disposición de los consumidores, incluidas las comidas empacadas en restaurantes, los precios se han convertido en una preocupación fundamental. (Mordor Intelligence, n.d.)

### 1.4.2. Tendencias de consumo de cosméticos en Suiza

*Creciente demanda de productos de belleza naturales y orgánicos*

Los consumidores suizos buscan cada vez más productos de belleza sostenibles, naturales y orgánicos, ya que estos tienen antioxidantes que ayudan a reducir el daño oxidativo de la piel. Esta tendencia, impulsada por un estilo de vida más saludable y la preferencia por ingredientes que no dañen la piel, está impulsando el crecimiento del mercado de cosméticos orgánicos en este país. (Mordor Intelligence, 2023)

Esta tendencia hace especial atención a los ingredientes limpios y de origen natural, con empaques limitados o al menos ecológicos y formatos más respetuosos con el medio ambiente (Euromonitor, 2023). La creciente tendencia de los productos cosméticos orgánicos en todo el país y su efecto positivo sobre la piel apoya la inclinación de los consumidores hacia los productos naturales frente a los cosméticos de base química está impulsando aún más la venta de este tipo de productos. (Mordor Intelligence, 2023)

Los suizos eligen marcas que se basan en formulaciones naturales y seguras, y aprecian los beneficios de los antioxidantes presentes en estos productos. La creciente popularidad de las tiendas especializadas en cosmética orgánica, como Green Lane, que ofrece cremas y productos capilares 100% naturales, veganos y libres de parabenos, refleja esta tendencia creciente.

## *Crecimiento del sector de la coloración y el peinado*

La creciente tendencia a teñir y estilizar el cabello impulsa considerablemente el mercado. Las empresas líderes en el mercado están adoptando diversas estrategias para atraer a un mayor número de consumidores y ofreciendo una amplia gama de productos para satisfacer la demanda. Adicionalmente, el envejecimiento de la población de este país también está impulsando la demanda de productos de coloración sin productos químicos, ya que buscan productos para teñir el cabello que no sean peligrosos. Por ejemplo, Khadi Natural Hair Colour ofrece diferentes tonos de tintes, como rubio, castaño y negro, formulados con ingredientes herbales para teñir y fortalecer el cabello. (Mordor Intelligence, 2023)

Finalmente, los consumidores jóvenes tienen cada vez más interés en productos de peinado, como geles, ceras y cremas para el cabello, entre otros. En consecuencia, los fabricantes se centran en ofrecer soluciones de peinado para cabellos rizados, encrespados, delgados y de otros tipos (Mordor Intelligence, 2023). Por tanto, el desarrollo de diferentes productos de peluquería, unido a la creciente sensibilización en belleza está impulsando la demanda de productos de peluquería en el mercado.

### 1.5. Drivers de crecimiento del mercado

#### 1.5.1. Drivers del mercado de alimentos

#### **Servicios de alimentación**

- ✓ El crecimiento del mercado de servicios de alimentación en línea
- ✓ Aumento de la población inmigrante en el país

#### 1.5.2. Drivers del mercado de cosméticos

Los drivers del mercado de acuerdo con (MWR, 2023) que impulsan la industria de cosméticos en Suiza son:

- ✓ **Aumento de la renta familiar neta:** El aumento de la renta disponible de los consumidores suizos ha propiciado un mayor gasto en cosméticos y productos de cuidado personal. Los consumidores están dispuestos a invertir en productos de alta calidad para mejorar su aspecto y su bienestar.
- ✓ **Cambios en el estilo de vida de los consumidores:** La evolución de los estilos de vida de los consumidores en Suiza ha impulsado la demanda de cosméticos. El deseo de expresarse, la influencia de las redes sociales y la necesidad de mantener un aspecto juvenil han contribuido al crecimiento del mercado de los cosméticos.

- ✓ **Envejecimiento creciente de la población:** Suiza cuenta con una población cada vez más envejecida, lo que representa un aumento de la demanda de productos anti-envejecimiento y para el cuidado de la piel. Los consumidores de más edad se centran más en mantener una piel sana y joven, lo que impulsa la demanda de productos especializados.
- ✓ **Avances tecnológicos:** Los avances tecnológicos en la industria cosmética han permitido desarrollar productos innovadores con mayor eficacia y rendimiento. Los dispositivos avanzados para el cuidado de la piel, las herramientas inteligentes de belleza y las fórmulas personalizadas están ganando popularidad entre los consumidores suizos.
- ✓ **Mayor concienciación sobre la salud y el bienestar:** Los consumidores suizos se preocupan cada vez más por su bienestar general y optan por cosméticos y productos de cuidado personal que ofrecen beneficios para la salud. La demanda de productos de belleza naturales, ecológicos y limpios va en aumento.

## 1.6. Acuerdos comerciales vigentes entre Colombia y Suiza

### ***Tratado de libre comercio con el Estados AELC (EFTA)***

Colombia ha firmado un tratado de libre comercio con los Estados AELC (EFTA), grupo económico europeo compuesto por Suiza, Liechtenstein, Noruega e Islandia. El tratado tuvo lugar en el año 2006 y entró vigor en el 2011, luego de ser aprobado en Colombia el 7 de enero de 2010 mediante la ley 1372 (Embajada de Colombia en Suiza, n.d.). Si bien la negociación se desarrolló en conjunto con los cuatro Estados miembros de la AELC (Suiza, Liechtenstein, Noruega e Islandia), la puesta en marcha del Acuerdo exigía la ratificación por parte del Parlamento de cada país. Por lo que, para el caso de Suiza, este país ratificó el tratado el 29 de octubre 2009. (Ministerio de Comercio, n.d.)

El Acuerdo de Libre Comercio con los países de la AELC incluye compromisos de las Partes de desmantelamiento de sus respectivos aranceles, reglas de origen, disciplinas para facilitar el comercio de mercancías, acuerdos sobre eliminación de obstáculos al comercio y para estimular el comercio de servicios y la inversión, entre otros temas (Ministerio de Comercio, n.d.). El Acuerdo se recoge en 13 capítulos y 20 anexos, un intercambio de Cartas en materia de suministro de servicios de Administración de Fondos de Pensiones y un Memorando de Entendimiento en Servicios. Lo complementan los 3 AAC firmados de manera bilateral con Suiza, Noruega e Islandia.

Este acuerdo está complementado por instrumentos bilaterales suscritos entre Colombia y la Confederación Suiza para dinamizar la implementación del TLC, tales como el Convenio para evitar la Doble Imposición en materia de Impuestos sobre la Renta y el Patrimonio, el Convenio sobre la promoción y protección recíproca de inversiones y el Acuerdo entre la República de Colombia y la Confederación Suiza relativo a los Servicios Aéreos Regulares para facilitar y promover la conectividad aérea entre ambos países. (Embajada de Colombia en Suiza, n.d.)

En los últimos años el comercio bilateral entre Suiza y Colombia ha sido beneficioso para ambos países. Especialmente favorable ha sido la situación para Colombia a partir del año 2006, cuando cambió la tendencia de la balanza comercial, pues pasó de déficit permanente a superávit creciente. Entre el 2003 y 2005, el comercio global colombo suizo bordeaba los US\$300 millones de dólares, en 2006 llegó a US\$807 millones y en 2009 superó la barrera de los mil millones de dólares. En 2010 el comercio global fue de US\$1.412 millones, monto inferior en US\$148 millones de dólares, al valor registrado en 2009 (Ministerio de Comercio, n.d.).

## 2. Mercado suizo de ingredientes naturales para cosméticos

### 2.1. Descripción del mercado de ingredientes en Suiza

Suiza, con sus paisajes alpinos y su rica flora, es un escenario ideal para la industria cosmética. El país alberga una gran variedad de plantas alpinas con valiosos ingredientes activos que son apreciados por su alta calidad y propiedades beneficiosas. Además, cuentan con reputación de calidad, la etiqueta "Hecho en Suiza" es sinónimo de investigación, innovación y experiencia médica. Se asocia con productos de alta calidad, confiables y respetuosos con las tradiciones. El crecimiento de la cosmética natural muestra que existe en una demanda creciente de productos naturales, orgánicos y sin pruebas en animales. Las empresas suizas están innovando en este campo para ofrecer productos que satisfagan las necesidades de los consumidores (GGBa, 2024).

La investigación y desarrollo tiene gran reputación en Suiza, ya que cuentan con diferentes instituciones que apoyan a la industria, como por ejemplo, el centro de competencia PhytoArk, la cual ofrece a las empresas del sector cosmético acceso a una plataforma de extracción y a un ecosistema de innovación. Además, el cantón del Valais alberga marcas de cosmética suizas innovadoras tales como Zizania Biobotanica, Belle Luce y Pharmalp que utilizan ingredientes naturales de alta calidad en sus productos. (GGBa, 2024)

Suiza se destaca como uno de los principales mercados de productos cosméticos a nivel mundial. La preocupación por la apariencia, especialmente entre los millennials, impulsa este crecimiento. Los jóvenes integran cada vez más productos como bases, rubores, labiales y sombras de ojos en su rutina diaria de cuidado personal.

El diseño de los empaques juega un rol fundamental como herramienta de marca, ya que atrae a los consumidores y los persuade a comprar el producto. Por otro lado, los consumidores buscan productos en empaques convenientes para llevarlos consigo a dondequiera que vayan. Los principales actores del mercado lo entienden y ofrecen soluciones en este sentido para ampliar su base de clientes. (Research and Markets, 2023)

Se espera que el mercado de la cosmética natural alcance los \$45,21 millones de dólares en el 2024, con un crecimiento anual del 5,68% hasta 2028. Esto coloca a Suiza a la vanguardia de la tendencia global hacia productos de belleza más saludables, sostenibles y responsables (Statista, 2024a). La reputación de precisión y calidad de Suiza juega un papel importante. Los consumidores saben que pueden esperar productos excepcionales de este país, elaborados con los mejores ingredientes naturales y los más altos estándares de producción.

En comparación con el panorama global, China domina el mercado con ingresos de \$3.102 millones de dólares en 2024. Sin embargo, en términos per cápita, Suiza se destaca con \$5,11 dólares por persona, lo que demuestra el fuerte compromiso del país con la belleza natural (Statista, 2024a). El mercado está segmentado en: maquillaje con ingredientes naturales para rostro, ojos y labios; esmaltes de uñas con ingredientes naturales y cosméticos certificados como naturales.

## 2.2. Exportaciones e importaciones de ingredientes naturales para cosmética de empresas suizas

### 2.2.1. Exportaciones

Miles de ingredientes para cosméticos se consideran naturales en Europa, según los registros de la base de datos de la Comisión Europea para información sobre sustancias e ingredientes cosméticos (European Commission, n.d.). Estos ingredientes naturales para cosméticos pueden clasificarse en tres grandes grupos generales (CBI, 2024c): grasas y aceites vegetales; aceites esenciales; otros extractos y derivados de plantas (productos botánicos). La Tabla 2 presenta la descripción de los ingredientes naturales para cosmética de acuerdo con las categorías anteriormente mencionadas

Tabla 2 Descripción de los ingredientes naturales para cosméticos por categoría

Productos	Clasificación según Códigos del Sistema Armonizado (los más comunes en cosmética)	Descripción
<b>Aceites vegetales</b>	1509, 1512, 1513, 1515	Los aceites vegetales proceden principalmente de frutos secos, semillas y frutas que se han extraído mediante una prensa de aceite
<b>Aceites esenciales</b>	3301	Los aceites esenciales se extraen de las plantas por destilación al vapor.
<b>Extractos botánicos</b>	1102, 1106, 1302	Los extractos botánicos se obtienen del procesamiento de plantas, hierbas o especias utilizando un disolvente. Generalmente, los componentes originales de la planta no se modifican, aunque los extractos botánicos tienen mayores concentraciones de activos.

Fuente: (CBI, 2024c)

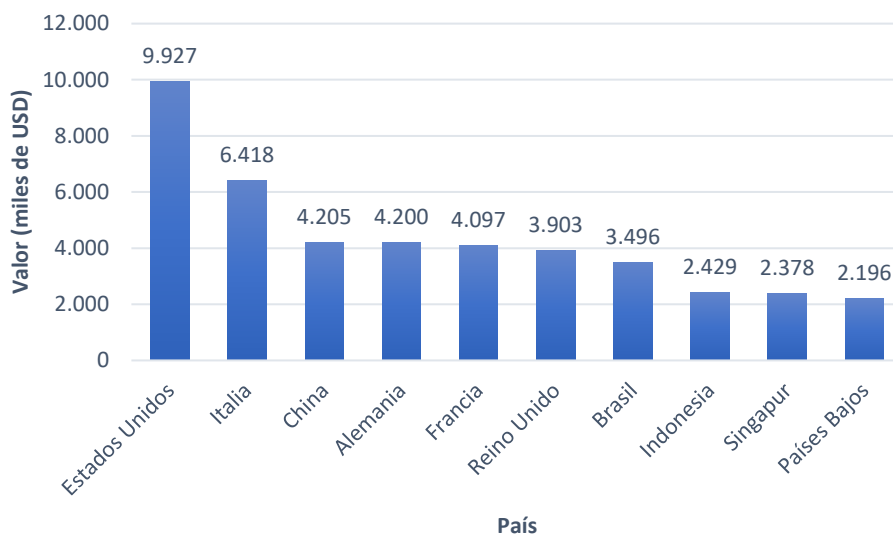
El análisis de exportaciones se realizó para la categoría de aceites esenciales correspondiente al código arancelario 3301: “aceites esenciales, destemperados o no, incl. los "concretos" o "absolutos"; resinoides; oleorresinas de extracción; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias símil., obtenidas por enflorado o maceración; subproductos terpénicos residuales de la destemperación de los aceites esenciales; destilados acuosos aromáticos y disoluciones acuosas de aceites esenciales”. (Trade Map, n.d.)

Suiza es un pequeño exportador de aceites esenciales a nivel mundial, su participación en el mercado global es relativamente baja (1,1%). Los principales mercados de exportación para los aceites esenciales suizos se encuentran a una distancia considerable. La distancia media a los países

importadores es de 4.634 km. Adicionalmente, las exportaciones de aceites esenciales de Suiza están relativamente concentradas. Esto significa que un pequeño número de países importan la mayor parte de los aceites esenciales suizos como se puede evidenciar en la Figura 9.

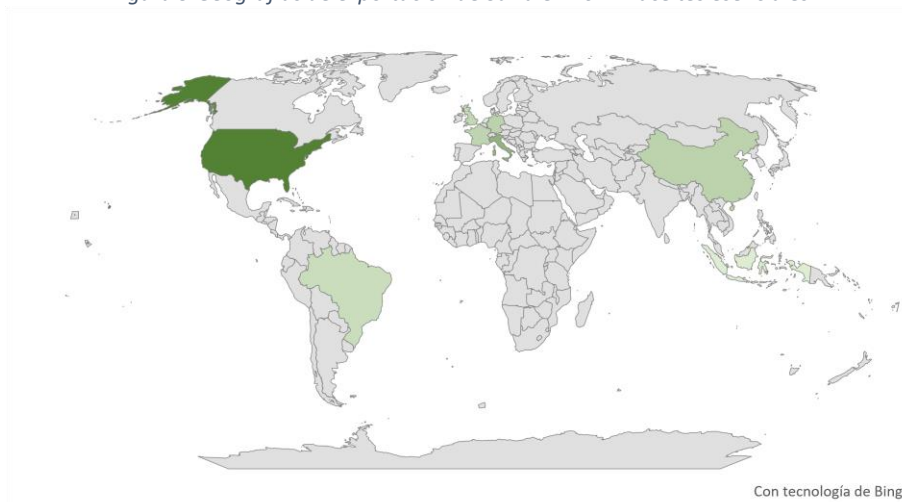
La Figura 8 presenta los principales países a los que Suiza exportó en el año 2022 aceites esenciales, en dónde se puede observar que Estados Unidos es el principal destino de exportación con el 16.8% de participación, seguido de Italia con el 10.8% y en tercer lugar se encuentra China con el 7.1% del total de las exportaciones de Suiza para este tipo de productos. Es importante mencionar que los diez principales destinos de exportación abarcan el 38.3% del total de las exportaciones de Suiza en cuanto a aceites esenciales.

Figura 8 Valor exportado por país en 2022 - aceites esenciales



Fuente: (Trade Map, n.d.)

Figura 9 Geografías de exportación de Suiza en 2022 - aceites esenciales

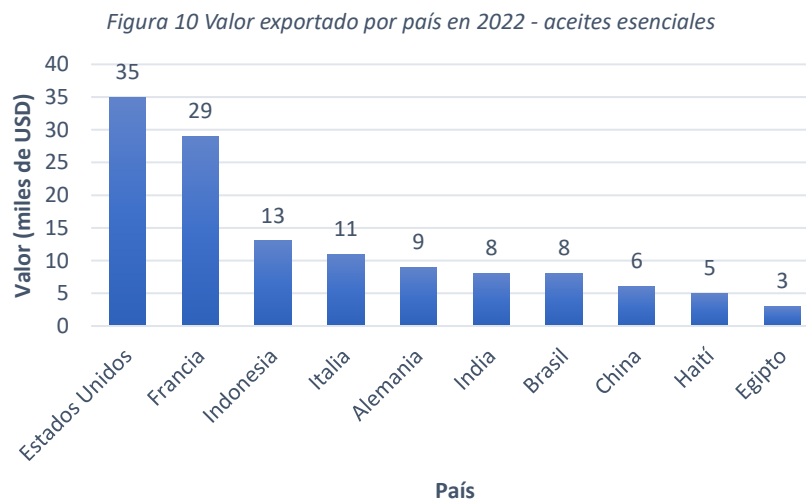


Fuente: (Trade Map, n.d.)

### 2.2.2. Importaciones

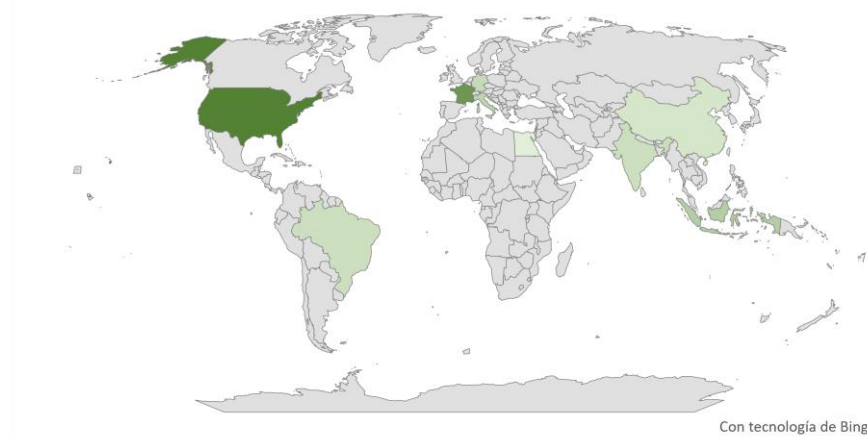
Suiza es un importador importante de aceites esenciales a nivel mundial. Su participación en el mercado global es considerable (2,7%). La distancia media a los países proveedores es de 5.206 km. El mercado de importación de aceites esenciales en Suiza está relativamente concentrado. Esto significa que un pequeño número de países exportan la mayor parte de los aceites esenciales a Suiza.

La Figura 10 presenta los principales países a los que Suiza compró en el año 2022 aceites esenciales, en dónde se puede observar que Estados Unidos es el principal país de importación con el 22.5% de participación, seguido de Francia con el 18.3% y en tercer lugar se encuentra Indonesia con el 8.8% del total de las importaciones de Suiza para este tipo de productos. Se observa que los diez principales destinos de importación abarcan el 82.9% del total de las importaciones realizadas por Suiza en el año 2022 para productos de aceites esenciales.



Fuente: (Trade Map, n.d.)

Figura 11 Geografías de exportación de Suiza en 2022 - aceites esenciales



Fuente: (Trade Map, n.d.)

### 2.3. Descripción de la cadena de ingredientes

La cadena de valor de suministro de ingredientes naturales destinadas a producir cosméticos implica un proceso que no solo es la transformación de materias primas naturales en productos cosméticos refinados. Es un proceso donde los ingredientes naturales se seleccionan, procesan y combinan para crear productos cosméticos de alta calidad. Este proceso no solo involucra la transformación física de los ingredientes, sino también una comprensión de sus propiedades y beneficios.

#### ***Cultivo y recolección***

La estratégica ubicación de Suiza, resguardada por los Alpes suizos, ofrece un tesoro natural de plantas con ingredientes activos altamente valorados. El cantón de Valais es el corazón de la producción de plantas aromáticas y medicinales, donde se tiene una tradición arraigada con el cuidado y el respeto por la tierra. Esto representa un 60% de la producción nacional, lo que convierte a este lugar alpino como un epicentro de biodiversidad y conocimiento ancestral.

En cuanto al cultivo y la cosecha de estas plantas se realiza cuidando la naturaleza y con métodos sostenibles, teniendo en cuenta los conocimientos transmitidos de generación en generación. Con este enfoque tradicional no solo aseguran la calidad de los ingredientes, sino que también protege el equilibrio del ecosistema alpino. Detrás de toda esta tarea se encuentra la cooperativa Valplantes, una comunidad la cual supervisa con cuidado la producción de 150 toneladas de estos materiales, impulsando la economía local y la producción responsable. (GGBa, 2024)

#### ***Investigación e innovación***

En el ámbito de la investigación científica, se llevan a cabo estudios dedicados a buscar los secretos y las propiedades ocultas de las plantas alpinas. En este campo no solo busca comprender la esencia misma de naturaleza, sino también aprovechar todo su potencial para mejorar nuestras vidas.

En contexto de la investigación e innovación se encuentra PhytoArk, la cual es un centro de conocimiento, ofrece un respaldo a las empresas del sector cosmético. No solo es un centro de investigación, PhytoArk es un faro de innovación y colaboración, donde trabajan de la mano con la industria para crear productos que elevan los estándares de la belleza y el cuidado personal. También está Mediplant, es un instituto de investigación dedicado a desarrollar ingredientes naturales para la belleza, sino que también para el sector nutricional y alimenticio. Mediplant es un pionero en la búsqueda de ingredientes para la piel. (GGBa, 2024)

#### ***Fabricación y producción***

En el cantón de Valais, es el hogar de montañas y valles, donde se encuentran marcas de renombre internacional como Zizania Biobotanica, Belle Luce y Pharmalp. Con un enfoque en la naturalidad, estas marcas suizas se dedican a la creación de productos que nutren y rejuvenecen, utilizando ingredientes naturales y orgánicos. (GGBa, 2024)

Cada producto está diseñado para la belleza y la salud, pero de manera sostenible. Siguiendo los principios de una economía circular, estas marcas están comprometidas a aprovechar el máximo los recursos naturales, minimizando así su impacto en el medio ambiente. Desde la utilización de

productos hasta la adopción de prácticas de producción sostenibles, cada paso se da con un profundo respeto por el entorno que las rodea.

### **Distribución y venta**

Teniendo en cuenta que la etiqueta "Made in Switzerland" es más que una simple indicación de origen; es un sello de calidad que eleva el valor de cualquier producto en el mercado global. Esta insignia se ha convertido en un símbolo de excelencia, respaldado por la reputación que Suiza ha cultivado a lo largo de los años. La cual no solo se basa en su legado de precisión y artesanía, sino también en su constante búsqueda de la innovación y su destacada experiencia en el ámbito médico.



Por lo mencionado anteriormente es que ha permitido que las marcas suizas trasciendan las fronteras nacionales y lleguen a muchas partes del mundo. Desde cosméticos de lujo hasta dispositivos médicos de vanguardia, los productos suizos son sinónimo de confianza y calidad en todos los continentes. (GGBa, 2024)


#### 2.3.1. Empresas que compran ingredientes naturales para cosméticos en Suiza (Comercializadoras de ingredientes y empresas usuarias de cosméticos)

En Suiza, hay una diversidad de empresas que adquieren ingredientes naturales para la elaboración de cosméticos. Estas empresas abarcan desde fabricantes en la producción de estos ingredientes hasta aquellas que los utilizan en la creación de sus propias líneas de productos cosméticos. Estas empresas actúan como proveedores, dedicados a la extracción y producción de ingredientes naturales de alta calidad, mientras que otros desempeñan el papel de usuarios, integrando estos ingredientes en sus formulaciones para crear productos cosméticos únicos y efectivos. La Tabla 3 presenta empresas ubicadas en Suiza dedicadas a la distribución y comercialización de diferentes ingredientes naturales para cosmética, así como de algunas empresas usuarias de ingredientes naturales.

Tabla 3 Comercializadores de ingredientes naturales para cosméticos en Suiza

Empresa	Categoría	Ubicación	Descripción	Productos
<a href="#">BioPartner</a> <b>biopartner</b>	Ingredientes variados	Staufferstras se 2 5703 Seón Suiza	<b>Distribuidor</b> especializado en alimentos orgánicos para el comercio minorista, la hostelería y la industria alimentaria orgánica de Suiza y Alemania, que ofrece una amplia cartera de servicios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos frescos y congelados</li> <li>• Frutas vegetales</li> <li>• bebidas</li> <li>• Productos secos</li> <li>• <b>Cosméticos naturales</b></li> </ul>
<a href="#">Firmenich</a> <b>Firmenic</b>	Ingredientes variados	Rue de la Bergere 7, Satigny, Meyrin 2, Genf, 1242 Suiza	Firmenich International SA (Firmenich) fabrica y comercializa fragancias, sabores e ingredientes. La cartera de productos de la empresa comprende fragancias finas, fragancias de consumo e ingredientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingredientes naturales</li> <li>• Ingredientes sintéticos</li> <li>• Biotecnología</li> <li>• Nutrición y <b>cosmética</b></li> </ul>

Empresa	Categoría	Ubicación	Descripción	Productos
			<p>aromáticos, productos para el cuidado corporal, bucal y del hogar.</p> <p><b>Distribuidora exclusiva</b> de los productos edulcorantes naturales de Guilin Layn Natural Ingredients, líder mundial chino en extracción botánica de sustitutos del azúcar.</p> <p>Firmenich se <b>fusionó</b> con la empresa <b>DSM</b> de Países Bajos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estevia</li> <li>• <a href="#">Catálogo de ingredientes</a></li> </ul>
<p><a href="#">NaturaYuva</a></p> 	Ingredientes variados	<p>Oficina en Suiza Friedensgasse 19, 4056 Basel, Suiza</p>	<p>Es una empresa india con una amplia red de pequeños agricultores de este país, transforman especies vegetales en una gran variedad de ingredientes aromáticos y medicinales especiales para fabricantes de alimentos y bebidas, nutracéuticos, productos farmacéuticos y <b>cosméticos naturales</b>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Polvos orgánicos</li> <li>• Biomasa secada</li> <li>• Extractos botánicos</li> <li>• Alimentos y bebidas</li> <li>• Nutraceútica</li> <li>• Farmacéutica</li> <li>• <b>Cosmética natural</b></li> </ul>
<p><a href="#">Givaudan</a></p> <p>Givaudan</p>	Ingredientes variados	<p>Givaudan International SA (Corporate Headquarters) Chemin de la Parfumerie 5 1214 Vernier Suiza</p>	<p><b>Fabrica y vende</b> fragancias y aromas. La empresa ofrece una gama de fragancias para textiles, <b>cuidado personal, cuidado del cabello y la piel</b>, cuidado del hogar y productos de cuidado bucal. Givaudan ofrece soluciones para el gusto, los sentidos, la nutrición y la salud.</p> <p>Givaudan adquirió la empresa francesa <b>Naturex</b>, una empresa líder a nivel mundial que produce y vende ingredientes naturales para los sectores de alimentación, <b>salud y belleza</b>.</p>	<p>Soluciones por segmento</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aperitivos</li> <li>• Bebidas</li> <li>• Salados</li> <li>• Dulces</li> <li>• Lácteos y quesos</li> <li>• Suplementos y nutracéuticos</li> <li>• <b>Ingredientes aromatizantes</b></li> <li>• <b>Ingredientes naturales</b></li> </ul>
<p><a href="#">Alpaderm</a></p> 	Usuarios de ingredientes naturales	<p>Avenue de la Gare 25 1957 Ardon Suiza</p>	<p>Alpaderm es una marca suiza que ofrece una gama de productos de tratamientos orgánicos para pieles frágiles con tendencia atópica y alérgica.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos basados en ingredientes naturales</li> </ul>

Empresa	Categoría	Ubicación	Descripción	Productos
<a href="#">Nahrin</a> 	Usuarios de ingredientes naturales	Industriestra sse 27, 6060 Sarnen, Suiza	Nahrin es una empresa que <b>fabrica y distribuye</b> una amplia gama de productos de nutrición y dermocosmética en más de 20 países de todo el mundo. Elaboran productos naturales según las más modernas técnicas de producción y bajo las estrictas normas de calidad suizas	Nutrición Dermocosmética <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aceites esenciales</li> <li>• Baño e higiene</li> <li>• Belleza</li> <li>• Cabello</li> <li>• Cremas</li> <li>• Cremas dermoprotectoras</li> <li>• Cuidado facial</li> <li>• Cuidado corporal</li> <li>• Higiene bucal</li> <li>• Nuestras estrellas</li> <li>• Pies y piernas</li> <li>• Protección solar</li> </ul>
<a href="#">Essencia</a> 	Usuarios de ingredientes naturales	Suiza	Essencia es un fabricante suizo de fragancias especializado en materias primas naturales. Con más de 70 años de experiencia con ingredientes naturales y aceites esenciales y más de 60 años en perfumería, la empresa se ha especializado en la creación de fragancias naturales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fragancias</li> <li>• Aceites esenciales</li> </ul>
<a href="#">Puru</a> 	Usuarios de ingredientes naturales	Suiza	Productos para el cuidado del cuerpo y la piel 100% naturales. PURU tiene la misión de mejorar la industria cosmética mediante el abastecimiento de ingredientes más naturales y envases sostenibles que también contribuyan a mejoras mensurables en las vías fluviales y los océanos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Protección Solar</li> <li>• Cuidado Corporal</li> <li>• Desodorante</li> </ul>
<a href="#">Tauderma</a> 	Extractos de plantas	Sede corporativa, I+D y producción Tauderma SA · Route des Eterpys 22 · 1964 Conthey · Suiza	Producción de extractos de plantas alpinas suizas para la industria cosmética	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Extracto SRX01– anti-envejecimiento</li> <li>• Extracto AMX01 para el acné</li> </ul>
<a href="#">Swiss Cream</a>	Usuarios de ingredientes naturales	Christoph Merian-Ring 11	Productos para el cuidado de la piel basados en productos naturales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Catálogo de productos</a></li> </ul>



Empresa	Categoría	Ubicación	Descripción	Productos
		CH-4153 Reinach Suiza		
<a href="#">Perris Swiss Laboratory</a>  	Usuarios de ingredientes naturales	Suiza	<p>Perris Swiss Laboratory pertenece al Grupo Perris, una empresa global de belleza fundada por Michele Perris en 1981.</p> <p>La empresa opera en más de 37 países de todo el mundo y está especializada en productos de alta gama y nichos de mercado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpiadores y tónicos</li> <li>• Peelings</li> <li>• Sérums y Aceites</li> <li>• Contorno de ojos</li> <li>• Cremas de Tratamiento</li> <li>• Mascarillas</li> <li>• Cuerpo</li> </ul>
<a href="#">Nooii</a>  	Usuarios de ingredientes naturales	Suiza	<p>Productos de belleza y para el cuidado del cuerpo con ingredientes 100% naturales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rostro</li> <li>• Cuerpo</li> <li>• Cabello</li> <li>• Manos</li> </ul>
<a href="#">Bloom</a>  	Usuarios de ingredientes naturales	Suiza	<p>Productos de cosmética y maquillaje con ingredientes 100% naturales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crema facial</li> <li>• Suero facial</li> <li>• Cuidado de la piel</li> <li>• Otros</li> <li>• Desodorante</li> <li>• Labios y Boca</li> </ul>
<a href="#">Théobroma</a>  	Usuarios de ingredientes naturales	Suiza	<p>Productos de cosmética</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos de cosmética entre ellos algunos con ingredientes naturales: cocoa y aloe vera</li> </ul>
<a href="#">Bénédicte</a>  	Usuarios de ingredientes naturales	Suiza	<p>Productos de cosmética con ingredientes naturales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Catálogo de productos</a></li> </ul>
	Usuarios de ingredientes naturales	<p>JUST International AG Dorf 62 CH-9428 Walzenhaus en Suiza</p>	<p>Producen y comercializan productos en todo el mundo, como aceites esenciales, lociones corporales, champú suavizante, gel solar acter, spray ambiental y gel de afeitarse.</p>	<p>Aromaterapia</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aceites esenciales individuales</li> <li>• Aceite Esencial de Manzanilla</li> <li>• Aceite esencial de Eucalipto</li> <li>• Aceite esencial de lavanda</li> <li>• Otros</li> </ul> <p>Bienestar emocional -</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 Mentas</li> <li>• Antiestrés</li> </ul>


Empresa	Categoría	Ubicación	Descripción	Productos
				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Loción Corporal</li> <li>• Aceite Corporal</li> <li>• Aceite Esencial de Manzanilla</li> <li>• Set de Primeros Auxilios</li> <li>• Otros</li> <li>• <a href="#">Productos</a></li> <li>• <a href="#">Catálogo USA</a></li> </ul>


### 2.3.2. Empresas productoras de ingredientes naturales para cosmética en Suiza.

La Tabla 4 presenta empresas ubicadas en Suiza dedicadas a la producción de diferentes ingredientes naturales para cosméticos

Tabla 4 Productores de ingredientes naturales para cosméticos en Suiza

Empresa	Categoría	Ubicación	Descripción	Productos
<a href="#">Firmenich</a> 	Ingredientes variados	Rue de la Bergere 7, Satigny, Meyrin 2, Genf, 1242 Suiza	Firmenich International SA (Firmenich) fabrica y comercializa fragancias, sabores e ingredientes. La cartera de productos de la empresa comprende fragancias finas, fragancias de consumo e ingredientes aromáticos, productos para el cuidado corporal, bucal y del hogar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingredientes naturales</li> <li>• Ingredientes sintéticos</li> <li>• Biotecnología</li> <li>• Nutrición y cosmética</li> </ul> <a href="#">Catálogo de ingredientes</a>
<a href="#">Givaudan</a> 	Ingredientes variados	Givaudan International SA (Corporate Headquarters) Chemin de la Parfumerie 5 1214 Vernier Suiza	<p><b>Fabrica y vende</b> fragancias y aromas. La empresa ofrece una gama de fragancias para textiles, <b>cuidado personal, cuidado del cabello y la piel</b>, cuidado del hogar y productos de cuidado bucal. Givaudan ofrece soluciones para el gusto, los sentidos, la nutrición y la salud.</p> <p>Givaudan adquirió la empresa francesa <b>Naturex</b>, una empresa líder a nivel mundial que produce y vende ingredientes naturales para los sectores de</p>	<p>Soluciones por segmento</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aperitivos</li> <li>• Bebidas</li> <li>• Salados</li> <li>• Dulces</li> <li>• Lácteos y quesos</li> <li>• Suplementos y nutracéuticos</li> <li>• <b>Ingredientes aromatizantes</b></li> <li>• <b>Ingredientes naturales</b></li> </ul>

Empresa	Categoría	Ubicación	Descripción	Productos
 <p><a href="#">Dixa</a> HEILKRÄUTER &amp; GEWÜRZE</p>	Hierbas, especias y plantas aromáticas	Stationsstrasse 39a CH-9014 St. Gallen	alimentación, salud y belleza. Procesan hierbas medicinales, plantas aromáticas y especias seleccionadas procedentes de Suiza y de todo el mundo, convirtiendo las materias primas en productos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plantas medicinales, Aromáticas y especias</li> <li><a href="#">Catálogo de productos</a></li> </ul>
 <p><a href="#">Mibelle Biochemistry</a></p>	Ingredientes variados	Headquarter Personal Care & Beauty, Biochemistry Bolimattstrasse 1 CH-5033 Buchs Suiza	Mibelle Biochemistry es un proveedor de ingredientes cosméticos que diseña y desarrolla activos innovadores de alta calidad basados en profundos conocimientos científicos. Desarrollo y producción de ingredientes para las industrias cosmética, nutracéutica y alimentaria.	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Portafolio</a></li> </ul>
<p><a href="#">Jungbunzlauer Suisse AG</a> <b>Jungbunzlauer</b></p>	Ingredientes variados	St. Alban-Vorstadt 90 4002 Basel Suiza	Jungbunzlauer es uno de los principales <b>productores</b> mundiales de ingredientes biodegradables de origen natural. <b>Produce y distribuye</b> ácidos cítricos, citratos y gluconatos, "goma xantana" y alcohol etílico. Se especializa en la producción de ingredientes biodegradables y atienden a diversas industrias, como la alimentaria, farmacéutica, cosmética, y de limpieza y detergentes.	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="#">Portafolio de ingredientes</a></li> </ul>
<p><a href="#">Tauderma</a></p>	Extractos de plantas	Sede corporativa, I+D y producción	Producción de extractos de plantas alpinas suizas para la industria cosmética	<ul style="list-style-type: none"> <li>Extracto SRX01– anti-envejecimiento</li> <li>Extracto AMX01 para el acné</li> </ul>

Empresa	Categoría	Ubicación	Descripción	Productos
 TAUDERMA		Tauderma SA · Route des Eterpys 22 · 1964 Conthey · Suiza		

### 2.3.3. Asociaciones y gremios de empresas de ingredientes naturales o de cosmética en Suiza

A continuación, se presentan las asociaciones y gremios encargados de los ingredientes naturales o que se enfocan en cosmética ubicados en Suiza:

#### 2.3.3.1. SFFIA (Swiss Flavour and Fragrance Industry Association)



La Asociación Suiza de la Industria de Aromas y Fragancias se fundó en Ginebra en diciembre de 1999. El objetivo principal de la asociación es contribuir al desarrollo de la industria suiza de aromas y fragancias y defender el interés común de sus miembros. Representa a la industria suiza de aromas y fragancias ante las autoridades y entidades económicas suizas, así como ante organizaciones internacionales, como EFFA, IFRA e IOFI. Dentro de sus miembros se encuentran las empresas DSM Nutritional Products, FIRMENICH SA y GIVAUDAN Suisse SA identificados en el apartado 3.3.2 (SFFIA, n.d.)

#### 2.3.3.2. Valplantes



Valplantes es una cooperativa que reúne a unos cuarenta productores ecológicos certificados que crecen en un entorno alpino excepcional, en el corazón de los Alpes del Valais, entre los 800 y 1400 metros sobre el nivel del mar. (Valplantes, n.d.)

#### 2.3.3.3. HCI (Helvetic association for Cosmetic Ingredients)



HCI es una asociación comercial suiza cuyo objetivo es reunir a muchos agentes diferentes pertenecientes a la industria cosmética y del cuidado personal, como fabricantes de ingredientes y proveedores de servicios como envasado, pruebas y consultoría. La afiliación a HCI está abierta a empresas y asociaciones suizas que representen a estas categorías pertenecientes a la industria cosmética. (HCI, n.d.)

#### 2.3.3.4. PhytoArk



PhytoArk es un portal tecnológico específico para empresas cuya actividad principal consiste en la explotación comercial de ingredientes naturales. PhytoArk se dirige a start-ups, empresas de servicios y PYME que fabrican productos de alto valor añadido para las industrias de ingredientes, cosmética, alimentaria, dietética y farmacéutica de origen vegetal. PhytoArk forma parte integrante de la estrategia de The Ark. PhytoArk apoya a empresas y nuevas empresas en todo el proceso de producción masiva de productos basados en ingredientes naturales, desde la conceptualización hasta su comercialización, pasando por la formulación, la producción de un lote piloto y las cuestiones reglamentarias. (Phytoark, n.d.)

#### 2.3.3.5. SWISSCOS



Asociación suiza de interés público y la respalda la Confederación Suiza en la industria cosmética y reúne a las principales empresas del sector en Suiza con el objetivo de resguardar y fomentar la calidad y la procedencia suiza de los productos cosméticos. La misión que SWISSCOS tiene está en la imponer rigurosas normativas que van más allá de las exigencias legales nacionales de Suiza, con el fin de asegurar la excelencia y que los productos sean auténticos. SWISSCOS colabora de manera activa con las autoridades federales suizas con el fin de velar que cumplan las normativas, en caso de no cumplir ellos toman acciones legales contra aquellos que utilicen indebidamente la designación "Swiss Made" en sus productos. (Swisscos, n.d.)

#### 2.3.4. Clústeres de ingredientes naturales o de cosméticos en Suiza

En Suiza, aunque no existe un clúster específico exclusivamente dedicado a ingredientes naturales para cosméticos ni tampoco uno focalizado únicamente en la industria cosmética, existen regiones y organizaciones que fomentan la colaboración y la innovación en estas áreas afines.

Un ejemplo es **BioAlps**, la cual se dedican a las ciencias biológicas y están ubicados en el corazón de Suiza occidental. BioAlps le proporciona un entorno innovador y de apoyo a sus miembros, ofreciendo acceso a una red dinámica que incluye profesionales, instituciones de investigación, empresas emergentes y multinacionales de renombre (BioAlps, n.d.). Se destaca por su concentración en un área geográfica, con una infraestructura adecuada, esta proximidad facilita la colaboración entre los diversos actores del sector, lo que impulsa la innovación y el desarrollo de nuevas tecnologías. Dentro de BioAlps, se han formado agrupaciones de empresas que comparten intereses comunes, incluyendo el sector cosmético. Estas agrupaciones reúnen a empresas dedicadas a la producción de cosméticos, tanto con ingredientes naturales como químicos (BioAlps, n.d.). Algunas de estas empresas son: HCT Hair Cosmetic Technology AG, Zanin Swiss Cosmetics, NCC NUTRITION COSMETICS CREATION SA, Intercosmetica Neuchâtel SA y CRB – Centre de Recherches

Biocosmétiques SA. Estas empresas colaboran dentro de BioAlps para promover la innovación y el desarrollo en el sector cosmético, aprovechando la rica diversidad de conocimientos y recursos disponibles en la región.

Por otro lado, está **Phytosphere Swiss Lab** se destacan por su enfoque en la innovación colaborativa, ellos trabajan con diversos socios para crear productos cosméticos de alto valor que satisfagan las necesidades de los consumidores, estas asociaciones impulsan el desarrollo de la industria cosmética a nivel global (Phytosphere Swiss Lab, n.d.). El ecosistema de socios de que tiene Phytosphere Swiss Lab abarca diversas áreas:

- ✓ Tienen un sitio de tecnología de extracción, que en colaboración con PhytoArk, Phytosphere reúne a expertos en el procesamiento de plantas aromáticas y medicinales para facilitar la industrialización de productos naturales, teniendo así la calidad y la eficacia de los ingredientes utilizados en sus cosméticos.
- ✓ Poseen un taller de producción y embalaje donde Phytosphere trabaja con FOVAHM, que es un taller certificado especializado en la producción y envasado de cosméticos. Esta asociación no solo garantiza altos estándares de calidad en la fabricación, sino que también ofrece oportunidades laborales significativas para personas con discapacidad, promoviendo la inclusión social.
- ✓ En la extracción de plantas y desarrollo de ingredientes se incorpora Mediplant, siendo otro socio clave, el cual aporta su experiencia en la investigación, abastecimiento y producción de extractos de plantas aromáticas y medicinales. Esta colaboración garantiza la disponibilidad de ingredientes de alta calidad y la trazabilidad de los productos finales.

### 2.3.5. Generadores de conocimiento (Universidades, centros de investigación)

#### 2.3.5.1. *ETH Zurich*

##### **ETH**zürich

La Escuela Politécnica Federal de Zúrich (ETH Zurich) es una universidad pública líder en investigación y educación en ingeniería y ciencias naturales. Fundada en 1854, su misión es formar ingenieros y científicos. Ofrece una amplia gama de programas de grado y posgrado en diversos campos. La universidad destaca en investigación en alimentación debido a su compromiso con la excelencia académica, sus recursos de vanguardia, su enfoque interdisciplinario y sus colaboraciones con la industria. Es una de las principales universidades de ciencia y tecnología del mundo, ETH Zurich ha impulsado la creación de 540 empresas derivadas (spin-offs) desde 1973. El ETH transfer, es la oficina de transferencia de tecnología de ETH Zurich, desempeña un papel fundamental en este ecosistema, apoyando a las spin-offs en su proceso de fundación y desarrollo inicial, brindando asesoramiento, recursos y acceso a redes de contactos. (ETH Zurich, n.d.)

### 2.3.5.2. ZHAW Zurich University of Applied Sciences



Es una institución académica en Suiza, que es reconocida por su enfoque práctico y científico en la enseñanza, la investigación, la educación continua y otros servicios. En cuanto a la investigación y el desarrollo en ZHAW se centran en abordar desafíos sociales relevantes, especialmente en áreas como la energía y la integración social.

Dentro de la Facultad de Ciencias de la Vida y Gestión de Instalaciones, el grupo de investigación en química de alimentos se dedica al desarrollo de productos cosméticos innovadores y sostenibles, utilizando subproductos de la industria alimentaria como ingredientes de alta calidad para la cosmética. Esta facultad también cuenta con un panel de expertos en cosmética que ayuda a crear perfiles sensoriales de productos y evalúa pruebas de productos de consumo para comprender las necesidades y preferencias del público objetivo. Esto permite vincular las propiedades sensoriales con las preferencias del consumidor y medir las reacciones corporales a los productos para comprender los desencadenantes emocionales. (ZHAW, n.d.)

### 2.3.5.3. Mediplant



Mediplant es un instituto suizo de investigación de plantas aromáticas y medicinales con una experiencia de más de 30 años. Mediplant ofrece servicios de investigación personalizados y confidenciales tanto en Suiza como en el extranjero. Cuentan con una plataforma tecnológica PhytoArk y un laboratorio para la realización de trabajos de I+D y producción de extractos vegetales desde el laboratorio hasta escala preindustrial. Dentro de los servicios que Mediplant tiene se encuentra: extracción, analíticos y agronómicos. (Mediplant, n.d.)

## 2.4. Requisitos técnicos del mercado para exportar a Suiza

El Programa Suizo de Fomento de las Importaciones (SIPPO) es un mandato bien establecido de la Secretaría de Estado de Economía (SECO) suiza en el marco de su cooperación para el desarrollo económico (GQSP Colombia, n.d.). La SIPPO tiene oficinas en Colombia en dónde impulsa la exportación a la Unión Europea, a Suiza y a otros países del EFTA para la industria de Ingredientes Naturales (Embajada de Colombia en Suiza, n.d.).

Sólo se podrán importar animales y mercancías de terceros países si se cumplen determinadas condiciones. No es posible importar animales y mercancías de todos los países. El sector de ingredientes naturales de SIPPO incluye componentes derivados de plantas, sin procesar o procesados en cierta medida, para su uso en numerosas aplicaciones, como alimentación, salud/farmacéutica y cosmética. (SIPPO, n.d.)

En el contexto de los ingredientes alimentarios, en Suiza se debe de cumplir con lo establecido en la legislación general de productos cosméticos Ordenanza 817.023.31 - Ordonnance du DFI sur les cosmétiques (OCos) / Verordnung des EDI über kosmetische Mittel (VKos), en dónde se establecen

cuáles son las restricciones, prohibiciones y aspectos técnicos relacionados con los cosméticos. Como proveedor de ingredientes naturales para este país es imperioso conocer la regulación aplicable a los productos cosméticos.

Por otro lado, la normativa de la Comunidad europea se encuentra en el Reglamento (CE) N° 1223/2009 sobre productos cosméticos. Adicionalmente las empresas suizas reconocen el marco regulatorio de la UE. CosIng es la base de datos de la Comisión Europea donde se puede consultar información sobre las sustancias e ingredientes cosméticos contenidos en el Reglamento de la UE. Solo se pueden usar como colorantes, conservantes y filtros UV en los productos cosméticos los ingredientes autorizados en los anexos de dicho reglamento. (GQSP Colombia, n.d.)

Para exportar ingredientes naturales de cosmética a Suiza, se deben de cumplir con una serie de requisitos legales y técnicos referentes a diversos ámbitos como biodiversidad y protección de las especies; registro, Evaluación, Autorización y Restricción de Sustancias y Preparados Químicos (REACH); Clasificación, etiquetado y envasado de sustancias y mezclas (CLP)

#### 2.4.1. Biodiversidad y protección de las especies

Se debe cumplir con CITES (Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres), la cual consiste en un acuerdo internacional que regula el comercio de especies silvestres en donde Suiza y Colombia hacen parte de este acuerdo. CITES tiene una lista de especies de plantas que no puede exportar / importar o cuya exportación / importación está restringida por lo que se debe de verificar si el producto está en la lista CITES. Por otro lado, se encuentra el protocolo de Nagoya referente al acceso y participación de los beneficios (ABS), la cual busca la participación justa y equitativa en los beneficios de la utilización de recursos genéticos. Colombia y Suiza también hacen parte de este protocolo, lo que indica que un proveedor de ingredientes naturales debe cumplir con los principios del protocolo a través de la implementación de mecanismos si desea exportar a Suiza. (GQSP Colombia, n.d.)

#### 2.4.2. Registro, Evaluación, Autorización y Restricción de Sustancias y Preparados Químicos (REACH)

Es un Reglamento de la Unión Europea para proteger la salud humana y el medio ambiente de sustancias químicas. Este no es obligatorio para empresas fuera de la UE, pero sí para sus importadores en la UE. Solo están sujetos a registro ante el REACH aquellos ingredientes naturales que se importen en cantidades superiores o iguales a 1 tonelada anual en donde si es el caso se debe contar con un dossier de registro con algunos datos específicos. Por otro lado, se debe de realizar una solicitud de información a ECHA antes del registro de la sustancia. Es importante mencionar que Suiza al no hacer parte del Espacio Económico Europeo (EEE), el REACH no se aplica y, por consiguiente, las sustancias listadas en el anexo V del Reglamento REACH (UE) están exentas de notificación en Suiza. No obstante, las nuevas sustancias que no estén en la lista del European Inventory of Existing Commercial Substances (EINECS), y que ya hayan sido registradas en la UE, deben ser notificadas en Suiza. (GQSP Colombia, n.d.)

### 2.4.3. Clasificación, etiquetado y envasado de sustancias y mezclas (CLP)

El Sistema Globalmente Armonizado de Clasificación y Etiquetado de Productos Químicos (SGA) de la ONU busca estandarizar la gestión de químicos a nivel mundial. En la UE y Suiza, el SGA se aplica mediante el Reglamento CLP (CE) 1272/2008 y la Ordenanza (813.11) sobre protección contra sustancias y preparaciones peligrosas, respectivamente. Como proveedor de ingredientes naturales, debe etiquetar sus productos según estas normas (GQSP Colombia, n.d.). Los puntos clave que debe tener en cuenta del Reglamento CLP de acuerdo con la legislación de la UE (EUR-Lex, n.d.) son:

- Clasificación: las sustancias y mezclas se clasifican en categorías (nivel de peligro) y clases de peligro (tipo de peligro). En el anexo I del reglamento se establecen los criterios para la clasificación y el etiquetado de sustancias y mezclas peligrosas.
- Para el etiquetado se debe incluir lo siguiente:
  - Nombre, dirección y teléfono del proveedor
  - Nombre del producto o número de identificación
  - Cantidad nominal del producto
  - Pictogramas de peligro
  - Palabras de advertencia ("atención" o "peligro")
  - Frases de riesgo
  - Consejos de seguridad
  - Asegurarse que los lotes estén etiquetados de acuerdo con el SGA
- Para el envasado se recomienda:
  - Evitar pérdidas de contenido
  - Ser fabricado con materiales resistentes al contenido
  - Ser fuerte y sólido
  - Tener cierres herméticos

### 3. Mercado suizo de ingredientes naturales para alimentos

En la actualidad, el uso de la palabra "natural" en las etiquetas de alimentos y bebidas no está regulado, lo que dificulta la comprensión del verdadero significado del término (Advanced Biotech, n.d.). Tanto la FDA como el USDA tienen definiciones vagas de los ingredientes naturales. No obstante, aún no han definido formalmente el término, la FDA aplica desde hace tiempo una política que define los alimentos naturales como aquellos que no contienen "nada artificial o sintético... que normalmente no se esperaría que estuviera en ese alimento". La definición excluye todos los colorantes artificiales, independientemente de su origen. Por otro lado, su política se centra en los ingredientes y no contempla los métodos de producción o transformación de los alimentos. (Advanced Biotech, n.d.)

Europa cuenta con una gran industria de alimentos y de bebidas que demanda aditivos naturales para muchas aplicaciones. Actualmente hay una creciente demanda entre los consumidores de ingredientes para alimentos más sanos y sostenibles en vez de los ingredientes artificiales, lo cual ha sido impulsada por una legislación más estricta en la Unión Europea (UE). Esta evolución está impulsando la demanda de aditivos naturales, lo que convierte a Europa en un mercado interesante para las empresas exportadoras que producen edulcorantes naturales, emulgentes y colorantes naturales, entre otros. (CBI, 2024b)

La Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) define los aditivos alimentarios como sustancias que se añaden intencionadamente a los productos alimenticios o bebidas para desempeñar determinadas funciones o fines tecnológicos, por ejemplo, para colorear, endulzar o ayudar a conservar los alimentos. Muchos de los aditivos alimentarios son de origen natural y algunos son incluso nutrientes esenciales. (CBI, 2024b)

Los aditivos alimentarios naturales pueden clasificarse en varios grupos de acuerdo con su uso. La legislación de la Unión Europea define 27 clases funcionales de aditivos alimentarios. Los aditivos más comunes son: antioxidantes; colorantes; aromatizantes y potenciadores del sabor; emulgentes, estabilizadores, gelificantes y espesantes; conservantes y edulcorantes. La Tabla 5 presenta las principales categorías y aplicaciones de aditivos alimentarios naturales en Europa.

Tabla 5 Principales categorías y aplicaciones de aditivos alimentarios naturales en Europa

Categoría	E-número	Principales aplicaciones	Ejemplos de aditivos
<b>Edulcorantes naturales</b>	E900s	Bebidas (incluidos refrescos y bebidas energéticas), panadería, productos lácteos, confitería, edulcorantes de mesa	Glucósidos de esteviol (stevia), azúcar de coco, azúcar de dátiles
<b>Emulsionantes, estabilizantes, espesantes y gelificantes naturales</b>	E400s	Sopas, salsas y aderezos, panadería (incl. rellenos), bebidas (incl. zumos), lácteos y helados	Goma arábica, goma guar, extractos de algas marinas

Categoría	E-número	Principales aplicaciones	Ejemplos de aditivos
<b>Aromas naturales</b>	E600s	Bebidas (incl. bebidas alcohólicas), productos lácteos y helados, panadería, confitería, aperitivos, sopas y salsas, carne y sustitutos de la carne	Extracto de vainilla, aceites cítricos, aceites de clavo
<b>Colorantes alimentarios naturales</b>	E100S	Panadería y cereales, bebidas, confitería, productos lácteos y quesos, carne y sustitutos de la carne, complementos dietéticos	Extracto de remolacha, cúrcuma, extracto de pimentón

Fuente: ProFound, 2023 como se citó en (CBI, 2024b)

### 3.1. Exportaciones e importaciones de ingredientes naturales para alimentos de empresas suizas

#### 3.1.1. Exportaciones

De acuerdo con la información indicada en el apartado anterior y en específico en la Tabla 5, el análisis de exportaciones se realiza para las siguientes partidas arancelarias:

Tabla 6 Aditivos naturales analizados en el estudio

Aditivo natural	Código arancelario
Goma arábica	130120
Algas marinas y otras algas, frescas, refrigeradas, congeladas o secas, con o sin tierra, apta para el consumo humano	121221
Vainilla	0905
Cúrcuma	091030
Materias colorantes de origen vegetal o animal, incl. los extractos tintóreos (exc. los negros de origen animal) de constitución química definida; preparaciones a base de materias de origen vegetal o animal, del tipo de las usadas para colorear cualquier materia o como ingredientes para fabricar preparaciones colorantes (exc. preparaciones de las partidas 3207 a 3210, 3212, 3213 y 3215)	3203

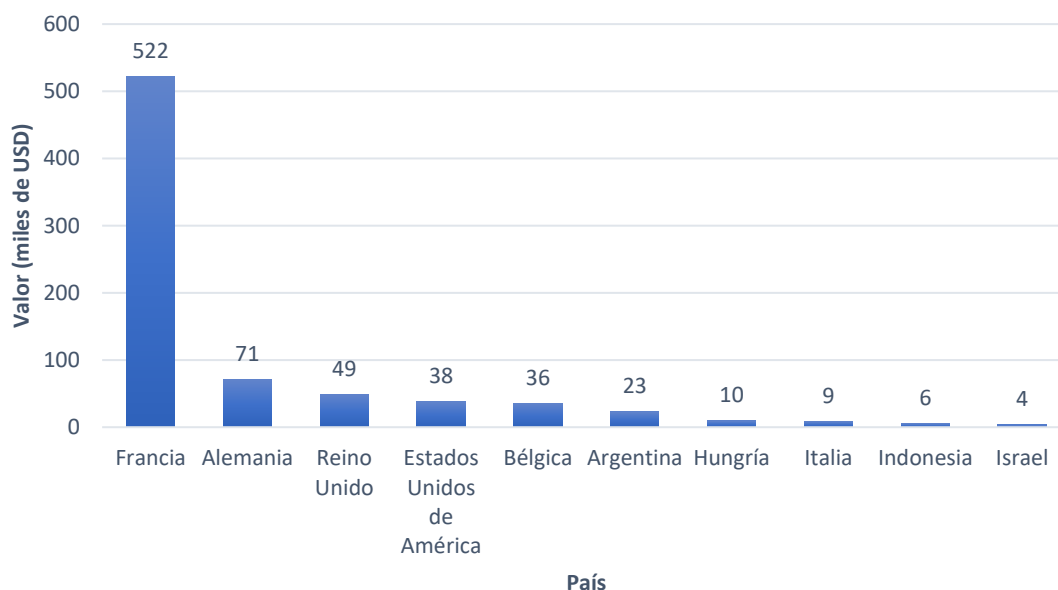
Fuente: ProFound, 2023 como se citó en (CBI, 2024b)

#### Goma arábica

Las exportaciones de Suiza representan 0,2% de las exportaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las exportaciones mundiales es 18 y la distancia media de los países importadores es 1259 km. En total exportó \$773 miles de dólares. La Figura 12 presenta los principales países a los que Suiza exportó goma arábica en el año 2022, en donde se puede observar

que Francia es el principal destino de exportación con el 67.5% de participación, seguido de Alemania con el 9.2% y en tercer lugar se encuentra Reino Unido con el 6.3% del total de las exportaciones de Suiza para este tipo de producto. Se evidencia que el 83% de las exportaciones de Suiza se han generado para los países anteriormente mencionados.

Figura 12 Valor exportado por país en 2022 - goma arábica

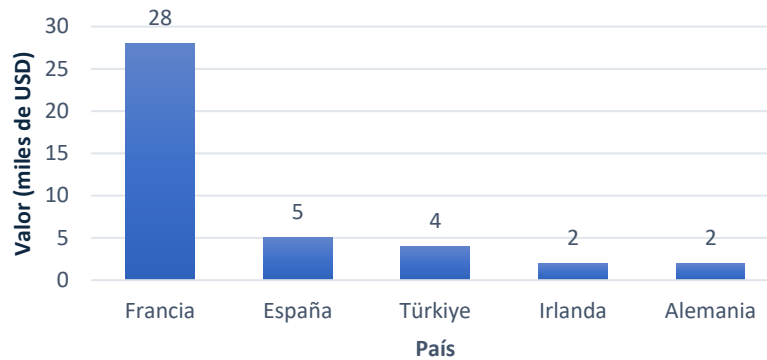


Fuente: (Trade Map, n.d.)

### **Algas marinas para consumo humano**

Las exportaciones de Suiza representan 0% de las exportaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las exportaciones mundiales es 61 y la distancia media de los países importadores es 696 km. En total exportó \$42 mil dólares, por lo que se concluye que este país no tiene cifras importantes de exportación para este tipo de productos. La Figura 13 presenta los principales países a los que Suiza exportó algas marinas para el consumo humano en el año 2022, en dónde se puede observar que este país no tiene exportación relevante para este tipo de producto. En la figura se evidencia que los dos principales países dónde exportó fue a Francia y España, siendo el 78% del total de la exportación, sin embargo, son cifras muy bajas menores a \$30,000 dólares.

Figura 13 Valor exportado por país en 2022 - algas marinas para consumo humano

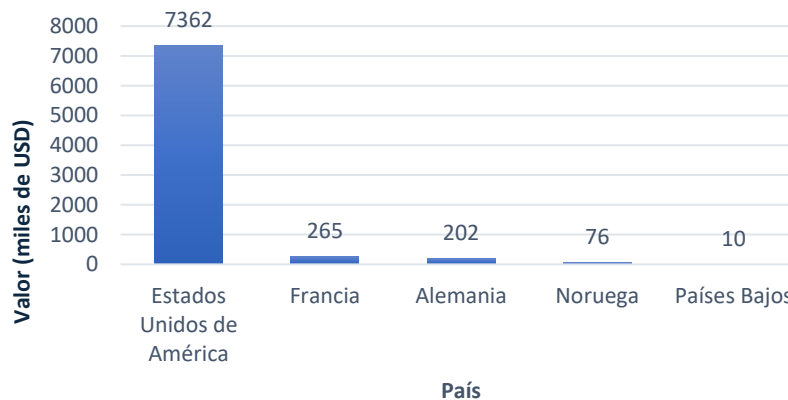


Fuente: (Trade Map, n.d.)

### Vainilla

Las exportaciones de Suiza representan 0,9% de las exportaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las exportaciones mundiales es 11 y la distancia media de los países importadores es 7046 km. En total exportó \$7.927 miles de dólares. La Figura 14Figura 13 presenta los principales países a los que Suiza exportó vainilla en el año 2022, en dónde se puede observar que los tres principales países dónde exportó fue a Estados Unidos con el 92% del total de la exportación, seguido de Francia y Alemania.

Figura 14 Valor exportado por país en 2022 - vainilla



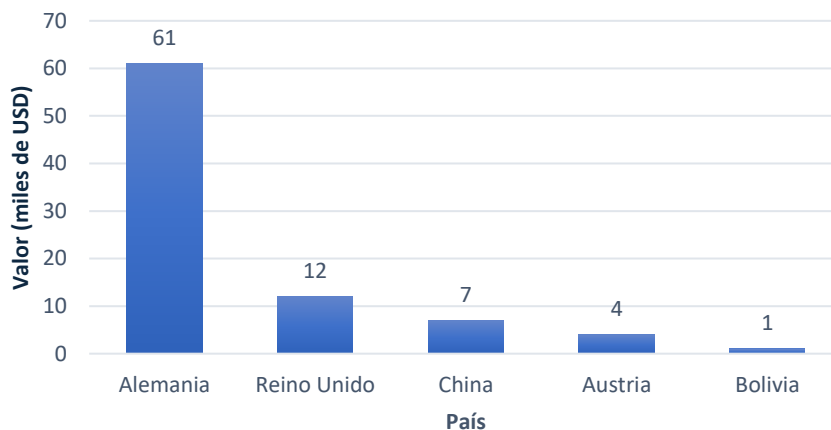
Fuente: (Trade Map, n.d.)

### Cúrcuma

Las exportaciones de Suiza representan 0% de las exportaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las exportaciones mundiales es 62 y la distancia media de los países importadores es 1296 km. En total exportó \$85 mil dólares, por lo que se concluye que este país no tiene cifras importantes de exportación para este tipo de productos. La Figura 15 presenta los principales países a los que Suiza exportó cúrcuma en el año 2022, en dónde se puede observar que este país no tiene exportación relevante para este tipo de producto. En la figura se evidencia que los

dos principales países dónde exportó fue a Alemania y Reino Unido, siendo el 85% del total de la exportación, sin embargo, son cifras bajas menores a \$70,000 dólares.

Figura 15 Valor exportado por país en 2022 - cúrcuma

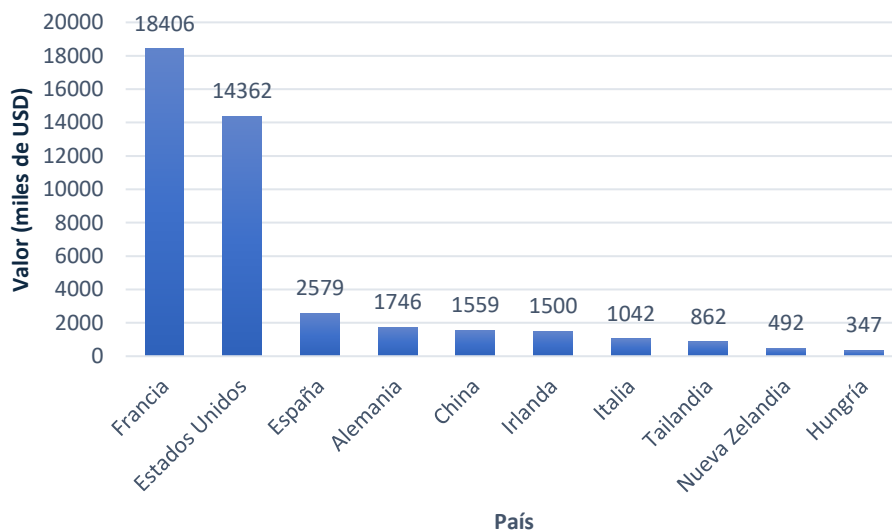


Fuente: (Trade Map, n.d.)

### **Materias colorantes de origen vegetal o animal**

Las exportaciones de Suiza representan 2,7% de las exportaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las exportaciones mundiales es 13 y la distancia media de los países importadores es 3671 km. En total exportó \$45.501 miles de dólares. La Figura 16 presenta los principales países a los que Suiza exportó materias colorantes de origen vegetal en el año 2022, en dónde se puede observar que los tres principales países dónde exportó fue a Francia, Estados Unidos y España con el 77% del total de la exportación.

Figura 16 Valor exportado por país en 2022 - colorantes de origen vegetal



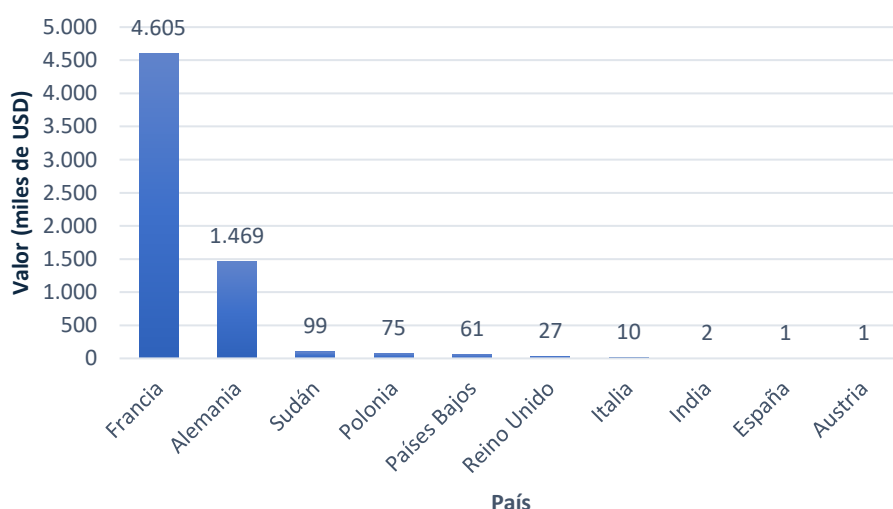
Fuente: (Trade Map, n.d.)

### 3.1.2. Importaciones

#### **Goma arábica**

Las importaciones de Suiza representan 1,3% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es 13 y la distancia media de los países proveedores es 434 km. En total importó \$6.350 miles de dólares. La Figura 19 presenta los principales países a los que Suiza compró goma arábica en el año 2022, en donde se puede observar que Francia es el principal destino de importación con el 72.5% de participación, seguido de Alemania con el 23.1% y en tercer lugar se encuentra Sudán con el 1.6% del total de las importaciones realizadas por Suiza para este tipo de producto. Se evidencia que el 97% de las importaciones de Suiza se han generado para los países anteriormente mencionados.

Figura 17 Valor importado por país en 2022- Goma arábica



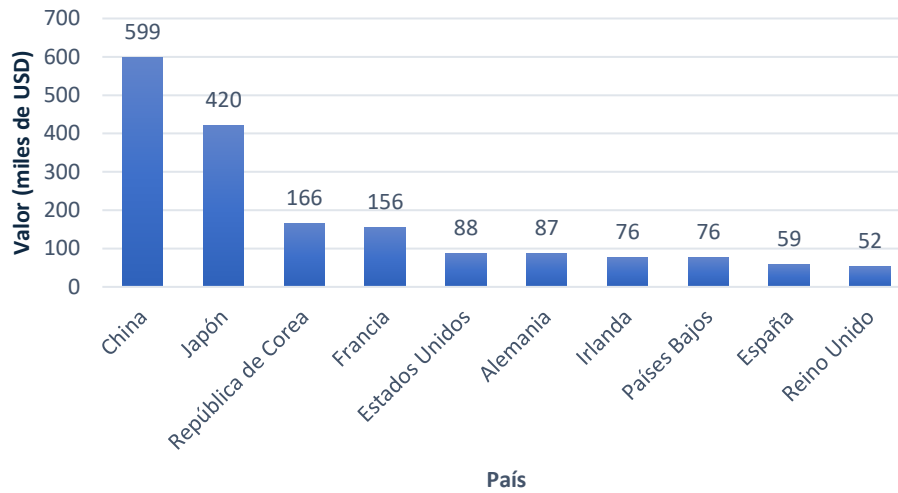
Fuente: (Trade Map, n.d.)

#### **Algas marinas**

Las importaciones de Suiza representan 0,2% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es 36 y la distancia media de los países proveedores es 6301 km. En total importó \$1.867 miles de dólares. La

Figura 18 presenta los principales países a los que Suiza compró algas marinas para el consumo humano en el año 2022, en donde se puede observar que China es el principal país importador con el 32.1% de participación, seguido de Japón con el 22.5% y en tercer lugar se encuentra Corea del Sur con el 8.9% del total de las importaciones realizadas por Suiza para este tipo de producto. Se observa que el 63% de las importaciones de Suiza se han generado para los países anteriormente mencionados.

Figura 18 Valor importado por país en 2022 - algas marinas para consumo humano

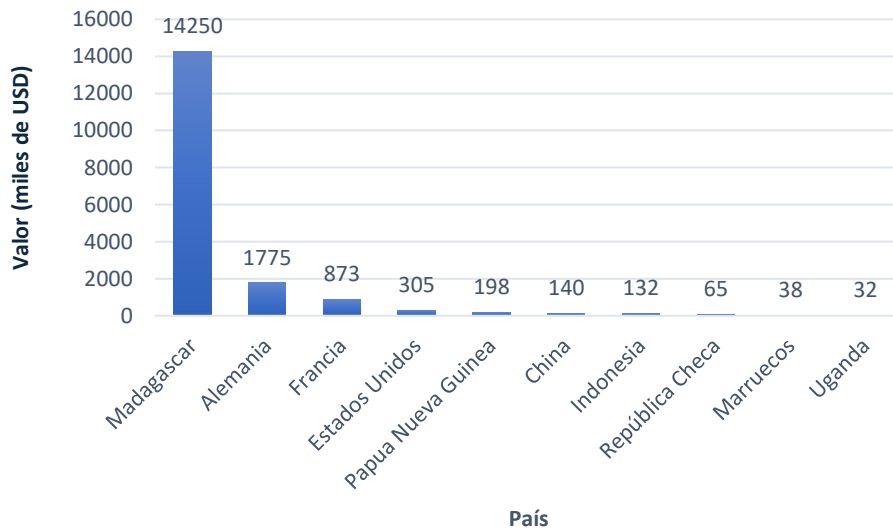


Fuente: (Trade Map, n.d.)

### Vainilla

Las importaciones de Suiza representan 1,9% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es 7 y la distancia media de los países proveedores es 7211 km. En total importó \$17.922 miles de dólares. La Figura 19 presenta los principales países a los que Suiza compró vainilla en el 2022, se observa que Madagascar es el principal país importador con el 79.5% de participación, seguido de Alemania con el 9.9% y en tercer lugar se encuentra Francia con el 4.9% del total de las importaciones realizadas por Suiza para este tipo de producto. Se evidencia que el 96% de las importaciones de Suiza se han generado para los países anteriormente mencionados.

Figura 19 Valor importado por país en 2022 - vainilla

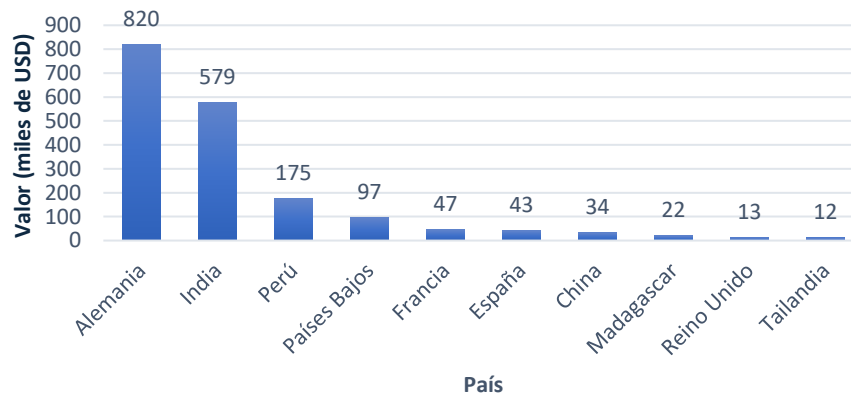


Fuente: (Trade Map, n.d.)

### **Cúrcuma**

Las importaciones de Suiza representan 0,5% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es 34 y la distancia media de los países proveedores es 3716 km. En total importó \$1.902 miles de dólares. La Figura 20 presenta los principales países a los que Suiza compró cúrcuma en el año 2022, en donde se observa que Alemania es el principal país importador con el 43.1% de participación, seguido de India con el 30.4% y en tercer lugar se encuentra Perú con el 9.2% del total de las importaciones realizadas por Suiza para este tipo de producto. Se evidencia que el 82% de las importaciones de Suiza se han generado para los países anteriormente mencionados.

Figura 20 Valor importado por país en 2022 - cúrcuma

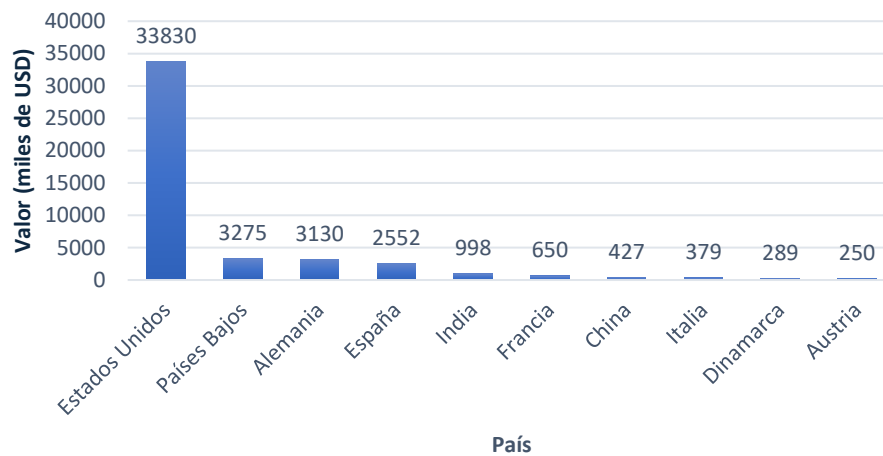


Fuente: (Trade Map, n.d.)

### **Materias colorantes de origen vegetal o animal**

Las importaciones de Suiza representan 2,4% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es 12 y la distancia media de los países proveedores es 5908 km. En total importó \$46.585 miles de dólares. La Figura 21 presenta los principales países a los que Suiza compró materias colorantes de origen vegetal o animal en el 2022, en donde se observa que Estados Unidos es el principal país importador con el 72.6% de participación, seguido de Países Bajos con el 7% y en tercer lugar se encuentra Alemania con el 6.7% del total de las importaciones realizadas por Suiza para este tipo de productos. Se evidencia que el 86% de las importaciones de Suiza se han generado para los países anteriormente mencionados.

Figura 21 Valor importado por país en 2022 – materias colorantes de origen vegetal



Fuente: (Trade Map, n.d.)

### 3.2. Descripción de la cadena de ingredientes

#### Aditivos alimentarios naturales

Europa es un mercado interesante, ya que cuenta con una fuerte industria alimentaria y de bebidas con una demanda creciente de aditivos alimentarios naturales para diferentes aplicaciones. Los consumidores europeos prestan más atención a los ingredientes de sus alimentos y bebidas, lo que conlleva a una sustitución progresiva de los ingredientes artificiales por los ingredientes naturales. Por otro lado, las dietas basadas en plantas están de moda, lo que impulsa la demanda de alternativas naturales e innovadoras en las categorías de aditivos. Dado lo anterior, Europa es un gran importador de ingredientes naturales, ya que los utilizan en gran medida como aditivos alimentarios naturales en alimentos y bebidas. (CBI, 2024b)

La demanda europea de aditivos alimentarios naturales viene creciendo desde hace varios años, y la pandemia COVID-19 ha ayudado con este crecimiento. Lo anterior crea oportunidades para algunas categorías de aditivos, tales como los edulcorantes naturales, emulgentes, estabilizantes, espesantes y gelificantes, así como también aromas y colorantes naturales. Entre los aditivos alimentarios naturales con buen potencial en el mercado europeo se encuentra **la estevia, la goma arábica, la goma guar, los extractos de algas, los aceites esenciales y las oleorresinas.**

#### **Stevia y edulcorantes naturales**

Los edulcorantes naturales son sustancias que proporcionan un sabor dulce a los alimentos y bebidas. Se extraen principalmente de fuentes vegetales como la Stevia, o también son producidos por animales, como la miel. Actualmente, los edulcorantes naturales tienen una amplia gama de aplicaciones en el mercado europeo, como en confitería, bebidas, cereales y productos lácteos. Los edulcorantes naturales están presentes sobre todo en productos como las bebidas bajas en calorías, chicles sin azúcar, yogures bajos en calorías y algunos productos procesados como el ketchup. La

industria de alimentos europea utiliza cada vez más edulcorantes naturales para sustituir el azúcar en los productos alimenticios y bebidas. Así mismo, la búsqueda de dietas más sanas ha contribuido a la expansión de los edulcorantes naturales. (CBI, 2024b)

- **Stevia**

Stevia rebaudiana, más conocida como stevia, se refiere a alrededor de 240 especies de hierbas y arbustos de la familia de los girasoles Asteraceae y es originaria de regiones tropicales y subtropicales de América, como en países como Brasil y Paraguay, también se cultiva en varios países de Asia, como Filipinas, Tailandia, Indonesia y Malasia. La stevia se obtiene de las hojas verdes de la especie vegetal stevia rebaudiana y se utiliza como edulcorante y sustituto del azúcar. No tiene calorías, lo que la convierte en un edulcorante muy usado en alimentos y bebidas. La stevia tiene muchas aplicaciones en la industria de alimentos, como en los productos lácteos, de panadería, así como también confitería, suplementos dietéticos, snacks y edulcorantes de mesa.

La demanda de stevia está impulsada por la creciente demanda de los consumidores de productos alimenticios más saludables y naturales, así como de alternativas al azúcar. La conciencia de los consumidores sobre la stevia está aumentando en Europa ya que buscan cada vez más productos más sanos y naturales, lo que ha generado un aumento del mercado orgánico, así como el número de aplicaciones en productos alimenticios y bebidas.

- **Azúcar de coco**

El azúcar de coco es un edulcorante cultivado a partir de la savia del tallo del capullo floral del cocotero. Filipinas, Indonesia y Tailandia son los principales productores y han representado alrededor del 80% de la producción mundial en las últimas décadas. Esto se debe a que cuentan con unas condiciones de cultivo favorables. El azúcar de coco se usa como edulcorante en la industria alimentaria, se usa en productos de confitería y panadería, así como en bebidas. A diferencia de otros edulcorantes, el azúcar de coco no carece de calorías; como contiene menos calorías que el azúcar tradicional, tiene muchas aplicaciones en la industria alimentaria. (CBI, 2024b)

### ***Emulgentes, estabilizantes, espesantes y gelificantes como gomas naturales y extractos de algas marinas***

Los emulgentes, estabilizantes, espesantes y gelificantes son un componente esencial en la industria de alimentos y bebidas. Se utilizan por sus propiedades de textura y por permitir la incorporación de otros ingredientes. Los emulsionantes ayudan a que se produzcan emulsiones entre dos o más líquidos que normalmente no se pueden mezclar. Este tipo de productos predominan las fuentes naturales y muchos emulgentes, estabilizantes, gelificantes y espesantes que proceden de plantas y algas marinas. Hay gran interés por este tipo de productos en el mercado europeo ya que tienen una amplia gama de aplicaciones en sectores como la panadería y confitería, lácteos, carnes, condimentos y bebidas. (CBI, 2024b)

### ***Gomas naturales***

Las gomas se utilizan en la industria alimentaria por sus funciones espesantes, estabilizantes y emulsionantes. Las funcionalidades y aplicaciones varían de una goma a otra. La demanda de gomas naturales como la goma arábica, la goma guar y la goma garrofín está creciendo gracias a sus propiedades únicas. Las gomas naturales tienen un gran potencial en Europa debido a su uso como sustitutos de la grasa en productos alimenticios bajos en grasa o también sin grasa, y su uso potencial como un sustituto de la gelatina en ciertos productos especialmente los sin gluten y veganos.

El mercado de gomas naturales es atractivo en los mercados europeos ya que los fabricantes de alimentos recurren cada vez más a las gomas para sustituir las grasas. Adicionalmente los consumidores europeos buscan cada vez más alimentos funcionales con beneficios para la salud en donde las gomas naturales presentan declaraciones (claims) de propiedades saludables, especialmente para la goma guar y el konjac. Finalmente, los consumidores europeos están cada vez más interesados en productos de origen ético. (CBI, 2024b)

Respecto a la goma arábica, debido a sus múltiples propiedades útiles, su inocuidad y su origen natural, la goma arábica es la de mayor valor comercial entre las gomas segregadas por vegetales. Se utiliza como estabilizante, encapsulador de sabor, emulsionante o espesante, no solo en los dulces, sino con refrescos, vinos, licores o fibra dietética, sino también en productos no alimentarios, donde también tiene aplicaciones. La goma arábica es común en regiones tropicales y subtropicales, y se produce principalmente en países africanos; razón por la cual Suiza no produce este tipo de producto y las exportaciones se deben a productos ya elaborados basados en goma arábica. (UNCTAD, 2018)

### ***Extractos de algas***

Los extractos de algas, o hidrocoloides de algas, se elaboran a partir de distintas algas procedentes de diversos países, estos suelen utilizarse como agentes gelificantes y espesantes. Uno de los extractos de algas más comunes es el agar. Se trata de una sustancia gelatinosa derivada de las algas rojas, que tiene beneficios nutricionales como fuente de hierro y magnesio, así como beneficios para la salud digestiva, ósea y cerebral. El agar tiene diversas aplicaciones en sectores como la alimentación, productos sanitarios, biotecnología y cosmética. La industria de la confitería lo utiliza en postres como gelatinas, tartas, donuts, glaseados para tartas, entre otros, así como también en productos lácteos como el queso fresco y el yogur. También tiene aplicaciones en la industria de bebidas como agente clarificante de la cerveza y el vino. (CBI, 2024b)

### ***Aromas naturales***

Los aromas naturales tienen una gran demanda en el mercado europeo de la alimentación y las bebidas debido a sus costos relativamente bajos, al aumento de la demanda de productos naturales y alimentos procesados por parte de los consumidores y también al creciente mercado de alimentos orgánicos. Los aromas naturales son preparaciones o sustancias que se añaden a los alimentos para poder potenciar o modificar su sabor u olor. Los aromas naturales se añaden a una amplia gama de productos alimenticios y bebidas, incluidas bebidas como infusiones afrutadas y refrescos, productos de confitería, productos lácteos como yogures, y también aperitivos salados. (CBI, 2024b)

### ***Aceites esenciales***

Los aceites esenciales de uso alimentario se usan generalmente como aromas naturales para aportar o realzar un sabor determinado a los productos alimenticios. Estos se obtienen de las hojas, flores, corteza y otras partes de las plantas con ayuda de la destilación al vapor. Europa es el principal mercado mundial de aceites esenciales y el sector de la aromatización utiliza enormes volúmenes de aceites esenciales. Por otro lado, existe una gran variedad de aceites esenciales utilizados en alimentación, estimada en más de 100. Algunos de los aceites esenciales más populares son los de menta, limón, naranja y otros cítricos, lavanda, romero, bergamota, tomillo, canela y perejil. La demanda de aceites esenciales está aumentando en Europa, impulsada por un incremento general de la demanda de productos naturales, incluidos los aromas naturales para los alimentos procesados. (CBI, 2024b)

Los principales fabricantes de aromas y fragancias, así como los grandes importadores europeos adquieren muchos de sus aceites esenciales en los países en desarrollo y luego los fabricantes reexportan los aromas y fragancias a países de todo el mundo. Europa cuenta con grandes centros de investigación, desarrollo e innovación de este tipo de productos, así como tener estrechos vínculos con los fabricantes de alimentos y bebidas. (CBI, 2024a)

### ***Oleorresinas***

Las oleorresinas son extractos concentrados de plantas, especias y hierbas. Estas están formadas por compuestos volátiles y no volátiles, lo que la diferencia de los aceites esenciales. Los principales componentes de una oleorresina son aceites esenciales, aceites fijos, pigmentos, componentes picantes y antioxidantes naturales. Las oleorresinas tienen un sabor entre 5 y 20 veces más fuerte que sus especias correspondientes y son más débiles que los aceites esenciales correspondientes. Europa tiene un sector de procesamiento de alimentos consolidado y es uno de los mercados de consumo más grandes del mundo. Los consumidores europeos están cada vez más interesados en los orígenes de los ingredientes de los productos alimenticios y bebidas, incluida su naturalidad. (Procopio et al., 2022)

### ***Colorantes alimentarios naturales***

Los colorantes naturales son un ingrediente para realzar, reforzar o añadir color a los alimentos, las bebidas y los cosméticos, no incluyéndose estos últimos en el presente estudio. Los colorantes naturales añaden o restauran el color en los alimentos. Los colorantes alimentarios están presentes en muchos alimentos, tales como aperitivos, margarina, queso, mermeladas y jaleas, postres, bebidas, entre otros. Los colorantes naturales son una categoría prometedora en el mercado europeo debido a la creciente preferencia y popularidad entre los consumidores de alternativas de color naturales en lugar de los aditivos artificiales, por consiguiente, la industria busca constantemente materias primas y extractos que puedan cumplir los requisitos de rendimiento, estabilidad y seguridad. (CBI, 2022)

### ***Hidrocoloides de algas***

Los hidrocoloides de algas, también denominado “gomas industriales de algas” o “extractos de algas”, se extraen de las algas y se dividen en tres categorías: carragenanos; agares; y alginatos (en aplicaciones alimentarias). Los hidrocoloides de algas se utilizan como aditivo alimentario en muchos

productos alimenticios, tales como postres refrigerados, helados, productos de panadería, productos cárnicos, entre otros. La demanda de hidrocoloides de algas marinas está impulsada por la demanda de los consumidores de alimentos saludables (por ejemplo, bajos en grasa). Los hidrocoloides de algas marinas tienen una funcionalidad única para reconstruir la textura de estos productos alimenticios. (Rupert et al., 2022)

### **Extracto de vainilla**


La vainilla es un producto originario de México, pero actualmente crece sólo en ciertos países, incluidos Madagascar, Indonesia, México, Tahití, Uganda y Papua Nueva Guinea. La vainilla es extremadamente difícil de cultivar, principalmente debido a la necesidad de polinizar manualmente las vainas. La vaina es un fruto de las orquídeas *Vanilla planifolia* (vainilla bourbon), *Vanilla tahitensis* y *Vanilla pompon*. Existen diferentes tipos de extractos de vainilla, la cual incluyen oleoresina, infusión y absoluto. Estos tipos de extractos pueden diferir según el diferente tipo de concentración y proceso de extracción. La demanda de extracto de vainilla en el mercado europeo de alimentos y bebidas está creciendo. Los consumidores europeos demandan ingredientes más naturales en sus alimentos y bebidas. Sin embargo, la volatilidad de los precios y los problemas de la cadena de suministro hacen que las empresas europeas de alimentos y bebidas prefieran la vainilla sintética. (CBI, 2021)






## 3.3. Descripción de actores claves de la cadena

### 3.3.1. Empresas que compran ingredientes naturales para alimentos en Suiza (Comercializadoras de ingredientes y empresas usuarias de Alimentos)




La Tabla 7 presenta empresas ubicadas en Suiza dedicadas a la distribución y comercialización de diferentes ingredientes naturales para alimentos, así como de algunas empresas usuarias de ingredientes naturales.

Tabla 7 Comercializadores de ingredientes naturales para alimentos en Suiza

Empresa	Categoría	Ubicación	Descripción	Productos
	Ingredientes variados	Stampfenbachstrasse 38 CH-8006 Zürich Suiza	El Grupo Kündig es una empresa familiar de producción y <b>comercialización</b> con casi 100 años de antigüedad y sede en Zúrich (Suiza). El Grupo Kündig opera en el sector de las legumbres secas, las hierbas, las especias y las setas, así como en el de los cereales/semillas oleaginosas y los productos congelados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cereales y semillas</li> <li>• Frutos secos</li> <li>• Productos secos</li> <li>• Productos congelados</li> <li>• Zumos</li> <li>• Legumbres</li> <li>• Proteínas</li> </ul>

Empresa	Categoría	Ubicación	Descripción	Productos
<a href="#">Blattmann Schweiz AG</a> 	Ingredientes variados	Seestrasse 205 CH-8820 Wädenswil Suiza	Es una empresa suiza con más de 165 años de experiencia. Suministran a la industria alimentaria de Suiza y Europa ingredientes especiales orgánicos y no orgánicos. <b>Distribuidores oficiales</b> para Agrana, NAGASE, Galam y Ebro Ingredients	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proteínas de espelta y trigo</li> <li>• Edulcorantes</li> <li>• Almidón y derivados</li> <li>• Proteínas y harinas vegetales</li> <li>• Productos de patata</li> </ul>
<a href="#">BioPartner</a> 	Ingredientes variados	Staufferstrasse 2 5703 Seon Suiza	<b>Distribuidor</b> especializado en alimentos orgánicos para el comercio minorista, la hostelería y la industria alimentaria orgánica de Suiza y Alemania, que ofrece una amplia cartera de servicios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos frescos y congelados</li> <li>• Frutas vegetales</li> <li>• bebidas</li> <li>• Productos secos</li> <li>• <b>Cosméticos naturales</b></li> </ul>
<a href="#">Migros Group</a> 	Ingredientes variados	Limmatstrasse 152, Zurich, 8031 Suiza	La mayor empresa minorista y cadena de supermercados de Suiza. Migros es una sociedad cooperativa y la mayoría de los productos son fabricados por una subempresa propia en Suiza, pero también se importa una gran cantidad de ingredientes y productos.	<p>Orgánico</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Frutas y verduras</li> <li>• Carne y pescado</li> <li>• Lácteos, huevos y alimentos frescos</li> <li>• Pan, bollería y desayuno</li> <li>• Aperitivos y dulces</li> <li>• Alimentos congelados</li> <li>• Bebidas, café y té</li> <li>• Entre otros</li> </ul>
<a href="#">SteviaSweet</a> (una marca de Hermes Sweeteners Ltd) 	Endulzante natural	SteviaSweet Hermes Süsstoff AG Ankerstrasse 53 8004 Zürich Suiza	Es un portal web que <b>distribuye</b> productos en Suiza y otros países, basados en Stevia tales como confitería, gomas, chocolates, azúcar en varias presentaciones, entre otros. Hermes Sweeteners Ltd produce esta marca.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estevia</li> <li>• Azúcar líquido</li> <li>• Azúcar en polvo</li> <li>• Azúcar para hornear</li> <li>• Confitería</li> <li>• Gomas</li> <li>• Chocolates</li> <li>• Otros</li> </ul>
<a href="#">Firmenich</a> 	Ingredientes variados	Rue de la Bergere 7, Satigny, Meyrin 2, Genf, 1242 Suiza	Firmenich International SA (Firmenich) fabrica y comercializa fragancias, sabores e ingredientes. La cartera de productos de la empresa comprende fragancias finas, fragancias de consumo e ingredientes aromáticos, productos para	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingredientes naturales</li> <li>• Ingredientes sintéticos</li> <li>• Biotecnología</li> <li>• Nutrición</li> <li>• <b>cosmética</b></li> <li>• Estevia</li> </ul>

Empresa	Categoría	Ubicación	Descripción	Productos
			<p>el cuidado corporal, bucal y del hogar.</p> <p><b>Distribuidora exclusiva</b> de los productos edulcorantes naturales de Guilin Layn Natural Ingredients, líder mundial chino en extracción botánica de sustitutos del azúcar.</p> <p>Firmenich se <b>fusionó</b> con la empresa <b>DSM</b> de Países Bajos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Catálogo de ingredientes</a></li> </ul>
	Ingredientes variados	<p>DSM en Kaiseraugst Wurmisweg 576, 4303 Kaiseraugst</p> <p>Emil-Barell-Straße 3, 79639 Grenzach-Wyhlen Suiza</p>	<p>Empresa productora de alimentos y bebidas funcionales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vitaminas</li> <li>• Lípidos nutricionales</li> <li>• Carotenoides</li> <li>• Nutracéuticos</li> <li>• Enzimas digestivas</li> <li>• Bióticos</li> <li>• Oligosacáridos de la leche humana</li> <li>• Cannabinoides (CBD)</li> </ul>
	Ingredientes variados		<p>DKSH Switzerland Ltd. Hace parte del <a href="#">grupo DKSH</a> la cual ofrece un paquete integral de servicios en toda la cadena de valor: desde abastecimiento, investigación y análisis, marketing, ventas, distribución y logística hasta servicios posventa.</p> <p>La <a href="#">línea de negocios</a> de ingredientes para alimentos y bebidas de DKSH es líder de ingredientes alimentarios y proveedor a nivel global en las industrias de bebidas, lácteos, confitería y panadería, suplementos nutricionales, alimentos procesados y servicios alimentarios.</p> <p>DKSH ha firmado una alianza exclusiva con Döhler GmbH, el fabricante,</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bebidas y lácteos</li> <li>• Confitería y panadería</li> <li>• Complementos alimenticios y nutrición</li> <li>• Materias primas para carnes, sopas, salsas y condimentos</li> <li>• Ingredientes naturales</li> </ul>





Empresa	Categoría	Ubicación	Descripción	Productos
			comercializador y proveedor global con sede en Alemania de ingredientes naturales, sistemas de ingredientes y soluciones integradas basados en tecnología para las industrias de alimentos, bebidas y nutrición.	
<a href="#">NaturaYuva</a> 	Ingredientes variados	Oficina en Suiza Friedensgasse 19, 4056 Basel, Suiza	Es una empresa india con una amplia red de pequeños agricultores de este país, transforman especies vegetales en una gran variedad de ingredientes aromáticos y medicinales especiales para fabricantes de alimentos y bebidas, nutracéuticos, productos farmacéuticos y <b>cosméticos</b> naturales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Polvos orgánicos</li> <li>• Biomasa secada</li> <li>• Extractos botánicos</li> <li>• Alimentos y bebidas</li> <li>• Nutracéutica</li> <li>• Farmacéutica</li> <li>• <b>Cosmética natural</b></li> </ul>
<a href="#">SamaraNatura</a> 	Ingredientes variados	nur Abholungen von Vorbestellungen, Werkstrasse 3, 8620 Wetzikon	SamaraNatura ofrece a la venta productos especiales que aún no estaban disponibles en el mercado suizo, los llamados superalimentos en calidad de alimentos crudos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Superalimento</li> <li>• Alimentos crudos</li> <li>• Chocolate vegano</li> <li>• Edulcorantes</li> <li>• <b>Stevia</b></li> <li>• <b>Azúcar de coco</b></li> <li>• <b>Espirulina</b></li> <li>• Aperitivos</li> <li>• Complementos alimenticios</li> <li>• Otros</li> </ul>
<a href="#">Jungbunzlauer Suisse AG</a> 	Ingredientes variados	St. Alban-Vorstadt 90 4002 Basel Suiza	Jungbunzlauer es uno de los principales <b>productores</b> mundiales de ingredientes biodegradables de origen natural. <b>Produce y distribuye</b> ácidos cítricos, citratos y gluconatos. La empresa también fabrica "goma xantana" y alcohol etílico.  La empresa atiende a clientes en más de 130 países y tiene plantas de fabricación en Austria, Canadá, Francia y Alemania.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cítricos</li> <li>• Gomas naturales</li> <li>• Gluconato</li> <li>• Lácticos</li> <li>• Sales especiales</li> <li>• Endulcorantes</li> <li>• Farmacia</li> </ul>
<a href="#">Lindt &amp; Sprüngli</a>	Usuarios de ingredientes naturales	Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG	El Grupo Lindt & Sprüngli desarrolla, produce y vende en todo el mundo productos de chocolate de alta calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chocolates</li> </ul>


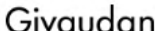

Empresa	Categoría	Ubicación	Descripción	Productos
		Seestrasse 204 CH-8802 Kilchberg Suiza	y ha realizado muchos lanzamientos de nuevos productos con <b>aceites esenciales como ingrediente</b>	
<a href="#">Ricola</a> 	Usuarios de ingredientes naturales	Ricola Schweiz AG Postfach 130 CH-4242 Laufen Suiza	Es uno de los productores de confitería más innovadores del mundo basados en hierbas. Esta empresa familiar exporta más de 60 productos especializados en hierbas a más de 45 países de Europa, Asia y América. Todos los productos se fabrican en Suiza.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caramelos</li> <li>• Perlas</li> <li>• Bolsa de té</li> <li>• Refrescos</li> <li>• Garganta y voz</li> <li>• Tos y ronquera</li> </ul>
<a href="#">Bio-FamiliaAG</a> 	Usuarios de ingredientes naturales	bio-familia AG Brünigstrass e 141 CH-6072 Sachseln Suiza	Empresa dedicada a la producción y <b>venta de alimentos naturales</b> , para bebés y productos dietéticos con ingredientes funcionales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Catálogo de productos</a></li> </ul>
<a href="#">Morga AG</a> 	Usuarios de ingredientes naturales	MORGA AG Kapplerstras se 60 9642 Ebnat- Kappel Suiza	Dedicada a la producción de alimentos naturales, dietéticos y funcionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingredientes para hornear y edulcorantes</li> <li>• Postres y pasteles</li> <li>• Cremas de frutas y miel</li> <li>• Caldos y sopas de verduras</li> <li>• Cereales, granos y legumbres</li> <li>• Especias y Salsas</li> <li>• Productos sin gluten</li> <li>• Muesli, barritas y snacks</li> <li>• Suplementos nutricionales y fortalecimiento</li> <li>• Aceites y vinagre</li> <li>• Jarabes y jugos</li> <li>• Té, té helado y ponche</li> <li>• Frutos secos y nueces</li> <li>• Otros</li> </ul>



### 3.3.2. Empresas productoras de ingredientes naturales para alimentos en Suiza

La Tabla 8 presenta empresas ubicadas en Suiza dedicadas a la producción de diferentes ingredientes naturales para alimentos

Tabla 8 Productores de ingredientes naturales para alimentos en Suiza

Empresa	Categoría	Ubicación	Descripción	Productos
 <p><b>Blattmann Schweiz AG</b></p>	Ingredientes variados	Blattmann Schweiz AG Seestrasse 205 CH-8820 Wädenswil Suiza	Es una empresa suiza con más de 165 años de experiencia en la <b>producción</b> de ingredientes. Suministran a la industria alimentaria de Suiza y Europa ingredientes especiales orgánicos y no orgánicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proteínas de espelta y trigo</li> <li>• Edulcorantes</li> <li>• Almidón y derivados</li> <li>• Proteínas y harinas vegetales</li> <li>• Productos de patata</li> </ul>
 <p><b>W. Kündig &amp; Cie AG</b></p>	Ingredientes variados	W. Kündig & Cie AG Stampfenbachstrasse 38 CH-8006 Zürich Suiza	El Grupo Kündig es una empresa familiar de <b>producción</b> y comercialización con casi 100 años de antigüedad y sede en Zúrich (Suiza). El Grupo Kündig opera en el sector de las legumbres secas, las hierbas, las especias y las setas, así como en el de los cereales/semillas oleaginosas y los productos congelados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cereales y semillas</li> <li>• Frutos secos</li> <li>• Productos secos</li> <li>• Productos congelados</li> <li>• Zumos</li> <li>• Legumbres</li> <li>• Proteínas</li> </ul>
 <p><b>Hermes Sweeteners Ltd</b></p>	Endulzante natural	Hermes Sweeteners Ltd Ankerstrasse 53 8004 Zurich Suiza	Fundada en 1904, es una empresa suiza con sede en Zurich que <b>fabrica edulcorantes</b> artificiales y naturales. Hermes Sweeteners Ltd produce y distribuye las marcas Hermesetas, SteviaSweet y Assugrin	<p>Contienen una variedad de ingredientes edulcorantes sin calorías de alta intensidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estevia</li> <li>• Mini endulzantes</li> <li>• Granulados</li> <li>• Líquidos</li> </ul>
 <p><b>Firmenich</b></p>	Ingredientes variados	Rue de la Bergere 7, Satigny, Meyrin 2, Genf, 1242 Suiza	Firmenich International SA (Firmenich) fabrica y comercializa fragancias, sabores e ingredientes. La cartera de productos de la empresa comprende fragancias finas, fragancias de	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingredientes naturales</li> <li>• Ingredientes sintéticos</li> <li>• Biotecnología</li> <li>• Nutrición y <b>cosmética</b></li> </ul>

Empresa	Categoría	Ubicación	Descripción	Productos
			consumo e ingredientes aromáticos, productos para el cuidado corporal, bucal y del hogar.	<a href="#">Catálogo de ingredientes</a>
<a href="#">Jungbunzlauer Suisse AG</a> 	Ingredientes variados	St. Alban-Vorstadt 90 4002 Basel Suiza	<p>Jungbunzlauer es uno de los principales <b>productores</b> mundiales de ingredientes biodegradables de origen natural. <b>Produce y distribuye</b> ácidos cítricos, citratos y gluconatos. La empresa también fabrica "goma xantana" y alcohol etílico.</p> <p>La empresa atiende a clientes en más de 130 países y tiene plantas de fabricación en Austria, Canadá, Francia y Alemania.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cítricos</li> <li>• Gomas naturales</li> <li>• Gluconato</li> <li>• Lácticos</li> <li>• Sales especiales</li> <li>• Endulcorantes Farmacia</li> </ul>
<a href="#">Givaudan</a> 	Ingredientes variados	Givaudan International SA (Corporate Headquarters) Chemin de la Parfumerie 5 1214 Vernier Suiza	<p><b>Fabrica y vende</b> fragancias y aromas. La empresa ofrece una gama de fragancias para textiles, <b>cuidado personal, cuidado del cabello y la piel</b>, cuidado del hogar y productos de cuidado bucal. Givaudan ofrece soluciones para el gusto, los sentidos, la nutrición y la salud.</p> <p>Givaudan adquirió la empresa francesa <b>Naturex</b>, una empresa líder a nivel mundial que produce y vende ingredientes naturales para los sectores de alimentación, salud y belleza.</p>	<p>Soluciones por segmento</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aperitivos</li> <li>• Bebidas</li> <li>• Salados</li> <li>• Dulces</li> <li>• Lácteos y quesos</li> <li>• Suplementos y nutracéuticos</li> <li>• <b>Ingredientes aromatizantes</b></li> <li>• <b>Ingredientes naturales</b></li> </ul>
<a href="#">Dixa</a> 	Hierbas, especias y plantas aromáticas	Stationsstrasse 39a CH-9014 St. Gallen	Procesan hierbas medicinales, plantas aromáticas y especias seleccionadas procedentes de Suiza y de todo el mundo, convirtiendo las materias primas en productos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plantas medicinales, Aromáticas y especias</li> <li>• <a href="#">Catálogo de productos</a></li> </ul>

Empresa	Categoría	Ubicación	Descripción	Productos
<a href="#">Frutarom Switzerland LTD</a>  	Ingredientes funcionales	Europastrass e 15 5734 Reinach	Empresa productora de ingredientes funcionales para la industria <b>alimentaria</b> , farmacéutica y <b>cosmética</b> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edulcorantes</li> <li>• Soluciones proteínicas</li> <li>• Hidrocoloides / Texturantes y celulósicos</li> <li>• Ingredientes saludables</li> <li>• Sabores</li> <li>• Enzimas para alimentos y bebidas</li> <li>• Emulsionantes</li> <li>• Cultivos y probióticos</li> <li>• Colorantes naturales</li> <li>• Otros</li> </ul>

### 3.3.3. Asociaciones y gremios de empresas de ingredientes naturales o de alimentos en Suiza

#### 3.3.3.1. SFFIA (Swiss Flavour and Fragrance Industry Association)



La Asociación Suiza de la Industria de Aromas y Fragancias se fundó en Ginebra en diciembre de 1999. El objetivo principal de la asociación es contribuir al desarrollo de la industria suiza de aromas y fragancias y defender el interés común de sus miembros. Representa a la industria suiza de aromas y fragancias ante las autoridades y entidades económicas suizas, así como ante organizaciones internacionales, como EFFA, IFRA e IOFI. Dentro de sus miembros se encuentran las empresas DSM Nutritional Products, FIRMENICH SA y GIVAUDAN Suisse SA identificados en el apartado 3.3.2. (SFFIA, n.d.)

#### 3.3.3.2. Fial (Federación de Industrias Alimentarias Suiza)



La Federación de Industrias Alimentarias Suizas (fial, por sus siglas) es la asociación de la industria alimentaria suiza. El objetivo de la asociación Fial es proteger los intereses económicos y de política económica comunes de las industrias afiliadas y sus empresas miembros. La asociación se ocupa principalmente de las cuestiones generales sobre la elaboración y aplicación de leyes alimentarias; preocupaciones de política agrícola de la industria procesadora; cuestiones de integración europea y comercio exterior (OMC, etc.); sobre las modalidades de importación y exportación y legislación aduanera; proyectos de investigación conjuntos; también los temas relacionados con la nutrición y la obesidad;

formación profesional y educación superior en la industria alimentaria y finalmente, realización de estudios estadísticos sobre las industrias asociadas. (Fial, n.d.)

### 3.3.3.3. Swiss Food & Nutrition Valley (SFNV)



Lanzado el 23 de enero de 2020 en el Foro Económico Mundial de Davos, el Valle Suizo de la Alimentación y la Nutrición pretende abordar los retos de una nutrición sostenible y de alta calidad (Hospitality Insights, n.d.). Es una asociación sin ánimo de lucro, de ámbito nacional y orientada a fines concretos, que refuerza y promueve la innovación del sistema alimentario, con un compromiso internacional. La asociación está disponible para diferentes actores, desde grandes empresas internacionales e instituciones académicas y de investigación de renombre mundial hasta facilitadores de la innovación, inversores, PYME y nuevas empresas, siempre y cuando cuenten con sede en Suiza. (Swiss Food & Nutrition Valley, n.d.)

La siguiente figura presenta un mapa con los actores del ecosistema de innovación en alimentación y nutrición de Suiza, clasificados de acuerdo con el tipo de actor, es decir si este pertenece a la academia, gobierno; grandes, pequeñas y medianas empresas; start-ups, así como también organizaciones que promueven la innovación en el sector.

Figura 22 Actores del ecosistema de alimentación y nutrición en Suiza



Fuente:(SWI swissinfo.ch, 2020)

#### 3.3.3.4. *Swiss Food Research*



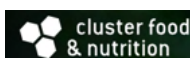
Swiss Food Research es la mayor red de innovación del espacio agroalimentario suizo. Es una asociación con más de 200 miembros de instituciones de investigación, empresas y start-ups, así como redes de socios nacionales e internacionales, la cual impulsan la innovación en el ecosistema agroalimentario a través de la transferencia de conocimientos y tecnología. (Swiss Food Research, n.d.)

#### 3.3.3.5. *Valplantes*



Valplantes es una cooperativa que reúne a unos cuarenta productores ecológicos certificados que crecen en un entorno alpino excepcional, en el corazón de los Alpes del Valais, entre los 800 y 1400 metros sobre el nivel del mar. (Valplantes, n.d.)

### 3.3.4. Clústeres de ingredientes naturales o de alimentos en Suiza



El Clúster de Alimentación y Nutrición es una asociación activa en el campo de la agroalimentación desde el año 2015. Como plataforma de creación de redes y facilitación a nivel regional y nacional, la misión del Clúster de Alimentación y Nutrición es fortalecer la colaboración entre las diferentes partes interesadas del sector agroalimentario y apoyarlos en sus esfuerzos de innovación combinando conocimientos sobre el procesamiento de alimentos, nutrición, salud y tecnología. Sus servicios son: formación y talleres; eventos conferencias y visitas; networking y colaboraciones; apoyo a la innovación y finalmente, visibilidad. (Cluster Food & Nutrition, n.d.)

### 3.3.5. Generadores de conocimiento (Universidades, centros de investigación)

#### 3.3.5.1. *Agroscope*



Agroscope es un centro suizo en investigación agrícola y está afiliado a la Oficina Federal de Agricultura (FOAG). Realiza investigaciones para mejorar la producción agrícola y alimentaria, promoviendo alimentos competitivos y de alta calidad, en línea con los estándares de desarrollo. Los tópicos de interés de Agroscope son: planta de producción; ganado, alimentación; medio ambiente y recursos; economía y tecnología; estaciones experimentales. (Agroscope, n.d.)

### 3.3.5.2. EHL



La EHL (Escuela de Hotelería de Lausana) es una de las instituciones de educación en hotelería más prestigiosas del mundo. Se encuentra en Suiza y ofrece programas de grado y posgrado en gestión hotelera. Es reconocida por su excelencia en investigación y tienen investigaciones relevantes en la nutrición, la gastronomía y las tendencias en alimentación. Adicionalmente, la EHL cuentan con un Instituto de I+D en Nutrición. (EHL, n.d.)

### 3.3.5.3. ETH Zurich



La Escuela Politécnica Federal de Zúrich (ETH Zurich) es una universidad pública líder en investigación y educación en ingeniería y ciencias naturales. Fundada en 1854, su misión es formar ingenieros y científicos. Ofrece una amplia gama de programas de grado y posgrado en diversos campos. La universidad destaca en investigación en alimentación debido a su compromiso con la excelencia académica, sus recursos de vanguardia, su enfoque interdisciplinario y sus colaboraciones con la industria. (ETH Zurich, n.d.)

### 3.3.5.4. EPFL



La École Polytechnique Fédérale de Lausanne (EPFL) es una prestigiosa institución de educación superior ubicada en Suiza. Es una de las universidades técnicas más destacadas del mundo y se centra en la enseñanza y la investigación en ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (STEM). Su ubicación estratégica, innovación especializada y contribuciones significativas en la investigación respaldan la excelencia de la EPFL en el ámbito de la alimentación. Adicionalmente, cuentan con un Centro Integrativo de Nutrición y Ciencia de los Alimentos. (EPFL, n.d.)

### 3.3.5.5. Hes-so / Valais Wallis



La Universidad de Ciencias Aplicadas de HES-SO Valais Wallis es una institución de educación superior ubicada en el cantón de Valais, Suiza. Es parte de la red de Universidades de Ciencias Aplicadas de Suiza (HES-SO), que ofrece una amplia gama de programas académicos en áreas como ingeniería, tecnología, negocios, salud, turismo y arte. Se destaca en investigación en alimentación debido a su privilegiada ubicación en los Alpes Suizos, proporcionando un entorno propicio para estudios en agricultura y alimentos. Adicionalmente es reconocida por su experiencia, colaboraciones industriales y enfoque práctico. (HES-SO, n.d.)

### 3.4. Requisitos técnicos del mercado para exportar a Suiza

En el contexto de los ingredientes alimentarios, la Ley General de Alimentos es el marco legislativo que regula la seguridad alimentaria en Europa y se basa en el enfoque "de la granja a la mesa", que implica la trazabilidad total a lo largo de toda la cadena de suministro. La mayoría de los ingredientes naturales para el sector de la salud se utilizan en suplementos y medicamentos a base de plantas, lo que significa que el segmento de destino decide qué normativas cumplir. Para las importaciones de ingredientes naturales, las condiciones generales incluyen:

- Principios y requisitos generales de la legislación alimentaria
- Trazabilidad
- Requisitos sanitarios y fitosanitarios
- Normas sobre criterios microbiológicos, residuos, pesticidas, etc.
- Requisitos específicos de comercialización y etiquetado y para determinados grupos de productos

En el caso de los ingredientes naturales, que no se vendían en la UE antes de 1997, entran en el ámbito de aplicación del Reglamento sobre nuevos alimentos y se enumeran en el Catálogo de nuevos alimentos. La última versión del Reglamento sobre nuevos alimentos entró en vigor en 2018. Además, para proteger las plantas silvestres amenazadas, la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES) pasó a formar parte de la legislación de la UE e implica la obtención de un permiso de exportación de la autoridad CITES correspondiente si un ingrediente natural figura en ella.

El Programa Suizo de Fomento de las Importaciones (SIPPO) es un mandato bien establecido de la Secretaría de Estado de Economía (SECO) suiza en el marco de su cooperación para el desarrollo económico (SIPPO, n.d.). La SIPPO tiene oficinas en Colombia en donde impulsa la exportación a la Unión Europea, a Suiza y a otros países del EFTA para la industria de Ingredientes Naturales (Embajada de Colombia en Suiza, n.d.).

Sólo se podrán importar animales y mercancías de terceros países si se cumplen determinadas condiciones. No es posible importar animales y mercancías de todos los países. El sector de ingredientes naturales de SIPPO incluye componentes derivados de plantas, sin procesar o procesados en cierta medida, para su uso en numerosas aplicaciones, como alimentación, salud/farmacéutica y cosmética. (SIPPO, n.d.)

En Suiza, la importación de especies protegidas de animales y plantas está prohibida o sólo es posible bajo determinadas condiciones. Las especies protegidas de animales y plantas, así como sus partes y productos derivados, están sujetas a la [Convención CITES](#) (*Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora*), la cual supervisa el comercio internacional de especies protegidas y que están en peligro de extinción. Los Apéndices de la CITES ahora enumeran más de 5.000 especies de animales y 28.000 especies de plantas. Dado lo anterior, se debe de consultar si el ingrediente natural basado en plantas se encuentra en la lista de la convención CITES.

Las importaciones de animales, plantas y productos derivados protegidos por la CITES requieren permisos de exportación CITES emitidos por las autoridades administrativas CITES del país de origen, así como permisos de importación de la FSVO. Además, se debe realizar una inspección CITES en el momento de la importación y en el caso de que, si esté en la lista, los importadores comerciales que comercian con productos derivados de especies protegidas por la CITES de solicitar una licencia de importación abierta, la cual otorgan por un periodo de 2 años. (Federal Food Safety and Veterinary Office, 2023)

## Bibliografía

Accenture. (2021). *The Swiss FoodTech Ecosystem 2021 A closer look at Swiss FoodTech ecosystem & trends*.

Advanced Biotech. (n.d.). *What Does “Natural” Mean in Foods? – Advanced Biotech*. Retrieved April 16, 2024, from <https://adv-bio.com/what-does-natural-mean-in-foods/>

Agroscope. (n.d.). *Agroscope*. Retrieved April 16, 2024, from <https://www.agroscope.admin.ch/agroscope/en/home/topics/food/nutrition-health.html>

BioAlps. (n.d.). *BioAlps*. Retrieved April 16, 2024, from <https://bioalps.org/?s=cosmeti>

CBI. (2021). *The European market potential for vanilla extract | CBI*. <https://www.cbi.eu/market-information/natural-food-additives/vanilla-extract/market-potential>

CBI. (2022). *The European market potential for natural food colours | CBI*. <https://www.cbi.eu/market-information/natural-food-additives/natural-food-colours/market-potential>

CBI. (2024a). *The European market potential for essential oils for food and drinks | CBI*. <https://www.cbi.eu/market-information/natural-food-additives/essential-oils-food/market-potential#which-european-countries-offer-the-most-opportunities-for-essential-oils>

CBI. (2024b). *What is the demand for natural food additives on the European market? | CBI*. <https://www.cbi.eu/market-information/natural-food-additives/what-demand>

CBI. (2024c). *What is the demand for natural ingredients for cosmetics on the European market?* <https://www.cbi.eu/market-information/natural-ingredients-cosmetics/what-demand>

Cluster Food & Nutrition. (n.d.). *Cluster Food Nutrition*. Retrieved April 16, 2024, from <https://www.clusterfoodnutrition.ch/>

Crunchbase. (n.d.). *Crunchbase Company Profile & Funding*. Retrieved April 16, 2024, from <https://www.crunchbase.com/organization/loreal>

EHL. (n.d.). *EHL Swiss Hospitality Management School*. Retrieved April 16, 2024, from [https://www.ehl.edu/en/about-ehl/?\\_gl=1\\*75vsft\\*\\_up\\*MQ..&gclid=CjwKCAjw\\_e2wBhAEEiwAyFFFo\\_qQa\\_AIMbe9gWV2muX3ggZXVu8\\_Iss8DbZu7vdLypz\\_-Rs3eYrccxoCOWsQAvD\\_BwE](https://www.ehl.edu/en/about-ehl/?_gl=1*75vsft*_up*MQ..&gclid=CjwKCAjw_e2wBhAEEiwAyFFFo_qQa_AIMbe9gWV2muX3ggZXVu8_Iss8DbZu7vdLypz_-Rs3eYrccxoCOWsQAvD_BwE)

Embajada de Colombia en Suiza. (n.d.). *Embajada - Asuntos económicos*. Retrieved April 16, 2024, from [https://suiza.embajada.gov.co/colombia/asuntos\\_economicos](https://suiza.embajada.gov.co/colombia/asuntos_economicos)

EPFL. (n.d.). *EPFL*. Retrieved April 16, 2024, from <https://www.epfl.ch/en/>

ETH Zurich. (n.d.). *ETH Zurich*. Retrieved April 16, 2024, from <https://ethz.ch/en.html>

EUR-Lex. (n.d.). *EUR-Lex*. Retrieved April 16, 2024, from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=LEGISSUM:ev0013>

- Euromonitor. (2023). *Beauty and Personal Care in Switzerland | Market Research Report*. <https://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care-in-switzerland/report>
- European Commission. (n.d.). *Cosmetic ingredient database*. Retrieved April 16, 2024, from [https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/cosmetics/cosmetic-ingredient-database\\_en](https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/cosmetics/cosmetic-ingredient-database_en)
- Federal Food Safety and Veterinary Office. (2023). *Imports of protected species of animals and plants*. <https://www.blv.admin.ch/blv/en/home/import-und-export/import/importe-artengeschuetzte-tiere-pflanzen.html>
- Fial. (n.d.). *Fial – Foederation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien*. Retrieved April 16, 2024, from <https://www.fial.ch/>
- GGBa. (2024). *The Swiss ecosystem for cosmetics companies | GGBa*. <https://ggba.swiss/en/the-swiss-ecosystem-for-cosmetics-companies/>
- GlobalData. (n.d.). *GlobalData*. Retrieved April 16, 2024, from <https://www.globaldata.com/>
- GQSP Colombia. (n.d.). *Guia\_exportar-ingredientes-naturales\_Suiza\_UE*.
- HCI. (n.d.). *HCI Discover our work as association and our values*. Retrieved April 16, 2024, from <https://hci-asso.ch/discover-our-work/>
- HES-SO. (n.d.). *HES-SO Valais-Wallis*. Retrieved April 16, 2024, from <https://www.hevs.ch/en>
- Hospitality Insights. (n.d.). *Swiss Food & Nutrition Valley: a unique innovation ecosystem*. Retrieved April 16, 2024, from <https://hospitalityinsights.ehl.edu/swiss-food-nutrition-valley-innovation-ecosystem>
- Lexology. (n.d.). *Food and cosmetic safety in Switzerland*. Retrieved April 16, 2024, from <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=5bde1e89-f494-4e57-bce1-73e34d82dac6>
- Mediplant. (n.d.). *Mediplant Centre de recherches sur les plantes médicinales et aromatiques*. Retrieved April 16, 2024, from <https://mediplant.ch/index.php/en/>
- Ministerio de Comercio, I. y C. (n.d.). *EFTA | TLC*. Retrieved April 16, 2024, from <https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/acuerdo-de-libre-comercio-efta>
- Mordor Intelligence. (n.d.). *Switzerland Foodservice Market Size*. Retrieved April 16, 2024, from <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/switzerland-foodservice-market/market-size>
- Mordor Intelligence. (2023). *Mercado de cosméticos de Suiza - Empresas y Marcas*. <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/switzerland-cosmetics-products-market-industry>
- MWR. (2023). *Switzerland Cosmetics Market 2024-2032*. <https://markwideresearch.com/switzerland-cosmetics-market/>
- Open to Export. (n.d.). *Food and Drink sector in Switzerland*. Retrieved April 16, 2024, from <https://opentoexport.com/article/food-and-drink-sector-in-switzerland/>



UNCTAD. (2018). *Goma arábica: el aumento de la demanda crea nuevas oportunidades para los productores africanos*. <https://unctad.org/es/press-material/goma-arabiga-el-aumento-de-la-demanda-crea-nuevas-oportunidades-para-los-productores>

Valplantes. (n.d.). *Valplantes Plantes aromatiques et médicinales biologiques du Valais*. Retrieved April 16, 2024, from <http://www.valplantes.ch/>

ZHAW. (n.d.). *ZHAW Institute of Food and Beverage Innovation ILGI*. Retrieved April 16, 2024, from <https://www.zhaw.ch/en/lsvm/institutes-centres/ilgi/food-chemistry/cosmetics-personal-care/>