

**ESTUDIO DE MERCADO
OPORTUNIDADES COMERCIALES DE
INGREDIENTES NATURALES PARA COSMETICA
ESTADOS UNIDOS, 2021**



Estudio de Mercado Estadounidense enfocado en Ingredientes Naturales para la Industria Cosmética, Productos Cosméticos y de Cuidado Personal

Índice

- I. Resumen Ejecutivo**
- II. Alcance del Estudio Especializado: Sector y/o Líneas de Productos**
- III. Análisis de la Oferta en el País de Destino**
 - 3.1 Producción del País de Destino**
 - 3.2 Exportaciones totales del País de Destino**
 - 3.3 Importaciones Totales del País de Destino**
 - 3.4 Importaciones del País desde Perú**
 - 3.5 Análisis de países competidores del Perú**
 - 3.6 Análisis del Market Share de la industria de cosmética e ingredientes**
 - 3.7 Principales Proveedores de Ingredientes Naturales, cosméticos y cuidado personal en el mercado.**
- IV. Análisis del Sector /Línea en el Mercado**
 - 4.1 Variedades y Formas de Presentación**
 - 4.2 Canales de Distribución**
 - 4.3 Rutas de Acceso**
 - 4.4 Canales de Comercialización**
 - 4.5 Precios**
 - 4.6 Oportunidades del Mercado**
 - 4.7 Riesgos del Mercado**
- V. Análisis de la Demanda**
 - 5.1 Perfil del Consumidor**
 - 5.2 Análisis de Tendencias actuales y futuras**
 - 5.3 Percepción del Producto Peruano**
- VI. Requisitos de Acceso al Mercado**
 - 6.1 Medidas Arancelarias**
 - 6.2 Leyes y Regulaciones de cosmética natural**
 - 6.3 Otras Regulaciones (Etiquetado /Orgánicos/GMO)**
 - 6.4 Envases y Embalajes**
 - 6.5 Certificaciones**
- VII. Actividades de Promoción**
 - 7.1 Ferias**
 - 7.2 Exhibiciones (permanentes, especializadas)**
 - 7.3 Páginas web representativas del sector (del país estudiado)**
- VIII. Contactos de Interés**
 - 8.1 Institucionales**
- IX. Conclusiones y Recomendaciones**

I. Resumen Ejecutivo

El presente estudio presenta el mercado de los EEUU para ingredientes usados en cosmética y cuidado personal, focalizado en los ingredientes que forman parte de la oferta peruana, algunos de los cuales se encuentran consolidados en el mercado de los EEUU, como es el caso del carmín de cochinilla, producto en el cual Perú es líder en producción y abastecimiento a ese mercado.

La industria manufacturera de cosméticos y productos de cuidado personal de los EEUU vende anualmente US\$ 43,600 millones usando ingredientes terminados producidos en los EEUU y otros importados de Europa y Asia.

Es notable la presencia de empresas de ingredientes europeas que atienden el mercado de los EEUU con ingredientes que importan desde sus plantas ubicadas en Europa. Sin embargo, dichas empresas no todo lo fabrican en sus países de origen, también cuentan con plantas ubicadas en la unión americana en las que fabrican ingredientes a partir de la producción agrícola de los EEUU, ingredientes que venden tanto el mercado de los EEUU como a otros mercados de exportación. En algunos casos esas unidades de negocio también importan insumos, materias primas o ingredientes intermedios para procesarlos e incorporarlos en ingredientes terminados que también los distribuyen a través de sus canales.

En el presente estudio, se ha podido determinar, que las mejores oportunidades para los exportadores peruanos, están aún en los importadores/distribuidores de ingredientes intermedios, que compran nuestros productos y los revenden tal cual o re empacados. Son empresas intermediarias que añaden a un ingrediente peruano el control de calidad, garantía de inocuidad y la presentación requerida por sus clientes.

Otro tipo de empresa con alto potencial para la oferta peruana, es el fabricante de ingredientes terminados que nos compra los ingredientes intermedios para ellos mismo reprocesarlos e incorporarlos en los ingredientes terminados que distribuyen a sus clientes, los fabricantes de cosméticos y productos de cuidado personal. Esto se da sobre todo con empresas que venden colorantes y pigmentos, así como las empresas que venden fragancias listas para incorporarse en un shampoo o una colonia.

Forma parte de este estudio los canales de distribución, los precios de exportación, las oportunidades que ofrece el mercado, las leyes que regulan los ingredientes y la industria y los cambios que probablemente ocurrirán por los proyectos de Ley ya presentados y que se vienen tramitando en el Congreso de los EEUU.

Se incluye información de empresas importadoras y fabricantes con alto potencial para la oferta que presentan los exportadores peruanos, todas ellas entrevistadas para conocer su potencial como futuro comprador de la oferta peruana.

También se incluye el análisis de las tendencias de la industria cosmética y como estas pueden significar una mayor demanda por ingredientes que el Perú oferta. Es notable las propiedades “anti envejecimiento” del aceite de aguaje que pueden beneficiar a los exportadores peruanos, que pueden abastecer a fabricantes de cosméticos que buscan atender a la creciente población adulta mayor de los EEUU, población con un alto ingreso disponible y con capacidad de pagar tratamientos cosméticos costosos para verse y sentirse mejor.

Finalmente, es importante notar que la actividad comercial y de promoción per se, puede generar el incremento de las exportaciones para la oferta peruana actual y la oferta futura, que las propias empresas peruanas puedan generar. Sin embargo, el desarrollo de este importante sector tendrá mayor éxito y será sostenible en la medida que se logre captar inversiones de empresas líderes globales de la industria, que además de hacer inversiones directas, puedan hacer transferencia tecnológica. Por ello es importante identificar las oportunidades de inversión en proyectos de desarrollo de ingredientes para cosmética, para darlas a conocer a las empresas líderes de la industria.

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

El presente estudio comprende el mercado de los EEUU para ingredientes que el Perú oferta, destinado a atender la industria de cosméticos y productos de cuidado personal.

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

Los siguientes son los ingredientes priorizados en los términos de referencia, y para efectos estadísticos, en el caso del producto Los demás mucílagos y espesativos derivados: Tara, se ha considerado la partida arancelaria específica 1302.39.10.00 en remplazo de la 1302.39.90.00

PARTIDA	LÍNEA	SUBLÍNEA	COMENTARIOS
1301909090	INGREDIENTES NATURALES	Aditivos naturales	LOS DEMÁS GOMAS EXCEPTO GOMA ARÁBIGA: Tara
1302391000 (1302399000)	INGREDIENTES NATURALES	Aditivos naturales	LOS DEMÁS MUCÍLAGOS Y ESPESATIVOS DERIVA: Tara
1515900090	INGREDIENTES NATURALES	Aceites vegetales	LOS DEMÁS LAS DEMÁS GRASAS Y ACEITES VEG: Sacha Inchi, Chía
1516200000	INGREDIENTES NATURALES	Aceites vegetales	GRASAS Y ACEITES, VEGETALES, Y SUS FRACC: Sacha Inchi, Chía

3203002100	INGREDIENTES NATURALES	Colorantes naturales	CARMÍN DE COCHINILLA
3301299000	INGREDIENTES NATURALES	Aceites Esenciales	LOS DEMÁS ACEITES ESENCIALES: MOLLE, PALO SANTO

Fuente: Promperú

Además se ha usado como referencia para este trabajo el “Directorio de Ingredientes Funcionales para Cosméticos” publicado por PROMPERU, considerando que dichos ingredientes tienen número INCI.

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

Aceites Esenciales: Ingredientes naturales con compuestos orgánicos aromáticos, aldehídos y otros. Son volátiles e imparten una fragancia característica de la especie vegetal de donde provienen. Normalmente, son líquidos a temperatura ambiente y se obtienen de las flores, frutos y, algunas veces, de tallos y raíces de las plantas. La oferta exportable peruana de aceites esenciales es amplia, sin embargo aquellas que se utilizan para cosméticos y productos de cuidado personal son los aceites esenciales de molle, de palo santo, de palo rosa, este último no está incluido en directorio de PROMPERU, sin embargo está siendo exportado por varias empresas peruanas y está destinado casi exclusivamente para la industria de cosméticos.

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

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

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

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

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

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

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

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

III. Análisis de la Oferta en el País de Destino

3.1 Producción del País de Destino

La manufactura en los EEUU de ingredientes para cosmética y productos de cuidado personal no se encuentra agrupada en una sola industria, algunos ingredientes son usados tanto por la industria de cosmética y cuidado personal, por la industria de alimentos, por la industria farmacéutica y también por la industria de productos de limpieza del hogar y oficina. Es el caso por ejemplo del aceite de limón, que se usa en jabones, en líquidos para lavar platos, en preparaciones para bebidas e incluso en medicamentos.

Por ello el análisis de la oferta doméstica de los EEUU lo haremos en los grupos principales: los aceites esenciales, los pigmentos y colorantes y los demás ingredientes:

Aceites Esenciales.- la industria de los EEUU produce aceites esenciales de toronja, limón, naranja, citronela, menta, yerba buena, y otros en menor medida. En el 2020 la industria contaba con 48 empresas las cuales operaban 55 establecimientos o plantas de manufactura de aceites esenciales y vendieron US\$ 989 millones. La empresa IbisWorld (especializada en elaborar estudios de mercado) calcula que en el año 2025 esta industria contará con 55 empresas operando 63 plantas y venderá US\$ 1,109 millones. Las empresas líderes en la fabricación de aceites esenciales son: DoTerra International y Young Living Essential Oils, la segunda también importa aceites esenciales desde Perú

Young Living Essential Oils.- 1538 W Sandalwood Dr, Lehi, UT84043-4263, Tel (801) 418-8900 / Fax (866) 203-5666, Website <http://www.youngliving.com>, ventas anuales: US\$ 728'447,000.00, SIC: 5169-33 Oils-Essential (Whls). Establecido en 1989 por Gary Young, Young Living Essential Oils es uno de los principales proveedores de calidad terapéutica de aceites esenciales a nivel global. La empresa cuenta con un centro de distribución, y campos de cultivo. Sirve a los clientes en los Estados Unidos, Canadá, Japón, Austria, Alemania, Francia y Reino Unido. La empresa ofrece productos de grado terapéutico bajo la marca Young Living y productos nutricionales bajo la marca Ningxia Red. La empresa participa en varios programas de bienestar comunitario y apoya a varias organizaciones benéficas. Proporciona oportunidades de marketing a emprendedores independientes y particulares. Young Living Essential Oils administra un equipo de vendedores asociados y personal de apoyo. Esta empresa realizó importaciones desde Perú de jarabe de yacón y aceite de sachá inchi, en el periodo 2012 al 2015.

DoTerra International LLC.- 389 S 1300 W, Pleasant Grove, UT 84062-3761, Tel (801) 615-7200, Website <http://www.doterra.com>, ventas anuales muy similar a su competencia US\$ 728'111,000.00 SIC: 5169-33 Oils-Essential (Whls). DoTerra (significa "regalo de la tierra" en latín) fabrica y distribuye una amplia variedad de productos de cuidado de la salud que contiene aceites esenciales. Es una empresa que vende millones de dólares diarios con una red de vendedores conocidos como "Wellness Advocates". La empresa cuenta con un robusto staff de más de 3,000 empleados y una oficina principal y su centro de manufactura de 35 581 metros cuadrados. Esta empresa nunca ha comprado desde Perú.

Pigmentos y colorantes.- la industria de los EEUU produce colorantes sintéticos orgánicos, pigmentos sintéticos orgánicos, lacas y toners, dióxidos de titanio compuesto y puro, colores cromados y otros pigmentos inorgánicos, pigmentos blanco opaco y otros. Como se puede advertir, la industria de pigmentos y colorantes de los EEUU atiende múltiples industrias, incluyendo la industria de cosméticos y de cuidado personal. En el año 2021 esta industria de los EEUU comprende a 98 empresas que operan 127 plantas y generan ventas por US\$ 5,270 millones. La empresa IbisWorld (especializada en elaborar estudios de mercado) calcula que en el año 2025 esta industria contaría con 95 empresas operando 125 plantas de fabricación y sus ventas serían de US\$ 5,826 millones. Importante

empresa fabricantes de pigmentos y colorantes que atiende a la industria de cosméticos son las empresas Sensient e IFC Solutions, ambas empresas se abastecen desde Perú

Sensient Technologies Corp.- 777 East Wisconsin Avenue, Milwaukee, WI 53202-5304 USA, Tel 414 271-6755, Fax 414 347-4795, 3,948 empleados, NYS: SXT, ventas anuales: US\$ 335 millones, Website: www.sensient.com. SIC 2819 Químicos inorgánicos industriales. Sensient Technologies es un fabricante y comercializador de colores, sabores y otros ingredientes. La empresa cuenta con tres grupos o divisiones: Flavors & Extracts Group, que desarrolla, fabrica y suministra sabor y sistemas de fragancias para las industrias de alimentos, bebidas, cuidado personal y productos para el hogar; Color Group, que proporciona sistemas de color naturales y sintéticos para su uso en alimentos, bebidas, productos farmacéuticos, nutracéuticos, colorantes y otros ingredientes para cosméticos; y Asia Pacific Group, que atiende países de la cuenca del Pacífico ofreciendo los productos de los otros dos grupos, así como otros productos desarrollados por los equipos técnicos regionales para apelar a las preferencias locales. El grupo cuenta con una subsidiaria Sensient Colors, LLC 2515 N Jefferson Ave, Sant Luis, MO 63106-1939, www.sensientpharma.com, Tel 314 889-7600. También cuenta con una subsidiaria en Perú Sensient Natural Colors Peru, SAC.

En el punto 10 del presente estudio se incluye el perfil de la empresa IFC Solutions, Inc. junto al de 15 empresas compradoras de mayor interés para la oferta exportable peruana.

3.2 Exportaciones totales del País de Destino

En el siguiente cuadro se presenta las exportaciones de los EEUU de las partidas consideradas para este estudio. Como se puede notar en el 2020 EEUU exportó US\$ 725 millones, de los cuales US\$ 249 millones corresponden a aceites esenciales de la partida 3301.29.60.00 y US\$ 214 millones a grasas y aceites fijos de la partida 1515.90.80.02.

Cuadro: Exportaciones Domésticas de Ingredientes para cosmética en US\$ millones.

HTS	Descripción	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	En-Ag 20	En-Ag 21
Total		179.7	253.8	534.3	576.7	583.4	658.7	674.2	680.9	725.6	487.4	573
1301.90.0190	GOMAS NATURALES, GOMAS RESINAS Y BALSAMOS.	0	0	29.3	21	18.6	20.7	18.6	19.6	23.9	15.3	12.1
1302.39.0000	MUCILADOS Y ESPE-SANTES, DERIVADOS DE VEGETALES, LOS DEMAS	47	47.1	67.6	70.8	67.4	66.6	70.1	65.8	60.7	42.4	48.6

1515.90.8002	LAS DEMAS GRASAS Y ACEITES VEGETALES FIJOS.	0	0	169	127.9	141.5	184.9	167.7	212.1	214.5	154.8	171.8
1516.20.0000	GRASAS Y ACEITES VEGETALES Y SUS FRACCIONES.	89.5	112.2	142.3	140.1	106.4	74.3	82	65.4	62.1	40.5	50.6
3203.00.0000	MATERIAS COLORANTES DE ORIGEN VEGETAL O ANIMAL.	13.6	60.7	62.2	67.9	81.5	105.2	111.5	87.8	115.3	83	95.1
3301.29.6000	ACEITES ESENCIALES, EXCEPTO AQUELLOS DE FRUTAS CITRICAS, LAS DEMAS	29.6	33.8	63.9	149	168	207	224.3	230.2	249.1	151.4	194.8

Fuente: US International Trade Commission

Debe precisarse que los EEUU tienen una oferta distinta y por lo mismo los ingredientes que exporta están clasificadas también en partidas arancelarias distintas. Es así que las exportaciones totales de aceites esenciales de los EEUU, en el 2020 alcanzaron la suma de US\$ 757 millones, siendo el aceite esencial de naranja el que más exporta los EEUU por US\$ 87 millones, seguido por el de Menta Piperita por US\$ 81 millones, luego por el aceite esencial de limón amarillo por US\$ 55.4 millones y aceite esencial de otras frutas cítricas por US\$ 49.9 millones.

Partida HTS	Descripción	2010	2015	2020	2020 En-Ag	2021 En-Ag
Total		414,733,900	572,660,090	757,128,137	486,896,418	579,007,658
3301.29.6000	ESSENTIAL OILS, EXCEPT THOSE OF CITRUS FRUIT, NESOI	63,866,102	149,022,963	249,088,022	151,352,555	194,780,620
3301.12.0000	ESSENTIAL CITRUS FRUIT OILS OF ORANGE	59,931,076	89,181,145	86,962,300	59,514,820	72,160,023
3301.24.0000	ESSENTIAL OILS OF PEPPERMINT (MENTHA PIPERITA)	85,539,923	75,736,762	81,201,492	53,116,398	47,569,124
3301.90.5000	CONCENTRATES OF ESSENTIAL OILS IN FATS, IN FIXED OILS, IN WAXES OR THE LIKE, OBTAINED BY ENFLEURAGE OR	30,943,733	30,945,348	66,187,843	43,725,293	44,278,677

	MACERATION; TERPENIC BY-PRODUCTS ETC., NESOI					
3301.13.0000	ESSENTIAL CITRUS FRUIT OILS OF LEMON	31,568,210	55,174,731	55,424,482	37,470,183	41,327,148
3301.19.5160	ESSENTIAL OILS OF CITRUS FRUIT, NESOI (EXCLUDING OILS OF ORANGE, LEMON, BERGAMOT & LIME)	20,464,060	34,965,448	49,943,931	35,114,054	41,056,440
3301.29.5118	ESSENTIAL OILS OF LAVENDER OR OF LAVANDIN	969,504	4,498,402	31,305,905	17,873,374	21,989,972
3301.29.5145	ESSENTIAL OILS OF CEDARWOOD, CLOVE AND NUTMEG	18,884,422	15,130,191	30,128,704	18,409,369	29,960,690
3301.90.1000	EXTRACTED OLEORESINS	17,210,253	32,299,418	28,761,798	19,617,684	21,756,526
3301.25.0020	ESSENTIAL OILS OF SPEARMINT	28,601,792	23,850,924	28,638,055	17,925,367	19,037,466
3301.19.5120	ESSENTIAL CITRUS FRUIT OILS OF LIME	11,854,536	28,061,950	18,981,503	15,024,797	16,005,630
3301.25.0060	ESSENTIAL OILS OF MINTS, NESOI (EXCLUDING OILS OF SPEARMINT)	11,490,141	12,543,857	9,900,859	6,437,808	4,982,516
3301.30.0000	RESINOIDS	28,604,168	13,083,349	8,368,408	4,770,118	9,660,339
3301.19.5110	ESSENTIAL CITRUS FRUIT OILS OF BERGAMOT	2,325,874	1,286,873	4,182,508	2,737,344	2,934,227
3301.29.5116	ESSENTIAL OILS OF GERANIUM	762,696	2,474,697	4,116,289	1,769,619	3,943,911
3301.29.5142	ESSENTIAL OILS OF VETIVER	1,586,772	2,864,645	2,551,248	1,487,937	4,209,143
3301.29.5117	ESSENTIAL OILS OF JASMINE	130,638	1,539,387	1,384,790	549,698	3,355,206

Cuadro: Exportaciones de los EEUU de Aceites Esenciales, en US\$

Fuente: US International Trade Commission

3.3 Importaciones Totales de los EEUU

Siempre considerando las partidas usadas para este estudio 1301909090, 1302391000 (1302399000), 1515900090, 1516200000, 3203002100, 3301299000, los EEUU importaron en el 2020 la suma de US\$ 817 millones, de los cuales US\$ 329.4 millones corresponden a aceites vegetales fijos, US\$ 297 millones corresponden a aceites esenciales no cítricos, US\$ 83 millones a grasas y aceites vegetales y sus fracciones.

Cuadro: Import Totales de los EEUU de Ingredientes, partidas escogidas, en US\$

Partida HTS	Descripción	2010	2015	2020	2020 En-Ag	2021 En-Ag
Total		251,740,693	464,486,140	816,925,347	525,085,447	575,883,642
1515.90.8090	FIXED VEGETABLE FATS AND OILS AND THEIR FRACTIONS NESOI, WHETHER OR NOT REFINED BUT NOT CHEMICALLY MODIFIED	47,317,160	123,485,427	329,430,336	217,024,702	246,126,076
3301.29.5150	ESSENTIAL OILS EXC THOSE OF CITRUS FRUIT, NESOI	93,316,088	191,033,583	296,957,747	178,298,219	192,184,701
1516.20.9000	VEGETABLE FATS AND OILS AND THEIR FRACTIONS EXCEPT RAPESEED, HYDROGENATED INTERESTERIFIED REESTERIFIED ELAIDINIZED W/NT REFINED BUT NOT FURTHER PREPRD	29,864,918	48,671,376	83,222,793	55,544,746	54,443,004
1515.90.2100	NUT OILS	19,983,331	41,717,091	41,944,038	24,989,959	40,737,230
3203.00.1000	ANNATO, ARCHIL, COCHINEAL, CUDBEAR, LITMUS, LOGWOOD AND MARIGOLD MEAL	42,649,540	39,473,640	38,333,420	31,729,570	20,126,159
1301.90.9190	OTHER NATURAL GUM, RESINS AND GUM RESINS, NESOI	10,639,599	10,103,103	15,536,649	10,201,767	11,594,753
1302.39.0090	MUCILAGES AND THICKENERS, WHETHER OR NOT MODIFIED, DERIVED FROM VEGETABLE PRODUCTS, NESOI	7,970,057	10,001,920	11,500,364	7,296,484	10,671,719

Fuente: US International Trade Commission

Participación Peruana en Importaciones de los EEUU – US\$

Los principales proveedores de los EEUU de este grupo de partidas escogidas, son México, España, Francia, China, India e Indonesia. Perú ocupa el puesto 21 con una participación de 1.1% de los ingredientes importados por los EEUU bajo las partidas objeto de análisis. Debe notarse que en la medida que EEUU ha incrementado sus importaciones bajo las partidas analizadas, Perú, a pesar de incrementar sus exportaciones a los EEUU, ha ido reduciendo su participación, desaprovechando la oportunidad que ofreció la expansión de la demanda.

de los EEUU. En el año 2000, la participación peruana fue de 3.1%. En el 2005 cuando las compras de los EEUU casi se duplicaron, la participación peruana cayó a 1.7%. La mayor participación del 2010, cuando se alcanzó el 7.2% se debió a los precios mayores del carmín, que luego volvieron al nivel de precios de siempre.

Cuadro: Importaciones totales de EEUU de partidas escogidas de ingredientes, por país proveedor. En US\$

		2000	2005	2010	2015	2020	2020 En-Ag	2021 En-Ag
	Total	105,968,327	202,260,333	251,740,693	464,486,140	816,925,347	525,085,447	575,883,642
1	Mexico	2,110,917	4,801,890	6,887,518	37,630,182	150,732,540	95,428,058	99,258,455
2	Spain	3,644,060	3,820,631	7,465,111	18,397,170	83,142,743	54,731,299	63,572,781
3	France	17,829,389	24,850,549	28,133,618	63,349,706	76,266,308	49,058,358	58,308,590
4	China	9,692,911	18,081,006	26,630,443	41,354,162	62,696,937	38,920,204	44,294,913
5	India	11,926,984	9,522,848	19,444,806	31,824,585	57,244,319	37,715,046	42,971,164
6	Indonesia	1,979,040	2,656,755	4,023,137	25,366,500	31,161,880	23,581,585	23,316,432
7	Bulgaria	212,760	242,980	481,123	1,170,011	29,873,886	19,084,506	8,414,146
8	Canada	15,774,965	32,936,140	19,025,621	18,978,845	29,096,193	19,723,603	17,859,357
9	Italy	561,935	4,474,495	16,223,196	26,183,988	21,761,975	14,233,139	24,966,027
10	Australia	4,089,229	4,061,916	9,245,518	18,378,750	19,314,014	10,084,518	8,407,655
11	United Kingd	5,514,880	4,266,700	8,000,012	13,091,531	19,220,888	10,822,587	17,055,063
12	Germany	2,079,517	7,759,055	8,711,603	16,680,477	16,528,801	9,316,589	11,485,193
13	Kenya	485,320	1,237,272	1,379,755	6,646,151	15,761,225	11,196,843	12,148,890
14	New Zealan	17,382	226,726	5,337,560	6,875,425	15,708,147	15,015,699	837,428
15	Sri Lanka	947,724	1,002,204	2,894,856	3,832,949	14,867,890	7,751,978	9,741,595
16	Egypt	795,042	791,826	3,736,016	5,023,655	11,934,766	6,329,805	4,937,879
17	Turkey	462,288	952,572	1,423,816	3,969,454	11,491,537	7,211,119	5,708,605
18	Brazil	4,020,250	3,669,999	6,651,765	10,013,140	9,608,448	5,979,189	7,156,983
19	Netherlands	2,836,782	8,503,935	3,620,978	4,597,655	9,299,171	6,071,595	8,951,240
20	Malaysia	45,750	13,427	1,704,386	6,617,323	8,833,237	6,726,584	3,998,219
21	Peru	3,271,705	3,384,610	18,236,136	6,792,579	8,784,131	5,898,176	8,446,001
	Parti. Peru	3.1	1.7	7.2	1.5	1.1	1.1	1.5
36	Ecuador	1,246,491	1,660,435	1,345,796	4,737,200	2,933,479	1,922,697	1,154,276
38	Colombia	11,069	175,041	6,150	99,884	2,318,929	1,477,274	2,060,563
40	Chile	588,502	445,291	2,173,533	4,814,809	2,131,244	1,130,794	1,082,848
42	Paraguay	719,695	469,235	2,199,747	2,047,300	1,982,451	1,289,004	1,516,491
48	Argentina	307,266	475,874	3,345,892	158,602	1,498,134	1,119,198	1,366,084

Fuente: US International Trade Commission

3.4 Importaciones de los EEUU desde Perú

Las importaciones de los EEUU de ingredientes desde Perú en el 2021 ascendieron a US\$ 8.7 millones (considerando únicamente las partidas objeto del estudio). Los colorantes naturales de origen animal y vegetal (carmin, bixina y otros) clasificados en la partida

3203.00.1000 representan la mayor parte con US\$ 6.4 millones, seguidos por los demas mucilados de la partida 1302.39.0090 (goma de tara) con US\$ 1.6 millones, los aceites fijos de la partida (aceite de Chia) 1515.90.8090 con US\$ 252 mil y los aceites esenciales exóticos de la partida 3301.29.5150 (aceite de molle, palo santo y palo rosa) con US\$ 242 mil.

Cuadro: Importaciones de los EEUU desde Peru de ingredientes, partidas escogidas, en US\$

		2000	2005	2010	2015	2020	En-Ag 20	En-Ag 21
Productos	Total	3,271,705	3,384,610	18,236,136	6,792,579	8,784,131	5,898,176	8,446,001
LAS DEMAS GOMAS TARA	1301.90.9090 GOMA NATURAL, RESINAS Y RESINAS DE GOMA, LOS DEMAS / NATURAL GUM, RESINS AND GUM RESINS, NESOI	93,282	0	0	0	0	0	0
	1301909190 OTRAS GOMAS NATURALES, RESINAS Y RESINAS DE GOMA, LOS DEMAS /OTHER NATURAL GUM, RESINS AND GUM RESINS, NESOI	0	0	0	5,117	127,838	29,048	92,523
LOS DEMAS MUCILAGOS ESPESATIVOS: TARA	1302.39.0090 MUCILAGES Y ESPESANTES, MODIFICADOS O NO, DERIVADOS DE PRODUCTOS VEGETALES, LOS DEMAS / MUCILAGES AND THICKENERS, WHETHER OR NOT MODIFIED, DERIVED FROM VEGETABLE PRODUCTS, NESOI	0	423,136	1,898,382	526,429	1,651,518	945,883	2,343,915
ACEITE DE SACHA INCHI	1515.90.2100 ACEITES DE NUEZ / NUT OILS	0	0	13,633	301,154	91,180	35,080	78,990
ACEITE DE CHIA	1515.90.8090 GRASAS Y ACEITES VEGETALES FIJOS Y SUS FRACCIONES NESOI, INCLUSO REFINADOS PERO NO MODIFICADOS QUÍMICAMENTE / FIXED VEGETABLE FATS AND OILS AND THEIR FRACTIONS NESOI, WHETHER OR NOT REFINED BUT NOT CHEMICALLY MODIFIED	0	0	48,454	71,419	252,663	136,737	99,743
ACEITES DE CHIA Y SACHA INCHI	1516.20.9000 GRASAS Y ACEITES VEGETALES Y SUS FRACCIONES EXCEPTO LAS SEMILLAS DE COLZA, HIDROGENADAS INTERESTERIFICADAS REESTERIFICADAS ELAIDINIZADAS CON O SIN REFINAR PERO NO PREPARADAS / VEGETABLE FATS AND OILS AND THEIR FRACTIONS EXCEPT RAPESEED,	0	0	0	0	14,648	0	3,080

	HYDROGENATED INTERESTERIFIED REESTERIFIED ELAIDINIZED W/NT REFINED BUT NOT FURTHER PREPRD							
CARMIN DE COCHINILLA	3203.00.1000 HARINA DE ANNATO, ARCHIL, COCHINILLA, CUDBEAR, LITMUS, LOGWOOD Y MARIGOLD /ANNATO, ARCHIL, COCHINEAL, CUDBEAR, LITMUS, LOGWOOD AND MARIGOLD MEAL	3,178,423	2,961,474	16,247,910	5,878,339	6,421,393	4,606,928	5,679,881
ACEITES ESENCIALES DE MOLLE Y PALO SANTO	3301.29.5150 ACEITES ESENCIALES EXCEPTO LOS DE CÍTRICOS, LOS DEMÁS /ESSENTIAL OILS EXC THOSE OF CITRUS FRUIT, NESOI (MOLLE & PALO SANTO)	0	0	27,757	10,121	224,891	144,500	147,869

Fuente: US International Trade Commission

3.5 Análisis de países competidores del Perú

El análisis de las partidas arancelarias, se ha realizado usando información obtenida del US International Trade Commission, y no son específicas para los productos exportados por el Perú. Dichas partidas arancelarias usualmente comprenden varios ingredientes que se ajustan a la descripción arancelaria. Por ejemplo la partida 3203.00.10.00 comprende colorantes derivados del annato, archil, cochinilla, cudbear, tornasol, logwood y

harina de marigold. Pese a ello se buscara hacer un análisis fijado en los productos exportados por el Perú cuando fue posible obtener información.

Las demás gomas, resinas y gomoresinas naturales de la partida 1301909190

Bajo esta partida EEUU importa goma de Tara desde el Perú, sin embargo los abastecimientos peruanos bajo esta partida arancelaria representan únicamente el 0.83% del total importado por los EEUU en el 2020.

Los productos más importados bajo esta partida son resina cholestyramine y extracto de Boswellia Serrata, ambos provenientes de la India, país que es el principal proveedor bajo esta partida con una participación en el 2020 de 40.85%.

Importaciones de los EEUU de las demás, resinas y gomoresinas naturales, PA 1301.90.91.90, En US\$

		2000	2005	2010	2015	2020	En-Ag 20	En-Ag 21
	Total	0	0	10,639,599	10,103,103	15,536,649	11,803,737	12,438,875
1	India	0	0	3,769,451	3,641,826	6,307,313	4,537,457	3,209,515
2	Greece	0	0	262,553	893,296	2,222,891	1,422,551	2,994,567
3	France	0	0	111,695	363,528	1,891,445	1,103,466	1,704,176
4	Canada	0	0	1,235,276	932,406	1,411,205	797,330	1,153,144

5	China	0	0	2,343,912	746,170	942,950	799,636	256,201
6	Germany	0	0	424,541	753,333	806,917	278,999	484,265
7	Unitd Arab Em	0	0	0	3,055	292,757	179,787	181,500
8	Bulgaria	0	0	0	0	245,044	178,812	140,960
9	Singapore	0	0	37,374	0	182,686	182,686	127,753
10	Austria	0	0	0	0	173,646	42,020	88,801
11	Ethiopia	0	0	53,307	220,192	160,660	93,625	119,770
12	Italy	0	0	0	203,428	151,638	110,845	104,371
13	Peru	0	0	0	5,117	127,838	29,048	92,523
14	Somalia	0	0	40,642	741,555	127,172	102,571	359,391
15	Japan	0	0	21,784	0	106,218	47,457	97,137
16	United Kingdo	0	0	148,215	13,845	83,281	75,810	14,301
17	Indonesia	0	0	188,437	131,984	82,225	57,643	216,057
18	Brazil	0	0	5,492	11,600	58,057	58,057	10,749
19	Australia	0	0	700,895	0	35,316	23,557	0
20	Taiwan	0	0	0	29,668	32,228	0	20,069

Fuente: US International Trade Commission

Mucílagos y espesantes, modificados o no, derivados de productos vegetales importados bajo la partida arancelaria 1302.39.00.90

Bajo esta partida EEUU importó diversos mucilados y espesantes de origen vegetal por un valor de US\$ 11.5 millones. Perú es el segundo proveedor bajo esta partida siendo el principal producto exportado tara. En el 2020 Perú exportó por US\$ 1.6 millones, con una participación de 14.36%. China es el principal abastecedor y el producto que más vende bajo esta partida es el Jelly Grass regular y el negro. Otros productos importados por EEUU bajo esta partida arancelaria son polvo del Psyllium Kha Kha, goma de Acacia y producto procesados y vendidos con nombre comercial Joha HBS abastecidos por Alemania y Belgica y Bekaplus C 146 vendido por Países Bajos.

Importaciones de los EEUU de mucílagos y espesantes, modificados o no, derivados de productos vegetales, P.A. 1302.39.00.90 en US\$

		2000	2005	2010	2015	2020	En-Ag 20	En-Ag 21
	Total	2,351,266	3,098,195	7,970,057	10,001,920	11,500,364	7,296,484	10,671,719
1	China	150,319	594,259	2,926,662	2,613,825	6,030,270	3,795,617	5,240,402
2	Peru	0	423,136	1,898,382	526,429	1,651,518	945,883	2,343,915
3	Canada	0	25,872	0	647,706	857,568	505,615	975,332
4	South Korea	0	25,107	11,050	381,848	585,273	490,718	75,590
5	Germany	53,921	69,876	285,829	1,176,123	498,494	376,034	218,516
6	India	23,876	149,379	786,777	332,575	453,761	293,102	437,829
7	France	215,434	282,463	120,248	200,796	248,624	178,462	266,219

8	Japan	444,033	53,529	219,165	879,969	245,510	198,366	266,983
9	Italy	4,250	180,946	112,354	37,232	215,374	103,340	253,827
10	United Kingdom	853,987	45,417	1,012,567	189,436	166,547	127,283	103,158
11	Spain	0	4,616	43,434	22,223	121,670	115,670	111,262
12	Philippines	4,690	0	180,032	2,645,532	89,964	16,885	6,816
13	Costa Rica	0	974,820	0	34,904	71,949	17,750	0
14	Australia	0	0	133,541	157,075	66,472	26,657	104,846
15	Mexico	46,866	8,370	61,735	0	54,801	14,143	64,762
16	Taiwan	0	4,048	8,672	0	38,316	38,316	0
17	Trin & Tobago	0	0	0	0	37,583	12,803	14,771
18	Vietnam	0	0	12,565	18,604	31,066	16,915	35,851
19	South Africa	0	20,734	0	0	11,944	11,944	0
20	Switzerland	228,000	0	0	24,027	7,234	0	0
21	Brazil	3,150	0	24,932	0	5,647	5,647	0
24	Chile	0	0	0	35,616	2,001	0	0

Fuente: US International Trade Commission

Nut Oils importados bajo la partida arancelaria 1515.90.2100

En el arancel de los EEUU existe una partida arancelaria específica para aceites de nueces fijos y sus fracciones, incluyendo los refinados sin modificar. En el 2020 los EEUU importaron US\$ 41.9 millones de aceites derivados de nueces. En el 2020 Perú exportó bajo esta partida la suma de US\$ 91,180.00, lo que representa una participación de 0.28%. Los principales productos importados por EEUU bajo esta partida arancelaria son la manteca extruida y refinada de Shea abastecida por Países Bajos, Francia, Ghana y Dinamarca; aceite de Neem abastecida por Sri Lanka, Manteca de mango abastecida por Países Bajos, Aceite de Almendra Dulce abastecida por España; aceite de Jojoba abastecida por Alemania y Aceite de Macadamia vendido por Kenia, Guatemala e Italia. Perú exporta bajo esta partida principalmente aceite de Sacha Inchi.

Importaciones de EEUU de Aceite de Nueces, PA 1515.90.21.00, en US\$

		2000	2005	2010	2015	2020	En-Ag 20	En-Ag 21
	Total	0	0	19,983,331	41,717,091	41,944,038	24,989,959	40,737,230
1	Spain	0	0	947,523	2,340,341	7,466,110	3,517,881	5,481,714
2	China	0	0	859,608	1,897,007	4,972,269	3,515,787	4,319,508
3	Netherlands	0	0	1,113,217	1,706,213	4,627,923	3,095,420	3,041,542
4	France	0	0	1,753,532	3,427,779	4,383,707	2,676,908	2,959,220
5	Ghana	0	0	227,216	1,505,624	3,706,798	2,600,527	6,868,505
6	Denmark	0	0	1,168,332	5,998,375	3,377,868	1,132,686	2,285,416
7	Sweden	0	0	1,733,329	3,173,726	2,662,271	1,612,368	3,529,401
8	India	0	0	496,267	2,207,079	1,829,226	1,128,547	2,559,080
9	Italy	0	0	2,132,350	7,271,357	1,584,592	944,003	1,440,977
10	Australia	0	0	358,828	338,571	980,961	642,611	586,546

11	United Kingdom	0	0	794,865	1,538,636	915,216	558,293	812,936
12	South Africa	0	0	339,757	363,185	716,379	445,680	434,171
13	Germany	0	0	178,486	231,799	655,108	333,690	963,772
14	Paraguay	0	0	2,036,878	1,063,535	548,940	548,940	622,797
15	Panama	0	0	0	84,700	386,685	204,170	0
16	Kenya	0	0	163,489	1,297,188	361,885	265,156	475,188
17	Canada	0	0	26,803	11,768	350,594	233,655	362,517
18	Togo	0	0	79,660	241,325	315,131	226,109	150,553
19	Morocco	0	0	40,914	197,953	288,864	115,317	1,617,097
20	Brazil	0	0	2,132,532	1,979,075	282,994	218,122	581,648
25	Peru	0	0	13,633	301,154	91,180	35,080	78,990
30	Mexico	0	0	34,242	415,552	56,700	56,700	116,856
37	Ecuador	0	0	11,706	0	13,644	5,370	8,268
43	Bolivia	0	0	0	0	4,890	4,890	0
46	Colombia	0	0	0	0	3,888	3,888	3,888

Fuente: US International Trade Commission

Demás aceites y grasas vegetales fijos y sus fracciones, incluyendo los refinados pero sin modificar químicamente, importados bajo la partida arancelaria 1515.90.8090

Bajo esta partida arancelaria EEUU importó en el 2020 la suma de US\$ 329 millones, siendo México, España, Francia, Italia y Canadá sus principales abastecedores. Perú aparece como el abastecedor No. 31 con US\$ 252,663, es decir con una participación mínima de 0.07% del valor total importado. Los aceites más importantes, importados por los EEUU bajo esta partida arancelaria son el aceite de Camelia, oleo resinas de salvia, de safron, de pepino, de pimienta negra, de palta y de semilla de uva, de semilla de durazno. Perú exporta a los EEUU bajo esta partida, principalmente aceite de Chia.

Importaciones de los EEUU de los demás aceites y grasas vegetales fijos y sus fracciones, incluyendo los refinados pero sin modificar químicamente, PA 1515.90.8090, en US\$

		2000	2005	2010	2015	2020	En-Ag 20	En-Ag 21
	Total	0	75,663,030	47,317,160	123,485,427	329,430,336	217,024,702	246,126,076
1	Mexico	0	2,257,967	4,377,214	33,663,009	147,382,173	93,600,392	96,822,872
2	Spain	0	672,619	1,101,939	8,958,520	67,784,594	45,714,333	52,708,667
3	France	0	6,391,871	1,136,883	13,315,861	19,434,009	14,188,487	14,113,247
4	Italy	0	3,330,127	9,935,643	11,200,150	18,469,790	12,341,209	20,996,672
5	Canada	0	9,209,121	2,717,837	6,716,594	12,204,379	9,603,579	5,791,162
6	China	0	4,312,449	6,920,392	9,766,961	9,862,824	6,449,952	8,429,470
7	United Kingdom	0	334,628	1,755,437	2,201,294	7,884,243	3,440,134	11,406,408
8	Kenya	0	56,610	138,128	1,947,577	6,466,901	4,675,957	4,653,532
9	India	0	326,510	129,385	1,472,171	5,972,017	4,075,602	3,823,974

10	Israel	0	0	30,320	521,327	4,903,655	3,257,153	2,262,613
11	Morocco	0	80,540	102,878	1,504,514	3,232,614	2,549,905	2,529,125
12	Netherlands	0	5,627,523	1,854,461	1,636,693	3,095,514	2,040,972	3,578,676
13	Thailand	0	1,448,222	4,239,978	7,012,415	2,634,541	1,625,748	2,827,115
14	Turkey	0	6,720	75,750	1,852,236	2,560,602	1,482,447	2,973,096
15	Chile	0	240,017	1,980,430	3,926,747	1,927,765	1,016,907	834,983
16	Brazil	0	336,675	637,017	4,249,096	1,907,186	1,213,591	1,924,432
17	Portugal	0	856,131	2,388,110	229,652	1,509,776	1,061,451	831,307
18	Poland	0	7,120	0	4,139	1,376,431	1,053,600	1,375,669
19	Argentina	0	401,557	2,623,559	55,298	1,327,114	1,025,828	1,285,084
20	South Korea	0	42,203	315,474	863,116	1,125,602	872,003	1,021,356
25	Ecuador	0	0	19,505	302,745	634,085	402,874	522,834
31	Peru	0	0	48,454	71,419	252,663	136,737	99,743
37	Colombia	0	0	3,078	79,198	135,504	80,388	158,648
51	Paraguay	0	0	0	592,107	40,412	10,880	54,322
72	Bolivia	0	0	0	0	2,925	2,925	3,315

Fuente: US International Trade Commission

Grasas y aceites vegetales y sus fracciones, parcial y totalmente hidrogenados importados bajo la partida arancelaria 1516.20.9000

Bajo esta partida arancelaria los EEUU importaron en el 2020 la suma de US\$ 83 millones, siendo sus principales abastecedores Indonesia, India, Alemania, Malasia y Filipinas. Peru aparece en el puesto 38 con ventas de US\$ 14,648, principalmente de aceites de Chia y Sacha Inchi.

Los principales aceites importados bajo esta partida son el aceite de coco y aceite de ricino hidrogenado, abastecido por India y Bahamas, pasta de semillas de ajonjolí por Guatemala.

Importaciones de EEUU de grasas y aceites vegetales y sus fracciones, parcial y totalmente hidrogenados. PA 1516.20.9000, en US\$

		2000	2005	2010	2015	2020	En-Ag 20	En-Ag 21
	Total	22,394,344	32,543,243	29,864,918	48,671,376	83,222,793	55,544,746	54,443,004
1	Indonesia	0	0	213,443	11,069,909	23,810,132	18,623,927	17,177,699
2	India	3,727,276	2,735,361	7,728,343	9,028,468	15,896,867	10,677,249	9,049,556
3	Germany	968,762	3,637,430	3,083,821	10,345,048	11,167,593	5,840,612	7,360,154
4	Malaysia	38,880	13,427	394,626	3,707,905	8,215,807	6,109,154	3,934,761
5	Philippines	68,587	0	0	967,012	6,099,119	2,698,531	2,100,377
6	China	119,732	772,024	1,514,122	3,872,144	3,625,844	2,070,709	3,252,630
7	France	414,080	430,058	891,778	895,886	2,821,621	2,023,290	1,923,024
8	Colombia	0	0	0	0	2,129,739	1,368,338	1,871,003
9	Canada	12,513,575	18,641,673	10,487,012	2,127,175	1,628,972	910,335	767,133

10	Singapore	0	15,008	814,358	719,275	1,570,094	1,059,295	723,002
11	Mexico	25,380	644,019	267,095	125,114	1,446,268	824,033	990,092
12	Sweden	21,217	1,795,081	360,743	592,082	790,283	540,680	838,069
13	Spain	42,791	19,084	148,924	397,265	668,226	615,273	1,054,162
14	United Kingdom	290,586	93,340	27,373	23,953	516,677	516,677	210,893
15	Netherlands	365,301	989,633	513,643	295,887	396,696	224,707	770,672
16	Thailand	55,470	73,955	36,578	20,530	350,404	232,937	475,803
17	Pakistan	0	36,063	82,279	103,224	304,985	177,213	154,306
18	Belgium	46,290	0	0	644,653	221,340	178,365	226,094
19	Guatemala	0	0	0	49,525	151,407	105,969	91,728
20	Denmark	3,136	386,446	498,495	424,066	151,208	66,348	179,868
21	Italy	69,447	657,473	595,846	2,382,292	139,035	77,225	155,145
22	Brazil	3,415,530	1,061,395	765,975	25,525	125,066	92,803	170,465
38	Peru	0	0	0	0	14,648	0	3,080
41	Ecuador	0	0	33,454	0	9,600	9,600	0
61	Chile	6,012	15,322	0	20,064	0	0	33,630

Fuente: US International Trade Commission

Materias colorantes de origen vetal y animal importadas bajo la partida arancelaria 3203.00.10.00

Bajo esta partida los EEUU importaron un total de US\$ 38 millones. Perú es el segundo proveedor de los EEUU bajo esta partida y en el 2020 le vendió la suma de US\$ 6.4 millones, principalmente carmin de cochinilla, bixina y turmeric, siendo su participación de 16.75% del total importado por EEUU.

El principal proveedor bajo esta partida es Nueva Zelanda que vende la sustancia colorante Delta 102. Otros productos importados bajo esta partida son colorantes textiles y la clorofilina de cobre sódico. REVISAR MEXICO Y BRASIL SUSTANCIAS COLORANTES.

Importaciones de materias colorantes de origen vegetal o animal. PA 3203.00.1000, en US\$

		2000	2005	2010	2015	2020	En-Ag 20	En-Ag 21
	Total	12,828,716	13,775,415	42,649,540	39,473,640	38,333,420	31,729,570	20,126,159
1	New Zealand	0	0	4,998,951	5,847,292	14,409,356	14,306,522	0
2	Peru	3,178,423	2,961,474	16,247,910	5,878,339	6,421,393	4,606,928	5,679,881
3	India	1,059,448	41,738	129,635	3,475,383	4,073,838	3,433,243	4,120,962
4	Spain	760,139	585,419	1,546,490	2,103,915	1,736,922	1,242,218	492,204
5	Mexico	1,282,973	920,429	1,839,863	2,569,008	1,631,894	879,458	1,139,392
6	Kenya	468,420	1,013,668	180,949	755,959	1,534,908	1,534,908	1,079,755
7	Brazil	125,778	701,873	2,734,263	2,165,905	1,467,119	1,019,561	697,824
8	Dominican Rep	546,624	368,784	238,708	289,200	1,164,578	672,598	610,820

9	Cote d'Ivoire	254,870	42,426	269,382	847,948	1,144,744	638,926	892,371
10	France	237,374	121,873	821,237	662,394	1,142,000	726,148	1,049,111
11	Indonesia	0	0	0	0	657,428	616,038	262,600
12	United Kingdom	35,429	842,384	149,015	1,182,003	635,366	417,324	144,803
13	China	3,369	475,934	1,058,282	1,156,029	604,912	320,461	1,060,314
14	Poland	0	0	0	0	314,465	314,465	0
15	Denmark	37,321	489,935	2,555,426	4,021,300	222,754	222,754	81,851
16	Ecuador	1,241,199	1,660,435	1,277,111	1,122,512	148,265	123,036	85,190
17	Netherlands	0	94,364	0	26,590	134,723	91,569	732,417
18	Chile	215,043	135,232	170,434	793,548	130,220	99,420	16,410
19	Japan	312,520	2,655,581	3,849,455	769,541	111,932	111,932	40,341
20	Guatemala	439,831	178,864	260,700	410,979	106,339	40,339	29,400
21	Turkey	0	0	0	0	87,102	0	21,323
22	El Salvador	5,386	0	15,000	25,170	70,696	43,430	46,411
23	Philippines	74,645	123,593	195,770	152,919	69,115	35,717	115,794
24	Slovenia	0	0	0	28,260	61,845	36,570	22,800
25	Germany	0	76,160	486,780	81,652	56,006	26,396	48,237
26	Italy	0	25,191	2,825,159	4,403,000	47,867	45,127	290,710
27	Ireland	569,467	0	0	82,356	37,072	37,072	9,701
28	Singapore	0	0	0	0	36,125	36,125	0
29	Malaysia	0	0	0	242,780	30,472	30,472	3,700
30	Austria	0	0	0	0	20,873	0	945,523
31	Canada	226,927	5,553	536,389	105,879	20,366	18,088	8,174
32	Thailand	1,221,822	0	0	0	2,725	2,725	0

Fuente: US International Trade Commission

Importaciones de aceites esenciales bajo la partida rancelaria 3301.29.5150

Bajo esta partida arancelaria los EEUU importaron en el 2020 la suma de 296 millones, siendo su principales proveedores Franchia, China, Bulgaria, India, Australia y Sri Lanka. Peru aparece como proveedor en el puesto 48 con un 0.07% de participación. Las ventas peruanas en el 2020 a los EEUU bajo esta partida fueron de US\$ 224,891 de aceites esenciales de Molle, Palo Santo y Palo Rosa.

Los principales aceites esenciales importados por EEUU bajo esta partida son de romero, de rosa de geranio, de salvia, de pimienta negra, de yerba luisa y de incienso.

Importaciones de los EEUU de aceites esenciales bajo la partida rancelaria 3301.29.5150, en US\$

		2000	2005	2010	2015	2020	En-Ag 20	En-Ag 21
	Total	0	0	93,316,088	191,033,583	296,957,747	178,298,219	192,184,701
1	France	0	0	23,298,245	44,483,462	46,344,902	28,161,597	36,293,593
2	China	0	0	11,007,465	21,302,026	36,657,868	21,968,042	21,736,388

3	Bulgaria	0	0	481,123	1,170,011	29,619,526	18,896,378	8,265,196
4	India	0	0	6,404,948	11,667,083	22,711,297	13,569,846	19,770,248
5	Australia	0	0	7,940,829	13,333,329	18,170,603	9,343,721	7,580,284
6	Sri Lanka	0	0	2,874,156	3,832,949	14,804,607	7,691,990	9,717,592
7	Canada	0	0	4,022,304	8,437,317	12,623,109	7,655,001	8,801,895
8	Egypt	0	0	3,614,792	4,885,344	11,638,184	6,168,653	4,859,353
9	United Kingdom	0	0	4,112,540	7,942,364	9,019,558	5,687,066	4,362,564
10	Turkey	0	0	917,579	1,996,838	8,484,041	5,502,273	2,473,310
11	Kenya	0	0	795,927	2,608,977	7,395,326	4,720,822	5,881,965
12	Brazil	0	0	351,554	1,581,939	5,762,379	3,371,408	3,771,865
13	Indonesia	0	0	3,517,623	11,827,876	5,761,962	3,621,316	4,980,210
14	South Africa	0	0	440,419	1,327,849	5,744,344	3,652,686	4,812,891
15	Spain	0	0	3,032,848	3,828,026	5,361,616	3,522,319	3,724,772
16	Russia	0	0	1,310,311	2,582,869	4,932,234	2,549,716	4,214,929
17	Morocco	0	0	211,484	1,914,310	4,560,917	2,009,968	3,417,162
18	Oman	0	0	8,152	837,090	4,457,915	3,754,679	1,514,012
19	Hungary	0	0	1,168,314	4,758,866	4,101,192	3,018,993	2,815,693
20	Austria	0	0	2,665,229	6,818,124	3,795,247	2,326,103	3,249,649
48	Peru	0	0	27,757	10,121	224,891	144,500	147,869

Fuente: US International Trade Commission

3.6 Análisis del Market Share de la industria de ingredientes

Las importaciones estadounidenses de ingredientes para cosmética provienen principalmente de Francia un país líder en la industria cosmética. Sin embargo aduaneramente es México con 18.5% seguido de España con un 10.2% aparecen liderando como proveedores de ingredientes importados bajo las partidas arancelarias que son objeto del presente estudio. Y es que dichas partidas arancelarias incluyen también ingredientes que se usan en otras industrias como la de alimentos, nutraceúticos o productos de limpieza. Francia aparece como el tercer proveedor con un 9.3%. Debe notarse que si bien México y España lideran con S\$ 150 y US\$ 83 millones, gran parte de los ingredientes que estos países venden a EEUU son ingredientes destinados a alimentos. Otros proveedores importantes de ingredientes para cosméticos son China e India con un 7.7% y 7% respectivamente.

El Perú aparece en el puesto 21 con una participación de 1.1% un poco más atrás de Brasil ubicado en el puesto 18 con una participación de 1.2%.

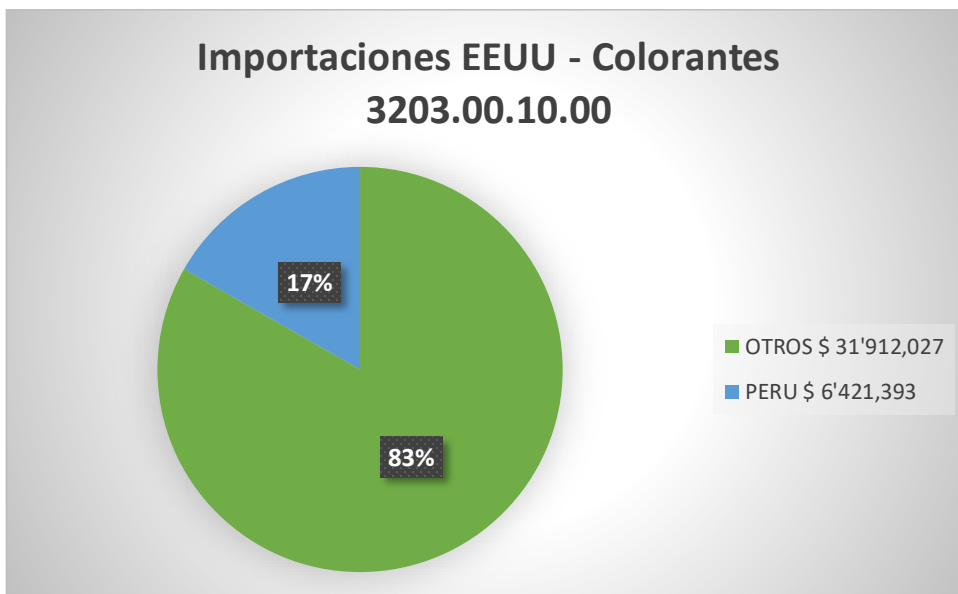
	País proveedor	US\$	% Participación
	Total	816,925,347	100.0
1	Mexico	150,732,540	18.5
2	Spain	83,142,743	10.2

3	France	76,266,308	9.3
4	China	62,696,937	7.7
5	India	57,244,319	7.0
6	Indonesia	31,161,880	3.8
7	Bulgaria	29,873,886	3.7
8	Canada	29,096,193	3.6
9	Italy	21,761,975	2.7
10	Australia	19,314,014	2.4
11	United Kingd	19,220,888	2.4
12	Germany	16,528,801	2.0
13	Kenya	15,761,225	1.9
14	New Zealan	15,708,147	1.9
15	Sri Lanka	14,867,890	1.8
16	Egypt	11,934,766	1.5
17	Turkey	11,491,537	1.4
18	Brazil	9,608,448	1.2
19	Netherlands	9,299,171	1.1
20	Malaysia	8,833,237	1.1
21	Peru	8,784,131	1.1
36	Ecuador	2,933,479	0.4
38	Colombia	2,318,929	0.3
40	Chile	2,131,244	0.3
42	Paraguay	1,982,451	0.2
48	Argentina	1,498,134	0.2

Fuente: US International Trade Commission

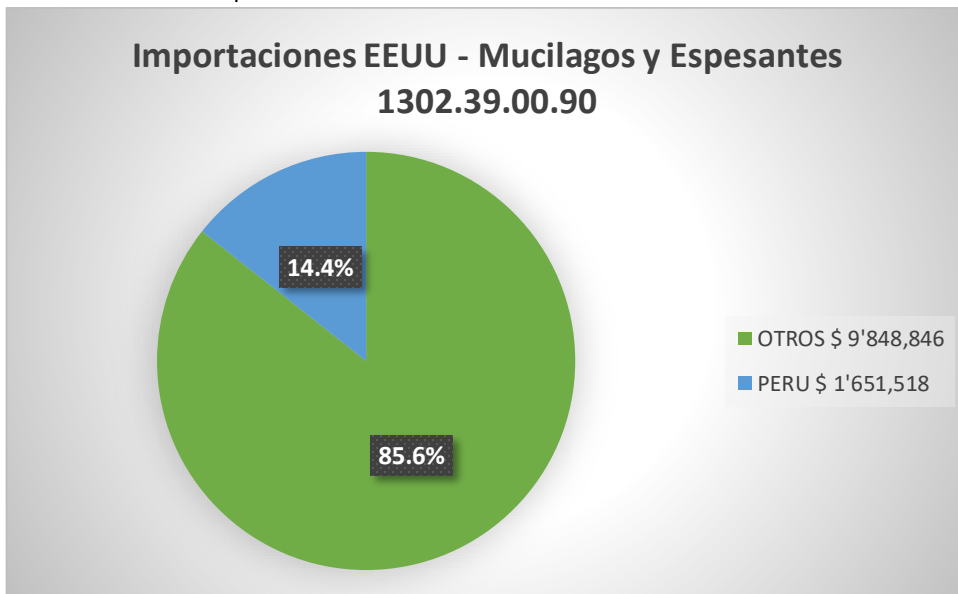
El Perú se hace notar como proveedor de ingredientes, por sus abastecimientos de colorantes y goma de tara, que nos permiten aparecer en el mapa de proveedores. Debe notarse además, que dichos ingredientes exportados por Perú a los EEUU son usados tanto por la industria de cosméticos como la industria de alimentos.

En el caso de colorantes de la partida 3203.00.10.00, partida bajo la cual el Peru abastece Carmin, Annato, antocianina y otros colorantes de origen vegetal o animal, Perú es el segundo proveedor luego de Nueva Zelandia, y en el 2020 tuvo una participacion del 17% del mercado de los EEUU. Sin embargo en el 2021 esa participación podría ser mayor considerando que Nueva Zelandia ha dejado de exportar colorantes a los EEUU, al menos cualquier colorante bajo la partida 3203.



Fuente: USITC, elaboración: aidb, LLC

En el caso de los mucilados y espesantes de la partida 1302.39.00.90, partida en la cual el Peru exporta goma de tara. Peru cuenta con una participación de 14.4% . Debe notarse que Perú es el segundo proveedor de los EEUU bajo esta partica arancelaria, solo después de China. Asimismo, en el periodo enero agosto del 2021, Peru ha incrementado sus ventas a los EEUU en un 148% lo que hace preveer una mayor participación en el 2021, considerando que China ha incrementado sus ventas sólo en 38%.



Fuente: USITC, elaboración: aidb, LLC

3.7 Principales Proveedores de Ingredientes Naturales, cosméticos y cuidado personal en el mercado.

Como antes habíamos mencionado, el principal proveedor de ingredientes para cosméticos es Francia, otros países con oferta específica de ingredientes para cosméticos son Países Bajos, Alemania, Reino Unido los cuales cuentan con una oferta de ingredientes terminados listas para incluirse en la formulación o fabricación de un cosmético. Asimismo existen empresas estadounidenses que atienden el mercado de los EEUU también con una oferta de ingredientes terminados.

Los grupos europeos con presencia en los EEUU, con subsidiarias que importan y distribuyen en los EEUU productos fabricados en Europa, o que cuentan con empresas subsidiarias en los EEUU que fabrican ingredientes para su distribución en el mercado estadounidense o incluso para exportar a otros mercados tenemos a los siguientes grupos:

1. Givaudan.- Es un grupo con oficinas principales en Suiza con operaciones en 181 países, 77 lugares de producción y 69 lugares de investigación. En Norteamérica cuenta con 12 lugares de producción y 2,879 empleados. Una subsidiaria importante en los EEUU es la empresa Naturex, Inc., cuyo reporte detallado se encuentra en el capítulo X del presente informe.
2. Robertet.- Grupo francés que ha realizado una serie de adquisiciones en los EEUU donde opera distribuye
3. Croda.- grupo basado en Reino Unido, propietaria de la empresa Sederma (basada en Alemania), cuentan con operaciones en varios estados de la Unión Americana.
4. Symrise.- grupo basado en Alemania que opera un centro de distribución y también plantas de manufactura en los EEUU.

Entre las empresas estadounidenses más importantes dedicadas a la fabricación y distribución de ingredientes para cosméticos están las empresas Sensient, Berjé, Jeen, IFC Colors, Citrus & Allied y otros, cuyos reportes se encuentran incluidos en el anexo 10.

Debe notarse que importantes grupos asiáticos también cuentan con presencia en los EEUU, destacan el grupo chino Hongda que ha establecido una red de subsidiarias en los EEUU, así como la empresa Índú Sabinsa con un centro de distribución y también plantas de manufactura en los EEUU. Ambas se encuentran incluidas en el anexo 10.

IV. Análisis del Sector /Línea en el Mercado

4.1 Variedades y Formas de Presentación

Técnicamente los ingredientes para cosmética y productos de cuidado personal se pueden clasificar en: antioxidantes, agentes emulsionantes, hidrolatos y extractos de plantas, humectantes, exfoliantes y tensioactivos. Sin embargo hacer un análisis de cada uno de

estas categorías de ingredientes no tendría mayor relevancia para la oferta peruana que busca ingresar o ampliar su participación en el mercado de los EEUU.

Por ello haremos el análisis del mercado de ingredientes para cosmética y productos de cuidado personal de los EEUU en función a la oferta peruana actual y potencial.

-Ingrediente de color: Carmín y Bixina. Si bien la oferta peruana comprenden otras materias colorantes como la antocianina, extracto de marigold y curcumina, no están destinados para uso cosmético si no casi exclusivamente para uso en alimento humano y animal. En el caso de la Bixina, también es usado tanto en la industria alimenticia y cosmética.

-Ingredientes de fragancia.- Fundamentalmente comprenden aceites esenciales, y al igual que los colorantes, estos pueden ser usados para la industria alimenticia y la industria cosmética, cuidado personal, cuidado del hogar y limpieza. Por ejemplo el aceite esencial de limón peruano (conocido en EEUU como Essential Lime Oil), es usado en la industria de alimentos, para elaborar productos de lavado de vajillas, productos de limpieza de los pisos, productos de cuidado personal (shampoos o jabones), y eventualmente en perfumería. Sin embargo aceites esenciales exóticos como aquellos de palo rosa, palo santo, se molle son destinado para cosmética, especialmente en perfumería.

-Ingredientes humectantes.- bajo esta categoría se encuentran los aceites vegetales fijos conocidos como fixed oils, Carrier oils o

-Otros.- otros ingredientes como los fijadores entre los que se encuentra el almizcle y el extracto de almizcle vegetal. Aunque a EEUU el Peru solo ha exportado extracto de almizcle.

Debe notarse que los envases que se utilizan para los envíos de ingredientes, varían según el tipo de ingrediente, su presentación, volumen y si será despachado via aérea. A continuación se incluyen los tipos de envases comúnmente usados, por producto.

ENVASE	PRODUCTO
CILINDROS DE ACERO DE 50 KG.	ACEITE ESENCIAL
CILINDRO DE 190 KG	ACEITE DE CASTAÑA ORGANICO GRANEL
BARRILES DE 180 Kg.	ACEITE DE JOJOBA ORGANICO
BIDONES DE 25 LT	ACEITE DE CHIA PRENSADO EN FRIO
BOLSAS ASEPTICAS DE 210 KGS	JUGO NFC JENJIBRE ORGANICO
BOLSAS DE POLIETILENO DE 25KG	GOMA DE TARA GM
CILINDRO DE 190 KG	ACEITE DE CASTAÑA ORGANICO
CILINDRO DE 208 LITROS	ACEITE DE CHIA PRENSADO EN FRIO
CILINDRO DE 60 LITROS	ACEITE DE SACHA INCHI (SACHA INCHI OIL
CILINDROS DE 212 LITROS	ACEITE DE SACHA INCHI STARSEED
CILINDROS DE 212 LITROS	PASTA DE JENGIBRE
GALONERA DE 4.5 KG	ACEITE DE AGUAJE

GALONERA DE 4.5 KG	ACEITE DE SACHA INCHI ORGANICO
GALONERA DE 4.5 KG	ACEITE DE SEMILLA DE MARACUYA
GALONERA DE 4.5 KG	ACEITE DE CASTAÑA ORGANICO
GALONERA DE 4.5 KG	ACEITE DE UNGURAHUI
SACOS DE PAPEL CON BOLSA DE POLIPROPILENO INTERIOR DE 25 KG.	GOMA DE TARA
SACOS DE PAPEL DE 25 KG	GOMA DE TARA EN POLVO

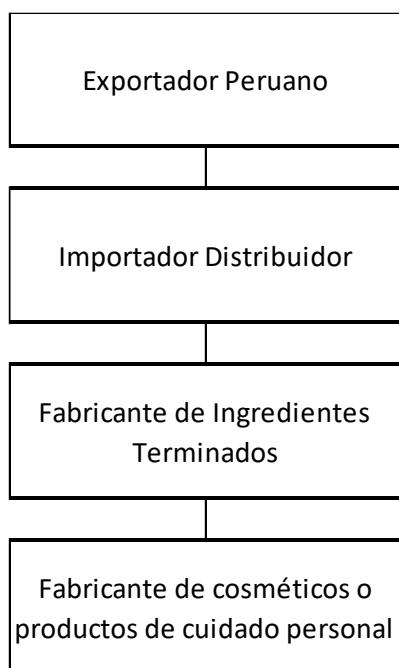
Fuente: Aduana del Perú

4.2 Canales de Distribución

Los exportadores peruanos en casi todos los casos exportan ingredientes intermedios, que como ya se había explicado antes, serán usados para fabricar ingredientes terminados o finales, los cuales son usados en la formulación de un producto de cuidado personal o en un cosmético.

En general tenemos tres tipos de canales:

4.2.1. Exportador peruano/Importador distribuidor/Fabricante de ingredientes terminados/Fabricante de cosméticos o productos de cuidado personal. Es el canal de distribución más usado por las empresas peruanas y es la más adecuada para ingresar al mercado de los EEUU.



Fuente: Entrevistas con importadores y fabricantes en EEUU

Elaboración: AIBD, LLC

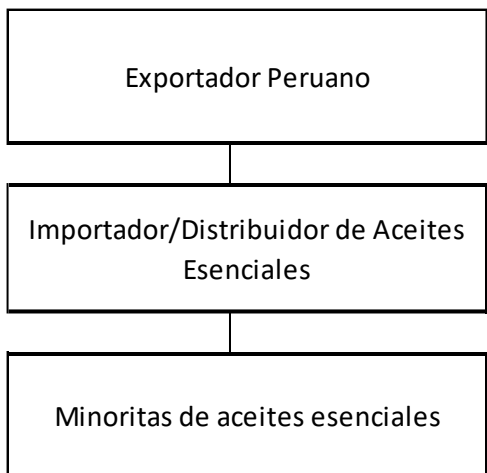
4.2.2. Exportador Peruano/Fabricante de Ingredientes Terminados/Fabricante de cosméticos y productos de cuidado personal (ODM-OEM, marca propia)



Fuente: Entrevistas con importadores y fabricantes en EEUU

Elaboración: AIBD, LLC

4.2.3. Exportador peruano/Importador Distribuidor/Minorista de aceites esenciales



Fuente: Entrevistas con importadores y fabricantes en EEUU

Elaboración: AIBD, LLC

4.2.4. Exportador de ingredientes/Empresas distribuidora subsidiaria en EEUU/Fabricante de cosméticos de su propia marca o fabricantes bajo marca privada OEM-ODM. Esta cadena es ampliamente usada por fabricantes europeos que ofertan ingredientes terminados, y también por empresas asiáticas que ofrecen algunos ingredientes terminados y también ofrecen ingredientes sin terminar.



Fuente: Entrevistas con importadores y fabricantes en EEUU
Elaboración: AIBD, LLC

4.3 Rutas de Acceso

Estados Unidos es un país altamente interconectado y los ingredientes cosméticos ingresan vía marítima, aérea y también por vía terrestre. Y es el distrito aduanero de Nueva York el de mayor importancia, por donde ingresan los ingredientes que son objeto de estudio. En el año 2019, un año regular, por dicho distrito aduanero ingresaron ingredientes por un valor FAS de US\$ 201 millones. El segundo distrito aduanero por donde se importan los ingredientes objeto de estudio es Los Angeles a través del cual ingresan ingredientes provenientes mayormente del Asia por un valor de US\$ 86 millones. Laredo Texas y Great Falls Montana son los distritos aduaneros que siguen en importancia, por donde se entran los abastecimientos de México y Canadá, con US\$ 62 y 54 millones, respectivamente.

Importaciones de EEUU de Ingredientes de Partidas Arancelarias Escogidas para el Estudio (*), 2019

Distritos Aduaneros	US\$
Total USA	683,554,955
New York, NY	201,509,425
Los Angeles, CA	86,075,167
Laredo, TX	62,172,727
Great Falls, MT	54,022,399
Chicago, IL	47,882,766
Nogales, AZ	37,033,354
San Francisco, CA	19,334,795
Houston-Galveston, TX	17,060,474

Cleveland, OH	16,949,741
St. Louis, MO	15,655,550
New Orleans, LA	14,264,571
Boston, MA	13,477,730
Baltimore, MD	11,989,507
Charleston, SC	10,753,636
Detroit, MI	9,647,160
Miami, FL	9,215,629
Savannah, GA	8,696,069
Seattle, WA	6,955,494
Norfolk, VA	5,892,770
Pembina, ND	5,643,261
San Juan, PR	4,579,397
Buffalo, NY	4,220,387
Philadelphia, PA	3,500,403
Ogdensburg, NY	3,347,240
Minneapolis, MN	2,756,503
Portland, ME	2,381,544
Dallas-Fort Worth, TX	1,919,012
Tampa, FL	1,728,240
Charlotte, NC	1,340,313
Columbia-Snake, OR	1,149,689
Mobile, AL	685,617
Honolulu, HI	526,616
St. Albans, VT	469,290
Washington, DC	419,111
Anchorage, AK	215,437
San Diego, CA	64,726
Milwaukee, WI	12,816
El Paso, TX	6,389

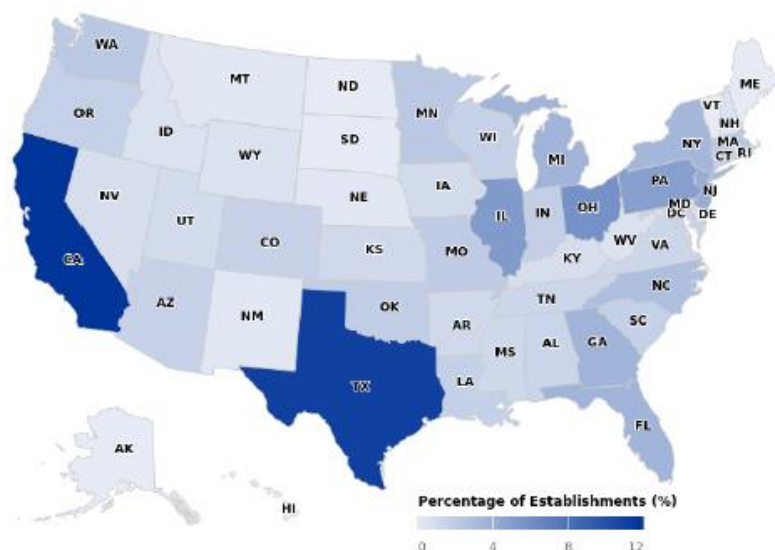
(*)1301.90.9190, 1302.39.0090, 1515.90.2100, 1515.90.8090, 1516.20.9000, 3301.29.5150, 3203.00.1000

Fuente: US International Trade Commission

Donde se concentran los Negocios de Aceites Esenciales

Las importaciones a través de los distritos aduaneros reflejan la concentración de las empresas dedicadas al procesamiento y distribución de aceites esenciales, sin embargo los fabricantes domesticos marcan algunos estados como centros de produccion de aceites esenciales. Es notable California y Texas donde se encuentran plantas de manufactura de aceites esenciales, debido fundamentalmente a la producción de frutas y vegetales propios para su producción. Destacan tambien Florida y Georgia en el sur y estados ubidados en el nor este como Nueva York, Nueva Jersey, Pennsylvania y Ohio. Debe

notarse que algunos fabricantes complementan su producción con producción foránea que importan, es decir son fabricantes y también importadores. Incluso cuentan con plantas propias en diversos países.

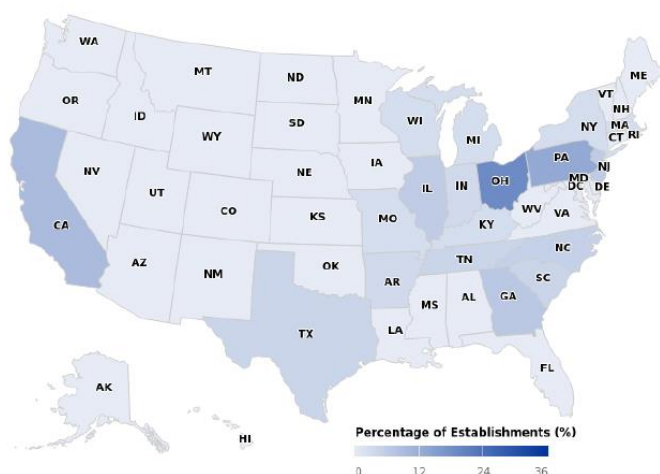


En EEUU en el 2021 existen 49 empresas dedicadas a la fabricación de aceites esenciales las cuales operan un total de 57 plantas.

Fuente de imagen y texto: IBIS World

Concentración de Negocios de Procesamiento y Distribución de Colorantes y Pigmentos

En el caso de colorantes y pigmentos, Ohio y Pensilvania, Illinois en el norte, Georgia en el Sur, Texas y California son los estados que agrupan el grueso de los fabricantes, sin embargo es el estado de Nueva Jersey uno de los cuales que concentra un importante número de empresas fabricantes y distribuidores de colorantes y pigmentos para las industrias de cosméticos, cuidado personal y alimentos. Debe notarse que las empresas que hacen colorantes y pigmentos atienden diversos sectores a la vez: construcción, automovilísticos, alimentos, cosmética, etc. Por ejemplo la empresa Down atiende diversas industrias y cuenta con una unidad especializada para la industria cosmética y de cuidado personal. Y también estos fabricantes complementan su producción con la oferta foránea que algunas empresas también importan para atender a sus clientes.

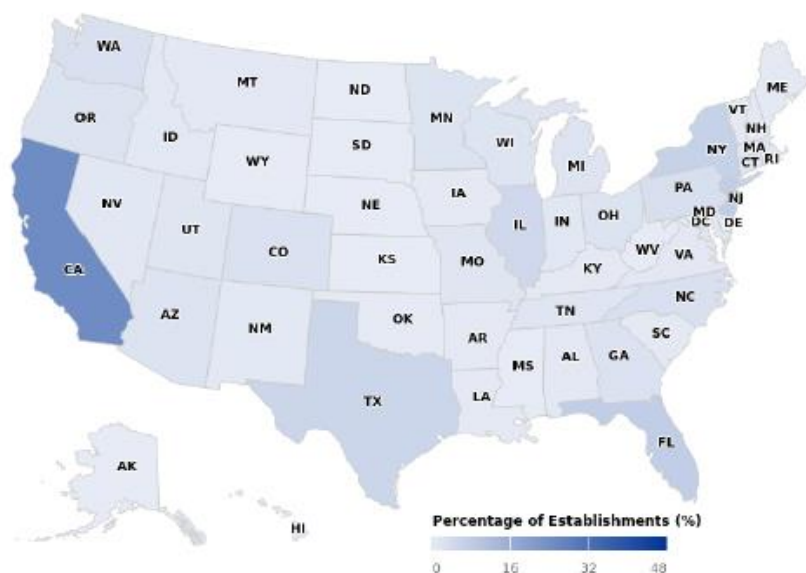


En el 2021 en los EEUU hay 98 empresas dedicadas a la fabricación de pigmentos y colorantes, las cuales operan un total de 127 plantade produccion.

Fuente de imagen y texto: IBIS World

Concentración de Empresas dedicadas a la manufactura de Cosméticos y Productos de Cuidado Personal

En el caso de las empresas fabricantes de cosméticos y productos de cuidado personal, estos se encuentran concentrados en California, Texas, Florida y en casi todos los estados del norte desde Nueva York hasta illinois. Estos fabricantes on los grandes compradores de ingrediente terminados.



En el 2021 en los EEUU hay 3,716 empresas dedicadas a la fabricación de pigmentos y colorantes, las cuales operan un total de 3,738 plantade produccion.

Fuente de imagen y texto: IBIS World

4.4 Canales de Comercialización

Canales	Características	Productos	Cliente (objetivo)
Distribuidor (Importadores /Distribuidores)	Importa ingredientes sin terminar y los revende a fabricantes de ingredientes terminados. Exportador no influye sobre el precio final ni estrategias de promoción de su producto	Ingredientes semi terminados para cosmética y productos de cuidado personal	Fabricantes de ingredientes terminados para cosméticos y productos de cuidado personal
Fabricante de Ingredientes terminados para cosméticos y productos de cuidado personal	Importa ingredientes sin terminar para fabricar ingredientes terminados que los revende a fabricantes de cosméticos o de productos de cuidado personal. Exportador no influye sobre el precio final ni estrategias de promoción de su producto	Ingredientes terminados para cosmética y productos de cuidado personal	Fabricantes de cosméticos y productos de cuidado personal
Distribuidor (Importadores /Distribuidores)	Importa Aceites Esenciales, los re empaen y revende a minoristas en presentaciones para venta minorista o para uso en SPA Exportador no influye sobre el precio final ni estrategias de promoción de su producto	Aceites esenciales	Minorista/salones SPA

4.5 Precios

Las ventas de los ingredientes se realizan en valores FOB y varían dependiendo de la oferta mundial de productos similares o alternativos o de la demanda del mercado de los EEUU. Se incluyen los precios registrados en el 2021:

Precios de Exportación de los Aceites Esenciales en el 2021

Descripción Comercial	Partida Arancelaria	Descripción Partida	País de Destino	US\$ FOB /KG
ACEITE ESENCIAL DE COPAIBA	3301299000	LOS DEMÁS	CANADÁ	350.00
ACEITE ESENCIAL DE MOLLE	3301299000	LOS DEMÁS	CHINA	330.71
ACEITE ESENCIAL DE MOLLE	3301299000	LOS DEMÁS	ESTADOS UNIDOS	166.00
ACEITE ESENCIAL DE MOLLE (SCHINUS MOLLE)	3301299000	LOS DEMÁS	ESTADOS UNIDOS	171.40
ACEITE ESENCIAL DE MOLLE SCHINUS MOLLE	3301299000	LOS DEMÁS	ESTADOS UNIDOS	163.33

ACEITE ESENCIAL DE MOLLE SCHINUS MOLLE PINK	3301299000	LOS DEMÁS	CHINA	193.20
ACEITE ESENCIAL DE MUÑA	3301299000	LOS DEMÁS	SUIZA	855.56
ACEITE ESENCIAL DE PALO DE ROSA	3301299000	LOS DEMÁS	CANADÁ	332.50
ACEITE ESENCIAL DE PALO SANTO	3301299000	LOS DEMÁS	REINO UNIDO	310.71
ACEITE ESENCIAL DE PALO SANTO	3301299000	LOS DEMÁS	SUIZA	855.56
ACEITE ESENCIAL DE PALO SANTO	3301299000	LOS DEMÁS	CHINA	309.83
ACEITE ESENCIAL DE PALO SANTO (PALO SANTO OIL)	3301299000	LOS DEMÁS	ESTADOS UNIDOS	300.00
ACEITE ESENCIAL DE PALO SANTO BURSERA GRAVEOLENS	3301299000	LOS DEMÁS	CANADÁ	234.36
ACEITE ESENCIAL DE PALO SANTO BURSERA GRAVEOLENS	3301299000	LOS DEMÁS	CHINA	261.20
ACEITE ESENCIAL DE PALO SANTO BURSERA GRAVEOLENS	3301299000	LOS DEMÁS	CANADÁ	222.64
ACEITE ESENCIAL DE PALO SANTO BURSERA GRAVEOLENS	3301299000	LOS DEMÁS	ALEMANIA	267.25
ACEITE ESENCIAL PALO DE ROSA (ANIBA ROSAEODORA)	3301299000	LOS DEMÁS	ESTADOS UNIDOS	293.82
ACEITE ESENCIAL PALO DE ROSA ANIBA ROSAEODORA	3301299000	LOS DEMÁS	ESTADOS UNIDOS	296.17
AMBRETTE SEED OIL (ACEITE DE ALMIZCLE) NOMBRE BOTANICO: ABELMOSCHUS MOSCHATUS	3301299000	LOS DEMÁS	ESTADOS UNIDOS	10,674.00

Fuente: Sunat

Precios de Exportación de Colorantes en el 2021

Descripción Comercial	Partida Arancelaria	Descripción Arancelaria	País de Destino	US\$ /Kg
ACIDO CARMINICO 90% ACIDO CARMINICO 90%	3203002100	CARMIN DE COCHINILLA.	JAPÓN	291.36
ACIDO CARMINICO ACIDO CARMINICO ACIDO CARMINICO ACIDO CARMINICO ACIDO CARMINICO	3203002100	CARMIN DE COCHINILLA.	DINAMARCA	219.84
ACIDO CARMINICO RECRISTALIZADO ACIDE CARMINIQUE	3203002100	CARMIN DE COCHINILLA.	PAÍSES BAJOS	384.00
ANNATTO DERIVATE COLORANTE DERIVADO DEL ACHIOTE ANNATTO	3203001400	MATERIAS COLORANTES DE ORIGEN VEGETAL DE ACHIOTE	ESTADOS UNIDOS	52.36

ANNATTO DERIVATIVE (COLORANTE DERIVADO DEL ACHIOTE)	3203001400	MATERIAS COLORANTES DE ORIGEN VEGETAL DE ACHIOTE (ONOTO, BIJA)	AUSTRALIA	70.58
ANNATTO DERIVATIVE(COLORANTE DERIVADO DEL ACHIOTE)	3203001400	MATERIAS COLORANTES DE ORIGEN VEGETAL DE ACHIOTE (ONOTO, BIJA)	FEDERACIÓN RUSA	46.55
ANTOCIANINA	3203001900	LAS DEMÁS DE ORIGEN VEGETAL	ESTADOS UNIDOS	100.00
ANTOCIANINA POLVO MAIZ MORADO CON CARRIER	3203001600	DE MAÍZ MORADO (ANTOCIANINA)	ESTADOS UNIDOS	155.00
CA-90/SE 20 KG ACIDO CARMINICO	3203002100	CARMIN DE COCHINILLA.	DINAMARCA	219.84
CARMIN HIDROSOLUBLE AR COLORANTE NATURAL DERIVADO DE LA COCHINILLACODIGO N°13 R	3203002100	CARMIN DE COCHINILLA.	BÉLGICA	67.94
CARMIN WS (CARMIN HIDROSOLUBLE AR)COLORANTE NATURAL	3203002100	CARMIN DE COCHINILLA.	ESPAÑA	69.50
CARMINIC ACID P (ACIDO CARMINICO RECRISTALIZADO)	3203002100	CARMIN DE COCHINILLA.	REINO UNIDO	247.00
CLOROFILA EN POLVO	3203001200	CLOROFILAS	ESTADOS UNIDOS	81.78
DERIVADO DE ACHIOTE	3203001400	MATERIAS COLORANTES DE ORIGEN VEGETAL DE ACHIOTE (ONOTO, BIJA)	ESTADOS UNIDOS	90.76
DERIVADO DEL ACIDO CARMINICO	3203002100	CARMIN DE COCHINILLA.	ESTADOS UNIDOS	282.75
MONTECARMIN	3203002100	CARMIN DE COCHINILLA.	ALEMANIA	65.85

Fuente: Sunat

Precios de Exportación Aceites Vegetales 2021

Descripcion Comercial	Partida Arancelaria	Descripcion Arancelaria	Pais de Destino	US\$ FOB/Kg
ACEITE INCA INCHI ORGANICO CONTENIDO EN 05 CILINDROS DE 216 LITROS CADA UNO	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	ALEMANIA	17.72
ORGANIC JOJOBA OIL (80 BARRELS)	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	ALEMANIA	13.14
ACEITE DE SACHA INCHI	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	AUSTRALIA	11.52
ACEITE DE CHIA PRENSADO EN FRIO	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	AUSTRALIA	14.83

ACEITE DE SACHA INCHI	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	BÉLGICA	16.19
ACEITE DE COPAIBA CAJA/ COPAIBA OIL(24 UNI/30 MLS)	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	CANADÁ	10.39
ACEITE DE CHIA PRENSADO EN FRIO ORGANICO CERT. EN CILINDROS DE 192 KG	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	CANADÁ	15.75
ACEITE DE AGUAJE PRESENTACIÓN: GALONERA 4.5 KG	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	CANADÁ	79.97
ACEITE DE SEMILLA DE MARACUYA ORGANICO	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	CANADÁ	11.71
ACEITE DE CASTAÑA ORGANICO PRESENTACIÓN: GALONERA 4.5 KG	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	CANADÁ	19.22
ACEITE DE UNGURAHUI PRESENTACIÓN: GALONERA 4.5 KG	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	CANADÁ	106.33
ACEITE DE CASTAÑA ORGANICO GALONERA X 4.5 KG.	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	DINAMARCA	18.36
ACEITE DE SEMILLA DE MARACUYA ORGANICO GALONERA X 4.5 KG.	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	DINAMARCA	9.64
ACEITE DE CASTAÑA ORGANICOBALDE X 18 KG.	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	DINAMARCA	18.35
ACEITE DE SEMILLA DE MARACUYA ORGANICOGALONERA X 18 KG.	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	DINAMARCA	9.64
ACEITE DE CHIA PRENSADO EN FRIO EN BIDONES DE 25 LT	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	ESPAÑA	23.00
ACEITE DE CHIA PRENSADO EN FRIO ACEITE DE CHIA PRENSADO EN FRIO	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	ESPAÑA	23.00
Aceite de Sacha Inchi Extra Virgen en Cilindros	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	ESPAÑA	20.00
ACEITE DE SACHA INCHI EXTRA VIRGEN	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	ESTADOS UNIDOS	15.08
ACEITE DE CHIA PRENSANDO EN FRIO CERTIFICADO ORGANICO	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	ESTADOS UNIDOS	14.10
ACEITE DE CHIA PRENSADO EN FRIO COLD	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	ESTADOS UNIDOS	10.17
ACEITE VIRGEN DE NUEZ DE BRASIL	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	ESTADOS UNIDOS	8.50
ACEITE DE NUECES DEL BRASIL EN 4 CILINDROS DE 196KG C/U	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	ESTADOS UNIDOS	9.00
ACEITE DE PALTA Uso : Industrial	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	FRANCIA	28.54

ACEITE DE PALTA Uso : Industrial	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	FRANCIA	8.85
ACEITE DE PALTAE	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	FRANCIA	8.85
ACEITE DE CASTAÑA ORGANICA (1257.8 LITROS EN GALONES POR 4 LITROS)	1515900090	LOS DEMÁS ACEITE DE MAÍZ Y SUS FRACCIONES	FRANCIA	25.42

Fuente: Sunat

Precios de Exportación Goma de Tara 2021

Descripción Comercial	Partida Arancelaria	Descripción Arancelaria	País de Destino	US\$ FOB/Kg.
TARA GUM (GOMA DE TARA)	1302391000	MUCÍLAGO DE SEMIL DE TARA	PAÍSES BAJOS	5.19
GOMA DE TARA EN POLVO	1302391000	MUCÍLAGO DE SEMIL DE TARA	ITALIA	7.90
AGLUMIX-01 ORGANIC PAPER BAG WITH POLYETHYLENE EACH BAG 25 KG	1302391000	MUCÍLAGO DE SEMIL DE TARA	ESTADOS UNIDOS	18.00
GOMA DE TARA 720 PAPER BAGS OF TRI-PLIES WITH POLYETHYLENE INNER	1302391000	MUCÍLAGO DE SEMIL DE TARA	ALEMANIA	7.87
AGLUMIX-01(GOMA DE TARA EN POLVO) PAPER BAG	1302391000	MUCÍLAGO DE SEMIL DE TARA	ESTADOS UNIDOS	8.29
HARINA DE GOMA DE TARA HP/CG2 EN SACOS USO INDUSTRIAL	1302391000	MUCÍLAGO DE SEMIL DE TARA	ESTADOS UNIDOS	8.50
GOMA DE TARA / TARA GUM	1302391000	MUCÍLAGO DE SEMIL DE TARA	ALEMANIA	9.46
AGLUMIX-01(GOMA DE TARA EN POLVO) PAPER BAG	1302391000	MUCÍLAGO DE SEMIL DE TARA	ITALIA	15.00
GOMA DE TARA EN POLVO 2LBS AS PRESENTADO EN BOLSAS	1302391000	MUCÍLAGO DE SEMIL DE TARA	ESTADOS UNIDOS	16.19
HARINA DE GOMA DE TARA HP-CG2 EN SACOS USO INDUSTRIAL	1302391000	MUCÍLAGO DE SEMIL DE TARA	ESTADOS UNIDOS	8.50
AGLUMIX-01(GOMA DE TARA EN POLVO) PAPER BAG	1302391000	MUCÍLAGO DE SEMIL DE TARA	ITALIA	14.90

GOMA DE TARA ALTA PRESENTADO: BAGS 25KG USO: CONSUMO TARA GUM	1302391000	MUCÍLAGO DE SEMIL DE TARA	ESTADOS UNIDOS	11.96
GOMA DE TARA HV, 160 PAPER BAGS WITH POLYETHYLENE BAG	1302391000	MUCÍLAGO DE SEMIL DE TARA	ITALIA	16.73
GOMA DE TARA ALTA PRESENTADO EN PER BAG DE 25 KG C/U USO	1302391000	MUCÍLAGO DE SEMIL DE TARA	REINO UNIDO	13.81
POLVO DE GOMA DE TARA ORGÁNICA 1LB HA EN BOLSAS USO: CONSUMO	1302391000	MUCÍLAGO DE SEMIL DE TARA	ESTADOS UNIDOS	26.10
GOMA DE TARA ALTA TARA GUM HV FOOD GRADE PRESENTACION	1302391000	MUCÍLAGO DE SEMIL DE TARA	ESTADOS UNIDOS	30.25
POLVO DE GOMA DE TARA ORGANICA 1 LB	1302391000	MUCÍLAGO DE SEMIL DE TARA	ESTADOS UNIDOS	26.12

Fuente: Sunat

Precios de Exportación de los extractos vegetales, materias pécticas, mucílagos y espesativos vegetales, 2021

Descripcion Comercial	Partida Aduanera	Descripcion de la Partida Aduanera	Pais de Destino	U\$ FOB Und 1
JUGO DE JENGIBRE ORGANICO NO PASTEURIZADO EMPACADO EN BOLSAS ASEPTICAS DE 200 KG C/U Y BOLSAS DE 0.5	1302399000	LOS DEMÁS JUGOS Y EXTRAT VEGT; MAT PÉCT, MUCÍL Y ESPES	ESTADOS UNIDOS	4.05
JUGO DE JENGIBRE ASEPTICO (ASEPTIC GINGER JUICE NFC) 1 BOLSA X 20 KG (1 aseptic bag x 705.48 oz) CO	1302399000	LOS DEMÁS JUGOS Y EXTRAT VEGT; MAT PÉCT, MUCÍL Y ESPES	ESTADOS UNIDOS	2.38
JUGO DE JENGIBRE ASEPTICO (ASEPTIC GINGER JUICE NFC) 1 BOLSA X 20 KG (1 ASEPTIC BAG X 705.48 OZ) CON	1302399000	LOS DEMÁS JUGOS Y EXTRAT VEGT; MAT PÉCT, MUCÍL Y ESPES	ESTADOS UNIDOS	2.27
PURE DE JENJIBRE ORGANICO EN CAJAS PARA CONSUMO HUMANO	1302399000	LOS DEMÁS JUGOS Y EXTRAT VEGT; MAT PÉCT, MUCÍL Y ESPES	ESTADOS UNIDOS	1.76
SANGRE DE GRADO PREMIUM - LATEX EN BIDONES DE 20 LTS COLOR: ROJIZO, OLOR: CARACTERISTICO. ESTADO FIS	1302399000	LOS DEMÁS JUGOS Y EXTRAT VEGT; MAT PÉCT, MUCÍL Y ESPES	ESTADOS UNIDOS	32.57
JUGO DE PIÑA ORGANICO CONGELADO EN CILINDROS PARA CONSUMO HUMANO	1302399000	LOS DEMÁS JUGOS Y EXTRAT VEGT; MAT PÉCT, MUCÍL Y ESPES	ESTADOS UNIDOS	1.76
EXTRACTO DE CURCUMA EN BALDES PARA CONSUMO HUMANO	1302399000	LOS DEMÁS JUGOS Y EXTRAT VEGT; MAT PÉCT, MUCÍL Y ESPES	ESTADOS UNIDOS	1.76
EXTRACTO DE CURCUMA ORGANICO EN BALDES PARA CONSUMO HUMANO	1302399000	LOS DEMÁS JUGOS Y EXTRAT VEGT; MAT PÉCT, MUCÍL Y ESPES	ESTADOS UNIDOS	1.76

YACON ORGANIC CONCENTRATED JUICE (YACON ORGANICO JUGO CONCENTRADO)	1302399000	LOS DEMÁS JUGOS Y EXTRAT VEGT; MAT PÉCT, MUCÍL Y ESPES	FRANCIA	12.31
MUCILAGO LIOFILIZADO 500 BGRS Y 100 GRS EN BOLSAS	1302399000	LOS DEMÁS JUGOS Y EXTRAT VEGT; MAT PÉCT, MUCÍL Y ESPES	ESPAÑA	104.28
LATEX DE CROTON LECHLERI ENVASADO EN 1 BIDON X 20 LITROS	1302399000	LOS DEMÁS JUGOS Y EXTRAT VEGT; MAT PÉCT, MUCÍL Y ESPES	FRANCIA	50.00
JUGO DE JENGIBRE ASEPTICO (ASEPTIC GINGER JUICE NFC) 1 BOLSA X 20 KG (1 ASEPTIC BAG X 705.48 OZ) CON	1302399000	LOS DEMÁS JUGOS Y EXTRAT VEGT; MAT PÉCT, MUCÍL Y ESPES	ESTADOS UNIDOS	3.95
JUGO DE JENGIBRE ORGANICO NFC,398 BALDES PASTEURIZADO CONGELADO	1302399000	LOS DEMÁS JUGOS Y EXTRAT VEGT; MAT PÉCT, MUCÍL Y ESPES	ESTADOS UNIDOS	3.95
JUGO DE JENGIBRE ORGANICO NFC,362 BALDES PASTEURIZADO CONGELADO	1302399000	LOS DEMÁS JUGOS Y EXTRAT VEGT; MAT PÉCT, MUCÍL Y ESPES	ESTADOS UNIDOS	3.95

Fuente: Sunat

Precios de Exportación de Grasas y Aceites Vegetales, y sus fracciones hidrogenadas, 2021

Descripción Comercial	Partida Arancelaria	Descripción Arancelaria	País de Destino	US\$ FOB/Kg.
ACEITE DE AGUAJE ORGANICO BOTELLA X 1 LB.	1516200000	GRAS Y ACEIT VEGE Y SUS FRAC HIDROG	ESTADOS UNIDOS	77.11
ACEITE DE COPAIBA CONVENCIONAL BOTELLA 1 KG.	1516200000	GRAS Y ACEIT VEGE Y SUS FRAC HIDROG	ESTADOS UNIDOS	51.00
ACEITE DE COPAIBA CONVENCIONAL BOTELLA X 1 LB.	1516200000	GRAS Y ACEIT VEGE Y SUS FRAC HIDROG	ESTADOS UNIDOS	57.56
ACEITE DE UNGURAHUI CONVENCIONAL BOTELLA X 1 KG.	1516200000	GRAS Y ACEIT VEGE Y SUS FRAC HIDROG	ESTADOS UNIDOS	77.00
ACEITE INCA INCHI ORGANICO PARA USO ALIMENTARIO	1516200000	GRAS Y ACEIT VEGE Y SUS FRAC HIDROG	FRANCIA	14.14
MANTECA DE COPOAZU ORGANICO CAJA X 20 KG.	1516200000	GRAS Y ACEIT VEGE Y SUS FRAC HIDROG	DINAMARCA	17.94
MANTECA DE MURU MURUCAJA X 20 KG.	1516200000	GRAS Y ACEIT VEGE Y SUS FRAC HIDROG	DINAMARCA	35.35
MANTECA DE SEMILLA DE COPOAZU EN CAJAS	1516200000	GRAS Y ACEIT VEGE Y SUS FRAC HIDROG	ITALIA	19.58

MANTECA DE SEMILLAS DE COPOAZU ORGANICOBOLSA X 1 KG.	1516200000	GRAS Y ACEIT VEGE Y SUS FRAC HIDROG	ESTADOS UNIDOS	20.36
MANTECA DE SEMILLAS DE COPOAZU ORGANICOBOLSA X 1 LB	1516200000	GRAS Y ACEIT VEGE Y SUS FRAC HIDROG	ESTADOS UNIDOS	27.31
MANTECA DE SEMILLAS DE COPOAZU ORGANICOCAJA 20 KG.	1516200000	GRAS Y ACEIT VEGE Y SUS FRAC HIDROG	DINAMARCA	21.77
MANTECA DE SEMILLAS DE COPOAZUBOLSA X 1 KG.	1516200000	GRAS Y ACEIT VEGE Y SUS FRAC HIDROG	ESTADOS UNIDOS	16.56
MANTECA DE SEMILLAS DE COPOAZUBOLSA X 1 LB.	1516200000	GRAS Y ACEIT VEGE Y SUS FRAC HIDROG	ESTADOS UNIDOS	25.43
MANTECA DE SEMILLAS DE COPOAZUCAJA 20 KG.	1516200000	GRAS Y ACEIT VEGE Y SUS FRAC HIDROG	DINAMARCA	19.80
MANTECA DE SEMILLAS DE COPOAZUCAJA 20 KG.	1516200000	GRAS Y ACEIT VEGE Y SUS FRAC HIDROG	DINAMARCA	16.32

Fuente: Sunat

4.6 Oportunidades del Mercado

Los ingredientes de cosmética y productos de cuidado personal atienden principalmente dos industrias de los EEUU, 1) a industria de manufactura de cosméticos y productos de cuidado personal y 2) la industria de jabones y compuestos de limpieza. Ambos sectores responden de manera distinta a las condiciones de la economía, es así que el sector manufacturero de cosméticos tiene una demanda mas elástica y por lo mismo situaciones críticas como la pandemia, la afectan en mayor medida. Si bien dicho sector tuvo un crecimiento sostenido desde el 2016 hasta el 2019, sufrió una brusca caída debido a la pandemia, habiéndose recuperado en el 2021. Sin embargo la recuperación del 2021 no pudo cambiar la caída acumulada en el periodo 2015-2021 que fue del -10.7%. Las ventas totales de la industria de manufactura de cosméticos y productos de cuidado personal en el 2020 fueron de US\$ 43,600 millones. Se prevé un crecimiento acumulado de 1.6% para el periodo 2021-2026.

En el caso de la industria de manufactura de jabones y compuestos de limpieza, dicha industria también creció sostenidamente en el periodo 2016 al 2019 y fue afectada por la pandemia en el 2020 lo que afectó la caída total del periodo 2016-2021 de -0.5%. Siendo los jabones un gasto necesario no fue tan afectado, por ello su caída solo fue de -0.5%. Sus ventas totales en el 2020 fueron de US\$ 42,100 millones. Se prevé que en el periodo 2021-2026 la industria de manufactura de jabones y compuestos de limpieza tendrá una expansión de 3.7%.

La industria de cosméticos y cuidado personal puede dividirse en los siguientes segmentos:

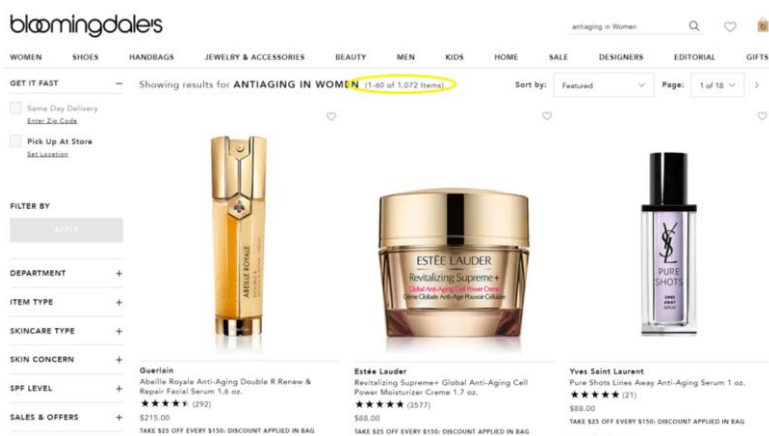
- Perfumes, colonias y otras aguas

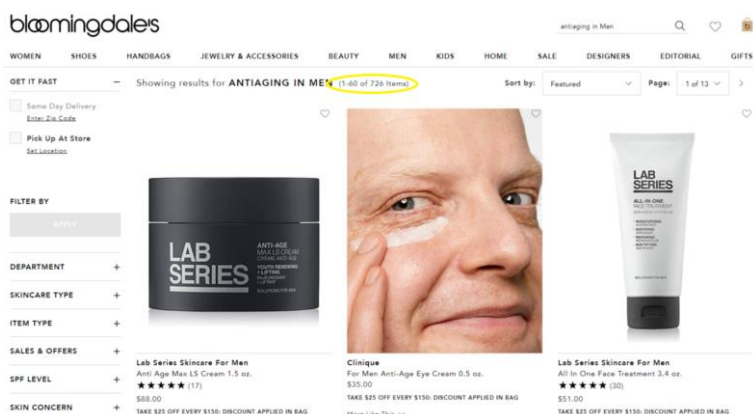
- Preparaciones para el cabello
- Dentrificos y productos para el cuidado bucal
- Cremas, lociones y aceites
- Cosméticos para ojos, uñas y labios
- Jabones para uso comercial y en el hogar
- Los demás

Los ingredientes que oferta el Perú son usados en perfumeria, preparaciones para el cabello, cremas, lociones y aceites y jabones para uso comercial y en el hogar. Asimismo los colorantes son de amplio uso en cosméticos de color tanto para ojos, uñas y labios.

Como mencionamos antes, los colorantes peruanos Carmin y Bixina son ampliamente utilizados como ingredientes de color para uso en la industria cosmética. Están incluso incluidos en la relación de colores seguros publicada por el FDA, por ello son productos con los cuales el Perú debe continuar creciendo, considerando además que son ingredientes usados también en alimentos. Por ello a continuación presentamos las oportunidades para otros ingredientes:

4.6.1. Tratamientos antienvjecimiento, para productos que tengan propiedades anti envejecimiento, tanto para la piel como para el cabello. Esto debido a que la población EEUU con edad superior a los 50 años se ha incrementado. Dicha población usualmente tiene mayor capacidad gasto por lo mismo puede atender esa necesidad comprando cremas, shampoos y tratamientos de alto costo, incluso productos de lujo. Ingredientes como los aceites de aguaje y de maracuya que pueden desaparecer las arrugas de la piel, tienen una excelente oportunidad, sobre todo porque se tratan de productos naturales.





Fuente: Página web de Bloomingdale's

4.6.2. Creciente preferencia por productos organicos, productos que usualmente tienen un mayor costo, también pueden ser comprados por personas mayores con un mayor ingreso disponible. Varios ingrediente peruanos provienen de plantaciones o areas naturales que pueden calificar como orgánicos sin mayor adecuación de sus procesos productivos, salvo del proceso de certificación. Esos tendrán oportunidad. Sin embargo, también es importante notar que esos mismos consumidores estan muy preocupados por la conservación del medio ambiente y por lo mismo son exigentes que ingredientes provenientes de áreas naturales cumplan con los estandares de proteccion de los bosques. El concepto de agroforesteria ha empezado a calar más en consumidores preocupados por la proteccion del medio ambiente, quienes preferirán un cosmetico o un shampoo usando ingredientes provenientes de la Amazonía siempre y cuando no provenga de plantaciones mono cultivo desarrolladas en lo antes fueron bosques naturales.

Ejecutivos de compras o sourcing de empresas que comercializan y usan ingredientes naturales de la Amazonia aceptaran un ingrediente que provenga de un cultivo agroforestal antes que de una plantación mono cultivo.



Juice Beauty

STEM CELLULAR Lifting Neck Cream 1.7 oz.

★★★★★ [5 \(4\)](#)

\$60.00 [Details](#)

4 interest-free payments of \$15.00 with **Klarna**. [Learn More](#)

Fuente: Página web de Bloomingdale's

4.6.3. La posibilidad de los fabricantes peruanos de promover sus productos usando las redes sociales, para dar a conocer las propiedades de los ingredientes que ofrecen, las condiciones de su manufactura, las practicas de sostenibilidad implementadas por la empresa, etc.

4.6.4. La recuperacion economica post covid no será similar a las epocas pre pandemia, sin embargo algunos segmentos de la industria que son productos esenciales harán posible lograr un crecimiento anualizado de 1.6% y en el 2026 se prevee que la industria alcance ventas por US\$ 47,200 millones, lo que permitirá que el número de empresas fabricantes de cosmeticos y productos de cuidado personal se incrementen hasta 4,058 unidades en los proximos 5 años, incrementado las oportunidades de abastecimiento para ingresidentes.

4.6.5. Ingredientes que prevengan el envejecimiento causado por los rayos solares, ganaran tracción debido sobre todo a que estos productos han estado sub representados en la s investigaciones y atencion de la s empresas.

SEPHORA

New Brands Makeup

Skincare > Sunscreen > Face Sunscreen

Face Sunscreen

Filters

New ☐

Rating ☐

Brand ☐

Concerns ☐

- ☐ Anti-aging (64)
- ☐ Fine lines / Wrinkles (61)
- ☐ Dullness / Uneven texture (36)
- ☐ Pores (29)
- ☐ Dryness (79)
- ☐ Loss of firmness / Elasticity (23)
- ☐ Oiliness (14)
- ☐ Redness (22)

Dr. Dennis Gross Skincare
Instant Radiance Sun Defense
Sunscreen Broad Spectrum SPF 40
2 Colors
★★★★☆ 63
\$42.00

Lancôme
Rénergie Lift Multi-Action Ultra Dark
Spot Correcting Cream SPF 30
★★★★★ 311
\$109.00

CLINIQUE
Repairwear Uplifting Firming Cream
Broad Spectrum SPF 15
★★★★☆ 15
\$68.00

Estée Lauder
DayWear Advanced Multi-Protection
Anti-Oxidant Moisturizer,
Normal/Combination
★★★★☆ 52
\$35.00 - \$55.00

Shiseido
White Lucent Day Emulsion Broad
Spectrum SPF 23
★★★★☆ 15
\$70.00

Shiseido
Future Solution LX Total Protective
Emulsion Broad Spectrum SPF 20
Sunscreen
★★★★☆ 2
\$265.00

CLINIQUE
Repairwear Laser Focus Line
Smoothing Cream Broad Spectrum
SPF 15 for Very Dry to Dry
Combination Skin
★★★★☆ 8
\$55.00

Clarins
Multi-Active Day Cream SPF 20 - All
Skin Types
★★★★☆ 70
\$55.00

Fuente: Página web de Bloomingdale's

4.6.6. En el caso de productos para el cabello, aquellos ingredientes que puedan usarse con tipos específicos de cabellos como los cabellos delgados, cabellos teñidos serán requeridos por los fabricantes. Los productos destinados a cabellos rizados, anteriormente sub representados, continuarán creciendo y ganando tracción.

4.6.7. Respecto a las oportunidades para los aceites esenciales, su demanda continuará creciendo por el incremento del ingreso disponible que contribuirá al crecimiento de la demanda de las industrias fabricación de jabones, cosméticos y productos de cuidado persona.

4.6.8. Los fabricantes de perfumes, colonias y aguas colonia van a requerir nuevas fragancias, por ello los aceites esenciales “exóticos” tendrán siempre oportunidad, sobre todo para atender fragancias de marcas que se ponen de moda temporalmente, especialmente aquellas que se vuelven populares por el endoso de celebridades o artistas. Se debe notar sin embargo, que las cantidades requeridas por esta industria no son altas y sostenibles en el tiempo, por ello los traders recomiendan evitar costosas inversiones en “plantaciones”, tanto de dinero y tiempo. El Perú actualmente exporta aceite esencial de palo santo, palo rosa, molle y podría incorporarse otras variedades de aceites. Sin embargo cualquier plantación debe considerar el modelo de agroforestería, sobre todo para cumplir con los requisitos de sostenibilidad exigidos por los importadores.

4.6.9. Otra oportunidad, en el caso de aceites esenciales es su creciente demanda para uso homeopático. Los fabricantes e importadores /distribuidores de aceites esenciales, están buscando aumentar sus ventas a los mercados medicinales y homeopáticos, sin embargo esta tendencia se ve limitada por las estrictas regulaciones sobre los claims referidos a la salud. Algunas empresas están invirtiendo en investigación y desarrollo de nuevos aceites esenciales, o para poner en evidencia las propiedades curativas de aceites esenciales ya conocidos, a fin de venderlos en consideración a que pueden aliviar malestares como las náuseas, dolor de cabeza y afecciones a la piel.

4.7 Riesgos y desventajas del Mercado

4.7.1. El coronavirus se presenta aun como el riesgo principal, sin embargo también ofrece ciertas oportunidades como es el caso de la industria de jabones, cuya demanda se cuadruplicó durante las olas más fuertes de la pandemia.

Sin embargo otros segmentos de la industria se han visto directamente afectados por la pandemia. El trabajo en casa ha significado que algunos productos de belleza se compren en menor medida, del mismo modo como el uso de mascarillas ha desalentado el uso de lápiz labial.

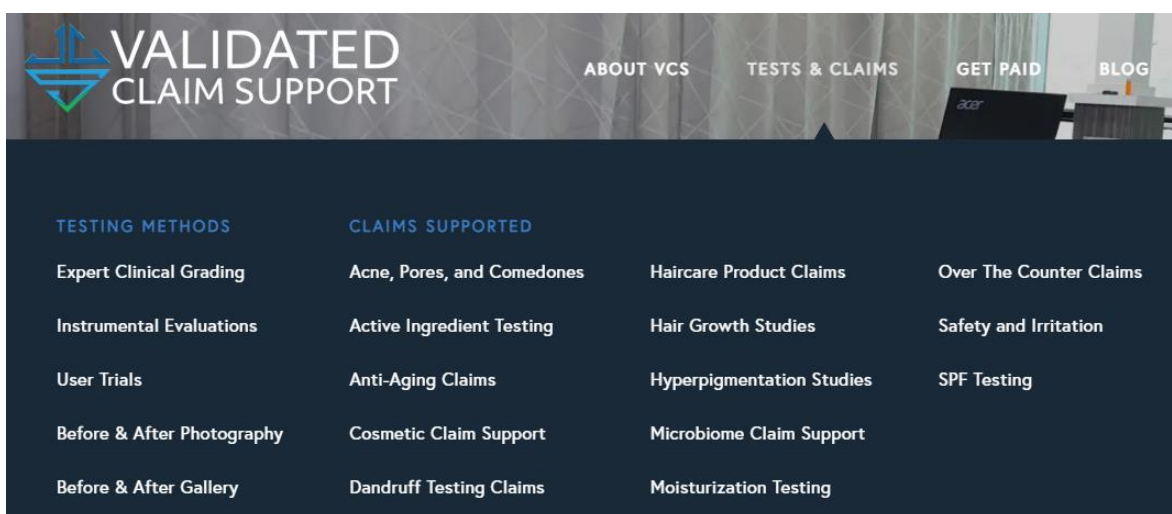
La negativa de sectores de la población a recibir las vacunas y los brotes de contagios significan la extensión del trabajo remoto y otras medidas que evitan que los cosméticos y productos de cuidado personal se usen de la manera regular como se usaban en épocas pre pandemia.

4.7.2. El gasto en marketing es una clara desventaja para fabricantes de ingredientes peruanos, que estamos limitados a participaciones en ferias, en misiones comerciales y ruedas de negocios. La industria tiene proyectado gastar en marketing el 1.6% de sus ingresos del 2021. Sin embargo las empresas líderes como Symrise en el 2020 gastó en marketing 15.2% de sus ventas, menor al 15.6% gastado en el 2019. En el caso de Givaudan el gasto de marketing en el 2020 fue SFr 848 millones equivalente a 3.41% mayor a lo gastado en el 2019 que fue de Sfr 791 millones equivalente a 12.75% de sus ventas.

4.7.3. El gasto en investigación y desarrollo efectuado por empresas fabricantes de ingredientes depende del tamaño y recursos disponibles, usualmente entre el 1% al 2%, sin embargo las empresas líderes de la industria basan su crecimiento en base a una importante inversión en investigación y desarrollo de nuevos productos para tener la ventaja frente a sus competidores. La empresa líder como Symrise destinó el 6% de sus ventas del 2020 y el 6.3% de sus ventas del 2019. En el 2020 otra empresa líder Givaudan gastó SFr 536 millones equivalente a 8.47% de sus ventas, y en el 2019 gastó SFr 528 millones equivalente al 8.51% de sus ventas. En el caso de materias colorantes, los fabricantes de los EEUU tienen a innovar y fabricar productos de alta calidad con los cuales se consolidan en los mercados premium.

4.7.4. En el caso de empresas de colorantes, las empresas dedicadas a la fabricación de colores por regla general cuentan con varias unidades de negocios: automotriz, construcción, alimentos, cosméticos y cuidado personal, impresión. Varias empresas de los EEUU han empezado a migrar algunas de sus operaciones fuera de los EEUU para acercarlas a sus clientes y/o para aminorar los costos de sus insumos, y podemos ver en el Perú por ejemplo empresas que forman parte de importantes grupos como International Flavors & Fragrances Inc. y Sensient, con las cuales los fabricantes peruanos tienen que competir en mercados muy bien manejados por sus principales u otras subsidiarias del grupo.

4.7.5. El FDA es cada vez más estricto en el control del uso de claims no sustentados, lo que limita la venta de ingredientes que validan sus atributos, muchas veces probados por la ciencia popular, pero que deben ser validados a través de laboratorios especializados como por ejemplo la empresa Validated Claim Support (www.validatedcs.com) brinda servicios especializados que ayudan a documentar los claims e investigar los efectos que los productos tienen en la piel o el cabello.



Fuente: Página web de empresa Validated Claim Support, LLC

V. Análisis de la Demanda

5.1 Perfil del Consumidor

El presente estudio sobre el mercado de ingredientes para cosmética, tiene como objetivo analizar a los importadores, a los cuales podemos dividirlos en 4 categorías:

1. Importador distribuidores de ingredientes (broker).- Es el cliente típico de la mayoría de los exportadores peruanos y continuará siendo. Son empresas dedicadas a la importaciones de ingredientes intermedios que los revenden tal cual los importan, que en otros casos los re empaquen en presentaciones de menor volumen o peso, o le dan algún proceso adicional para venderlo como un ingrediente terminado. El principal valor añadido

de estas empresas es verificar la calidad y cualidades del ingrediente. Usualmente cuentan con laboratorios in house para certificar la consistencia del producto importado contra la muestra, o la calidad y cualidad exigida en la orden de compra.

2. Procesador/Fabricantes de ingredientes terminados.- Es otro cliente típico de la mayoría de los exportadores peruanos. Son empresas que fabrican ingredientes terminados que los distribuyen a fabricantes de jabones, de cosméticos y de productos de cuidado personal. Importan por ejemplo un aceite esencial que lo usan para fabricar una fragancia que será incorporado en un shampoo.

3. Fabricante vertical de ingredientes terminados, cosméticos y productos de cuidado personal.- Es un fabricante de ingrediente terminado, que también cuenta con una planta para fabricar jabones, cosméticos o productos de cuidado personal. Estas empresas por regla general ofrecen servicios de fabricación bajo marca privada para terceros, con plantas ubicadas en un mismo lugar o en lugares distintos.

4. Distribuidor de ingredientes-subsidiaria en EEUU.- son empresas de los EEUU o subsidiarias de una empresa localizada en otro país, generalmente Europa, que cuentan con una empresa subsidiaria del mismo grupo ubicada en Perú, la cual exporta a la subsidiaria de EEUU. Exportan ingredientes terminados o sin terminar a sus contrapartes del grupo en EEUU. Este sistema permite al grupo contar con una planta de manufactura cerca a los centros de producción para abastecerse de materias primas.

5.2 Análisis de Tendencias actuales y futuras

Si bien los clientes objetivos de los exportadores peruanos de ingredientes son empresas distribuidoras, que a su vez distribuyen a otros fabricantes, los ingredientes se usarán en formulaciones de cosméticos, productos de cuidado personal y de jabones que finalmente se venderán a consumidores finales y otras veces a profesionales de la belleza quienes los aplicarán a sus clientes.

Y son los clientes finales, quienes usan los productos en sus casas, en los salones de belleza, barberías o spas los que definen o aceptan el uso de un producto en función a las tendencias que recopilan empresas especializadas como EMEA (European Make-Up Expert Agency) o Beautystreams, que hacen el “trend scouting” y luego de recogerla, interpretarla y validarla, es sistematizada y presentada a la industria como referencia de lo que sucede y sucederá en el futuro en la industria de belleza.

Y son esas tendencias las indicadoras de los desarrollos que deben hacer las marcas de cosméticos y productos de cuidado personal que a su vez exigen a sus proveedores de ingredientes, empaques, envases y servicios de IT.

Para este estudio vamos a presentar las tendencias presentadas por la empresa Beautystreams en la feria Cosmoprof North America, que tuvo lugar en setiembre de 2021,

por ser mas acotada a lo que sucede en el mercado de los EEUU, y porque dicha empresa presentó una adenda adicional recogiendo lo que la industria presentó en la feria.

5.2.1. At Home Tweakments - Ajustes en Casa

Dispositivos y formulas de uso en casa que rivalizan con los tratamientos profesionales

Los avances en la tecnología de dispositivos de belleza, las formulaciones para el cuidado de la piel y los ingredientes compiten con los tratamientos cosméticos profesionales realizados en los salones o en los consultorios, y sin necesidad de agujas. Debido a la cuarentena, muchas personas se dieron cuenta de sus imperfecciones reales o percibidas gracias al largo tiempo que pasaban o pasan frente a la cámara (el "efecto zoom"), y están invirtiendo en tratamientos para la piel de alto rendimiento "Hágalo Usted Mismo" que en inglés son comercializados como High performance do-it-yourself (DIY) skin care, tratamientos que son a la vez seguros y fáciles de usar. A medida que los dispositivos se vuelven cada vez más inteligentes, especialmente cuando se utilizan junto con formulaciones sobrealimentadas, los resultados minimizarán la necesidad de procedimientos de cirugía plástica más costosos e invasivos en el futuro.

Productos que son compatibles con esta tendencia son:

Para cuidado de la Piel

Marca: Fresh Faced Skin Care (US) <https://freshfacedskincare.com/>

Producto: Eyebrations Triple Action/Eye Serum



Fuente: Feria Cosmoprof North America

Para cuidado de la Piel

Marca: Kelemata (Italy) <https://www.kelemata.it/>

Producto: Perlier Royal Elixir Nectar Serum with Drone Technology



Fuente: Feria Cosmoprof North America

Para cuidado de la Piel

Marca: La Luer (US) <https://laler.com/>

Producto: La Luer® Facial Treatment System



Fuente: Feria Cosmoprof North America

Para cuidado de la Piel

Marca: DERMAdoctor (US) <https://www.dermadoctor.com/>

Producto: KP Duty Dermatologist Formulated Body Scrub Exfoliant for Keratosis Pilaris and Dry, Rough, Bumpy Skin with 10% AHAs + PHAs



Fuente: Feria Cosmoprof North America

5.2.2. Compost it - Conviértelo en abono

Los envases biodegradable están ganando terreno

El impulso hacia el consumo responsable está inspirando a las marcas de belleza a desafiar sus proveedores para exigirles envases biodegradables. En una economía circular, muchos bioplásticos se degradan cuando se compostan. Plásticos sostenibles se fabrican a partir de recursos renovables antes de volver a su estado normal. El término "compostable certificado" es, de hecho, más preciso, ya que denota productos que se degradarán un 90% en 180 días en condiciones específicas. Otros materiales, como papel, caña de azúcar, hongos, agar (obtenido a partir de algas rojas), algas marinas y subproductos de desechos de alimentos se descomponen en partículas inofensivas y no contienen microplásticos, todos los cuales son alternativas ecológicas al plástico. .

Para el cuidado de la piel

Empresa: Flora Beauty (US) / Mind Naturals & Ô <https://florabeauty.co/>
<https://www.mindskincare.com.co/>

Producto: CBD Rich Moisturizer



Fuente: Feria Cosmoprof North America

Marca colombiana escogida como la mas sostenible en la feria Cosmoprof Norte America

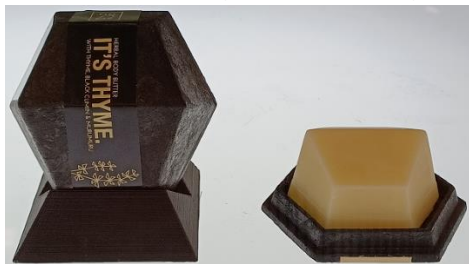


Fuente: Feria Cosmoprof North America

Para el cuidado del cuerpo

Marca: Shapemetics UAB (Lithuania) / Solidu Cosmetics <https://soliducosmetics.com/>

Producto: It's Thyme Solid Body Butter



Fuente: Feria Cosmoprof North America

5.2.3. Go with the glow – Ir con el resplandor

Resplandecer significa salud y bienestar

¡Adiós piel cetrina, hola ambiente resplandeciente! Después de más de un año de cuarentenas, la piel luminosa que parece brillar desde adentro es más deseable que nunca: una significativa instantánea de salud y bienestar radiante. Más personas son conscientes de cómo los factores de estilo de vida, incluida la calidad de sueño y los niveles de estrés, contribuyen a la salud y apariencia general de la piel. A medida que las mascarillas faciales descienden gradualmente, el nuevo brillo trata de revitalizar la piel y permitir que brille la textura natural de la piel. Considérelo una reacción violenta al exceso de base. La piel radiante no tiene porqué ocultarse.

Para el cuidado de la piel

Marca: Kusum Cosmetics (US) <https://kusumcosmetics.com/>

Producto: Glow Face Massage



Fuente: Feria Cosmoprof North America

Para el cuidado de la piel

Marca: House of M Beauty (Us) <https://houseofmbeauty.com/>

Productos: Saffron Miracle Serum



Fuente: Feria Cosmoprof North America

Maquillaje

Marca: Caley Cosmetics (US) <https://caleycosmetics.com/>

Producto: Beach Babe Cream-to-Glow



Fuente: Feria Cosmoprof North America

5.2.4. REGRESO DEL JUEGO

Es hora de divertirse y lucirse

Después de renunciar al maquillaje de las alegrías en el apogeo de la pandemia, ¡es hora de redescubrir la diversión y mejorar el juego! La pandemia no solo ha cambiado la forma en que los consumidores usan el maquillaje, sino que también ha proporcionado una salida detrás de escena para la experimentación con las tendencias. Ahora, liberados de las limitaciones del distanciamiento social, las personas anhelan una salida, para "ponerse al día" con el buen tiempo y dejarse llevar. ¡Están probando las nuevas habilidades que adquirieron al ver innumerables tutoriales de belleza, tomar riesgos creativos y deleitarse con todo!

MAQUILLAJE

Marca: Crease Piece (US) <https://thecreasepiece.com/>

Producto: Cut Crease Creation Kit



Fuente: Feria Cosmoprof North America

MAQUILLAJE

Empresa: Meloway (US) <https://melowaymakeup.com/>

Producto: Your Way Mascara



Fuente: Feria Cosmoprof North America

MAQUILLAJE

Marca: Luna Magic (US) <https://lunamagic.com/collections/uno-collection>

Producto: Luna Magic x Boxycharm Va-Va Pink Lash Primer



Fuente: Feria Cosmoprof North America

5.2.5.

CULTO AL CBD

El CBD prolifera en la era de Covid-19

El aumento vertiginoso del CBD continúa sin cesar, junto con la demanda constante de los consumidores de productos para la salud y el bienestar. Cada vez más personas buscan alternativas naturales a los productos farmacéuticos para tratar dolencias como el dolor, la ansiedad, la depresión, la inflamación y el insomnio. Si bien el panorama del CBD en los EE.UU. es complejo con respecto a la aprobación de la FDA, y las regulaciones pueden ser estrictas, la legalización del CBD en todo el mundo está impulsando aún más el mercado. Los crecientes ensayos clínicos y las inversiones en investigación y desarrollo apuntan a mezclas y extractos más innovadores en el horizonte, además del hecho de que la legalización de la marihuana recreativa en los EE. UU. Está ganando impulso rápidamente.

Para el cuidado del cuerpo

Marca: Hemp + Sport (France) <https://hempluscbd.com/>

Producto: Cooling Balm



Fuente: Feria Cosmoprof North America

Suplementos

Marca: Shaman Productions / Abeytu'Naturals (US) <https://www.abeytunaturals.com/>

Producto: CV Well Immune Boosting Tincture



Fuente: Feria Cosmoprof North America

5.2.6. GRAN ALIVIO DE BARRERA

Fortalecimiento de la barrera cutánea para proteger la piel.

Más que una palabra de moda de belleza, la barrera cutánea se refiere a la capa más externa de la piel que protege de manera crucial contra los factores ambientales estresantes como bacterias, microorganismos y virus. Las fórmulas multifuncionales más nuevas restauran el equilibrio del microbioma de la piel, regulan el agua, apoyan la renovación celular y ayudan a que la barrera cutánea actúe como un escudo contra una miríada de agentes irritantes. En un momento en el que las prácticas de higiene hiper-diligentes pueden llevar a una piel comprometida (señal de un uso excesivo de jabón antibacteriano), la solución está reforzando la barrera cutánea, promoviendo así una piel sana, hidratada y de alto funcionamiento.

Para el cuidado de la piel

Marca: Embryolisse (US) <https://www.worldwide.embryolisse.com/>

Producto: Embryolisse Active Water

Para el cuidado de la piel

Marca: Trendsformers LLC/Fortify + (US) <http://www.trendsformers.com/>

Producto: Fortify+ Natural Germ-Fighting Skincare –



Fuente: Feria Cosmoprof North America

Para el cuidado de la piel

Marca: Acaderma (US) <https://acaderma.com/>

Producto: The Oasis Barrier Booter



Fuente: Feria Cosmoprof North America

5.3 Percepción del Producto Peruano

El Perú es ampliamente reconocido como un productor de ingredientes para alimentos y nutraceuticos por las empresas comercializadoras que atienden esos mercados. Algunas de esas empresas también atienden ingredientes para cosméticos, productos de cuidado personal y cosmeceúticos.

Por ejemplo la empresa Lalilab atiende el mercado de nutraceuticos, farmaceuticos y cosméticos. Esta empresa exhibe regularmente en las ferias SupplySide East y SupplySide West donde se comercializa y promueven ingredientes para nutraceuticos y alimentos, y tambien exhibe en la feria “Supplier’s Day” especializada en ingredientes para cosméticos. La empresa distribuye a la industria cosmética polvos y aceites de “Palmito Silvestre” conocido en ingles como Saw Palmetto cuyo nombre científico es *Serenoa repens*; tambien distribuye goma de Lentisco, conocido en ingles como Mastic Tree Gum cuyo nombre científico es *Pistacia lentiscus*. Además la empresa tiene una larga experiencia con ingredientes peruanos dirigidos a la industria nutraceutica, como es el caso de los polvos y extractos de maca, así como la goma de tara. Sin embargo no conocían de los aceites fijos amazónicos ni de aceites esenciales como del palo santo, palo rosa y molle.

Es decir, en varios casos, empresas que conocen productos peruanos para nutraceuticos y alimentos, no están al tanto de que el Peru cuenta con una oferta de ingredientes específica para la industria cosmética y cuidado personal.

En el caso de aceites vegetales como el de Aguaje, Brazil nut, Chia, Copaiba, coco, maracuya o ungurahui que son usados como aceites fijos y que se comercializan por empresas que atienden la industria de cosmeticos, el Peru no es reconocido aun como un proveedor de estos aceites. En las entrevistas a empresas que distribuyen aceites fijos, manifestaron conocer y comercializar dichos aceites fijos (fixed oils) amazonicos, pero como oferta brasileña. Es el caso del aceite de Buriti (Aguaje), que es ampliamente conocido como un aceite amazónico de origen brasileño. Debe notarse en este punto, que varias de las empresas indicaron que comercializan estos aceites pero no mantienen un stock debido a que pueden malograrse. Sin embargo para ellos es muy importante tener información sobre las empresas que los ofertan y lead times de entrega. Varias de las

empresas que manejan aceites esenciales, usualmente manejan aceites fijos . En este punto es importante presentar la oferta exportable a la industria cosmertica sobre esta importante oferta peruana.

En el caso de los aceites esenciales, el Peru es reconocido principalmente por el aeite esencial de palo santo y el aceite de molle. La creciente oferta de aceite de palo rosa esta poniendo al Peru entre los nuevos proveedores.

Esta situación no se sucede con todos los ingredientes, pues en el caso del carmin, el Peru es ampliamente conocido como un importante proveedor de este colorante que es usado, principalmente para la industria cosmetica y tambien para alimentos. Otro colorante es la bixina, si bien es importada de varios paises, el origen peruano es reconocido. En el caso de los coloranes, sucede lo mismo, varios de los importadores atienden tanto el mercado de alimentos como el mercado de cosmeticos y por ello los colorentes peruanos son destinados a ambas industrias. Es el caso de la empresa IFC Solutions, Inc, de Nueva Jersey o la empresa Color Maker, Inc. ubicada en California.

VI. Requisitos de Acceso al Mercado

6.1 Medidas Arancelarias

Los ingredientes objeto del presente estudio, todos están libres de impuestos cuando son importados a los EEUU, algunos son libres para todos los origenes excepto aquellos originarios de China. Los productos que cuentan con una tasa ad valorem o específicos, estan exonerados de pago en virtud del Acuerdo Comercial Peru EEUU y por lo mismo se encuentran notados con el simbolo PE bajo la columna especial 1.

Es asi que los mucilados y espesandtes de la partida arancelaria 1302.39.00.90 están afectos a una tasa Ad Valorem de 3.2% . Lo mismo ocurre con con los aceites y grasas vegetales de la partida 1515.90.80.90 tambien pagan 3.2% de otros origenes. En el caso de los aceites vegetales y sus fracciones de la partia 1516.20.9000 estan afectos a una tasa específica de 8.8 centavos de dólar por Kg. Los tres productos antes descritos entran libres cuando son originarios del Peru.

		Tasas de impuestos			
		Und. De Cant.	1		2
Partida HTS	Descripción		General	Especial	

1301.90.9190	OTHER NATURAL GUM, RESINS AND GUM RESINS, NESOI	Kg	Free ¹		Free
1302.39.0090	MUCILAGES AND THICKENERS, WHETHER OR NOT MODIFIED, DERIVED FROM VEGETABLE PRODUCTS, NESOI	Kg	3.2%	Free (A+, AU, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG)	20%
1515.90.2100	NUT OILS	Kg	Free ¹		6.6c/kg
1515.90.8090	FIXED VEGETABLE FATS AND OILS AND THEIR FRACTIONS NESOI, WHETHER OR NOT REFINED BUT NOT CHEMICALLY MODIFIED	Kg	3.2%	Free (A*, AU, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, JP, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG)	20%
1516.20.9000	VEGETABLE FATS AND OILS AND THEIR FRACTIONS EXCEPT RAPESEED, HYDROGENATED INTERESTERIFIED REESTERIFIED ELAIDINIZED W/NT REFINED BUT NOT FURTHER PREPRD	Kg.	8.8c/kg ¹	Free (A+, AU, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG)	11 C/Kg
3203.00.1000	ANNATO, ARCHIL, COCHINEAL, CUDBEAR, LITMUS, LOGWOOD AND MARIGOLD MEAL	Kg	Free ¹		Free
3301.29.5150	ESSENTIAL OILS EXC THOSE OF CITRUS FRUIT, NESOI	Kg	Free		Free

6.2 Leyes y Regulaciones

Autoridad de la FDA sobre los productos cosméticos

La ley no exige que los productos e ingredientes cosméticos distintos a los colorantes tengan la aprobación de la FDA antes de ingresar al mercado, pero hay leyes y reglamentos que se aplican a los cosméticos que se ofrecen en el comercio interestatal.

Las dos leyes más importantes relacionadas con los cosméticos que se comercializan en Estados Unidos son la Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos (FD&C, Federal Food, Drug and Cosmetic Act) y la Ley de Envasado y Etiquetado Correctos (FPLA, Fair Packaging and Labeling Act). La FDA regula los cosméticos de conformidad con estas leyes.

¿Qué clase de productos son “cosméticos” según la ley?

La Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos define a los cosméticos por su uso previsto como “artículos previstos para frotarse, verterse, rociarse o atomizarse,

introducirse o de otra forma aplicarse en el cuerpo humano para limpiar, embellecer, aumentar el atractivo o modificar la apariencia” (Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos, Sección 201[i]). Entre los productos que se incluyen en esta definición están los humectantes para la piel, los perfumes, los lápices labiales, los esmaltes para uñas, el maquillaje para ojos y rostro, los champús de limpieza, las permanentes, los colorantes para el cabello y los desodorantes, así como cualquier sustancia prevista para usarse como componente de un producto cosmético. No incluye el jabón.

Pero, si el propósito del producto es su uso terapéutico, como por ejemplo el tratamiento o prevención de enfermedades o para afectar la estructura o función del organismo, es un medicamento (Ley FD&C, 201[h]) o, en algunos casos, un dispositivo médico (Ley FD&C, 201[h]), incluso si afecta la apariencia. Otros “productos de cuidado personal” pueden regularse como suplementos alimentarios o como productos de consumo. Para obtener más información,

¿Qué dice la ley sobre la seguridad y el etiquetado de los cosméticos?

La Ley FD&C prohíbe la comercialización de cosméticos que presentan adulteración o adulteración de marca en el comercio interestatal. “Adulteración” se refiere a infracciones que involucran la composición de los productos, ya sea como resultado de sus ingredientes, contaminantes, procesamiento, envasado o envío y

manipulación. De acuerdo con la Ley FD&C, un cosmético se considera adulterado en los siguientes casos:

- “Si porta o contiene alguna sustancia venenosa o nociva que pueda ser perjudicial para los usuarios, según las condiciones de uso indicadas en la etiqueta o bajo las condiciones de uso que son usuales o habituales” (con la excepción de tinturas de cabello hechas de alquitrán de hulla).
- “Si está compuesto, en su totalidad o en parte, de alguna sustancia sucia, putrefacta o descompuesta”.
- “Si se ha preparado, envasado o almacenado en condiciones insalubres, en las cuales se pudo haber contaminado con suciedad o en las cuales pudo volverse perjudicial para la salud”
- “Si su envase está compuesto (en parte o en su totalidad) de alguna sustancia venenosa o nociva que puede provocar que su contenido sea perjudicial para la salud”.
- Excepto para tinturas de cabello de alquitrán de hulla, “es o porta o contiene un colorante que sea poco seguro según la Sección 721(a)” de la Ley FD&C. (Ley FD&C, Sección. 601)

“Adulteración de marca” se refiere a infracciones relacionadas con el etiquetado inadecuado o el envasado engañoso de los productos. De acuerdo con la Ley FD&C, se considera que un cosmético presenta adulteración de marca en los siguientes casos:

- “Si su etiquetado es falso o engañoso de alguna forma”.
- Si su etiqueta no incluye toda la información obligatoria. (Se puede aplicar una exención a los cosméticos que se procesarán, etiquetarán o volverán a envasar en un establecimiento distinto al que originalmente se usó para procesarlos o envasarlos; consulte el Título 21 del Código de Reglamentos Federales, Sección 701.9).
- Si la información obligatoria no se destaca de forma prominente o llamativa.
- “Si su envase está hecho, constituido o llenado de forma engañosa”.
- Es un colorante, distinto a una tintura de cabello, que no cumple con los reglamentos vigentes de la Sección 721 de la Ley FD&C.
- “ Si su envasado o etiquetado infringe los reglamentos vigentes emitidos en relación con la Sección 3 o la Sección 4 de la Ley de Envasado para la Prevención de Intoxicaciones de 1970”. (Ley FD&C, Sección. 602)

De acuerdo con la Ley FD&C, un producto también puede presentar adulteración de marca debido a que no se proporcionaron hechos relevantes. Esto quiere decir, por ejemplo, cualquier instrucción para el uso seguro y declaraciones de advertencia necesarias para garantizar el uso seguro de un producto.

Además, de acuerdo con la autoridad de la Ley de Envasado y Etiquetado Correctos (FPLA, Fair Packaging and Labeling Act), la FDA exige una lista de ingredientes de los cosméticos comercializados de forma minorista a los consumidores (Título 21, Código de Reglamentos Federales [CFR, Code of Federal Regulations], Sección 701.3). Se considerará que los cosméticos que no cumplen la ley FPLA presentan adulteración de marca, de acuerdo con la Ley FD&C. (FPLA, Sección 1456) Este requisito no se aplica a los cosméticos que se distribuyen

exclusivamente para su uso profesional, institucional (como en escuelas o en el lugar de trabajo) o como muestras gratuitas o servicios de hotelería. La FDA puede tomar medidas en contra de los cosméticos que infringen estas leyes en el mercado, así como en contra de empresas o personas que comercializan dichos productos.

¿Aprueba la FDA los cosméticos antes de lanzarlos al mercado?

La autoridad legal de la FDA sobre los cosméticos es distinta a su autoridad sobre otros productos que regula, como medicamentos, productos biológicos y dispositivos médicos.

De acuerdo con la ley, los productos e ingredientes cosméticos, excepto los colorantes, no necesitan la aprobación de la FDA antes de su comercialización en el mercado. Sin embargo, la FDA puede tomar medidas de cumplimiento de la ley en contra de los productos que se ofrecen en el mercado y que no cumplen la ley o en contra de empresas o personas que infringen la ley.

En general, excepto los colorantes y los ingredientes que están prohibidos o restringidos por reglamentos, un fabricante puede usar cualquier ingrediente en la formulación de un cosmético, siempre y cuando:

- el ingrediente y el cosmético final sean seguros de acuerdo con las condiciones de uso habituales o del etiquetado;
- el producto esté correctamente etiquetado;
- el uso de los ingredientes no provoca, de otra forma, que el cosmético presente adulteración o adulteración de marca de acuerdo con las leyes que la FDA impone.

¿Quién es responsable de fundamentar la seguridad de los cosméticos?

Las empresas y las personas que fabrican o comercializan cosméticos son responsables legalmente de garantizar la seguridad de sus productos. Ni la ley ni los reglamentos de la FDA exigen pruebas específicas para demostrar la seguridad de los productos o ingredientes individuales. Además, la ley no exige que las empresas de cosméticos compartan su información de seguridad con la FDA.

La FDA ha aconsejado constantemente a los fabricantes que usen las pruebas que sean necesarias para garantizar la seguridad de sus productos e ingredientes. Las empresas pueden fundamentar la seguridad de distintas formas. La FDA ha establecido que “la seguridad de un producto puede fundamentarse de forma adecuada mediante:

- (a) la confianza en los datos de pruebas toxicológicas ya disponibles de los ingredientes individuales y de las formulaciones del producto que son similares en su composición a componentes del cosmético en particular, y
- (b) la realización de alguna prueba toxicológica adicional y otras pruebas que son adecuadas a la luz de los datos e información existentes”. (Registro Federal, 3 de marzo de 1975, página 8916).

Además, los reglamentos prohíben o restringen el uso de varios ingredientes en los productos cosméticos y exigen una declaración de advertencia en la etiqueta de ciertos tipos de cosméticos.

¿Puede la FDA ordenar el retiro de un cosmético peligroso del mercado?

Los retiros de cosméticos son medidas voluntarias tomadas por los fabricantes o distribuidores para sacar del mercado los productos que representan un peligro o un gran engaño, o que sean, de alguna forma, defectuosos (21 CFR 7.40[a]). La FDA no está autorizada para ordenar el retiro de cosméticos, pero controla a las empresas que llevan a cabo un retiro de producto y puede solicitar un retiro de productos si la empresa no está dispuesta a retirar los productos peligrosos del mercado sin la solicitud por escrito de la FDA.

¿Qué medidas puede tomar la FDA en contra de las empresas o personas que comercializan cosméticos adulterados o con adulteración de marca?

La FDA puede tomar medidas reguladoras si cuenta con información confiable que indique que un cosmético presenta adulteración o adulteración de marca. Por ejemplo, la FDA puede tomar medidas a través del Departamento de Justicia en el sistema judicial federal para retirar del mercado los cosméticos que presentan adulteración o adulteración de marca. Para evitar el envío futuro de productos que presentan adulteración o adulteración de marca, es posible que la FDA solicite a un tribunal de distrito federal que emita una orden de restricción en contra del fabricante o el distribuidor del cosmético que infringe la ley. Los cosméticos que no cumplan la ley pueden estar sujetos a confiscación. “Confiscación” se refiere a cuando el gobierno toma posesión de la propiedad de otro que ha infringido la ley o que se sospecha que lo ha hecho.

Además, la FDA puede iniciar acciones legales en contra de la persona que infringe la ley.

La FDA también trabaja estrechamente con la Oficina de Aduanas y Protección de Fronteras de los Estados Unidos para controlar las importaciones. De acuerdo con la Sección 801(a) de la Ley FD&C, los cosméticos importados están sujetos a revisión por parte de la FDA en el momento en que ingresan a la Aduana de EEUU. El ingreso a Estados Unidos de los productos que no cumplen con las leyes y los reglamentos de la FDA puede ser denegado. Se debe hacer cumplir la ley (si es posible), destruirlos o reexportarlos. La FDA no inspecciona todos los envíos de cosméticos que ingresan a este país, pero los cosméticos importados están sujetos a las leyes, incluso si no se les inspecciona en el momento del ingreso al país.

La FDA toma medidas reguladoras de acuerdo con las prioridades del organismo, según las inquietudes de salud pública y los recursos disponibles.

¿Puede la FDA inspeccionar a los fabricantes de cosméticos?

La FDA puede inspeccionar los establecimientos que fabrican cosméticos, y de hecho lo hace, para garantizar la seguridad del producto cosmético y determinar si los cosméticos presentan adulteración o adulteración de marca, de acuerdo con la Ley FD&C o la FPLA.

¿La FDA somete a los cosméticos a pruebas o recomienda laboratorios de análisis?

La Ley FD&C no exige que los cosméticos sean aprobados previamente a su comercialización por parte de la FDA. Sin embargo, La FDA si recolecta muestras para su examen y análisis como parte de las inspecciones de un establecimiento de cosméticos, inspecciones de importaciones y seguimiento de las quejas de reacciones adversas asociadas con su uso. La FDA además puede llevar a cabo investigaciones sobre productos e ingredientes cosméticos para abordar las inquietudes relacionadas con la seguridad.

La FDA no funciona como un laboratorio privado de pruebas y, para evitar la mínima percepción de un conflicto de intereses, no recomiendan laboratorios privados a los consumidores o a los fabricantes para realizar el análisis de las muestras.

¿Necesitan las empresas de cosméticos registrarse con la FDA u obtener una licencia de la FDA para operar?

Según la ley, los fabricantes no están obligados a registrar sus establecimientos de cosméticos o presentar las formulaciones de sus productos a la FDA y no se exige un número de registro para importar cosméticos a Estados Unidos.

Sin embargo, instamos a las empresas de cosméticos a participar en el Programa de Registro Voluntario de Cosméticos (VCRP, Voluntary Cosmetic Registration Program) a través del sistema de registro en línea. Los fabricantes, los distribuidores y los envasadores de cosméticos pueden presentar información sobre sus productos que se comercializan actualmente en Estados Unidos y registrar las ubicaciones de sus establecimientos de fabricación o envasado en la base de datos del VCRP.

Aditivos de color que están exentos de la certificación y están autorizados para su uso en cosméticos (21 CFR Parte 73 Subparte C — Cosméticos)

Aditivo de Color	Área Ojos	Incluye lápiz labial	Uso externo	Limitaciones específicas y comentarios	Sección CFR 21
Aluminum powder	Yes	No	Yes		73.2645
Annatto	Yes	Yes	Yes		73.203
Bismuth citrate	No	No	Subject to limitations	Hair on the scalp	73.211
Bismuth oxychloride	Yes	Yes	Yes		73.2162
Bronze powder	Yes	Yes	Yes		73.2646
Caramel	Yes	Yes	Yes		73.2085
Carmine	Yes	Yes	Yes		73.2087
β-Carotene	Yes	Yes	Yes		73.2095

Chromium hydroxide green	Yes	No	Yes		73.2326
Chromium oxide greens	Yes	No	Yes		73.2327
Copper powder	Yes	Yes	Yes		73.2647
Dihydroxyacetone	No	No	Subject to limitations	For use in tanning preparations	73.215
Disodium EDTA-copper	No	No	Subject to limitations	Shampoos	73.212
Ferric ammonium ferrocyanide	Yes	No	Yes		73.2298
Ferric ferrocyanide	Yes	No	Yes		73.2299
Guaiazulene	No	No	Yes		73.218
Guanine	Yes	Yes	Yes		73.2329
Henna	No	No	Subject to limitations	Hair on the scalp	73.219
Iron oxides	Yes	Yes	Yes		73.225
Luminescent zinc sulfide	No	No	Subject to limitations	Externally applied facial makeup and nail polish; (e.g.,	73.2995
Manganese violet	Yes	Yes	Yes		73.2775
Mica	Yes	Yes	Yes		73.2496
Potassium sodium copper chlorophyllin complex)	No	No	Subject to limitations	Dentifrices; ≤0.1%	73.2125
Pyrophyllite	No	No	Yes		73.24
Silver	No	No	Subject to limitations	Fingernail polish; ≤1%	73.25
Titanium dioxide	Yes	Yes	Yes		73.2575
Ultramarines	Yes	No	Yes		73.2725
Zinc oxide	Yes	Yes	Yes		73.2991

Fuente: www.fda.gov

Debe notarse que la Ley de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos de los EE.UU. no exige el registro obligatorio de cosméticos y productos de cuidado personal, y por ello el 03 de diciembre del 2019 el Representante Frank Pallone (D-New Jersey) introdujo el proyecto de Ley llamado “Ley para Mejorar la Seguridad de los Cosméticos”.

Posteriormente el 17 de junio del 2021, Las Senadoras Dianne Feinstein (D-Calif.) and Susan Collins (R-Maine) introdujeron el proyecto de ley titulado “Ley de Seguridad de Productos para el Cuidado Personal”.

La presentación de estos dos proyectos significan la importancia que tiene el tema de la seguridad de los cosméticos y productos de cuidado personal. Paralelamente, diversas

asociaciones de la industria también han presentado sus proyectos cuyo resumen sobre los temas mas importantes se incluye a continuacion, los cuales han sido resumidos por la Asociacion de Empresas Independiente de Belleza conocidas por sus siglas en inglés como IBA:

	LEY VIGENTE DE LA FDA APLICABLE A LOS COSMETICOS	PROYECTO DE LEY DEL IBA (Indep Beauty Assoc)	PROYECTO DE LEY FEINSTEIN	PROYECTO DE LEY DEL REPRESENTANTE PALLONE - HR 5279
Declaración de los ingredientes de los productos y Registro de Facilidades	El programa voluntario permite el registro de declaraciones de ingredientes que listan la marca, los ingredientes, el distribuidor y el fabricante.	Requiere el registro de declaraciones de ingredientes: incluye los ingredientes, el producto, la marca y el nombre del fabricante. Continúa el sistema voluntario.	Las declaraciones de ingredientes comprenden ingredientes y el nombre del comercializador, el fabricante, el empacador y todos los almacenes donde se almacena el producto. La categoría cosmético debe incluir las fragancias identificadas por el código o nombre del proveedor, cualquier advertencia requerida y la certificación de seguridad del registrante sobre los ingredientes y la formulación del producto. O incluir una declaración de advertencia de que no se ha corroborado el producto para mantener el registro de seguridad requerido. Las declaraciones de ingredientes están sujetas a cancelación por parte del Secretario, en caso de una probabilidad razonable de daños graves, con un aviso previo de 2 días. Nota: los cosméticos incluyen tinta para tatuajes	Las declaraciones de ingredientes deben listar los ingredientes, la marca, el nombre del comercializador, el fabricante, el empacador y todos los almacenes donde se almacenan los productos. La categoría cosmética debe incluir fragancias identificadas por el código o nombre del proveedor, las advertencias necesarias y la certificación de seguridad del declarante para los ingredientes y la formulación del producto. Las declaraciones de ingredientes están sujetas a cancelación por parte del Secretario, en caso de una probabilidad razonable de daños graves, con un aviso previo de 2 días.

Fuente: Independent Beauty Association

Traducción: AIBD, LLC

	LEY VIGENTE DE LA FDA APLICABLE A LOS COSMETICOS	PROYECTO DE LEY DEL IBA (Indp Beauty Assoc)	PROYECTO DE LEY FEINSTEIN	PROYECTO DE LEY DEL REPRESENTANTE PALLONE - HR 5279
Registro de Instalaciones	En el marco del programa voluntario, los fabricantes pueden registrarse en la FDA, pero no están obligados a hacerlo.	Exige el registro de todas las instalaciones de fabricación. Equivocarse en registrar correctamente es una violación de la Ley de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos y por lo tanto está sujeto a sanción como una violación de dicha Ley. Una vez registrado, solo se volverá a registrar los cambios a la presentación original. Están exceptuadas las empresas con ventas inferiores a US\$ 1 millón. Requiere la relación de productos con ingredientes	Requiere EL registro anual. El registro no será válido si no se pagan los derechos para todas las instalaciones cosméticas. Incluye: Fábrica, instalaciones de llenado, etc. Indicando la actividad que se realiza en la instalación, la dirección y el número de contacto de emergencia. El almacén de un importador, entidad cuyo nombre y dirección aparecen en la etiqueta del producto. Requiere el registro de los almacenes cada 3 años. Exentos: salones de belleza, hospitales, centros de investigación, minoristas, hoteles y ferias comerciales. Exentos: empresas con ventas anuales menores a US\$ 500 mil. En el caso de fabricantes de jabones caseros con ventas menores a US\$ 1 millón. Las pequeñas empresas con ventas menores a US\$ 1 millón en ventas, o US\$ 2 millones para fabricantes de productos hechos en casa, excepto de productos para ojos y labios, podrán usar el registro abreviado. Se deberá listar todos los productos fabricados o procesados en las instalaciones. Suspensión del registro de la instalación si el Comisionado considera que existe una probabilidad razonable de daño a los consumidores por el uso del producto o productos fabricados en una instalación en particular. En virtud de este proyecto, las empresas registradas deben aceptar la ampliación de las inspecciones y el acceso que se les requiera, bajo apercibimiento a la cancelación del registro, que podrá realizar el Secretario.	Los fabricantes, procesadores, empaques y almacenes responsables de cosméticos o formulaciones cosméticas, deben registrarse ante el FDA. Todas las actividades del registrado se incluirán en el registro. El registro requerido anualmente no es válido si no se pagan los derechos. Es obligatorio identificar a los agentes que representan instalaciones en el extranjero. En virtud de este proyecto de Ley, las empresas registradas deben permitir las inspecciones de la FDA y el acceso requerido, bajo apercibimiento de cancelación del registro, que podrá realizar el Secretario. Nota: Los cosméticos incluyen tinta para tatuajes.

Fuente: Independent Beauty Association

Traducción: AIBD, LLC

	LEY VIGENTE DE LA FDA APLICABLE A LOS COSMETICOS	PROYECTO DE LEY DEL IBA (Indp Beauty Assoc)	PROYECTO DE LEY FEINSTEIN	PROYECTO DE LEY DEL REPRESENTANTE PALLONE - HR 5279
Buenas Prácticas de Manufactura	Ley actual de la FDA aplicable a los cosméticos No existen normas que regulen la correcta manufactura de cosméticos, salvo el requisito general de que no se empaquen ni se mantengan en condiciones de suciedad.	FDA autorizada para desarrollar GMPS para asegurar que el producto no esté adulterado.	Autoriza a la FDA a poner en vigencia BPM como las que se aplican actualmente en la fabricación de medicamentos, lo que va mucho más allá de lo que se requiere para asegurar la fabricación segura de cosméticos.	GMP consistentes con Feinstein. Autoriza a la FDA a poner en vigencia BPM como las que se aplican actualmente en la fabricación de medicamentos, lo que va mucho más allá de lo que se requiere para asegurar la fabricación segura de cosméticos.

Fuente: Independent Beauty Association

Traducción: AIBD, LLC

	LEY VIGENTE DE LA FDA APLICABLE A LOS COSMETICOS	PROYECTO DE LEY DEL IBA (Indp Beauty Assoc)	PROYECTO DE LEY FEINSTEIN	PROYECTO DE LEY DEL REPRESENTANTE PALLONE - HR 5279
Inspección de la FDA	La FDA tiene la autoridad limitada para inspeccionar las instalaciones donde se fabrican los cosméticos. No tiene autoridad sobre los registros que demuestren que los ingredientes y/o productos se encuentran en el comercio interestatal.	Sin cambios de la ley actual. La agencia solo puede realizar inspecciones en las instalaciones de fabricación, no en las oficinas comerciales y no tiene derecho a ver los registros, excepto los registros de envío interestatales. Durante las inspecciones "for cause" pueden obtener información sobre fragancias y sabores.	Como parte de los registros de las instalaciones, los registrantes aceptan ampliar la autoridad de inspección de la FDA más allá de lo que exige la ley. La FDA, bajo el proyecto Feinstein, podrá realizar inspecciones en las oficinas de las empresas y podrá exigir que se exhiba a sus inspectores los registros que por lo menos corroboren y justifiquen la seguridad. Los inspectores tendrán acceso a los registros de fábrica, los archivos de quejas, los archivos de eventos adversos y a la presentación de archivos que razonablemente corroboren la seguridad. <i>Este nivel adicional de inspección es la libertad de impedir las inspecciones y bien puede estar sujeto a abusos por parte de los inspectores de la FDA.</i>	Cambio de la ley actual proporciona un mayor acceso a los registros, más como el proyecto de Ley Feinstein.

Fuente: Independent Beaury Association

Traducción: AIBD, LLC

	LEY VIGENTE DE LA FDA APLICABLE A LOS COSMETICOS	PROYECTO DE LEY DEL IBA (Indp Beauty Assoc)	PROYECTO DE LEY FEINSTEIN	PROYECTO DE LEY DEL REPRESENTANTE PALLONE - HR 5279
Estándar de seguridad	Corroboración de seguridad de seguridad. El "estándar de seguridad" no presenta un riesgo de daño grave en condiciones de uso ordinarias o instruidas.	Estándar de seguridad. No presenta riesgo de daño grave bajo uso dirigido: no requiere una forma específica de justificación de seguridad, pero reconoce el Cosmetic Ingredient Review -CIR y la aprobación de la FDA en otros programas como formas válidas de justificación de seguridad y las regulaciones existentes que requieren una declaración de advertencia indicando que la seguridad del producto no está confirmada. Reconoce la justificación de la seguridad de los ingredientes GRAS de Cosméticos. Y la cantidad de información. Requerido para satisfacer a un experto en la técnica de que el producto / ingrediente es seguro.	Nuevo estándar de seguridad de los cosméticos. La seguridad debe estar certificada para cada ingrediente de la fórmula y no para los ingredientes funcionales. El estándar de seguridad: "no daña": las exposiciones de seguridad deben analizarse en función de las exposiciones acumuladas y agregadas. Al determinar la seguridad también se deben considerar las poblaciones vulnerables que pueden conllevar advertencias específicas o limitaciones en el uso o distribución del producto. El estándar establecido es el mismo estándar que se usa para los aditivos de color ingeribles que se usan en los medicamentos. <i>Cabe señalar aquí que la FDA tardó más de 50 años en revisar los aditivos de color, por lo que es muy poco probable que los ingredientes se revisen de hecho bajo el proyecto de ley Feinstein.</i>	Certeza razonable entre los científicos competentes de que, en el caso de un ingrediente cosmético, el ingrediente no es dañino en las condiciones recomendadas o sugeridas y en el caso de un componente no funcional no es dañino en los niveles en los cuales está presente. El análisis de seguridad incluye exposiciones acumulativas. La determinación por escrito de la seguridad requerida antes de la comercialización está sujeta a cambios para obtener nueva información. Debe respaldar la seguridad de los ingredientes y que el producto final tenga una formulación segura. El análisis de seguridad debe estar disponible para la FDA.

Fuente: Independent Beauty Association
Traducción: AIBD, LLC

	LEY VIGENTE DE LA FDA APLICABLE A LOS COSMETICOS	PROYECTO DE LEY DEL IBA (Indp Beauty Assoc)	PROYECTO DE LEY FEINSTEIN	PROYECTO DE LEY DEL REPRESENTANTE PALLONE - HR 5279
Acontecimientos adversos	No existe ningún requisito para la notificación de eventos adversos. Esto se incluyó en el programa original de registro voluntario, pero la FDA solicitó que la industria dejara de hacer estos registros hace años atrás.	Informes comparables a los requisitos de medicamentos de venta libre. Sólo se notificarán eventos adversos graves e inesperados	Sólo se notificarán eventos adversos graves e inesperados. Eventos adversos graves Muerte dentro de los 15 días También Requiere la notificación de eventos adversos definidos como cualquier relacionado con la salud, incluso asociado con el uso de un producto. Se requieren informes anuales. <i>Al agregar este segundo nivel de notificación, que la FDA decidió en el marco del programa voluntario que no quería, habrá confusión en cuanto a lo que se debe informar, y posiblemente interfiera cuando se tenga que notificar los eventos adversos graves.</i>	Informar los eventos adversos graves en 15 días. Grave incluye las categorías de medicamentos de venta libre más desfiguración, pérdida de cabello. Conservar registros de eventos adversos durante los 6 años. Informe anual sobre eventos no graves: eventos médicos relacionados con la salud, incluido el riesgo de enfermedad o lesión. Informes sobre las ventas de productos, sobre productos con reportes de eventos adversos y cualquier otra información que pueda ser requerida por regulación. La información se pondrá a disposición de los inspectores de la FDA cuando lo soliciten La etiqueta del producto debe tener un número de teléfono nacional

Fuente: Independent Beaurty Association

Traducción: AIBD, LLC

	LEY VIGENTE DE LA FDA APLICABLE A LOS COSMETICOS	PROYECTO DE LEY DEL IBA (Indp Beauty Assoc)	PROYECTO DE LEY FEINSTEIN	PROYECTO DE LEY DEL REPRESENTANTE PALLONE - HR 5279
Etiquetado profesional de productos	Actualmente, los productos de uso profesional están exentos de cumplir con la Ley etiquetado y empaquetado "Fair Packaging and Labeling Act -FPLA".	Prohíben a los Estados aprobar leyes para exigir la declaración de ingrediente para productos profesionales. Los productos deben contener una declaración "para uso profesional"	Las declaraciones de ingredientes y otros tipos de etiquetado exigidos por la Ley etiquetado y empaquetado "Fair Packaging and Labeling Act - FPLA" se aplicarán a los productos profesionales, lo que facilitará la entrada de productos profesionales al mercado de consumo. Solo se permitirá el uso profesional de productos etiquetados.	Productos profesionales. Sin cambios a la ley existente.
-Importaciones		-Mantiene la ley vigente	-Adopta el programa de proveedores extranjeros	-Adopta el programa de proveedores extranjeros
-Falsificación		-Agrega disposiciones que declaren ilegales las falsificaciones de acuerdo a las disposiciones sobre medicamentos de la FDCA		-Adopta disposiciones sobre falsificaciones de cosméticos

Fuente: Independent Beaury Association

Traducción: AIBD, LLC

	LEY VIGENTE DE LA FDA APLICABLE A LOS COSMETICOS	PROYECTO DE LEY DEL IBA (Indp Beauty Assoc)	PROYECTO DE LEY FEINSTEIN	PROYECTO DE LEY DEL REPRESENTANTE PALLONE - HR 5279
Preemption o Preferencia (ocurre cuando, por acción legislativa o regulatoria, un nivel "superior" de gobierno (estatal o federal) elimina o reduce la autoridad de un nivel "inferior" sobre un tema determinado -Más programas dentro de la FDA	Ley actual de la FDA aplicable a los cosméticos. Actualmente existe una preferencia del FDA para el etiquetado obligatorio.	Total preferencia sobre todas las leyes estatales, incluidas las leyes existentes como la proposición 65. Todos los aspectos de la regulación de cosméticos de la FDA están cubiertos, incluida la seguridad de los ingredientes. Si los estados tienen un problema con un ingrediente deben enviar una solicitud de revisión al comisionado si el comisionado niega la revisión, el único recurso es demandar a la agencia. -Mueve la Oficina de Colores a una oficina separada	Prioridad del FDA para el registro de entidades y de fórmulas o reporte de eventos adversos. Para la preferencia por la seguridad de los ingredientes si la FDA descubre, después de la revisión, que un ingrediente es seguro, ningún estado puede restringir el uso o exigir un etiquetado adicional con respecto a ese ingrediente, excepto por la Proposición 65 y cualquier otra ley estatal preexistente que rija la restricción de ingredientes o el registro que exima de la preferencia proporcionada por el proyecto de ley Feinstein.	Sin preferencia

Fuente: Independent Beauty Association
Traducción: AIBD, LLC

	LEY VIGENTE DE LA FDA APLICABLE A LOS COSMETICOS	PROYECTO DE LEY DEL IBA (Indp Beauty Assoc)	PROYECTO DE LEY FEINSTEIN	PROYECTO DE LEY DEL REPRESENTANTE PALLONE - HR 5279
Excepciones para los tintes de cabello	Tintes para el cabello en base a alquitrán de hulla se encuentran exentos de revisión como aditivos de color	Mantiene la exención legal actual, de la revisión de aditivos de color, a los tintes en base a alquitrán de hulla.	Exención de tinte para el cabello de alquitrán de hulla: se puede anular si la FDA determina que el material de tinte no cumple con los estándares de seguridad requeridos en el proyecto de ley Feinstein.	Mantiene la ley actual sobre exención de los aditivos de color para los tintes de cabello en base a alquitrán de hulla.

Fuente: Independent Beaurty Association

Traducción: AIBD, LLC

6.3 Otras Regulaciones de cosmética natural y (Etiquetado /Orgánicos/GMO)

¿Tiene la FDA una definición para el término "orgánico"?

No. La FDA regula los cosméticos bajo la autoridad de la Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y cosméticos (Ley FD&C) y la Ley de Envasado y Etiquetado Justos Exención de Responsabilidad de Enlace Externo (FPLA). El término "orgánico" no está definido en ninguna de estas leyes ni en las regulaciones que la FDA hace cumplir bajo su autoridad.

¿Cómo se regula el término "orgánico"?

El Servicio de Comercialización Agrícola del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) supervisa el Programa Orgánico Nacional (NOP). Las regulaciones NOP incluyen una definición de "orgánico" y proporcionan la certificación de que los ingredientes agrícolas se han producido en condiciones que cumplirían con la definición. También incluyen estándares de etiquetado basados en el porcentaje de ingredientes orgánicos en un producto.

Si un cosmético está etiquetado como "orgánico" según el USDA, ¿todavía está sujeto a las leyes y regulaciones impuestas por la FDA?

Si. Los requisitos del USDA para el uso del término "orgánico" están separados de las leyes y regulaciones que la FDA hace cumplir para los cosméticos. Los productos cosméticos etiquetados con declaraciones orgánicas deben cumplir tanto con las regulaciones del USDA para la declaración orgánica como con las regulaciones de la FDA para el etiquetado y los requisitos de seguridad para los cosméticos. La información sobre la regulación de cosméticos de la FDA está disponible en nuestro sitio web de cosméticos.

¿Son los cosméticos elaborados con ingredientes "orgánicos" más seguros para los consumidores que los elaborados con ingredientes de otras fuentes?

No. La fuente de un ingrediente no determina su seguridad. Por ejemplo, muchas plantas, sean o no cultivadas orgánicamente, contienen sustancias que pueden ser tóxicas o alergénicas. Para obtener más información sobre este tema, se debe consultar la Base de datos de plantas venenosas de la FDA. Según la Ley FD&C, todos los productos e ingredientes cosméticos están sujetos al mismo requisito de seguridad: deben ser seguros para los consumidores en las condiciones de uso etiquetadas o habituales (Ley FD&C, sección 601 (a)). Las empresas y las personas que comercializan cosméticos tienen un responsabilidad de garantizar que sus productos e ingredientes sean seguros para el uso previsto.

Respecto a los cosméticos naturales, la FDA no regula ni determina a que se debe considerar un cosmético natural, siendo esta definición principalmente de algunas empresas que buscan diferenciarse de los cosméticos convencionales, sin alcanzar la normativa que regula los productos orgánicos. Algunos gremios que agrupan a pequeños y medianos productores buscan incluir esta definición en la modificación de la Ley que regula los cosméticos.

6.4 Envases y Embalajes

Dependiendo del tipo de ingrediente y el volumen de los productos importados, estos pueden envasarse en cilindros plasticos, tambores plásticos que garanticen la imposibilidad de contaminación.

6.5 Certificaciones

Las empresas deben contrar con el registro de sus facilidades ante el FDA y hacer el pre shipment notice antes de cada embarque. Esta accion es en cumplimiento del FSMA (Food Safety Modernization Act), considerando que muchos ingredientes para cosmeticos tambien lo son para alimentos y de alli su exigencia por parte de los importadores quienes eventualmente podrian vender un acetie a una empresa de alimentos o tambien a una empresa de cosméticos.

Adicionalemnte gran parte de los imporadores, requieren certificaciones de GMO, Kosher, Halal, de alergenos y orgánicos.

Tambien algunos importadores exigen la normas ISO 20021 y FCC 20021.

VII. Actividades de Promoción

7.1 Ferias

7.1.1. En los EEUU la feria por excelencia para ingredientes de cosmeticos y es la feria **“Supplier’s Day”** la cual es organizada por New York Society of Cosmetic Chemists, usualmente esta feria se realiza en el mes de mayo de cada año en el centro de convenciones Jacob Javits Center, sin embargo debido a la pandemia en el 2021 esta feria se realizó el 11 y 12 de noviembre. Es una feria especializada unicamente en ingredientes para cosmetica, en la que participan las empresas lideres y tambien distribuidores emergentes para la industria. La pagina web desta feria es www.nyscc.org/suppliersday, Directora de la Feria Sra. Jane C. McDermott, tel +1516-763 1322, correo electronico jmcdermott@nyscc.org.

7.1.2. Otra feria especializada en productos acabados como cosmeticos y productos de cuidado personal, que cuenta con una sección de ingredientes es la feria Cosmoprof North America, que tiene lugar todos los años en el mes de julio y que en el 2021, tambien debido a la pandemia, se realizó a principios del mes de setiembre. Esta feria si bien es especializada en cosmeticos terminados, tambien cuenta con una seccion llamada Cosmopack en la que exhiben empresas que forman parte de la cadena de abastecimiento de la industria, entre los que exhiben empresas que ofertan ingredientes para la industria cosmetica. Debe notarse sin embargo que en esta feria exhiben unicamente empresas que ofertan ingrediente terminado y o asi las empresas que ofrecen ingredientes intermedios o sin terminar, como son por ejemplo los aceites esenciales o las gomas de tara o los aceites fijos de aguaje. Cosmoprof North America <https://cosmoprofnorthamerica.com/>

7.1.3. Otras importantes ferias para ingredientes intermedios, si bien es mas especializada en nutraceuticos y alimentos funcionales, en la que sin embargo exhiben fabricantes y

distribuidores de ingredientes para cosmetica y cosmeceútica son las ferias SupplySide East <https://east.supplysideshow.com/en/home.html> que se desarrolla en la ciudad de Secaucus, Nueva Jersey el 12 y 13 de abril del 2022. Esta feria tiene otras similar aunque mas grande para atender la industria localizada en el Oeste del país se llama SupplySide West <https://west.supplysideshow.com/en/home.html> que se desarrolla en la ciudad de Las Vegas, Nevada del 31 de octubre al 03 de noviembre. El responsable de America Latina es el Sr. Anthony Arteca, tel +1602 510 3524 correo electronico anthony.arteca@informa.com

7.2 Exhibiciones (permanentes, especializadas)

Unicamente los show rooms de las empresas especializadas en ingredientes. Un importante numero de distribuidores de ingredientes se encuentran ubicados en Nueva Jersey, donde tienen sus almacenes y un showroom, que ha funcionado adecuadamente antes de la pandemia.

La pandemia y el distanciamiento social han impedido las exposiciones y el uso de los showrooms. Ahora se usa mucho el despacho de muestras acompañados de las hojas tecnicas o el reporte del analisis del laboratorio propio.

7.3 Páginas web representativas del sector (del país estudiado)

1. Happi revista mas especializada en ingredientes para cosmética.- www.happi.com, contacto Sra. Christine Esposito – Associate Editor, Tel 201-880 2264, email: cesposito@rodmedia.com

VIII. Contactos de Interés

8.1 Institucionales

La institución más importante en la industria de ingredientes para cosmética en los EEUU es la Society of Cosmetic Chemists <https://www.scconline.org/>, que tiene por objetivo aumentar y difundir información científica a través de reuniones y publicaciones. Promueve la investigación en la ciencia y la industria cosmética, y al establecer altos estándares éticos, profesionales y educativos, buscan mejorar las calificaciones y el calibre de los científicos especializados en cosmética.

La sociedad cuenta con 19 capítulos en EEUU y Canadá, siendo el capítulo de Nueva York, el más activo y tal vez más importante. New York Chemists Society <https://nyscc.org/>. Es el capítulo de Nueva York el que organiza año a año la feria Supplier's Day, la feria más importante de ingredientes para cosmética en los EEUU.

Otra institución importante es el Independent Beauty Association, <https://independentbeauty.org/>, que tiene como objetivo fomentar el éxito de las empresas

independientes que operan en las industrias de cosmética y cuidado personal. Brinda a sus asociados:

- Educación: seminarios web, reuniones y contenido curado de primera.
- Servicios para miembros: consultas directas individuales sobre cuestiones clave específicas por parte de expertos de la industria.
- Legislación razonable: Nuestros productos tienen una larga historia de uso seguro. Ayudamos a desarrollar y respaldar las regulaciones relevantes basadas en ciencia sólida.
- Redes: conectar todos los eslabones de la cadena de suministro, desde la marca hasta el fabricante, proveedor, minorista y proveedores de servicios involucrados en la industria de la belleza.

IX. Conclusiones

1. La conclusión más importante, es que el Perú tiene alto potencial para abastecer ingredientes para la industria cosmética y de productos de cuidado personal, especialmente los aceites fijos conocidos como (fixed oils o carrier oils), que son ampliamente conocidos en la industria, pero que no reconocen al Perú como un proveedor de los mismos. Destacan los aceites fijos de aguaje conocido comercialmente como aceite de Buriti y de Maracuyá. Como ingredientes que fortalecen se usan el aceite de Ungurahui, extracto de Maca, la manteca de Copuazú, aceite de Aguaje, extracto Camu Camu y aceite Palta.

2. Los aceites esenciales exóticos que el Perú ofrece y puede ofrecer son de alto potencial comercial, sin embargo cualquier programa de desarrollo o incremento de la oferta de este producto, debe considerar la sostenibilidad ambiental de las áreas de producción. Se debe evitar experiencias fallidas de plantaciones mono cultivo realizadas en otros países, que sólo afectaron el ambiente, incrementaron sustancialmente la oferta y afectaron los precios. Por ello es recomendable el desarrollo de agroforestería que combinen múltiples plantas, tanto las que generan aceites esenciales, maderas, café, cacao y otras plantas que aseguren a los productores sostenibilidad en sus ingresos así los precios fluctúen hacia la baja. Destacan los aceites esenciales de Palo Santo, Molle y Palo Rosa.

3. El Perú es ampliamente conocido como abastecedor de carmín y reconocido como productor de bixina, aditivos de color aceptados por el FDA para su uso en cosmética.

4. Los ingredientes con propiedades anti envejecimiento, que mejoran la apariencia de piel y el cabello como consecuencia de la afectación por la edad, son los que mejor oportunidad tienen en el mercado de ingredientes. Productos como el aceite de aguaje y aceite de maracuyá pueden beneficiarse de esta tendencia en una sociedad con un creciente número de adultos mayores y con los recursos suficientes para atender sus necesidades de apariencia.

5. Por regla general, las empresas importadoras y distribuidoras de ingredientes no conocen la oferta de ingredientes para cosméticos que oferta el Perú. A diferencia de las empresas líderes globales y líderes estadounidenses, que conocen de la oferta peruana e incluso vienen comprando directa o indirectamente los ingredientes por sus propiedades cosméticas y para comercializarlas como tales.

6. Los pequeños y medianos importadores distribuidores conocen al Perú por su oferta de ingredientes para nutraceuticos. Productos como la Maca, Uña de Gato, Sacha Inchi, Yacón y otros son incluso importados y distribuidos por esos distribuidores, sin embargo no los conocen por sus cualidades cosméticas. Por ejemplo un importador a pesar de distribuir Maca no estaba al tanto de sus propiedades cosméticas para fortalecer el crecimiento del cabello, reconstituir la dermis e incrementar la densidad del colágeno.

7. En la industria se considera que casi un hecho, la reforma de la parte pertinente a Cosméticos de la Ley de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos. Actualmente existen dos proyectos que vienen siendo trabajados en el Congreso de los EEUU. Seguramente serán consolidados en una Ley que modificará varios aspectos de las normas actuales que regulan la industria. Es muy probable que la Ley implemente la obligatoriedad del registro de los cosméticos y también se implemente la obligatoriedad del registro de las instalaciones, de manera similar a la ley de seguridad de alimentos vigente y que la mayoría de empresas exportadoras peruanas ya cumplen.

Recomendaciones

1. El Perú debe desarrollar investigaciones en colorantes que se usan desde tiempos ancestrales, para buscar incluirlos en la relación de aditivos de color aprobado por el FDA.

2. Modificar el catalogo de ingredientes, ordenándolo por sus usos o propiedades. Facilita a los traders y fabricantes identificar nuevos productos en base a sus necesidades. El catálogo también debería incluir oportunidades de inversión en investigación y en desarrollo de nueva o mayor oferta.

3. La Dirección de Promoción de Inversiones de Promperu debe identificar los proyectos de desarrollo de oferta exportable en ingredientes naturales y presentarlos a las divisiones de investigación y desarrollo de las empresas líderes en ingredientes de cosmética y cuidado persona. Empresas como Symrise, Givaudan, Croda, cuentan con operaciones alrededor del mundo desarrollando investigación y producción de ingredientes con altos estándares de sostenibilidad, haciendo transferencia tecnológica y fomentando el desarrollo empresarial del primer eslabón de la cadena de abastecimiento, que son los campesinos.

4. Es importante desarrollar una campaña de promoción dirigida a los compradores de las empresas importadoras y distribuidoras sobre las propiedades cosméticas de los ingredientes que el Perú Oferta. Esta campaña de promoción debería considerar una presentación de la oferta exportable en la feria especializada "Suppliers' Day" por ser la más especializada en ingredientes para cosmética en los EEUU. Además una

presentación en el programa de conferencias de dicha feria sobre los ingredientes para cosmética que oferta el Perú y una promoción en la edición ferial de la revista Happi, la cual es la más especializada en los EEUU en ingredientes para cosméticos. Además debería considerarse publireportajes sobre cada ingrediente en las ediciones mensuales de dicha revista.

5. En una situación post pandemia en la que las empresas aun no participan plenamente en ferias presenciales, es muy importante hacer llegar el catálogo impreso de la oferta peruana directamente a los compradores. Si bien es cierto es muy valido enviar los catalogos virtualmente, no hay nada mas fácil para un comprador que recibir el catalogo impreso y en su Oficina. Como se indicó previamente el catalogo debe incluir el directorio de empresas exportadoras peruanas con informacion de contacto.

6. Tan pronto se promulgue la nueva ley de Cosméticos se debería organizar seminarios de capacitación dirigidas a las empresas peruanas para que adecúen sus procesos. Sobre el particular, el Presidente de la Asociacion de Empresas Independientes de Belleza IBA ha ofrecido hacer las presentaciones dirigidas a empresas peruanas como parte de sus acciones educativas.

7. Es importante invitar a las empresas importadoras y distribuidoras de ingredientes para cosmética para que participen en las ediciones presenciales de Industria Perú y Expo Amazonica, empezando por las empresas que participan como expositores en la feria especializada “Suppliers’ Day”, consederando que son ellas las que tienen mayor potencial de compra de la oferta peruana y que sin embargo, son las que menos conocen del las propiedades cosméticas de nuestros ingredientes.

Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial
Departamento de Inteligencia de Mercados
2021