ESTUDIO DE MERCADO
INGREDIENTES NATURALES PARA COSMETICA
ESTADOS UNIDOS - COSTA OESTE, 2022

prom perú

Contenido

I. Resumen Ejecutivo 3
II. Alcance del Estudio Especializado: Sector y/o Líneas de Productos 6
III. Análisis de la Oferta en Estados Unidos 9
3.1. Producción del País de Destino 9
3.2. Exportaciones totales de ESTADOS UNIDOS 12
3.3. Importaciones Totales de Estados Unidos 13
3.3.1. Importaciones de los Estados Unidos a través de los estados del Oeste 16
3.3.2. Importaciones de Estados Unidos a través de las 3 regiones del Oeste de los Estados Unidos 17
3.4. Importaciones de Estados Unidos desde Perú 19
3.5. Análisis de países competidores del Perú 22
3.6. Análisis del Market Share de la industria de cosmética e ingredientes 24
3.7. Principales Proveedores de Ingredientes Naturales, cosméticos y cuidado personal en el mercado 25
IV. Análisis del Sector /Línea en el Mercado 27
4.1 Variedades y Formas de Presentación 27
4.2. Canales de Distribución 28
4.3. Rutas de Acceso 29
4.4. Canales de Comercialización 32
4.5. Precios 36
4.6. Oportunidades del Mercado 38
4.6.1. Aceite de quinua 39
4.6.2. Aceite de pepa de tuna 41
4.6.3. Berryceuticals 45
4.6.4. Aceites esenciales de orégano, tomillo y romero. 46
4.6.5. Pigmentos de origen vegetal 48
4.6.6. Kion 49
4.6.7. Hongos 50
4.6.8. Omega 3 de pescado 51
4.6.9. Curcumina 52
4.6.10. Algas 53
4.7. Riesgos del Mercado 53
V. Análisis de la Demanda 57
5.1. Perfil del Consumidor 57
5.2 Análisis de Tendencias actuales y futuras 58
5.2.1. Cosméticos sin agua (Waterless Cosmetics) 59
5.2.2. Cuidado de la piel con CBD 59
5.2.3. Cuidado de la piel del microbioma 60

5.2.4. Productos de belleza fermentados 60
5.2.5. Maquillaje en Metaverse – Belleza AR/VR 61
5.2.6. Tendencias en ingredientes 62
5.3 Percepción del Producto Peruano 63
VI. Requisitos de Acceso al Mercado 64
6.1. Medidas Arancelarias 64
6.2. Leyes y Regulaciones de cosmética natural 65
6.2.1. Programa de Cosmeticos Seguros de California (California Safe Cosmetics Program) 67
6.2.2. Normas vigentes en los Estados Unidos sobre los cosméticos 68
VII. Actividades de Promoción 73
7.1 Ferias 73
7.2 Exhibiciones (permanentes, especializadas) 76
7.3 Páginas web representativas del sector (del país estudiado) 77
VIII. Contactos de Interés 78
8.1. Institucionales 78
8.2. Comerciales 79
IX. Conclusiones y recomendaciones 83
9.1. Conclusiones 83
9.2. Recomendaciones 83
X. Anexos 85
ANEXO 1: Cuadro Resumen de Principales Ingredientes y cosméticos importados por Estados Unidos 85
ANEXO 2: Importaciones de Estados Unidos de Ingredientes, Cosméticos y Productos de Cuidado Personal: Principales Proveedores 91
Anexo 2.1. Importaciones totales de Estados Unidos de Ingredientes (través de todos los distritos aduaneros) 91
Anexo 2.2. Importaciones de Estados Unidos de Ingredientes a través 22 distritos aduaneros ubicados en las regiones Medio Oeste, Sur Oeste y Oeste 94
Anexo 2.3. Importaciones totales de Estados Unidos de Cosméticos y Productos de Cuidado Personal (a través de todos los distritos aduaneros) 98
Anexo 2.4. Importaciones totales de Estados Unidos de Cosméticos y Productos de Cuidado Personal a través 22 distritos aduaneros ubicados en las regiones Medio Oeste, Sur Oeste y Oeste. 107
A

I. Resumen Ejecutivo

El presente estudio comprende el mercado de todos los estados localizados en las regiones: Oeste, Medio Oeste y Sur Oeste enfocado en cosméticos, productos de cuidado personal e ingredientes naturales. Como es conocido Estados Unidos está dividido en 5 regiones: Nor Este, Sur Este, Medio Oeste, Sur Oeste y Oeste. Para efectos estadísticos se ha considerado las importaciones y exportaciones realizadas a través de los siguientes 22 distritos aduaneros de los Estados comprendidos en las tres regiones antes mencionadas.

Para efectos del presente estudio se han usado únicamente partidas arancelarias correspondientes a ingredientes, cosméticos y productos de cuidado personal que el Perú exporta o está en capacidad de exportar a los Estados Unidos.

Cabe indicar que, Estados Unidos importó USD 379 millones en ingredientes a través de todos los distritos aduaneros y USD 273 millones a través de los distritos aduaneros ubicados en las regiones Medio Oeste, Sur Oeste y Oeste. En el caso de cosméticos y productos de cuidado personal, en el 2021 Estados Unidos importó USD 2,784 millones, de los cuales USD 1,832 millones los importa a través de los distritos aduaneros ubicados en las regiones Medio Oeste, Sur Oeste y Oeste, siempre considerando las partidas arancelarias usadas para este estudio y que se encuentran detalladas en el punto II “Alcance el Estudio”.

Asimismo, se han considerado todos los cosméticos, productos de cuidado personal e ingredientes, sin considerar si son naturales o no. El FDA no define el concepto de “natural” para los productos antes indicados. El concepto es usado generalmente por pequeñas y medianas empresas independientes de belleza o cosméticos, buscando diferenciarse de los productos masivos o industrialmente masivos que ofrecen las grandes empresas de belleza. Justamente en la fecha están intentando de incluir el concepto de “cosmético natural” en la modificación a la ley de Cosméticos que en la actualidad viene discutiéndose en el Congreso de los Estados Unidos.

Debe notarse que entre los ingredientes se pueden notar hasta tres tipos de ingredientes por el nivel de elaboración o valor agregado:

1. Ingredientes materia prima. - son materias primas que no han recibido ningún cambio o proceso o han recibido un cambio o proceso mínimo. El ingrediente vale más por la materia prima que por su transformación. Ejemplo: el camu camu seco molido

2. Ingredientes Intermedios. - son ingredientes obtenidos del proceso de una materia prima, que han sido transformado física y/o químicamente, con alto contenido del contenido de valor, por ejemplo, un aceite vegetal, cuyo valor se ha incrementado sustancialmente a partir de la materia prima usada por su transformación. Usualmente un ingrediente intermedio no es incluido directamente en la formulación de un cosmético o de un producto de cuidado personal. Para incluirlo previamente el ingrediente intermedio es sometido a una transformación adicional. Por regla general el ingrediente intermedio continúa usando en su denominación el nombre de la materia de la cual provienen: Ejemplo: Carmín de cochinilla, aceite de coco, etc.

3. Ingredientes acabados. - Son ingredientes que se incluyendo directamente en la fabricación de un cosmético, ya sea aportando aroma, color o alguna propiedad especifica. Son elaborados a partir de materias primas o a partir de ingredientes intermedios, usualmente por empresas especializadas y con tecnología apropiada.

Estos ingredientes se comercializan por las empresas usando una nomenclatura propia, en muchos casos bajo marcas registradas y formulas patentadas. Ejemplo: la celulosa que la empresa Croda ha patentado y comercializa con el nombre: "ChromaPur™ CV2 and CV7".

Las exportaciones peruanas usualmente comprenden ingredientes materia prima e ingredientes intermedios, esta realidad es la que debe orientar a PROMPERU para definir las estrategias de desarrollo y promoción, y a las empresas para establecer en qué estado se encuentran para incrementar el valor agregado de los ingredientes que Perú exporta y desarrollar las acciones de promoción en base al tipo de ingrediente que ofrece.

El Perú también produce y exporta algunos ingredientes acabados, sobre todo lo hacen las empresas que son subsidiarias de empresas multinacionales, que compraron empresas exportadoras peruanas para seguir comprándoles los ingredientes intermedios y poco a poco han empezado a desarrollar ingredientes terminados, que sus principales en Estados Unidos o Europa solo se encargan de distribuir.

El estudio ha encontrado que, en la costa oeste, especialmente en el Estado de California, se encuentran el mayor número de empresa fabricantes de Cosméticos y productos de cuidado personal. Es así como en la segunda etapa de elaboración del estudio casi el integro de empresas identificadas, evaluadas y entrevistadas fueron empresas fabricantes de cosméticos y de cuidado personal y algunas empresas distribuidoras de cosméticos.

Los fabricantes de cosméticos, siempre se mostraron muy ávidos de conocer los nuevos ingredientes que ofrece Perú, algunos de ellos ya usan ingredientes que Perú ya oferta, incluso en algunos de origen peruano y en otros casos de otros orígenes como Brasil. Indicaron que, si bien no importan directamente los ingredientes, están en capacidad de influir directamente con sus proveedores, incluso solicitándole que compren un ingrediente determinado y de un fabricante especifico. Para esto fabricantes, es muy importante recibir las muestras acompañadas de las fichas técnicas.

También se han identificado empresas distribuidoras de cosméticos que atienden Beauty Shops o tiendas especializadas en cosméticos. Estos distribuidores pueden ser contrapartes muy adecuadas de marcas peruanas de cosméticos y productos de cuidado personal que buscan distribuir en el oeste de los Estados Unidos o ampliar sus ventas en dichos mercados.

En el caso de las empresas fabricantes de ingredientes, sobre todo en Utah, las empresas suelen abastecerse localmente de materia prima que es abundante para producir por ejemplo aceites esenciales de múltiples plantas, de las cuales no tienen necesidad de importar. Sin embargo, su oferta siempre debe ser complementada con aceites esenciales de plantas tropicales que no crecen en el oeste de los Estados

Unidos y que deben importar para completar toda la gama de aceites esenciales, facilitando a sus clientes la compra en un solo lugar. Es allí donde surge la oportunidad para los exportadores peruanos, de primero venderles los aceites esenciales que carecen y luego ofrecerles aceites esenciales que están en capacidad de ofertar por razones de temporalidad o porque tiene mejores propiedades.

Considerando que el estudio, a pesar del título está más concentrado en ingredientes para cosméticos y productos de cuidado personal, se hizo una segunda aproximación a empresas del oeste, para lo cual se visitó la feria SupplySide West que tuvo lugar en la ciudad de Las Vegas los días 25 y 26 de octubre, con el fin de contactar empresas de ingredientes que ofrecían productos para uso en cosmética y cosmeceútica, aunque permitió también identificar empresas que ofrecen ingredientes para nutraceúticos.

En el capítulo de oportunidades se explica la importancia que vienen cobrando los aceites obtenidos a partir de la pepa de tuna, el aceite de quinua, los aceites esenciales obtenidos del orégano, tomillo y romero, los extractos de arándano que se comercializan para uso en la industria.

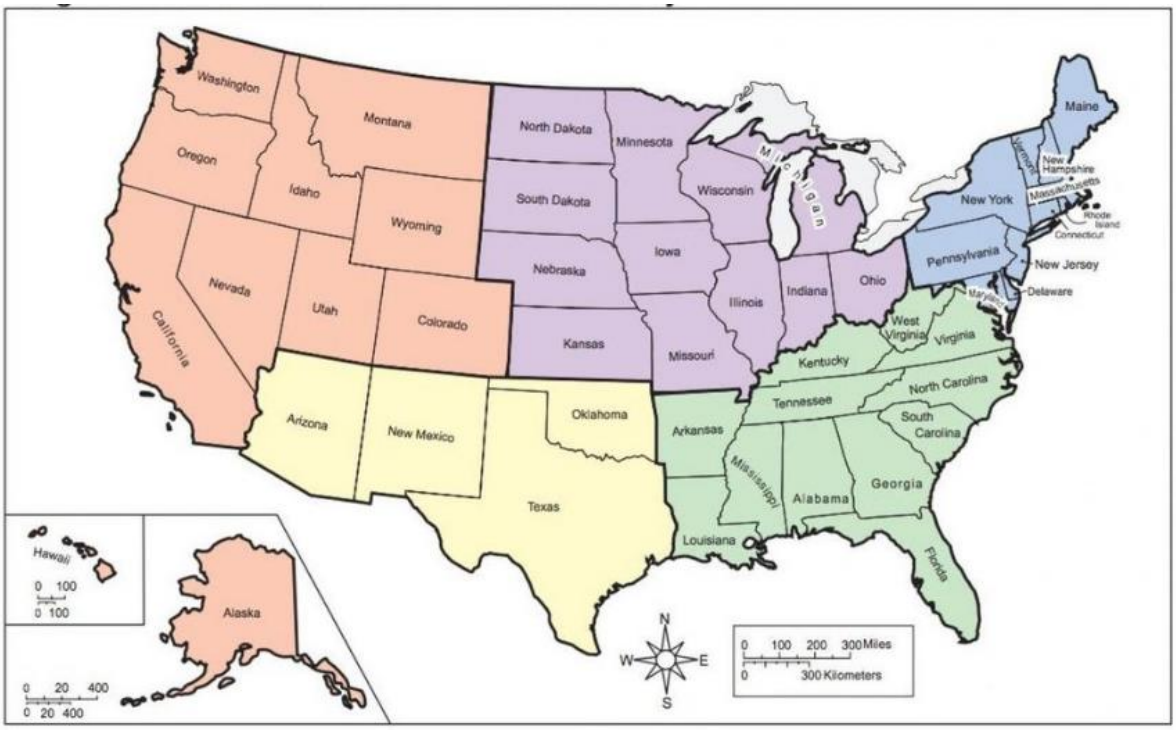
También se explica la arremetida que viene sufriendo el carmín de cochinilla, y las grandes inversiones que viene haciendo la industria para sustituir el colorante derivado de la cochinilla. Como es que la empresa Unilever ya ha empezado a usar el color rojo de origen vegetal para sustituir el carmín de cochinilla en los cosméticos que fabrican sus diversas subsidiarias. Sin embargo, esta afectación de la cochinilla también abre oportunidades para desarrollar colores a partir de la amplia variedad de vegetales que el Perú ofrece.

Las 15 empresas incluidas en el anexo del estudio son empresas nuevas, distintas a las empresas entregadas en el segundo entregable, y comprenden únicamente empresas especializadas en ingredientes, el estudio ha permitido identificar una amplia base de potenciales importadores de productos peruanos, así como las oportunidades que ofrece el mercado oeste de los Estados Unidos para productos que las empresas peruanas ya producen o están en capacidad de producir.

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

El presente estudio se enmarca en el análisis del mercado del Oeste de los Estados Unidos para ingredientes que son parte de la oferta peruana, destinada a atender la industria de ingredientes, cosméticos y productos de cuidado personal. Por ello se ha buscado incorporar información sobre el mercado de todos los estados localizados en las regiones Oeste, Medio Oeste y Sur Oeste de los Estados Unidos, usando la clásica división de 5 regiones de los Estados Unidos.

Ilustración 1: Mapa de 5 regiones de Estados Unidos



Para efectos de este estudio, se han considerado las importaciones y exportaciones realizadas a través de los siguientes 22 distritos aduaneros, ubicados en las tres regiones del Oeste:

Anchorage - Arkansas,
Chicago - Illinois,
Cleveland- Ohio,
Columbia/Snake - Oregon,
Dallas/Fort Worth - Texas,
Detroit - Michigan,
Duluth- Minnesota,
El Paso - Texas,
Great Falls - Montana,
Honolulu- Hawaii,
Houston/Galveston - Texas,
Laredo - Texas,
Los Ángeles - California,
Milwaukee - Wisconsin,
Minneapolis - Minnesota,
Nogales - Arizona,
Pembina – North Dakota,
Port Arthur - Texas,
San Diego - California,
San Francisco - California,
Seattle - Washington,
St. Louis – Missouri

No se ha realizado el análisis de todos los ingredientes que comercializa Estados Unidos, pues muchos de los ingredientes están destinados tanto para alimentos, nutraceúticos, cosméticos, cosmeceúticos e incluso para farmacéutica. Se ha privilegiado solo ingredientes destinados a cosméticos y cosmeceúticos que el Perú Exporta a los Estados Unidos o tiene potencial de exportación al país, considerando que ya exporta a otros mercados o cuenta con recursos productivos como para generar una oferta exportable.

En el caso de cosméticos y productos de cuidado personal, se han usado todas las sub partidas correspondientes a cosméticos, perfumes, productos de cuidado personal y jabones para uso personal comprendidos en los capítulos 3303, 3304, 3305, 3306, 3307 y 3401.

Tabla 1: Partidas priorizadas en el marco del estudio

SUB-PARTIDA ARANCELARIA DE LOS ESTADOS UNIDOS- HTS US	DESCRIPCION	PARTIDA ARANCELARIA PERUANA EQUIVALENTE	PRODUCTO
1301.90	LAS DEMÁS GOMA NATURAL, LAS RESINAS Y LAS GOMARESINAS, NESOI	1301909090	Goma de tara
		1301909090	Aceite de Copaiba
1302.19	OTROS JUGOS Y EXTRACTOS VEGETALES, NESOI	1302199100	Maca
1302.39	MUCILAGOS Y ESPESANTES, INCLUSO MODIFICADOS, DERIVADOS DE PRODUCTOS VEGETALES, NESOI	1302399000	Goma de Tara
		1302399000	Harina de Goma de Tara
		1302399000	Extracto de Cúrcuma
		1302391000	Goma de Tara
		1302391000	Harina de Goma de Tara
		1302391000	Polvo de Goma de Tara
1515.90	GRASAS Y ACEITES VEGETALES FIJOS Y SUS FRACCIONES NESOI, INCLUSO REFINADOS, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE	1515900090	Aceite de Sacha Inchi Extra-Virgen
		1515900090	Aceite de Copaiba
		1515900090	Aceite Virgen de Castaña Peruana
		1515900090	Harina de Sacha Inchi
1516.20	GRASAS Y ACEITES VEGETALES Y SUS FRACCIONES, EXCEPTO DE COLZA, HIDROGENADOS INTERESTERIFICADOS REESTERIFICADOS ELAIDINIZADOS SIN REFINAR, PERO NO PREP.	1516200000	Aceite de Acai Convencional
		1516200000	Aceite de Sacha Inchi
		1516200000	Aceite de Copaiba
		1516200000	Aceite de Ungurahui
		1516200000	Aceite de Aguaje
3203.00	HARINA DE ANNATO, ARCHIL, COCHINILLA, CUDBEAR, TORNALO, MONTE Y CALENDETA	3203002100	Derivado del Achiote
		3203002100	Colorante Natural de Achiote
		3203002100	Annatto
		3203001400	Carmín liquido
		3203001400	Annatto
		3203001400	Natural Color
		3203001600	Carmín Rojo
		3203001400	Montecarmin
3205.00	LACAS COLORANTES; PREPARACIONES A QUE SE REFIERE LA NOTA 3 DE ESTE CAPITURLO A BASE DE LACAS COLORANTES	3205000000	Laca de Carmín de Cochinilla
3301.13	ACEITES ESENCIALES DE CÍTRICOS DE LIMÓN	3301130000	Aceite Esencial Destilado de Limón peruano, Lime
		3301130000	Aceite Destilado de Limón peruano
		3301130000	Aceite Centrifugado de Limón peruano

3301.29	ACEITES ESENCIALES EXCEPTO LOS DE CÍTRICOS, NESOI	3301299000	Aceite Esencial de Molle Andina
		3301299000	Aceite esencial de Palo Santo
		3301299000	Aceite esencia Palo de Rosa (Aniba Rosaeodora)
		3301299000	Ambrette seed oil (Aceite de Almizcle) Abelmoschus Moschatus
		3301299000	Aceite esencial de cedroncillo (Aloysia Herrerae-Verbenaceae)
3301.90	CONCENTRADOS DE ACEITES ESENCIALES EN GRASAS, EN ACEITES FIJOS, EN CERAS O SIMILARES, OBTENIDOS POR ENFLORACIÓN O MACERACIÓN; SUBPRODUCTOS TERPÉNICOS ETC., NESOI	3301909000	Aceite de Aguaje
		3301909000	Manteca de Cacao
		3301909000	Aceite de Castaña
3303.00	PERFUMES Y AGUAS DE TOCADOR	3303.00.00.00	Perfumes y aguas de tocador
3304.10	PREPARACIONES PARA EL MAQUILLAJE DE LOS LABIOS	3304.10.00.00	Preparaciones para el maquillaje de los labios
3304.20	PREPARACIONES PARA EL MAQUILLAJE DE LOS OJOS	3304.20.00.00	Preparaciones para el maquillaje de los ojos
3304.30	PREPARACIONES PARA MANICURAS O PEDICUROS	3304.30.00.00	Preparaciones para manicuras y pedicuros
3304.91	POLVOS, INCLUIDOS LOS COMPACTOS	3304.90.00.00	Polvos, incluidos los compactos
3304.99	LAS DEMAS PREPARACIONES DE BELLEZA, MAQUILLAJE Y CUIDADO DE LA PIEL	3304990000	Concha de Nácar
		3304990000	Crema Baba de Caracol
		3304990000	Exfoliante de rostro y cuerpo
		3304990000	Oil Body Wash
		3304990000	Crema Anti-edad
3305.10	CHAMPÚS	3305.10.00.00	Champus
3305.20	PREPARACIONES PARA ONDULACION O DESRIZADOS PERMANENTES	3305.20.00.00	Preparaciones para ondulación o desrizado permanentes
3305.30	LACAS PARA EL CABELLO	3305.30.00.00	Lacas para el cabello
3305.90	LAS DEMAS PREPARACIONES CAPILARES	3305900000	Shampoo de Argan
		3305900000	Macadamia Deep Hydration Treatment
		3305100000	Macamia Hydrating Shampoo
		3305100000	Shampoo
		3305100000	Smoothing Shampoo
3306.10	DENTIFRICOS	3306.10.00.00	dentífricos
3306.20	HILOS DENTALES	3306.20.00.00	Hilos dentales
330690	LOS DEMAS PREPARACIONES PARA LA HIGIENE BUCAL O DENTAL	3306.90.00.00	Las demás preparaciones para la higiene bucal o dental
3307.10	PREPARACIONES PARA AFEITAR	3307.10.00.00	Preparaciones para afeitar
3307.20	DESODORANTES CORPORALES Y ANTITRANSPIRANTES	3307.20.00.00	Desodorantes corporales y antitranspirantes
3307.30	SALES PERFUMADAS Y DEMAS PREPARACIONES PARA EL BAÑO	3307.20.00.00	Sales perfumadas y demás preparaciones para el baño
3307.41	AGABARTTI Y DEMAS PREPACIONES ODORIFEREAS QUE ACTUAN POR COMBUSTION	3307.41.00.00	Agabartti y demás preparaciones odoríferas que actúan por combustión
3307.49	LAS DEMAS PREPARACIONES PARA PERFUMAR O DESODORANTES DE LOCALES	3307.49.00.00	Las demás preparaciones para perfumar o desodorantes locales
3401.11		3401110000	Jabones de Glicerina

	JABON Y DEMAS TENSOACTIVOS ORGANICOS, DE USO INODORO, EN BARRAS, TORTAS, PIEZAS MOLDEADAS Y DE PAPEL, ETC. IMPREGNADOS O RECUBIERTOS DE JABON O DETERGENTE	3401110000	Jabón Acai
		3401110000	Jabón de Ruda
3401.30	PRODUCTOS Y PREPARACIONES ORGANICOS PARA EL LIMPIEZA DE LA PIEL, TENSIOACTIVOS, LÍQUIDOS O EN CREMA PARA LA VENTA AL POR MENOR, INCLUSO CON JABÓN, NESOI	3401300000	Jabón Liq. P. Rosas
		3401300000	Jabón Liq. Manzanilla
		3401300000	Jabón Liq. Lavanda
		3401300000	Jabón Liq. Almendra

Fuente: USITC y SUNAT

III. Análisis de la Oferta en Estados Unidos

3.1. Producción del País de Destino

Los ingredientes para la industria cosmética y productos de cuidado personal comprenden desde aceites vegetales conocidos en la industria como “carrier” o “fixed” oils , aceites esenciales, grasas o mantecas vegetales, extractos, colorantes de origen vegetal o animal, jabones y otros aditivos, la mayoría de los cuales son fabricados por fabricantes de productos químicos que abastecen tanto a fabricantes de cosméticos como a farmacéuticas o a empresas de construcción y otras empresas industriales que requieren de productos químicos.

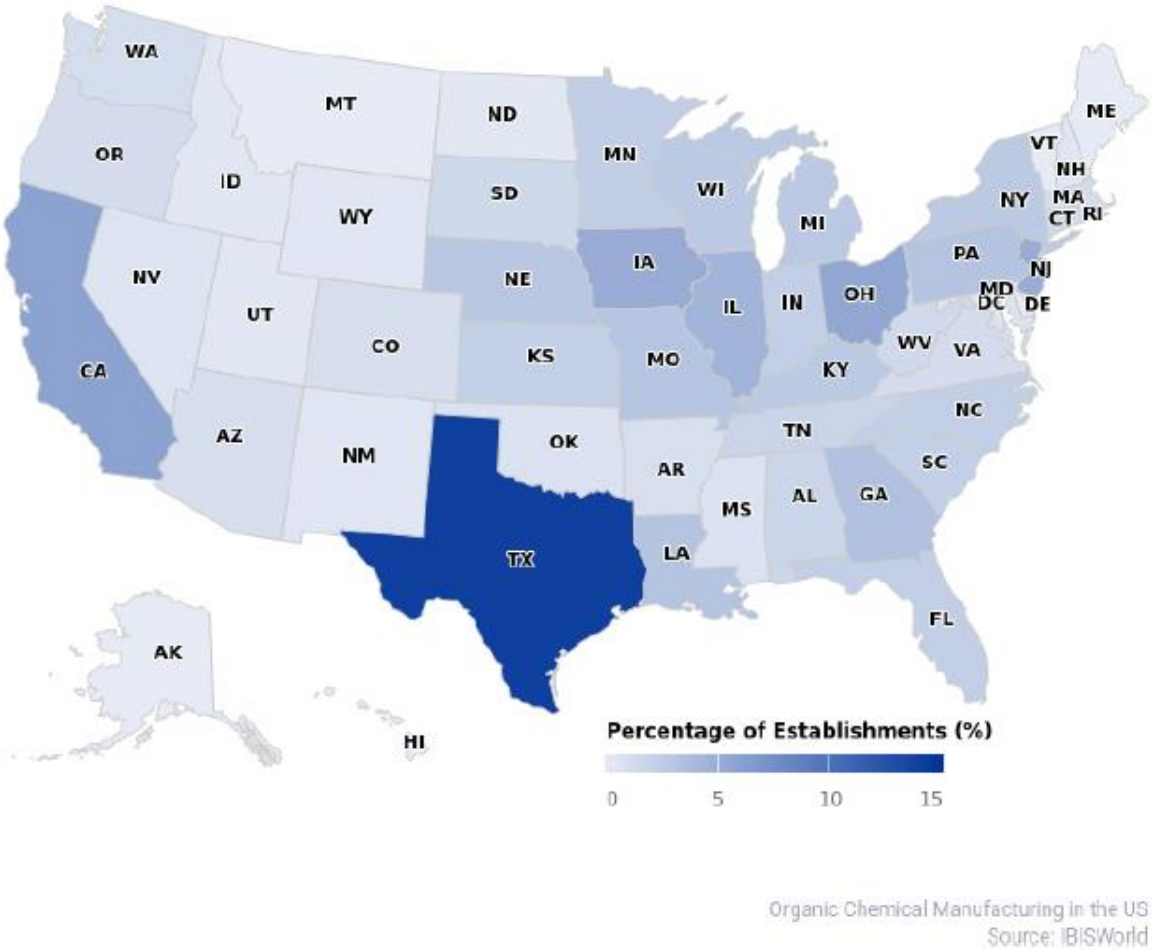
Es así como es muy común encontrar fabricantes de pigmentos y colorantes que atienden a la industria automovilística como a la industria cosmética y de alimentos. Lo mismo sucede con los aceites esenciales cuyos fabricantes venden dicho producto tanto a la industria de cosméticos y cuidado personal como a la industria farmacéutica y la industria de alimentos.

Ciertamente, la industria de ingredientes para cosméticos y cuidado personal está altamente desarrollado en los Estados Unidos, con algunos productos en los cuales las empresas estadounidenses son líderes, como es el caso de ciertos aceites esenciales y ciertos aceites vegetales derivados de vegetales que se producen en los Estados Unidos y en especial en los estados del oeste de los Estados Unidos.

No por gusto, las empresas líderes de aceites esenciales y encuentran en el estado de Utah, donde procesan vegetales que crecen en dicho estado y en estados cercanos. Otro estado del oeste como California, se caracteriza por su avanzada agricultura, donde se producen nueces de todo tipo, varias de las cuales son materia prima para la fabricación de ingredientes usados en cosmética.

A fin de contar con una referencia general, podemos decir que la industria de manufactura de químicos orgánicos en los Estados Unidos tiene ventas anuales de US$ 34,000 millones, la cual agrupa a un total de 358 empresas que emplean más de 41,000 personas. Estas industrias están concentradas en los siguientes estados:

Ilustración 2: Industria de manufactura de químicos orgánicos en Estados Unidos por estados



Fuente IBIS World

Otra industria importante es la de manufactura de aceites esenciales. La industria local de los Estados Unidos vende US$ 1,100 millones, y comprende a 53 empresas dedicadas a esta actividad, empleando a 1,956 personas. Debe notarse sin embargo que estas empresas atienden tanto la industria de cosméticos y de cuidado personal, como las industrias de alimentos, bebidas, farmacéuticas y otras.

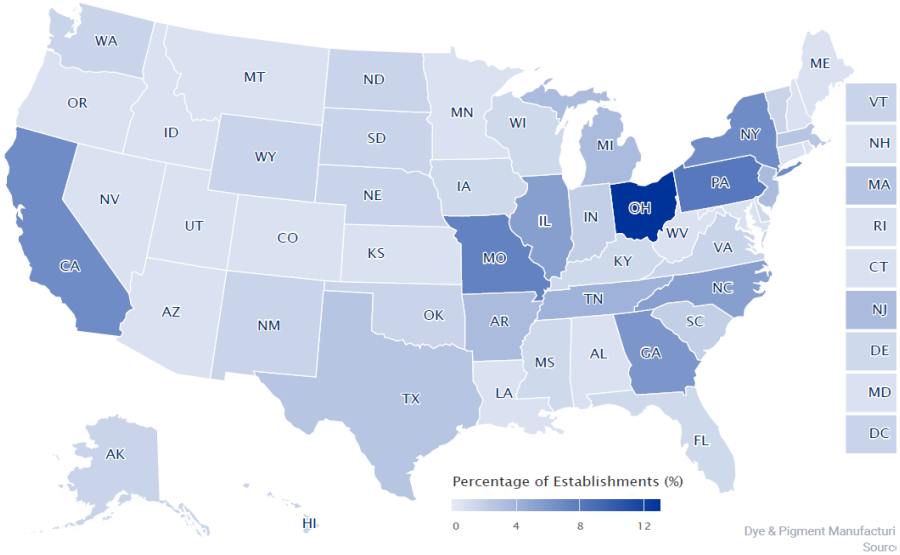
En el caso de las industrias estadounidenses de manufactura de pigmentos y colorantes vende anualmente US$ 8,200 millones, y comprende 112 empresas que emplean 10,717 empresas. Estas empresas fabrican pigmentos y colorantes para todas las industrias y algunas de las empresas cuentan con divisiones específicas para la industria cosmética y cuidado personal.

Un ejemplo de es la empresa Dow[1] líder en la manufactura de colorantes que cuenta con divisiones de belleza, cuidado personal y cuidado del hogar, además de agricultura, construcción, químicos industriales, electrónicos, alimentos y bebidas, gas y petróleo, empaque, pinturas, papel, textiles, etc.

[1] Página web: www.down.com

Las empresas de colorantes se encuentran concentradas en los siguientes estados, mostrados en el siguiente mapa:

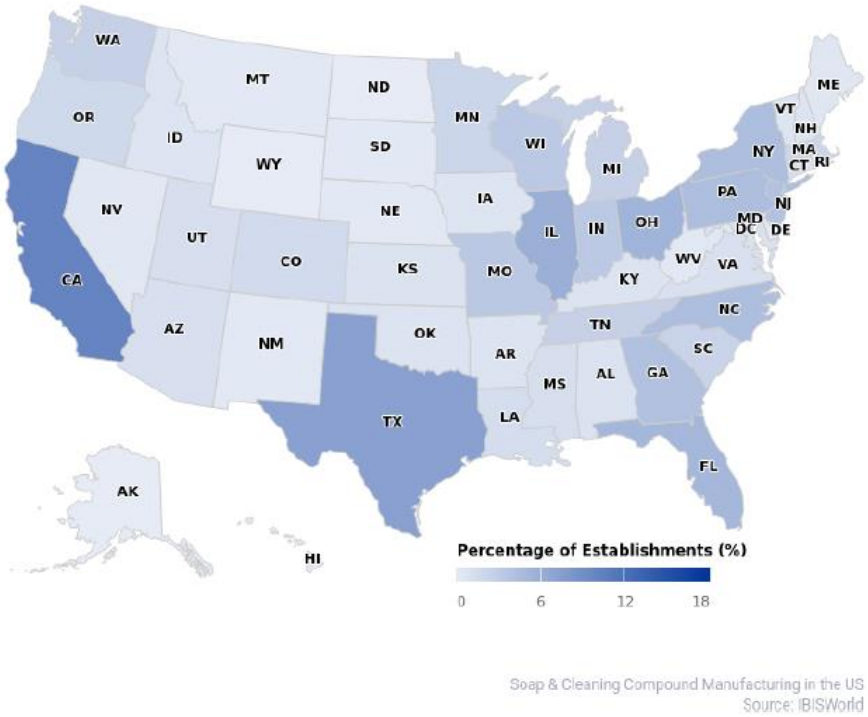
Ilustración 3: Concentración de la Industria de manufactura de pigmentos y colorantes en Estados Unidos por estados



Fuente IBIS World

En el caso de la industria estadounidense de manufactura de jabón y compuestos de limpieza, vende US$ 42,100 millones, emplea a casi 55,000 personas que trabajan en más de 4,500 empresas las cuales se encuentran concentradas en los siguientes estados. Debe notarse que esta industria incluye los jabones de tocador, los jabones líquidos para uso personal, así como los jabones y detergentes para diversos usos incluidos los destinados al lavado de ropa, platos, pisos, baños, etc.

Ilustración 4: Concentración de la Industria de jabón y compuestos de limpieza en Estados Unidos por estados



Fuente IBIS World

3.2. Exportaciones totales de Estados Unidos

En el siguiente cuadro se presenta las exportaciones de los Estados Unidos, de las partidas priorizadas para este estudio. En el caso de sus exportaciones de ingredientes, estas alcanzaron en el 2021 la suma de USD 1,177 millones, monto que refleja la fortaleza de su agricultura a partir de la cual se desarrollan los ingredientes que exporta. Las fruta, nueces, vegetales y flores también se destinan a la producción de aceites esenciales pigmentos y mantecas.

En el caso de cosméticos y productos de cuidado personal, sus exportaciones alcanzaron en el 2021 la suma de USD 9,711 millones, con importantes exportaciones de productos de cuidado personal como shampoos, desodorantes y jabones. Sin embargo, son los cosméticos para la piel sus principales ventas al exterior con USD 3,808 millones.

Los cosméticos y productos de cuidado personal de los Estados Unidos son muy reconocidos en los mercados externos por su calidad. Las empresas estadounidenses exportan productos para todos los segmentos del mercado, incluso participan en el mercado de lujo. La inversión que realizan sus empresas en investigación y desarrollo les permiten ofertar productos que están a la vanguardia. Muchas de sus pequeñas y medianas empresas, muy bien consolidadas son adquiridas por grupos de belleza europeos.

Estados Unidos cuenta con empresas altamente competitivas, como Procte & Gamble; Estée Lauder Companies, Inc.; la antes francesa y ahora estadounidense Coty, Inc.;

Revlon, Inc.; Mary Kay, Inc., entre otras, las cuales exportan a todos el mundo y que incluso cuentan con subsidiaras propias en muchos países.

Tabla 2: Exportaciones de Estados Unidos en miles de USD – Partidas priorizadas

Subpartida - HTS US	Descripción	2021
	TOTAL, INGREDIENTES	**1,177,593,039**
1301.90	Natural gums, gum resins, resins and balsams, nesoi	18,819,773
1302.19	Vegetable saps and extracts, nesoi	225,442,363
1302.39	Mucilages and thickeners, whether or not modified, derived from vegetable products, nesoi	73,647,159
1515.90	Fixed vegetable fats and oils and their fractions, whether or not refined but not chemically modified, nesoi	260,194,211
1516.20	Vegetable fats and oils and their fractions, hydrogenated, interesterified, reesterified or elaidinized, whether or not refined, not further prepared	73,994,479
3203.00	Coloring matter of vegetable or animal origin and preparations based thereon	142,579,511
3205.00	Color lakes; preparations based on color lakes	35,831,046
3301.29	Essential oils, nesoi	347,084,497
3301.90	Concentrates of essential oil; terpenic by-products of deterpenation of essent'l oil; extracted oleoresins; aqueous solutions of essential oil, nesoi	104,886,547
Subpartida - HTS US	**Descripción**	**2021**
	Total cosméticos y productos de cuidado personal	**9,711,931,291**
3303.00	Perfumes and toilet waters	1,188,663,261
3304.10	Lip make-up preparations	239,652,683
3304.20	Eye make-up preparations	271,326,791
3304.30	Manicure or pedicure preparations	177,453,076
3304.91	Powder make-up or skin care preparations, including face powder, rouge, baby powder and bath powder	212,147,482
3304.99	Beauty or make-up preparations and preparations for care of the skin (excluding medicaments) nesoi, including sunscreens and suntan preparations	3,808,037,940
3305.10	Shampoos for hair	467,990,253
3305.20	Preparations for permanent waving or straightening hair	15,527,765
3305.30	Hair lacquers	41,196,965
3305.90	Preparations for use on the hair, nesoi	834,746,816
3306.10	Dentifrices	267,275,678
3306.20	Yarn used to clean between the teeth (dental floss)	33,587,307
3306.90	Preparations for oral or dental hygiene nesoi, including denture fixative pastes and powders	232,286,252
3307.10	Pre-shave, shaving or after-shave preparations	72,828,167
3307.20	Personal deodorants and antiperspirants	216,794,737
3307.30	Perfumed bath salts and other bath preparations	51,225,566
3307.41	Agarbatti and other odoriferous preparations which operate by burning	7,396,903
3307.49	Preparations for perfuming or deodorizing rooms, nesoi	343,529,591
3307.90	Depilatories and other perfumery, cosmetic or toilet preparations, nesoi	444,653,631
3401.11	Soap and organic surface-active products in bars or other shapes and paper, wadding etc. Containing soap or detergent, for toilet use	267,271,446
3401.30	Organic surface-active products and preps for washing skin, form of liquid or cream, for retail sale, whether or not containing soap	518,338,981

Fuente: USITC

3.3. Importaciones Totales de Estados Unidos

En el siguiente cuadro se presenta las importaciones de los Estados Unidos, de las partidas priorizadas para este estudio. En el 202, Estados Unidos importó USD 2,754 millones de ingredientes, siendo el principal producto importado los extractos vegetales con USD 1,114 millones, seguido de aceites esenciales, aceites vegetales y materias colorantes por 567, 447 y 227 millones respectivamente.

En lo que respecta a sus importaciones de cosméticos y productos de cuidado personal, en el 2021 Estados Unidos, importó un total de USD 12,521 millones, de los cuales USD 8,483 millones son cosméticos, mientras que productos de cuidado personal son de USD 4,038 millones. Los principales productos importados son los destinados al cuidado de la piel, los perfumes y colonias, maquillaje para los ojos y maquillaje para los labios por USD 3,759, 3,089, 830 y 436 millones.

Tabla 3: Importaciones de los Estados Unidos desde todo del mundo, de ingredientes, cosméticos y productos de cuidado personal, en US$

Subpartida HTS US	Descripción	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	TOTAL	**991,575,155**	**1,679,706,317**	**2,239,841,700**	**2,506,372,239**	**2,754,739,555**	**9.91**
1302.19	Vegetable saps and extracts, nesoi	349,055,615	646,286,891	874,990,733	1,004,553,767	1,114,222,096	10.92
3301.29	Essential oils, nesoi	207,136,379	379,387,333	490,211,905	552,119,068	567,480,249	2.78
1515.90	Fixed vegetable fats and oils and their fractions, whether or not refined but not chemically modified, nesoi	74,583,653	187,302,019	334,015,822	407,182,944	447,811,471	9.98
3203.00	Coloring matter of vegetable or animal origin and preparations based thereon	121,370,462	148,579,750	171,953,724	203,745,459	227,578,341	11.70
3301.90	Concentrates of essential oil; terpenic by-products of deterpenation of essent'l oil; extracted oleoresins; aqueous solutions of essential oil, nesoi	69,185,146	112,682,892	117,785,172	116,070,000	142,571,050	22.83
1302.39	Mucilages and thickeners, whether or not modified, derived from vegetable products, nesoi	89,933,055	105,647,161	110,754,920	88,686,670	110,164,553	24.22
1516.20	Vegetable fats and oils and their fractions, hydrogenated, interesterified, reesterified or elaidinized, whether or not refined, not further prepared	50,046,349	59,231,451	100,039,932	89,192,204	90,256,703	1.19
1301.90	Natural gums, gum resins, resins and	20,419,332	32,924,189	28,436,638	34,485,995	42,278,282	22.60

	balsams, nesoi						
3205.00	Color lakes; preparations based on color lakes	9,845,164	7,664,631	11,652,854	10,336,132	12,376,810	19.74
Subpartida HTS US	**Descripción**	**2010**	**2015**	**2019**	**2020**	**2021**	**Var % 21/20**
	Total	**5,858,361,101**	**8,769,589,117**	**10,830,988,993**	**10,224,452,108**	**12,521,514,752**	**22.47**
3304.99	Beauty or make-up preparations and preparations for care of the skin (excluding medicaments) nesoi, including sunscreens and suntan preparations	1,249,514,386	2,197,018,287	3,168,726,521	2,991,765,792	3,759,482,263	25.66
3303.00	Perfumes and toilet waters	1,573,828,898	1,989,970,472	2,465,446,452	2,129,510,500	3,089,166,680	45.06
3305.90	Preparations for use on the hair, nesoi	603,378,506	873,774,755	944,297,776	972,352,911	1,187,608,955	22.14
3304.20	Eye make-up preparations	425,171,249	772,435,625	897,994,187	698,110,045	830,065,320	18.90
3401.30	Organic surface-active products and preps for washing skin, form of liquid or cream, for retail sale, whether or not containing soap	224,934,113	364,815,497	461,779,575	791,353,184	596,279,352	-24.65
3304.10	Lip make-up preparations	276,901,653	566,472,418	552,151,703	417,249,720	436,981,214	4.73
3307.49	Preparations for perfuming or deodorizing rooms, nesoi	174,749,444	246,713,073	336,417,163	358,824,054	434,438,372	21.07
3305.10	Shampoos for hair	143,563,384	220,360,384	278,782,383	292,798,061	342,608,493	17.01
3401.11	Soap and organic surface-active products in bars or other shapes and paper, wadding etc. Containing soap or detergent, for toilet use	141,847,324	160,707,715	253,387,431	297,915,160	335,299,521	12.55
3307.20	Personal deodorants and antiperspirants	118,649,467	176,250,097	187,579,724	170,673,599	234,452,846	37.37
3304.91	Powder make-up or skin care preparations, including face powder, rouge, baby powder and bath powder	150,156,026	288,590,830	289,305,994	195,737,925	228,253,998	16.61

3306.10	Dentifrices	163,155,675	197,489,501	211,848,236	194,222,035	203,704,077	4.88
3307.90	Depilatories and other perfumery, cosmetic or toilet preparations, nesoi	190,459,083	147,602,367	151,586,170	149,555,028	177,177,310	18.47
3306.90	Preparations for oral or dental hygiene nesoi, including denture fixative pastes and powders	81,536,536	120,181,189	163,187,559	136,618,661	145,474,824	6.48
3306.20	Yarn used to clean between the teeth (dental floss)	75,398,693	102,454,045	104,533,148	117,799,341	141,755,942	20.34
3304.30	Manicure or pedicure preparations	88,348,374	156,858,201	116,983,714	120,678,067	139,349,488	15.47
3307.30	Perfumed bath salts and other bath preparations	48,678,186	56,881,222	108,642,993	75,003,938	96,763,248	29.01
3307.10	Pre-shave, shaving or after-shave preparations	61,845,375	51,575,376	63,025,627	56,267,070	61,887,093	9.99
3307.41	Agarbatti and other odoriferous preparations which operate by burning	21,925,609	25,954,403	26,968,601	30,807,026	42,344,354	37.45
3305.30	Hair lacquers	13,906,035	42,287,201	41,844,359	21,543,474	30,628,037	42.17
3305.20	Preparations for permanent waving or straightening hair	30,413,085	11,196,459	6,499,677	5,666,517	7,793,365	37.53

Fuente: USITC / Elaboración: AIBD LLC

3.3.1. Importaciones de los Estados Unidos a través de los estados del Oeste

Como se mencionó previamente, el estudio busca identificar las oportunidades comerciales para los productos peruanos en el Oeste de los Estados Unidos. y por lo mismo en este estudio analizaremos las importaciones de realizadas a traves de los 22 distritos aduaneros ubicados en el Medio Oeste, el Sur Oeste y el Oeste.

En el caso de los ingredientes, las importaciones en el 2021 a través de los 22 distritos aduaneros antes indicados sumaron USD 1,318 millones, monto que equivale al 47.8% de las importaciones totales de los Estados Unidos.

Los principales productos importados por el Oeste son los extractos vegetales, los aceites y grasa vegetales, los aceites esenciales y las materias colorantes de origen animal y vegetal.

En el caso de los cosméticos y productos de cuidado personal, las importaciones en el 2021 a través de los 22 distritos adunaros objeto del presente estudio, sumaron US$ 5,234 millones, monto que equivale al 41.8% de las importaciones totales de los Estados

Unidos. Asimismo, solo los cosméticos fueron USD 3,025 millones y los productos de cuidado personal fueron de US$ 2,208 millones. Es notable el pequeño porcentaje de perfume y aguas de tocador importados por estos 22 distritos aduaneros, solo USD 239 millones, frente a los USD 3,089 millones importados por todo los Estados Unidos.

3.3.2. Importaciones de Estados Unidos a través de las 3 regiones del Oeste de los Estados Unidos

Tabla 4: Importaciones de Estados Unidos desde todo del mundo, de ingredientes, cosméticos y productos de cuidado personal a través de los 22 distritos aduaneros ubicados en las 3 regiones del Oeste (Medio Oeste, Sur Oeste y Oeste)

Subpartida - HTS US	Descripción	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	TOTAL	**394,425,927**	**719,879,866**	**1,082,671,688**	**1,233,229,641**	**1,318,493,384**	**6.9**
1302.19	Vegetable saps and extracts, nesoi	157,350,150	312,469,732	399,723,950	468,813,444	552,283,542	17.8
1515.90	Fixed vegetable fats and oils and their fractions, whether or not refined but not chemically modified, nesoi	39,191,424	106,836,411	217,856,064	275,157,699	284,085,676	3.2
3301.29	Essential oils, nesoi	28,386,418	99,265,188	218,177,862	249,482,503	242,137,795	-2.9
3203.00	Coloring matter of vegetable or animal origin and preparations based thereon	59,025,526	60,432,326	85,027,074	87,510,434	86,970,866	-0.6
1302.39	Mucilages and thickeners, whether or not modified, derived from vegetable products, nesoi	54,575,613	62,911,981	59,943,321	50,251,844	56,621,202	12.7
3301.90	Concentrates of essential oil; terpenic by-products of deterpenation of essent'l oil; extracted oleoresins; aqueous solutions of essential oil, nesoi	13,928,788	27,048,273	31,736,248	36,026,250	39,570,173	9.8
1516.20	Vegetable fats and oils and their fractions, hydrogenated, interesterified, reesterified or elaidinized, whether or not refined, not further prepared	25,797,209	35,679,148	51,471,948	46,063,246	36,738,359	-20.2
1301.90	Natural gums, gum resins,	8,420,910	8,978,304	11,007,547	12,389,110	10,945,730	-11.7

	resins and balsams, nesoi						
3205.00	Color lakes; preparations based on color lakes	7,749,889	6,258,503	7,727,674	7,535,111	9,140,041	21.3
Subpartida - HTS us	**Descripción**	**2010**	**2015**	**2019**	**2020**	**2021**	**Var % 21/20**
	Total	**2,207,497,583**	**3,595,402,125**	**4,482,800,304**	**4,549,017,531**	**5,234,342,804**	**15.1**
3304.99	Beauty or make-up preparations and preparations for care of the skin (excluding medicaments) nesoi, including sunscreens and suntan preparations	491,729,403	1,038,171,952	1,516,315,987	1,584,706,505	1,985,288,011	25.3
3305.90	Preparations for use on the hair, nesoi	317,936,390	500,814,208	493,800,030	515,702,031	589,745,626	14.4
3401.30	Organic surface-active products and preps for washing skin, form of liquid or cream, for retail sale, whether or not containing soap	131,565,278	202,706,224	268,275,457	492,233,198	351,908,622	-28.5
3307.49	Preparations for perfuming or deodorizing rooms, nesoi	132,632,365	177,454,662	246,704,073	277,786,924	345,821,169	24.5
3304.20	Eye make-up preparations	138,082,569	287,070,174	378,650,757	270,692,205	336,784,204	24.4
3303.00	Perfumes and toilet waters	190,539,967	207,043,130	223,024,449	205,211,025	239,500,932	16.7
3306.10	Dentifrices	125,478,631	184,921,543	192,726,936	170,304,780	179,260,583	5.3
3304.10	Lip make-up preparations	90,668,564	229,483,158	220,405,680	161,606,956	177,560,222	9.9
3401.11	Soap and organic surface-active products in bars or other shapes and paper, wadding etc. Containing soap or detergent, for toilet use	65,828,887	71,574,405	122,457,148	144,824,788	176,145,544	21.6
3305.10	Shampoos for hair	77,512,422	100,641,778	134,608,594	120,690,806	158,469,264	31.3
3307.20	Personal deodorants and antiperspirants	54,113,902	117,118,499	102,874,893	102,574,180	122,334,436	19.3
3306.20	Yarn used to clean between the teeth (dental floss)	46,036,893	67,782,742	89,619,200	103,459,867	113,425,119	9.6
3307.90	Depilatories and other perfumery,	141,846,829	66,402,701	84,965,782	82,423,173	97,610,036	18.4

	cosmetic or toilet preparations, nesoi						
3304.91	Powder make-up or skin care preparations, including face powder, rouge, baby powder and bath powder	57,362,029	114,494,658	141,883,430	98,011,583	97,206,776	-0.8
3304.30	Manicure or pedicure preparations	43,663,596	100,703,449	79,477,624	80,457,882	91,399,393	13.6
3307.30	Perfumed bath salts and other bath preparations	19,352,662	31,989,277	64,599,848	49,539,557	59,352,841	19.8
3306.90	Preparations for oral or dental hygiene nesoi, including denture fixative pastes and powders	29,052,685	36,830,386	46,027,679	35,050,387	44,677,608	27.5
3307.10	Pre-shave, shaving or after-shave preparations	27,136,280	22,708,487	34,495,021	28,853,828	31,656,937	9.7
3307.41	Agarbatti and other odoriferous preparations which operate by burning	12,753,428	12,873,043	11,970,161	12,645,728	19,930,730	57.6
3305.30	Hair lacquers	7,320,707	23,634,214	28,370,096	11,361,681	15,186,141	33.7
3305.20	Preparations for permanent waving or straightening hair	6,884,096	983,435	1,547,459	880,447	1,078,610	22.5

Fuente: USITC, Elaboración: AIBD LLC

3.4. Importaciones de Estados Unidos desde Perú

Las importaciones totales de cosméticos y productos de cuidado personal de los Estados Unidos desde Perú, en el 2021 alcanzaron la suma de USD 30.6 millones, siendo las materias colorantes de origen vegetal y otros colores las que sumaron más del 50%, alcanzando la suma de USD 17.6 millones.

En lo que respecta a sus importaciones de cosméticos y productos de cuidado personal, en el 2021 Estados Unidos importó en total USD 2.1 millones, siendo los principales productos importados el agarbatti y otras preparaciones odoríferas, seguido por reparaciones para uso en el cabello, las jabones, preparaciones para el cuidado de la piel.

Tabla 5: Importaciones de los Estados Unidos desde Perú de ingredientes, cosméticos y productos de cuidado personal, a través de todos los distritos aduaneros, en USD

Subpartida HTS US	Descripción	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	TOTAL	**31,674,021**	**20,268,154**	**20,770,556**	**22,861,887**	**30,633,726**	**34.0**
3203.00	Coloring matter of vegetable or animal origin and preparations based thereon	18,894,706	7,350,164	7,090,702	8,168,420	10,465,184	28.1

3205.00	Color lakes; preparations based on color lakes	7,766,920	4,252,945	5,395,811	4,837,611	7,171,124	48.2
1302.39	Mucilages and thickeners, whether or not modified, derived from vegetable products, nesoi	1,898,382	526,429	2,229,192	1,651,518	5,370,213	225.2
1302.19	Vegetable saps and extracts, nesoi	770,989	2,659,441	2,153,378	4,159,966	2,675,693	-35.7
3301.29	Essential oils, nesoi	27,757	10,121	344,464	224,891	267,370	18.9
1515.90	Fixed vegetable fats and oils and their fractions, whether or not refined but not chemically modified, nesoi	1,271,865	3,165,207	529,514	343,843	240,073	-30.2
1301.90	Natural gums, gum resins, resins and balsams, nesoi	0	5,117	50,202	127,838	95,123	-25.6
3301.90	Concentrates of essential oil; terpenic by-products of deterpenation of essent'l oil; extracted oleoresins; aqueous solutions of essential oil, nesoi	44,466	22,403	0	19,174	17,150	-10.6
1516.20	Vegetable fats and oils and their fractions, hydrogenated, interesterified, reesterified or elaidinized, whether or not refined, not further prepared	0	0	0	14,648	5,211	-64.4
Subpartida HTS US	**Descripción**	**2010**	**2015**	**2019**	**2020**	**2021**	**Var % 21/20**
	Total	**498,463**	**1,137,156**	**1,487,637**	**1,655,979**	**2,162,282**	**30.6**
3307.41	Agarbatti and other odoriferous preparations which operate by burning	0	46,812	488,264	630,326	1,023,699	62.4
3305.90	Preparations for use on the hair, nesoi	9,524	190,736	205,449	366,781	476,631	29.9
3401.11	Soap and organic surface-active products in bars or other shapes and paper, wadding etc. Containing soap or detergent, for toilet use	99,406	66,153	243,507	57,347	197,652	244.7
3304.99	Beauty or make-up preparations and preparations for care of the skin (excluding medicaments) nesoi, including sunscreens and suntan preparations	188,965	4,999	85,295	81,001	136,946	69.1
3305.10	Shampoos for hair	46,203	28,318	40,917	45,984	133,820	191.0
3303.00	Perfumes and toilet waters	105,514	437,198	176,426	122,273	92,773	-24.1
3305.20	Preparations for permanent waving or straightening hair	0	0	0	15,725	26,877	70.9
3307.49	Preparations for perfuming or deodorizing rooms, nesoi	19,155	192,018	176,110	17,444	24,532	40.6
3307.90	Depilatories and other perfumery, cosmetic or toilet preparations, nesoi	13,826	163,239	3,200	0	20,241	
3304.20	Eye make-up preparations	0	0	12,486	16,210	6,953	-57.1
3307.20	Personal deodorants and antiperspirants	0	0	0	10,428	6,437	-38.3
3401.30	Organic surface-active products and preps for washing skin, form of liquid or cream, for retail	15,870	0	44,463	292,460	6,176	-97.9

	sale, whether or not containing soap						
3307.30	Perfumed bath salts and other bath preparations	0	7,683	0	0	4,517	
3307.10	Pre-shave, shaving or after-shave preparations	0	0	0	0	2,850	
3304.91	Powder make-up or skin care preparations, including face powder, rouge, baby powder and bath powder	0	0	11,520	0	2,178	

Fuente: USITC / Elaboración: AIDB LLC

En el caso de las importaciones de los Estados Unidos desde Perú a través de los 22 distritos aduaneros del Oeste, estas alcanzaron la suma de USD 15.4 millones, siendo las materias colorantes, los extractos, los mucílagos y los extractos vegetales los que lideran la relación de ingredientes.

En el caso de los cosméticos y productos de cuidado personal, importados a través de los 22 distritos aduaneros, son el Agarbatti y otras preparaciones para uso en el cabello, los jabones, make ups, shampoo para el cabello y los perfumes, los que lideran el grupo de productos.

Tabla 6: Importaciones de los Estados Unidos desde Perú, de ingredientes, cosméticos y productos de cuidado personal, en USD, a través de los 22 distritos aduaneros ubicados en las 3 regiones del Oeste.

Subpartida HTS US	Descripción	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	TOTAL	**20,021,126**	**11,235,862**	**9,403,487**	**10,535,174**	**15,421,559**	**46.4**
3203.00	Coloring matter of vegetable or animal origin and preparations based thereon	12,473,692	4,463,982	3,903,180	4,697,051	7,652,403	62.9
3205.00	Color lakes; preparations based on color lakes	6,241,427	3,793,399	3,251,114	3,229,122	5,312,453	64.5
1302.39	Mucilages and thickeners, whether or not modified, derived from vegetable products, nesoi	0	12,898	1,117,728	571,511	1,251,393	119.0
1302.19	Vegetable saps and extracts, nesoi	224,846	100,260	757,959	1,605,657	1,014,688	-36.8
1515.90	Fixed vegetable fats and oils and their fractions, whether or not refined but not chemically modified, nesoi	1,072,844	2,861,754	324,665	233,911	72,640	-68.9
1301.90	Natural gums, gum resins, resins and balsams, nesoi	0	0	46,682	125,688	58,385	-53.5
3301.29	Essential oils, nesoi	8,317	3,569	2,159	53,060	44,816	-15.5
3301.90	Concentrates of essential oil; terpenic by-products of deterpenation of essent'l oil; extracted oleoresins; aqueous solutions of essential oil, nesoi	0	0	0	19,174	12,650	-34.0
1516.20	Vegetable fats and oils and their fractions, hydrogenated, interesterified, reesterified or elaidinized, whether or not refined, not further prepared	0	0	0	0	2,131	
Subpartida HTS US	**Descripción**	**2010**	**2015**	**2019**	**2020**	**2021**	**Var % 21/20**
	Total	**135,251**	**483,433**	**338,363**	**565,851**	**952,054**	**68.3**
3307.41	Agarbatti and other odoriferous preparations which operate by burning	0	15,245	211,361	441,802	773,159	75.0

3305.90	Preparations for use on the hair, nesoi	4,322	97,662	79,283	95,550	101,638	6.4
3401.11	Soap and organic surface-active products in bars or other shapes and paper, wadding etc. Containing soap or detergent, for toilet use	20,723	8,151	11,400	2,224	37,213	1573.2
3307.90	Depilatories and other perfumery, cosmetic or toilet preparations, nesoi	0	5,854	3,200	0	15,400	
3305.10	Shampoos for hair	35,322	13,706	14,270	0	12,917	
3307.20	Personal deodorants and antiperspirants	0	0	0	0	6,437	
3303.00	Perfumes and toilet waters	57,212	342,815	5,700	4,500	2,745	-39.0
3307.49	Preparations for perfuming or deodorizing rooms, nesoi	0	0	0	6,050	2,545	-57.9
3304.20	Eye make-up preparations	0	0	9,748	0	0	
3304.99	Beauty or make-up preparations and preparations for care of the skin (excluding medicaments) nesoi, including sunscreens and suntan preparations	17,672	0	3,401	0	0	
3305.20	Preparations for permanent waving or straightening hair	0	0	0	15,725	0	-100.0
3307.30	Perfumed bath salts and other bath preparations	0	0	0	0	0	

Fuente: USITC /Elaboración: AIBD LLC

3.5. Análisis de países competidores del Perú

En los siguientes cuadros se presentan las importaciones totales de los Estados Unidos y las importaciones de los Estados Unidos a través de los 22 distritos aduaneros del Oeste. Solo se incluyen las importaciones realizadas desde países ubicados en América, donde podemos encontrar a nuestros competidores directos.

En el primer cuadro podemos ver las importaciones de ingredientes para cosmética y productos de cuidado personal. Como se puede advertir, son México, Canadá y Brasil los principales proveedores seguidos en cuarto lugar por Perú, que exporta a todos los Estados Unidos, un monto de USD 16.3 millones y a través de los 22 distritos aduaneros 15.4 millones.

Tabla 7: Importaciones de ingredientes totales de los Estados Unidos e importaciones a través de los 22 distritos aduaneros del Oeste. 2021, en USD por país exportador

País	Ingredientes Total Estados Unidos	Ingredientes Oeste Estados Unidos
Total	**378,822,844**	**273,472,142**
Mexico	198,897,444	192,668,706
Canada	51,977,670	29,562,911
Brazil	36,186,903	12,070,737
Peru	26,307,141	15,421,559
Chile	21,680,047	8,646,809
Haiti	7,281,766	722,743
Argentina	6,448,838	4,769,470
Guatemala	5,946,502	1,324,990
Panama	4,868,872	3,686,111
Ecuador	4,021,705	2,941,695
Colombia	3,828,555	86,477
Paraguay	3,630,464	107,472
Dominican Rep	2,959,816	983,260
Costa Rica	2,368,525	348,630
Jamaica	1,612,516	15,550

El Salvador	353,778	105,870
Belize	137,894	
Uruguay	131,384	
Nicaragua	111,827	
Honduras	64,249	5,837
Venezuela	3,633	
Bolivia	3,315	3,315

Fuente: USITC / Elaboración: AIBD LLC

En el caso de las importaciones de cosméticos y productos de cuidado personal, es decir, tratándose de productos acabados, son Canadá, México, Brasil, Colombia, República Dominicana, Argentina y Guatemala los que tienen mayores ventas que Perú, que exporta a todos los Estados Unidos un valor de USD 2.1 millones y a través de los 22 distritos aduaneros 944 mil.

En este caso debe notarse que tanto México y Republica Dominicana, son centros de producción de marcas estadounidenses, quienes operan plantas propias o hacen maquila en plantas ubicadas en las zonas francas ubicadas al norte de México, y en las zonas francas de Republica Dominicana. Distinto es el caso de las importaciones desde Canadá, que en su mayoría provienen de marcas canadienses buscando vender al mercado de los Estados Unidos.

También distinto es el caso de las exportaciones de Brasil y Colombia que exportan al mercado de los Estados Unidos, cosméticos con sus propias marcas y muy limitadamente hacen maquila o producción bajo marca privada. Las marcas brasileñas como Natura se venden ampliamente en la comunidad hispana en general y también en la comunidad brasileña residente en los Estados Unido y poco a poco ha ido avanzando en sus ventas a los blancos no hispanos, como se conoce estadísticamente a la mayoría blanca anglosajona de ese país.

Asimismo, algunas marcas de Republica Dominicana también venden productos terminados con marca, en este caso también focalizados en la comunidad dominicana y caribeña residente en los Estados Unidos. Se comercializan por ejemplo productos para el cabello para acentuar el rizado o para desrizar. Sus ventas no son apoyadas por campañas dirigidas a otras minorías o al público blanco no hispano, sin embargo, sin una mayor publicidad, el consumidor afro americano, ha empezado a comprar productos dominicanos que atienden sus mismas necesidades.

Tabla 8: Importaciones de productos cosméticos de los Estados Unidos e importaciones a través de los 22 distritos aduaneros del Oeste. 2021, en USD por país

País	Cosméticos y CP total ESTADOS UNIDOS	Cosméticos y CP Oeste ESTADOS UNIDOS
Total	**2,784,488,085**	**1,832,398,610**
Canada	1,503,268,126	688,501,289
Mexico	1,165,163,064	1,126,524,412
Brazil	41,176,568	4,850,380
Colombia	40,563,672	9,632,885
Dominican Rep	20,031,251	133,114
Argentina	3,885,184	816,086
Guatemala	3,137,105	127,278
Perú	2,143,599	944,388
Panama	1,706,965	407,850
Uruguay	1,261,420	
Chile	1,055,130	352,552
Ecuador	360,350	75,794
El Salvador	350,769	

Venezuela	110,204	
Haiti	95,522	
Guyana	88,267	
Paraguay	36,968	
Costa Rica	33,316	23,333
Belize	6,770	6,770
Honduras	5,479	2,479
Nicaragua	4,800	
French Guyana	3,556	

Fuente: USITC / Elaboración: AIBD LLC

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

Las importaciones estadounidenses de ingredientes objeto del presente estudio y usando las partidas arancelarias escogidas para el estudio, provienen principalmente de la India, seguida de la China, Francia, México y España. Perú aparece en el puesto 18 con USD 26.3 millones de ventas lo que representa el 1% de las importaciones totales de los Estados Unidos. A través de los 22 distritos aduaneros usados para el estudio, el Perú se ubica como proveedor No. 15 con USD 15.4 millones de ventas y con una participación de 1.2%.

Tabla 9: Importaciones de ingredientes desde los Estados Unidos por país, de todos los distritos aduaneros versus distritos del Oeste

Ingredientes importados por EEUU a través de todos los distritos aduaneros

	País	2021	Partic %
	Total	**2,754,739,555**	**100.0**
1	India	577,101,557	20.9
2	China	435,227,210	15.8
3	France	244,309,314	8.9
4	Mexico	198,897,444	7.2
5	Spain	184,402,685	6.7
6	Italy	111,166,921	4.0
7	Indonesia	83,976,813	3.0
8	Netherlands	83,284,051	3.0
9	Australia	63,249,372	2.3
10	Germany	59,153,845	2.1
11	Canada	51,977,670	1.9
12	Bulgaria	41,416,595	1.5
13	United Kingd	38,602,709	1.4
14	Philippines	37,656,812	1.4
15	Brazil	36,186,903	1.3
16	Israel	35,712,034	1.3
17	South Korea	27,844,196	1.0
18	Peru	26,307,141	1.0
19	Japan	25,529,833	0.9
20	Kenya	22,567,160	0.8
	Los Demás	370,169,290	13.4

Ingredientes importados por EEUU a traves de los distritos aduaneros del Oeste

	País	2021	Partic %
	Total	**1,318,493,384**	**100.0**
1	China	292,958,769	22.2
2	Mexico	192,668,706	14.6
3	India	177,888,871	13.5
4	Spain	84,427,421	6.4
5	Italy	71,126,393	5.4
6	France	66,570,292	5.0
7	Australia	39,587,836	3.0
8	Bulgaria	34,117,800	2.6
9	Canada	29,562,911	2.2
10	Philippines	24,092,142	1.8
11	Indonesia	23,293,084	1.8
12	Kenya	21,875,601	1.7
13	United Kingdo	20,833,929	1.6
14	South Korea	17,248,718	1.3
15	Peru	15,421,559	1.2
16	Germany	14,118,757	1.1
17	Singapore	14,026,718	1.1
18	Brazil	12,070,737	0.9
19	Denmark	11,897,481	0.9
20	Morocco	10,776,802	0.8
	Los Demás	143,928,857	10.9

Fuente: USITC / Elaboración: AIBD LLC

Tratándose de cosméticos y productos de cuidado personal, los principales proveedores de los Estados Unidos, son Francia, Canadá, México, China, Italia, Corea del Sur, España, Reino Unido y Alemania, países que se disputan este importante mercado. Francia cuenta con el 23.7% del mercado lo que refleja el poder de sus importantes

empresas de bellezas agrupadas bajo el conglomerado LVMH, Hermes, Dior y otras reconocidas empresas de belleza.

Ninguna empresa de América Latina, con excepción de México, aparece entre los top 20 proveedores de los Estados Unidos, que como antes se mencionó antes, es un hub manufacturero donde se maquila producción de marcas propias del país.

Perú aparece como proveedor en el puesto 54 con solo USD 2.1 millones de ventas y en sus ventas a través de los 22 distritos aduaneros, se ubica como proveedor No. 49 con ventas que ascienden únicamente a USD 944 mil dólares.

Tabla 10: Importaciones de cosméticos y productos de cuidado personal desde los Estados Unidos por país, de todos los distritos aduaneros versus distritos del Oeste

	País	2021	Partic %
	Total	**12,024,751,012**	**100.0**
1	France	2,852,599,020	23.7
2	Canada	1,503,268,126	12.5
3	Mexico	1,165,163,064	9.7
4	China	1,073,234,372	8.9
5	Italy	1,040,033,982	8.6
6	South Korea	794,801,903	6.6
7	Spain	462,821,385	3.8
8	United Kingd	457,611,687	3.8
9	Germany	427,637,223	3.6
10	Sweden	280,017,698	2.3
11	Japan	206,775,853	1.7
12	Israel	169,056,727	1.4
13	Switzerland	158,814,962	1.3
14	India	151,212,127	1.3
15	Taiwan	118,086,010	1.0
16	Ireland	108,094,308	0.9
17	United Arab	102,715,991	0.9
18	Turkey	85,902,094	0.7
19	Belgium	81,649,145	0.7
20	Australia	78,592,858	0.7
54	Peru	2,143,599	0.0
	Los Demás	704,518,878	5.9

	País	2021	Partic %
	Total	**4,977,313,366**	**100.0**
1	Mexico	1,126,524,412	22.6
2	China	818,411,982	16.4
3	Canada	688,501,289	13.8
4	South Korea	530,318,517	10.7
5	France	344,735,226	6.9
6	Sweden	276,398,560	5.6
7	Italy	223,719,410	4.5
8	Japan	122,925,914	2.5
9	Germany	117,712,896	2.4
10	United Kingdo	112,740,485	2.3
11	Taiwan	86,411,072	1.7
12	Hungary	70,695,941	1.4
13	Australia	50,440,407	1.0
14	Switzerland	47,749,634	1.0
15	Spain	47,299,972	1.0
16	India	42,808,820	0.9
17	United Arab E	31,870,096	0.6
18	Thailand	30,616,686	0.6
19	Netherlands	25,460,594	0.5
20	Vietnam	15,164,927	0.3
49	Peru	944,388	0.0
	Los Demás	165,862,138	3.3

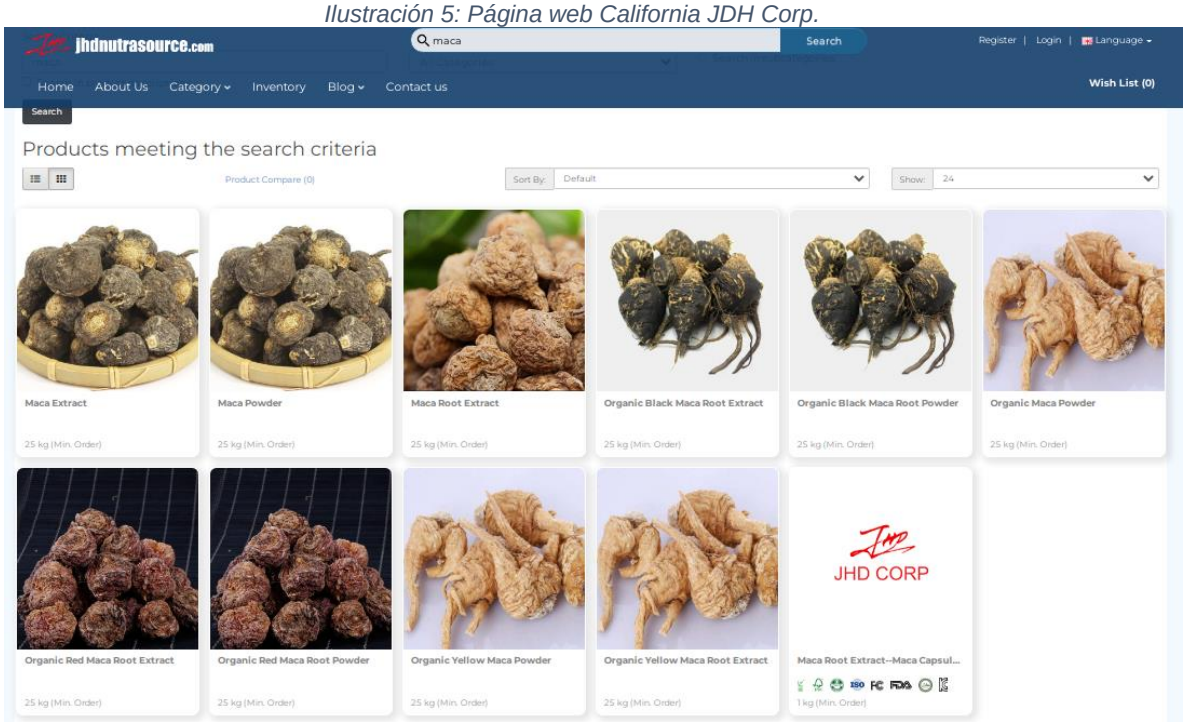
3.7. Principales Proveedores de Ingredientes Naturales, cosméticos y cuidado personal en el mercado

Estados Unidos es uno de los mercados más importantes para cosméticos y productos de cuidado personal, casi todos los países del mundo buscan abastecer a este mercado que compra productos de todas las calidades y precios, y toda variedad de productos, desde los más sofisticados elaboradas por las marcas líderes del mundo, pasado por productos ofertados por startups y productos o marcas étnicas que buscan atender comunidades de migrantes.

En lo que respecta a los ingredientes que se han considerados para este estudio, Estados Unidos importa desde todo el mundo más de USD 2,700 millones, siendo India, China, Francia, México y España sus principales proveedores. Perú es su proveedor No. 26 con más de USD 26 millones. India y China son los grandes proveedores de ingredientes similares a los que vende el Perú.

En el caso de China incluso reexporta productos de origen peruano, productos que Perú les exporta como materia prima o como producto intermedio, los cuales llegan a aparecer en el catálogo o lista de precios de empresas chinas que tienen subsidiarias en Estados Unidos. Un ejemplo es la empresa basada en California JDH Corp., subsidiaria del grupo chino Honda, que oferta al mercado estadounidense, 11 productos derivados de maca. En la foto es posible notar el producto maca que, al parecer, no es originaria de Perú por el color y forma, aunque otros son iguales a los que Perú produce.

Ilustración 5: Página web California JDH Corp.



Casi la mitad de los ingredientes que Estados Unidos importa desde todo el mundo ingresan a través de los 22 distritos aduaneros ubicados en el Oeste y representan más de USD 1,300 millones. En este caso son China, México, India, España e Italia los proveedores líderes, y el Perú se su proveedor No. 15 con más de USD 15 millones de las importaciones a través de los distritos aduaneros del Oeste.

En el caso de los cosméticos y productos de cuidado personal Estados Unidos importa desde todos y a través de todos los distritos aduaneros más de USD 12,000 millones. Los principales proveedores de los Estados Unidos son Francia, Canadá, México, China e Italia. En este caso Perú es su proveedor No. 54 con sólo USD 2.1 millones. A través de los distritos aduaneros del Oeste Estados Unidos importa desde todo el mundo casi USD 5,000 millones, siendo México, China, Canadá, Corea del Sur y Francia sus principales proveedores a través del Oeste. Perú es su proveedor No. 49 con USD 944 mil.

En el ANEXO 2 se incluyen los proveedores de cada uno de los productos considerados en el presente estudio, incluyendo la posición del Perú, en caso exporte dicho producto a los Estados Unidos.

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 Estados Unidos

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

- Ingrediente de color: Carmín y Bixina. Si bien la oferta peruana comprende 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 Estados Unidos 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

- Otros: Ingredientes como los fijadores entre los que se encuentra el almizcle y el extracto de almizcle vegetal. Aunque a Estados Unidos el Perú 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 vía aérea. A continuación, se incluyen los tipos de envases comúnmente usados, por producto.

Tabla 11: Importaciones de cosméticos y productos de cuidado personal desde los Estados Unidos por país, de todos los distritos aduaneros versus distritos del Oeste

ENVASE	PRODUCTO
Cilindros de acero de 50 kg.	Aceite esencial
Cilindro de 190 kg	Aceite de castaña orgánico granel
Barriles de 180 kg.	Aceite de jojoba orgánico

Bidones de 25 lt	Aceite de chía prensado en frio
Bolsas asepticas de 210 kgs	Jugo nfc jengibre orgánico
Bolsas de polietileno de 25kg	Goma de tara gm
Cilindro de 190 kg	Aceite de castaña orgánico
Cilindro de 208 litros	Aceite de chía 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 orgánico
Galonera de 4.5 kg	Aceite de semilla de maracuyá
Galonera de 4.5 kg	Aceite de castaña orgánico
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

En el presente estudio se analizarán los canales de distribución a estados ubicados en las tres regiones Medio Oeste, Sur Oeste y Oeste que comprenden 26 estados de Estados Unidos donde su ubican los 22 distritos aduaneros estudiados.

Debe notarse que las importaciones a través de los 22 distritos aduaneros también se destinan a Estados ubicados en el Este. Del mismo modo, como productos importados a través de distritos aduaneros ubicados en el Este también pueden destinarse para su consumo en el Oeste.

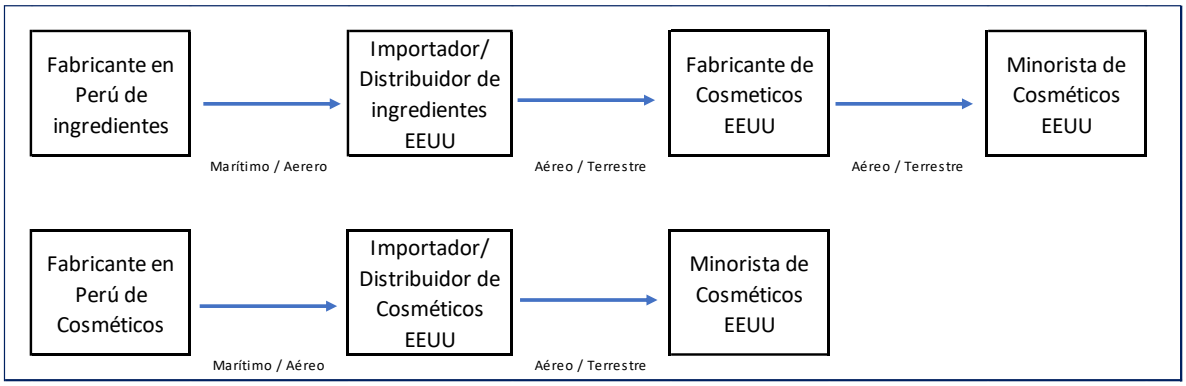
En Estados Unidos no es necesario hacer el “Import Entry” o despacho aduanero en el primer puerto de entrada de la mercadería, es muy común que el “Import Entry” se realice en la aduana más conveniente para el Agente de Carga en términos de costo y manejo aduanero.

Los canales usuales de distribución, dependiendo si la mercadería es ingrediente o un producto acabado como podría ser un cosmético o producto de cuidado personal.

Tratándose de un ingrediente la distribución partiendo de Lima se envía la carga generalmente vía aérea y también vía marítima al puerto de destino escogido. Luego del despacho aduanero para importación la carga es transportada usualmente vía aérea o terrestre a los almacenes del importador/distribuidor/reprocesador, desde donde es distribuida también vía aérea o terrestre a la planta del fabricante de cosméticos o producto de cuidado personal, quien a su vez lo distribuirá vía aérea o terrestre a los almacenes del minorista. Eventualmente el importador lo puede distribuir a otro procesador de ingredientes finales, quien a su vez lo venderá al fabricante de cosméticos, añadiéndose un eslabón adicional a la cadena de distribución.

En el caso de cosméticos o productos de cuidado personal ya terminados y con marca, el exportador ubicado en el Perú lo despachara a su importador/distribuidor vía aérea, eventualmente vía marítima. El Importador/distribuidor lo distribuye a minoritas vía aérea o terrestre, dependiendo de la distancia del minorista y también dependiendo del volumen de la carga.

Ilustración 6: Canal de distribución de ingredientes y cosméticos en Estados Unidos



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. La carga dependiendo de su naturaleza, si es ingrediente o producto acabado como son los cosméticos y productos de cuidado personal se despachan desde Perú vía marítima o por vía aérea.

Dentro de los 26 estados considerados para este estudio se ubican los 22 distritos aduaneros:

Anchorage - Arkansas,
Chicago - Illinois,
Cleveland- Ohio,
Columbia/Snake - Oregon,
Dallas/Fort Worth - Texas,
Detroit - Michigan,
Duluth- Minnesota,
El Paso - Texas,
Great Falls - Montana,
Honolulu- Hawaii,
Houston/Galveston - Texas,
Laredo - Texas,
Los Ángeles - California,
Milwaukee - Wisconsin,
Minneapolis - Minnesota,
Nogales - Arizona,
Pembina – North Dakota,
Port Arthur - Texas,
San Diego - California,
San Francisco - California,
Seattle - Washington,
St. Louis – Missouri

Dependiendo de su ubicación, los 26 estados considerados en este reporte son atendidos, algunos por los puertos marítimos ubicados en los Estados de California, Oregón y Washington, especialmente los puertos de Los Ángeles, Long Beach, Oakland y Portland. Los estados del Sur Oeste son atendidos también a través de los puertos ubicados en el Golfo de México especialmente por Houston en Texas.

Vía aérea, el oeste de los Estados Unidos está debidamente conectada con el Perú, varios aeropuertos cuentan con vuelos diarios y directos hacia el Perú, ciudades como Los Ángeles en California, Houston y Dallas en Texas, cuentan con múltiples vuelos diarios, y son hubs de interconexión a otros aeropuertos ubicados en cualquiera de los 26 estados comprendidos en el presente estudio.

En el caso de México las exportaciones a los Estados Unidos de ingredientes y cosméticos son realizadas en mayor medida vía terrestre. Sobre todo, considerando que las zonas francas donde están instaladas muchos exportadores están ubicadas en ciudades del norte de México. México también usa el transporte marítimo y aéreo para sus ventas a los Estados Unidos.

Canadá en general usa también transporte terrestre, sobre todo para sus operaciones a estados ubicados en el norte de Estados Unidos. El transporte aéreo también es altamente usado por exportadores canadienses que atienden los Estados Unidos y no así el transporte marítimo que es limitadamente usado. Puertos como los de Nueva York y Nueva Jersey reciben mucha carga marítima destinada a las provincias canadienses de Quebec y Ontario, a donde es trasladada usando camiones y ferrocarril, que de retorno también traen carga canadiense, tanto destinada a otros países como aquella destinada a Estados Unidos.

Estados Unidos cuenta con sistemas integrados de transporte multimodal para carga que viene de Europa o Asia y que tiene que pasar por su territorio. Sistemas como el “Landbridge”, “Intermodal Container” y “Micro Landbridge” son usados por importadores para acelerar la entrega de la carga. Por ejemplo, una empresa ubicada en Seattle, WA que está esperando con urgencia su carga de Europa, podría pedir que la carga sea destinada a Nueva York para de allí sea trasladada por tren a Seattle en una travesía que puede durar hasta 7 días adicionales, y si está más urgido, podría solicitar la travesía vía camión en 5 días. Esto para evitar el viaje marítimo vía el canal de Panamá y luego el viaje hacia Seattle, previas paradas en algún puerto de México y Los Ángeles, lo que podría significar casi 12 días adicionales. Lo mismo ocurre con carga viniendo en sentido contrario, de Asia destinada a la costa Este.

¿Qué es un “Land Bridge”?
La parte del viaje por tierra es a lo que nos referimos como un “Land Bridge” y, por lo general, ese envío viajará en tren o camión. Comúnmente, hay 4 términos diferentes que se usan en la industria del transporte marítimo que se refieren a los puentes terrestres, así que echemos un vistazo a ellos.

Landbridge
Intermodal container

Micro landbridge
Reverse Landbridge

“Landbridge”
Esto existe cuando un contenedor marítimo se envía por barco de un país a otro y luego se transporta a través de una extensión total de tierra, un país o un continente entero. Los envíos de contenedores pueden comenzar en un barco en China, descargar en el área de Los Ángeles, viajar en tren desde Los Ángeles a un puerto en Nueva York/Nueva Jersey o Jacksonville, y ser cargados en un barco con destino a Hamburgo, Alemania o algún otro país europeo.

Intermodal Container o “Mini Landbridge”
Es una carga que se envía de un país a otro y luego viaja por ferrocarril sobre una gran parte de la tierra en uno o ambos países y generalmente se denomina “Mini Landbridge”. Un ejemplo es el un contenedor cargado en un barco en China enviado a Los Ángeles para hacer el transbordo al ferrocarril o camión hacia su destino final en Florida.

Micro Landbridge
Un Micro Landbridge es una carga enviada por un buque portacontenedores de un país a otro país, que atraviesa tierra para llegar a su destino. Un ejemplo sería un envío marítimo desde China con destino a Houston, que viaja en tren para llegar allí. Micro Landbridge se entiende para embarques que no cruzan todo el continente.

Reverse Landbridge
Dado que el puerto de Los Ángeles/Long Beach es el más transitado de los Estados Unidos, la mayoría de los puentes terrestres estadounidenses comienzan allí. Cuando ocurre lo contrario, y un envío marítimo parte de Europa a un puerto de la costa este y desde allí viaja al oeste, es un Landbridge inverso.

Ilustración 7: Conexiones y transporte multimodal en Estados Unidos y Canadá

4.4. Canales de Comercialización

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:

- 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 Estados Unidos.

Ilustración 8: Canal de distribución exportador peruano/Fabricantes de ingredientes

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

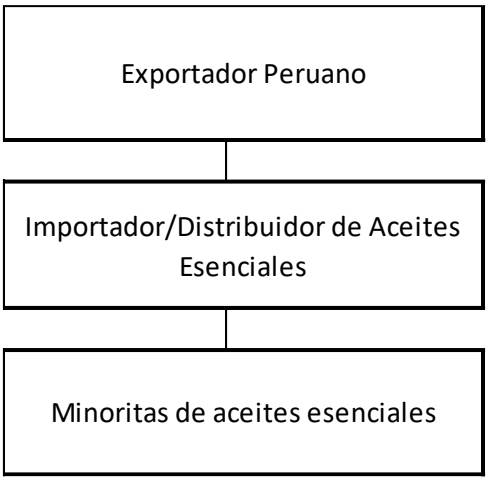
- Exportador Peruano/Fabricante de Ingredientes Terminados/Fabricante de cosméticos y productos de cuidado personal (ODM-OEM, marca propia)

Ilustración 9: Canal de distribución exportador peruano/Fabricante cosméticos con marca propia

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

- Exportador peruano/Importador Distribuidor/Minorista de aceites esenciales

Ilustración 10: Canal de distribución exportador peruano/ Minoristas



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

- Exportador de ingredientes/Empresas distribuidora subsidiaria en Estados Unidos/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.

Ilustración 11: Canal de distribución exportador de ingredientes/fabricante de cosméticos

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

Es muy importante explicar las funciones de los importadores/distribuidores:

Importadores/Distribuidor

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

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

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

Ciertamente existen fabricantes que saben cómo importar y hacer todas las validaciones, sin embargo, son pocos los fabricantes de cosméticos que importan directamente ingredientes de terceros, salvo que lo hagan de multinacionales muy reconocidas, la que en la mayoría de los casos tienen subsidiarias en los Estados

Unidos, lo que facilita el abastecimiento local de ingredientes a los fabricantes de cosméticos.

Tratándose de cosméticos y productos de cuidado personal, usualmente se cuenta con los Importadores/Distribuidores y algunos Minoristas Importadores Directos.

Importadores/Distribuidores

Son empresas especializadas en importar cosméticos, productos de cuidado personal y también perfumes y aguas de tocador los cuales distribuyen a minoristas en todos los Estados Unidos o únicamente en ciertas regiones. Son pocos los importadores que cuentan con capacidad de distribuir en todos los Estados Unidos, usualmente cuentan con socios estratégicos localizados en ciertas regiones, con quienes hacen una distribución recíproca, de los productos que representan.

Por ejemplo, un importador distribuidor basado en Los Ángeles que distribuye en California y Nevada, podría pedir a otra empresa que distribuye en Nueva York y Nueva Jersey que se encargue de distribuir en su territorio un shampoo de marca mexicana, sin embargo, exportadores extranjeros con productos reconocidos podrán contratar directamente importadores distribuidores asignándoles territorios determinados y exclusivos.

Minoristas Importadores Directos

Algunos minoristas, sobre todo minoritas independientes con varias locaciones, importan directamente cosméticos y productos de cuidado personal que usan en salones de belleza propios o vinculados, y además venden en sus propias tiendas de venta al por menor o mayor. Estos negocios por regla general son de empresarios hispanos, que fueron evolucionando y creciendo, que cuentan con puntos de venta minorista y que también importan directamente diversas marcas hispanas.

4.5. Precios

En el siguiente cuadro se puede apreciar los precios FOB de las partidas priorizadas.

Tabla 12: Precios FOB de los productos priorizados en el estudio

DESCRIPCION	PRODUCTO	PRECIO FOB	PESO NETO KG.	PRECIO UNIT. KG.
La demás goma natural, las resinas y las gomaresinas, nesoi	Goma de tara Partida. 1301909090	2,389.00	250.00	9.56
	Aceite de Copaiba Partida. 1301909090	1,020.00	38.59	26.43
Otros jugos y extractos vegetales, nesoi	Maca Partida. 1302199100	400.00	40.00	10.00
Mucilagos y espesantes, incluso modificados, derivados de productos vegetales, nesoi	Goma de Tara Partida. 1302399000	4,025.03	75.00	53.67
	Harina de Goma de Tara Partida. 1302399000	850,000.00	25,000.00	34.00
	Extracto de Cúrcuma Partida. 1302399000	9,600.00	5,457.03	1.76
	Goma de Tara Partida. 1302391000	356,796.00	18,000.00	19.82
	Harina de Goma de Tara Partida. 1302391000	144,000.00	8,000.00	18.00
	Polvo de Goma de Tara Partida. 1302391000	4,527.00	130.75	34.62

Grasas y aceites vegetales fijos y sus fracciones nesoi, incluso refinados, pero sin modificar químicamente	Aceite de Sacha Inchi Extra Virgen Partida. 1515900090	3,441.00	208.00	16.54
	Aceite de Copaiba Partida. 1515900090	653.00	15.00	43.53
	Aceite Virgen de Castaña Peruana Partida. 1515900090	6,664.00	784.00	8.50
	Harina de Sacha Inchi Partida. 1515900090	49,858.00	6,000.00	8.31
Grasas y aceites vegetales y sus fracciones, excepto de colza, hidrogenados interesterificados reesterificados elaidinizados sin refinar, pero no preprd	Aceite de Acai Convencional Partida. 1516200000	76.00	3.61	21.05
	Aceite de Sacha inchi Partida. 1516200000	17.00	0.81	20.99
	Aceite de Copaiba Partida. 1516200000	73.00	3.47	21.04
	Aceite de Unhurahui Partida. 1516200000	94.00	4.44	21.17
	Aceite de Aguaje Partida. 1516200000	347.00	4.50	77.11
Harina de annato, archil, cochinilla, cudbear, tornalo, monte y calendeta	Derivado del Achiote Partida. 3203001400	9,803.00	382.00	25.66
	Colorante Natural de Achiote Partida. 3203001400	70,110.00	600.00	116.85
	Annatto Partida. 3203001400	12,303.00	1,020.00	12.06
Materia colorante de origen vegetal o animal, nesoi	Liquid red Carminic Partida. 3203002100	13,028.00	400.00	32.57
	Annatto Partida. 3203002100	12,443.00	1,020.00	12.20
	Natural Color Partida. 3203002100	22,430.00	2,000.00	11.22
	Red Carminic Partida. 3203002100	7,695.00	50.00	153.90
	Montecarmin Partida. 3203002100	5,027.10	10.00	502.71
Lacas colorantes y preparaciones a las que se especifica en la nota 3 de este capítulo, otras, nesoi	Carmine Lake Partida. 3205000000	6,087.95	250.00	24.35
	Laca de Carmín de Cochinilla Partida. 3205000000	74,380.00	800.00	92.98
Aceites esenciales de cítricos de limón	Aceite Esencial Destilado de Limón peruano, Lime Partida. 3301130000	296,000.00	7,257.55	40.79
	Aceite Destilado de Limón peruano Partida. 3301130000	704,229.00	14,520.00	48.50
	Aceite Centrifugado de Limón peruano Partida. 3301130000	448,000.00	7,257.47	61.73
Aceites esenciales excepto los de cítricos, nesoi	Aceite Esencial de Molle Andina Partida. 3301299000	16,994.00	100.00	169.94
	Aceite esencial de Palo Santo	2,500.00	5.85	427.35
	Aceite esencia Palo de Rosa (Aniba Rosaeodora)	29,382.00	100.00	293.82
	Ambrette seed oil (Aceite de Almizcle) Abelmoschus Moschatus	32,340.00	3.00	10,780.00
	Aceite esencial de cedroncillo (Aloysia Herrerae-Verbenaceae)	4,471.00	5.00	894.20

Concentrados de aceites esenciales en grasas, en aceites fijos, en ceras o similares, obtenidos por enfloración o maceración; subproductos terpénicos etc., nesoi	aceite de aguaje partida. 3301909000	3.00	0.11	27.27
	Manteca de Cacao Partida. 3301909000	1.50	0.05	30.00
	Aceite de Castaña Partida. 3301909000	2.00	0.07	28.57
Preparaciones de belleza/maquillaje y preparaciones para el cuidado de la piel (excepto medicamentos), incluidas preparaciones para protectores solares o bronceadores, nesoi	Concha de Nácar Partida. 3304990000	350.00	22.52	15.54
	Crema Baba de Caracol Partida. 3304990000	149.00	5.21	28.60
	Exfoliante de rostro y cuerpo Partida. 3304990000	525.00	53.16	9.88
	Oil Body Wash Partida. 3304990000	359.51	13.62	26.40
	Sentiva Elixir de Vida Crema Antiedad Partida. 3304990000	1,459.00	65.23	22.37
Preparaciones para uso en el cabello, nesoi	Shampoo de Argan Partida. 3305900000	3,208.00	438.34	7.32
	Macadamia Deep Hydration Treatment	11,088.00	1,515.26	7.32
	Macamia Hydrating Shampoo Partida. 3305100000	9,958.00	1,360.79	7.32
	Shampoo Partida. 3305100000	866.40	32.83	26.39
	Smoothing Shampoo Partida. 3305100000	206.39	7.82	26.39
Jabón y demás tensoactivos orgánicos, de uso inodoro, en barras, tortas, piezas moldeadas y de papel, etc. Impregnados o recubiertos de jabón o detergente	Jabones de Glicerina Partida. 3401110000	48,397.00	1,875.78	25.80
	Jabón Acai Partida. 3401110000	32.00	3.72	8.60
	Jabón de Ruda Partida. 3401110000	2,699.00	310.53	8.69
Productos y preparaciones orgánicos para la limpieza de la piel, tensioactivos, líquidos o en crema para la venta al por menor, incluso con jabón, nesoi	Jabón Liq. P. Rosas Partida. 3401300000	319.00	252.25	1.26
	Jabón Liq. Manzanilla Partida. 3401300000	702.00	555.98	1.26
	Jabón Liq. Lavanda Partida. 3401300000	1,800.00	1,029.60	1.75
	Jabón Liq. Almendra Partida. 3401300000	1,244.00	1,029.60	1.21

4.6. Oportunidades del Mercado

Los ingredientes de cosmética y productos de cuidado personal atienden principalmente dos industrias de los Estados Unidos, a la industria de manufactura de cosméticos y productos de cuidado personal y 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 más 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 2016-2011 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%.

Sin embargo, en el curso de las investigaciones visitando empresas, tiendas y ferias especializadas se buscando identificar oportunidades comerciales para productos de la oferta exportable peruana, es decir ingredientes que el Perú ya exporta; y para productos que el Perú está en capacidad de desarrollar, producir y ofertar competitivamente al mercado de los Estados Unidos en general y a los mercados de la costa Oeste de los Estados Unidos en particular.

Por ello hemos buscado construir las oportunidades para ingredientes que el Perú aún no exporta a los Estados Unidos o lo hace muy marginalmente, y también considerando las materias primas disponibles con las que cuenta el Perú.

4.6.1. Aceite de quinua

El Perú es el principal productor de quinua y su exportación está prácticamente limitada a la venta de la quinua como alimento, sea en grano o procesada como comida preparada, sin embargo, es casi nula la exportación del aceite de quinua, siendo empresas fabricantes de aceites basados en Estados Unidos, Asia y Europa las que vienen desarrollando dicho aceite para su uso en cosmética.

La marca Kielh´s ofrece un micro peeling de US$ 60.00 precio al público en tienda, que es elaborado con aceite de cáscara de quinua.

Ilustración 12: Micropeeling Marca Kielh´s a base de aceite de cascara de quinua

La empresa no indica el origen del ingrediente, sólo menciona que el producto fue fabricado en los Estados Unidos con ingredientes comprados alrededor del mundo.

Ilustración 13: Etiquetado del producto

Si bien esta empresa indica que el aceite lo obtienen de la cáscara de la quinua, por entrevistas a distribuidores de ingredientes, se sabe que la principal fuente de aceite de quinua es del grano mismo.

De acuerdo a TradeMap, las exportaciones totales de quinua en grano al mundo, ascienden a 51,598 toneladas por US$ 104 millones. Además, el Perú exporta quinua en otras presentaciones, como alimentos preparados, con valor agregado, pero siempre como alimento.

Tabla 13: Exportaciones de quinua a nivel mundial

Exporters	2021	2021
	En Miles de US$	In Tons
World	**242,927**	**No Dispo.**
Peru	104,832	51,598
Bolivia	61,709	28,158
Canada	7,938	5,804
Australia	305	4,390
Netherlands	12,679	4,287
Spain	7,969	3,726
USA	12,122	3,380
Germany	8,068	2,242
Ecuador	3,380	1,439
Italy	4,779	1,396
France	4,646	1,231
Belgium	3,563	1,156

Fuente: Trademap

Pese al tamaño de las exportaciones de quinua en grano, según la fuente de referencias Veritrade, el Perú solo registra un embarque de aceite de quinua que fue despachado como muestra.

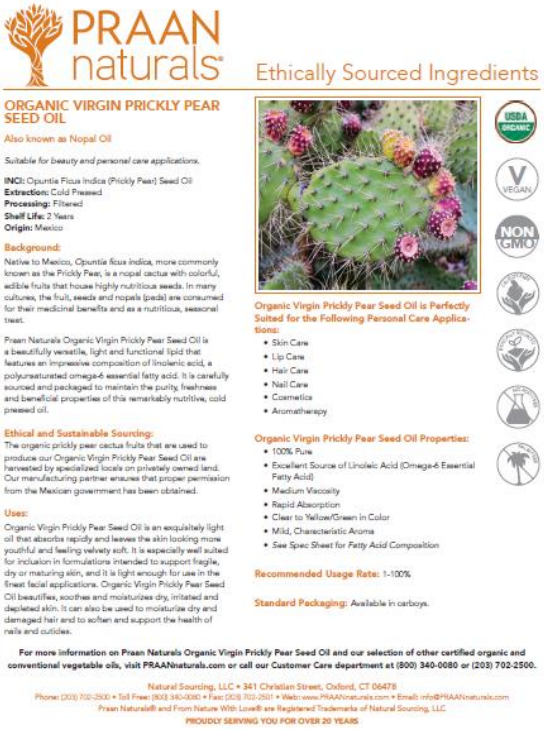
4.6.2. Aceite de pepa de tuna

Este es un ingrediente que está ganando tracción en el mercado de los Estados Unidos, y su uso en la industria cosmética es creciente. Se comercializa el aceite vegetal prensado, distribuyéndose como “Prickly Pear Seed Oil”, el cual contiene varios componentes que ayudan a la hidratación. También cuenta con propiedades antibacteriales y antioxidantes que pueden reducir la inflamación de la piel y prevenir el acné y los daños a la piel. Según sus distribuidores este producto es muy adecuado para el cuidado de la piel, de las uñas, de los labios, para uso cosmético y en aromaterapia.

Ilustración 14: Prickly Pear Seed Oil

Fuente: propia

Ilustración 15: Organic Virgin Prickly Pear Seed Oil



PRAAN naturals

Ethically Sourced Ingredients

ORGANIC VIRGIN PRICKLY PEAR SEED OIL

Also known as Nopal Oil

Suitable for beauty and personal care applications.

INCI: Opuntia Ficus Indica (Prickly Pear) Seed Oil
Extraction: Cold Pressed
Processing: Filtered
Shelf Life: 2 Years
Origin: Mexico

Background:
Native to Mexico, *Opuntia ficus indica*, more commonly known as the Prickly Pear, is a nopal cactus with colorful, edible fruits that house highly nutritious seeds. In many cultures, the fruit, seeds and nopals (pads) are consumed for their medicinal benefits and as a nutritious, seasonal treat.

Praan Naturals Organic Virgin Prickly Pear Seed Oil is a beautifully versatile, light and functional lipid that features an impressive composition of linolenic acid, a polyunsaturated omega-6 essential fatty acid. It is carefully sourced and packaged to maintain the purity, freshness and beneficial properties of this remarkably nutritive, cold pressed oil.

Ethical and Sustainable Sourcing:
The organic prickly pear cactus fruits that are used to produce our Organic Virgin Prickly Pear Seed Oil are harvested by specialized locals on privately owned land. Our manufacturing partner ensures that proper permission from the Mexican government has been obtained.

Uses:
Organic Virgin Prickly Pear Seed Oil is an exquisitely light oil that absorbs rapidly and leaves the skin looking more youthful and feeling velvety soft. It is especially well suited for inclusion in formulations intended to support fragile, dry or maturing skin, and it is light enough for use in the finest facial applications. Organic Virgin Prickly Pear Seed Oil beautifies, soothes and moisturizes dry, irritated and depleted skin. It can also be used to moisturize dry and damaged hair and to soften and support the health of nails and cuticles.

Organic Virgin Prickly Pear Seed Oil is Perfectly Suited for the Following Personal Care Applications:
- Skin Care
- Lip Care
- Hair Care
- Nail Care
- Cosmetics
- Aromatherapy

Organic Virgin Prickly Pear Seed Oil Properties:
- 100% Pure
- Excellent Source of Linoleic Acid (Omega-6 Essential Fatty Acid)
- Medium Viscosity
- Rapid Absorption
- Clear to Yellow/Green in Color
- Mild, Characteristic Aroma
- *See Spec Sheet for Fatty Acid Composition*

Recommended Usage Rate: 1-100%

Standard Packaging: Available in carboys.

For more information on Praan Naturals Organic Virgin Prickly Pear Seed Oil and our selection of other certified organic and conventional vegetable oils, visit PRAANnaturals.com or call our Customer Care department at (800) 340-0080 or (203) 702-2500.

Natural Sourcing, LLC • 341 Christian Street, Oxford, CT 06478
Phone: (203) 702-2500 • Toll Free: (800) 340-0080 • Fax: (203) 702-2501 • Web: www.PRAANnaturals.com • Email: info@PRAANnaturals.com
Praan Naturals® and From Nature With Love® are Registered Trademarks of Natural Sourcing, LLC
PROUDLY SERVING YOU FOR OVER 20 YEARS

Fuente: Praan Naturals

Sin embargo, existen otros ingredientes provenientes de la tuna que están siendo ofertados en el mercado de los Estados Unidos, por ejemplo, la empresa taiwanesa MCB Biotechnology Nutritionals[2] ofrece un cosmeceútico que favorece la hidratación y alivia la sequedad de la piel. Es un polvo concentrado de tuna que comercializa bajo su marca CactuSuperb.

[2] Página web MCB Biotechnology Nutritionals: https://www.mingchyi.com/en

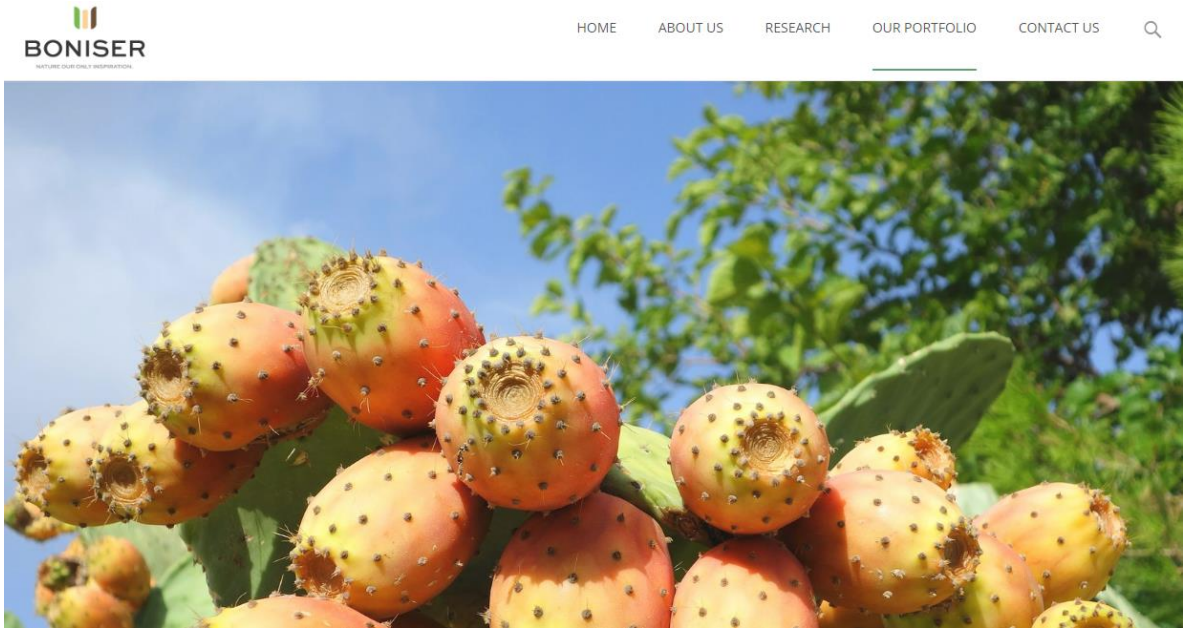
Ilustración 16: Producto de MCB Biotechnology Nutricionals

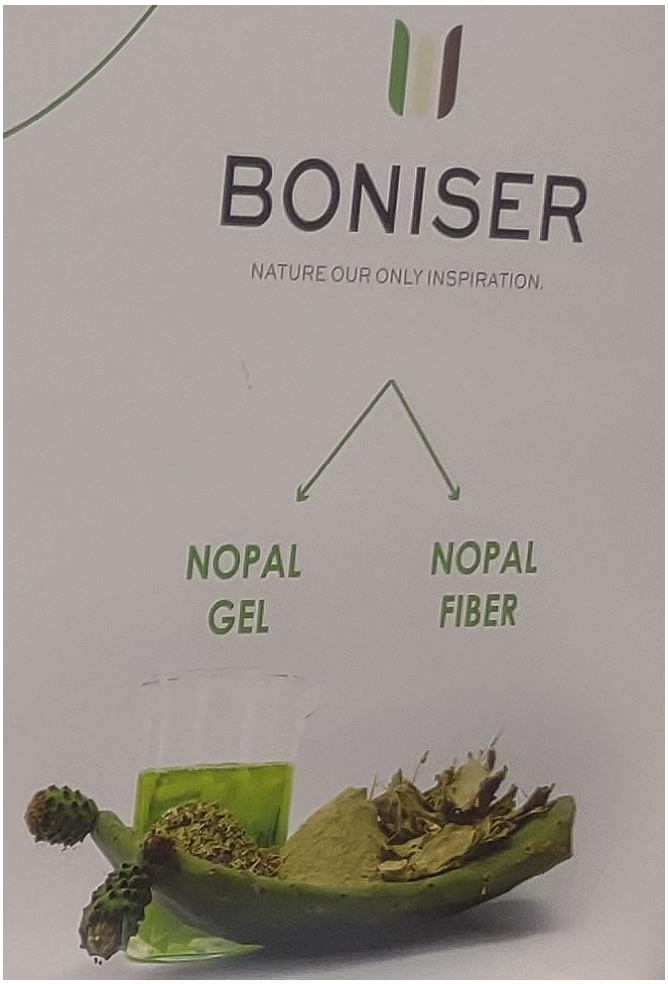
Fuente: MBCBiotechnology Nutricionals

Otra empresa que ofrece ingredientes para cosméticos, bebidas y alimentos elaborados con la tuna es la empresa Boniser[3], que ofrece extractos glicerinados de la tuna, tanto de la fruta como de la penca. “Prickly pear fruit” y “Prickly pear cladode” (Opuntia ficus-indica L. Mill.). Este ingrediente se usa como aditivo para alimentos y bebidas a las cuales les da una textura especial y también se usa en formulaciones cosméticas.

[3] Página web Boniser: http://boniser.it

Ilustración 17: Página web empresa Boniser





Fuente: Boniser

Como es muy conocido el Perú es un gran productor de tuna, tanto en la costa como en la sierra, desde el nivel del mar hasta casi los 3,000 m.s.n.m, donde se produce sobre

todo en lugares con limitada disposición de agua y usualmente donde viven poblaciones vulnerables.

La tuna producida en el Perú está casi íntegramente destinada al consumo doméstico toda vez que no podemos exportarla a la mayoría de los países por no contar con la admisibilidad sanitaria, como es el caso de Estados Unidos, la tuna como fruta fresca no puede exportarse a dicho mercado.

Por ello la alternativa a la producción de la tuna como fruta para consumo humano, en la actualidad es únicamente su cultivo para la producción de cochinilla. Sin embargo, los desarrollos de empresas de los Estados Unidos, Italia y Taiwan nos dan ejemplo probados de usos alternativos de esta fruta para la producción de aceite de pepa de tuna; de extractos y polvos de la fruta, extractos, fibra y gel de la penca.

4.6.3. Berryceuticals

El Perú es el segundo productor global de arándanos, debido a su privilegiado clima y capacidad empresarial y técnica de sus empresarios y agricultores. Este proceso que se ha logrado en muy poco tiempo y destinado casi íntegramente a su exportación para consumo humano, tiene que ser complementado por opciones comerciales destinadas a su uso en cosmética, cosmeceútica y nutraceútica, usualmente a partir de fruta que es considerada de segunda y por lo tanto no es exportada. Empresas canadienses y de Estados Unidos, han empezado a darle usos adicionales a los arándanos tanto para la fabricación de colorantes como para su uso como ingredientes.

Una empresa, entre varias que ofrecen ingredientes derivados de arándanos es la empresa Artemis[4], localizada en Fort Wayne, Indiana, comercializa diversos extractos elaborados a partir de berries, entre los cuales destaca los arándanos.

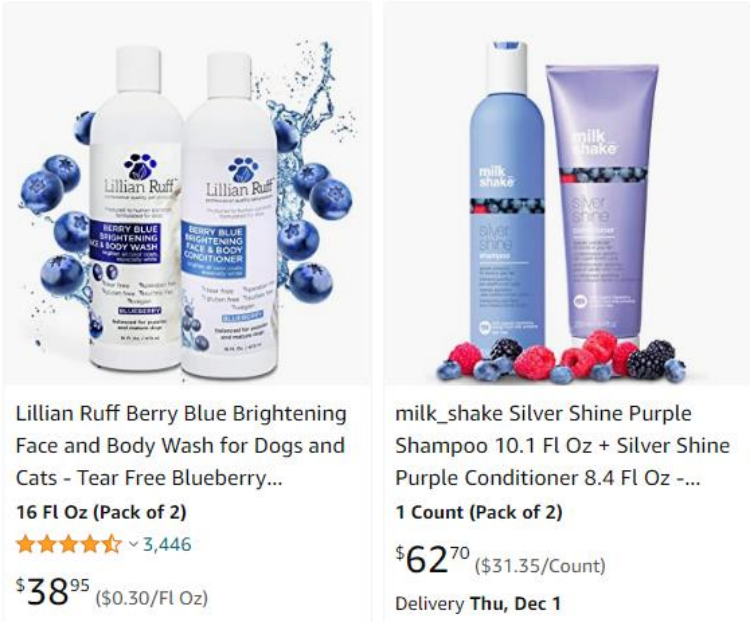
Debe notarse, sin embargo, que el Perú ya ha empezado a exportar aceite de Elderberry, fruta que en el Perú es conocido como arrayan y que tienen un amplio ámbito de desarrollo, incluso en zonas superiores a los 3,000 m.s.n.m.

[4] Página web Artemis (https://artemis-nutraceuticals.com)

Ilustración 18: Productos Artemis Nutraceuticals

Fuente: Artemis Nutraceuticals

Ilustración 19: Productos en Amazon en base a berries



Fuente: Amazon.com

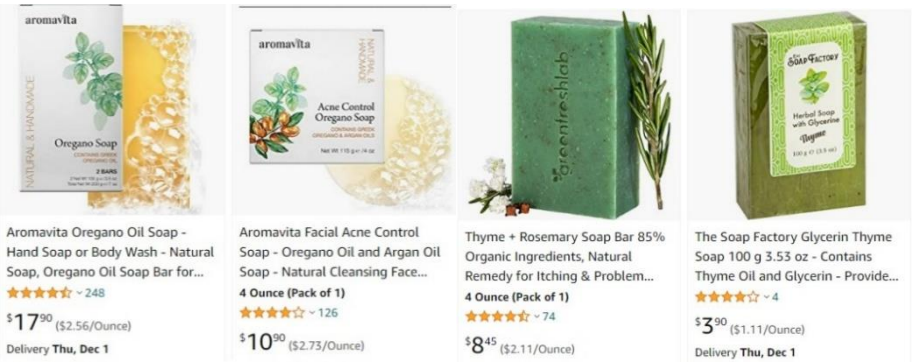
4.6.4. Aceites esenciales de orégano, tomillo y romero.

Estas hierbas aromáticas que el Perú produce y cuya exportación se encuentra focalizada para uso en la culinaria y para el consumo doméstico, son usadas para producir aceites esenciales que se usan en aromaterapia y como ingredientes para productos de cuidado personal. Sobre todo, para productos que son clasificadas como de segunda, como es el caso del orégano que se ennegrece por la humedad, que a

pesar de mantener sus propiedades organolépticas tiene un precio muy devaluado debido a su color. Justamente esas cosechas clasificadas como de segunda pueden usarse para producir aceites esenciales y exportarse el mercado de los Estados Unidos.

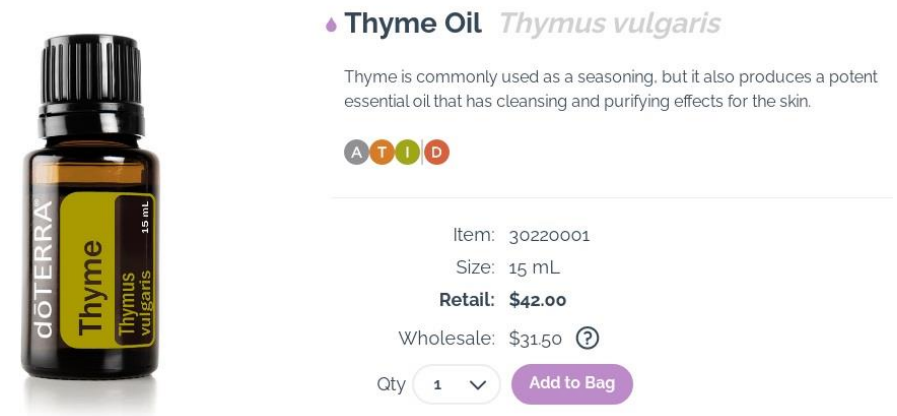
Importantes empresas como DoTerra comercializan aceite esencial de Orégano, si bien su venta está casi íntegramente destinada a la aromaterapia y para uso culinario, también se usan para la fabricación de jabones y otros productos de cuidado personal e incluso para farmacéutica.

Ilustración 20: Productos en Amazon en base a aceites de romero, orégano y tomillo



Fuente: Amazon

Ilustración 21: Productos en DoTerra en a aceites de romero, orégano y tomillo



Fuente: Doterra.com

4.6.5. Pigmentos de origen vegetal

La presión constante de ONGs y consumidores para que los cosméticos y productos de cuidado personal usen ingredientes “cruelty-free” y “veganos”, ha empujado a empresas de ingredientes a desarrollar colores de origen vegetal y presentados como “colores naturales” alternativos a colores desarrollados a partir del carmín de cochinilla. Si bien esta tendencia es más una amenaza a nuestras exportaciones, nos abre posibilidades para otros pigmentos de origen vegetal que el Perú ya exporta a los Estados Unidos o está en capacidad de exportar.

El Perú ya exporta diversos colorantes de origen vegetal y cada año viene incrementando colorantes que son extraídos de diversas materias vegetales, la antocianina de maíz morado, la curcumina de palillo, la bixina del achiote, la harina de marigold y también la bixina derivada del palillo, este último incluso se encuentra listado en la relación de colorantes permitidos para su uso en cosméticos del FDA que no requieren certificación.

Es notable que algunas empresas en los Estados Unidos se promocionen como proveedores de “colores naturales”, como ocurre con la empresa “California Natural Colors”, con una oferta de colores derivados de plantas, extraídos de fresa, piña, algas para el color azul, del arándano, de la zanahoria, del palillo, del achiote, entre otros.

El Perú con su amplia variedad de productos vegetales está en capacidad de desarrollar y producir competitivamente varios de los colores que se usan en cosmética, y también en otras industrias como la de alimentos y bebidas, como ya viene ocurriendo con los ingredientes de color que actualmente exporta y otros que podría desarrollar por ejemplo a partir del arándano, de algas o maracuyá, como vienen haciendo empresas estadounidenses.

Ilustración 22: Espacio publicitario empresa Nature´s True colors

Fuente: AIBD LLC

Fuente: AIBD LLC

4.6.6. Kion

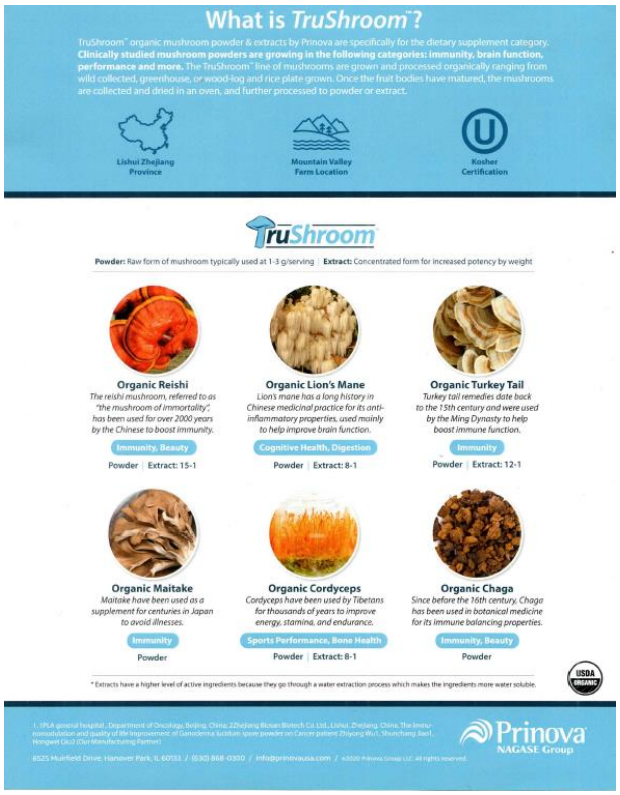
Conocido en inglés como Ginger, las empresas de ingredientes la venden como extracto y tambien como polvo molido. Promueven el producto por su ingrediente activo llamado Gengerols (HPLC). Empresas como DoTerra ofertan productos elaborados con kion y son multiples empresas que ofrecen dicho producto en jugos, como pure, encurtido, cristalizado, caramelizado en polvo.

Ilustración 23: Productos en base a kion

4.6.7. Hongos

Existe una fuerte presencia de empresas que ofertan hongos, si bien para uso en cosmeceúticos. El producto es ofertado en extracto así como de polvo o seco. Son multiples las variedades de hongos e incluso un applicativo de reconocimiento de hongos participa en las ferias de ingredientes. Los usos de los hongos dependiendo de la variedad son para mejorar la inmunidad, mejorar las funciones cerebrales, mejorar la estamina y energía.

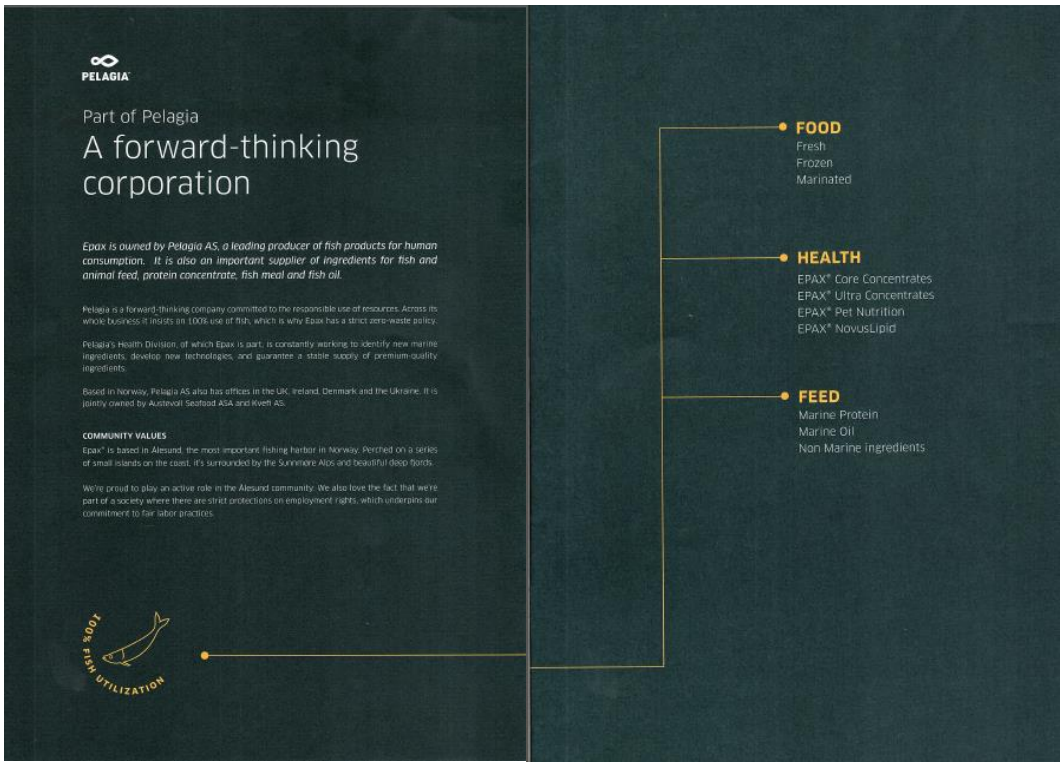
Ilustración 24: Productos RuShroom



4.6.8. Omega 3 de pescado

Son multiples las empresas que comercializan aceite, omega 3 y concentrados. Incluso empresas nordicas comercializan proteinas y concentrados, en base a productos que importan desde el Perú, y lo venden a los Estados Unidos. Como se aprecia en el brochure de la empresa Epax, perteneciente al grupo Pelagia, esta es una empresa pesquera que tiene 3 divisiones, una la que corresponde a alimentos para consumo humano vende pescado fresco, congelado o marinado, una segunda division de salud en la que vende concentrados, concentrados nutricionales para mascotas y lipidos y una tercera de alimentos para animales en la que producen harina de pescado y aceite de pescado. Ciertamente en una feria de ingredientes para cosmeceúticos, la empresa busca ofrecer productos para la salud.

Ilustración 25: Brochure empresa EPAX



PELAGIA

Part of Pelagia

A forward-thinking corporation

Epax is owned by Pelagia AS, a leading producer of fish products for human consumption. It is also an important supplier of ingredients for fish and animal feed, protein concentrate, fish meal and fish oil.

Pelagia is a forward-thinking company committed to the responsible use of resources. Across its whole business it insists on 100% use of fish, which is why Epax has a strict zero-waste policy.

Pelagia's Health Division, of which Epax is part, is constantly working to identify new marine ingredients, develop new technologies, and guarantee a stable supply of premium-quality ingredients.

Based in Norway, Pelagia AS also has offices in the UK, Ireland, Denmark and the Ukraine. It is jointly owned by Austevoll Seafood ASA and Kvefi AS.

COMMUNITY VALUES

Epax® is based in Ålesund, the most important fishing harbor in Norway. Perched on a series of small islands on the coast, it's surrounded by the Sunnmøre Alps and beautiful deep fjords.

We're proud to play an active role in the Ålesund community. We also love the fact that we're part of a society where there are strict protections on employment rights, which underpins our commitment to fair labor practices.

100% FISH UTILIZATION

FOOD
Fresh
Frozen
Marinated

HEALTH
EPAX® Core Concentrates
EPAX® Ultra Concentrates
EPAX® Pet Nutrition
EPAX® NovusLipid

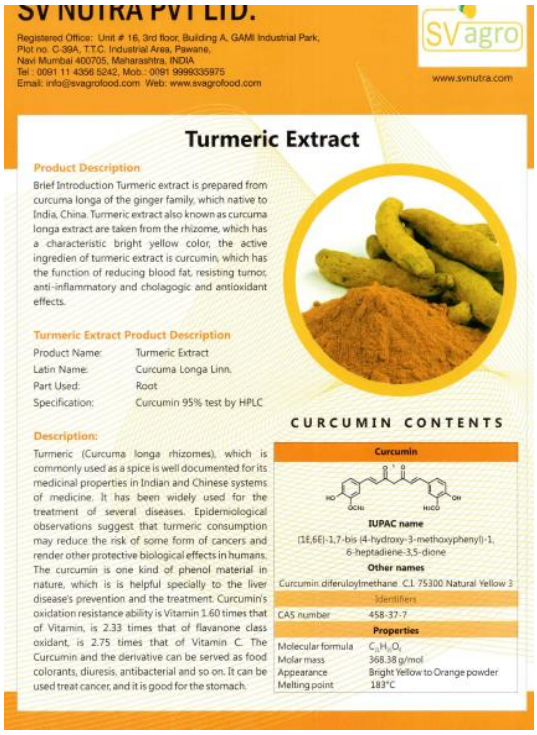
FEED
Marine Protein
Marine Oil
Non Marine ingredients

Fuente: Epax/Pelagia

4.6.9. Curcumina

Es un ingrediente vendido casi masivamente, si bien la mayor parte de los ofertantes son empresas de La India o sus subsidiarias, es notable la presencia de este producto en los catálogos de empresas de los Estados Unidos que distribuyen ingredientes.

Ilustración 26: Catálogos de empresas comercializadoras de cúrcuma



SV NUTRA PVT LTD.

Registered Office: Unit # 16, 3rd floor, Building A, GAMI Industrial Park, Plot no. C-39A, T.T.C. Industrial Area, Pawane, Navi Mumbai 400705, Maharashtra, INDIA
Tel : 0091 11 4358 5242, Mob.: 0091 9999335975
Email: info@svagrofood.com Web: www.svagrofood.com

SVagro
www.svnutra.com

Turmeric Extract

Product Description

Brief Introduction Turmeric extract is prepared from curcuma longa of the ginger family, which native to India, China. Turmeric extract also known as curcuma longa extract are taken from the rhizome, which has a characteristic bright yellow color, the active ingredien of turmeric extract is curcumin, which has the function of reducing blood fat, resisting tumor, anti-inflammatory and cholagogic and antioxidant effects.

Turmeric Extract Product Description

Product Name:	Turmeric Extract
Latin Name:	Curcuma Longa Linn.
Part Used:	Root
Specification:	Curcumin 95% test by HPLC

Description:

Turmeric (Curcuma longa rhizomes), which is commonly used as a spice is well documented for its medicinal properties in Indian and Chinese systems of medicine. It has been widely used for the treatment of several diseases. Epidemiological observations suggest that turmeric consumption may reduce the risk of some form of cancers and render other protective biological effects in humans. The curcumin is one kind of phenol material in nature, which is is helpful specially to the liver disease's prevention and the treatment. Curcumin's oxidation resistance ability is Vitamin 1.60 times that of Vitamin, is 2.33 times that of flavanone class oxidant, is 2.75 times that of Vitamin C. The Curcumin and the derivative can be served as food colorants, diuresis, antibacterial and so on. It can be used treat cancer, and it is good for the stomach.

CURCUMIN CONTENTS

Curcumin	
IUPAC name	(1E,6E)-1,7-bis (4-hydroxy-3-methoxyphenyl)-1, 6-heptadiene-3,5-dione
Other names	Curcumin diferuloylmethane C.I. 75300 Natural Yellow 3
Identifiers	
CAS number	458-37-7
Properties	
Molecular formula	$C_{21}H_{20}O_6$
Molar mass	368.38 g/mol
Appearance	Bright Yellow to Orange powder
Melting point	183°C

4.6.10. Algas

A partir de algas un importante numero de empresa ofrecen desde la espirulina, colorantes y Omega 3. También muchas empresas ofrecen productos derivados de algas marinas aunque fue posible notar la preeminencia que las empresas le dan Omega 3 derivada de algas.

Ilustración 27: Información de productos en base a algas

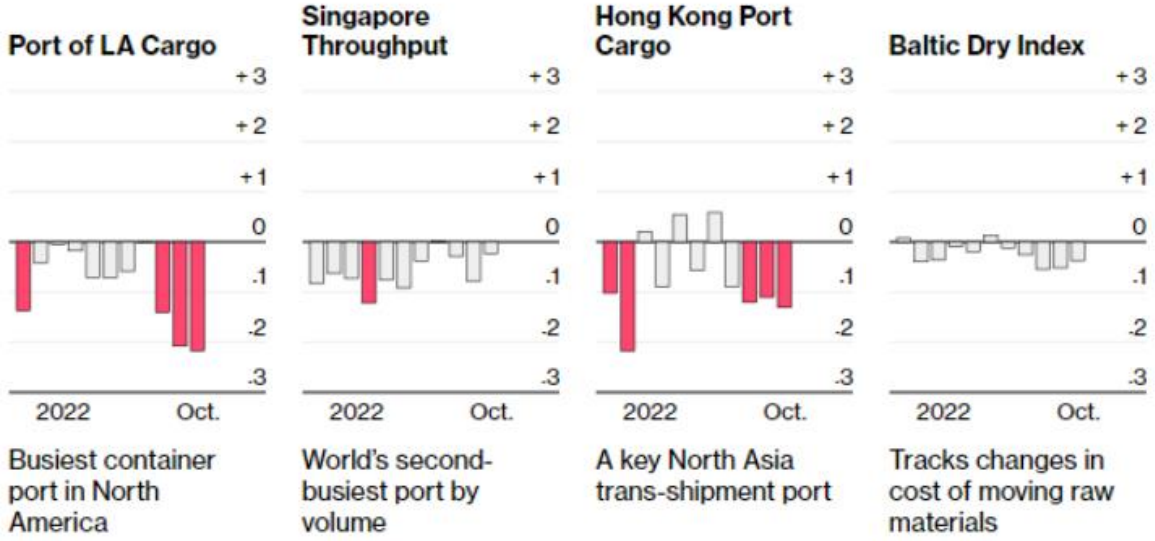
4.7. Riesgos del Mercado

El principal riesgo de corto plazo es la actual situación económica mundial que viene siendo afectada por la guerra en Ucrania, los esfuerzos de contención de Covid en China y el aumento de las tasas de interés en Estados Unidos. Según el “Trade Tracker” que publica Bloomberg, esos tres factores vienen generando una perspectiva sombría para el comercio mundial.

Según esta publicación tanto Alemania, Singapur, Estados Unidos y China muestran contracciones en sus exportaciones en el mes de octubre pasado, situación que también es notada por la naviera AP Moller-Maersk A/S cuyo director ejecutivo Sr. Soren Skou afirmó que el comercio mundial viene retrocediendo en este 2022. Ciertamente está situación podría afectar principalmente las exportaciones peruanas, que comprende los ingredientes para cosmética y en menor medida los ingredientes para productos de cuidado personal.

Bloomberg ha publicado estadística sobre los embarques al mes de octubre 2022, de los principales puertos que abastecen a todo el mundo, incluyendo a los Estados Unidos, todos muestran menores embarques que en el pasado.

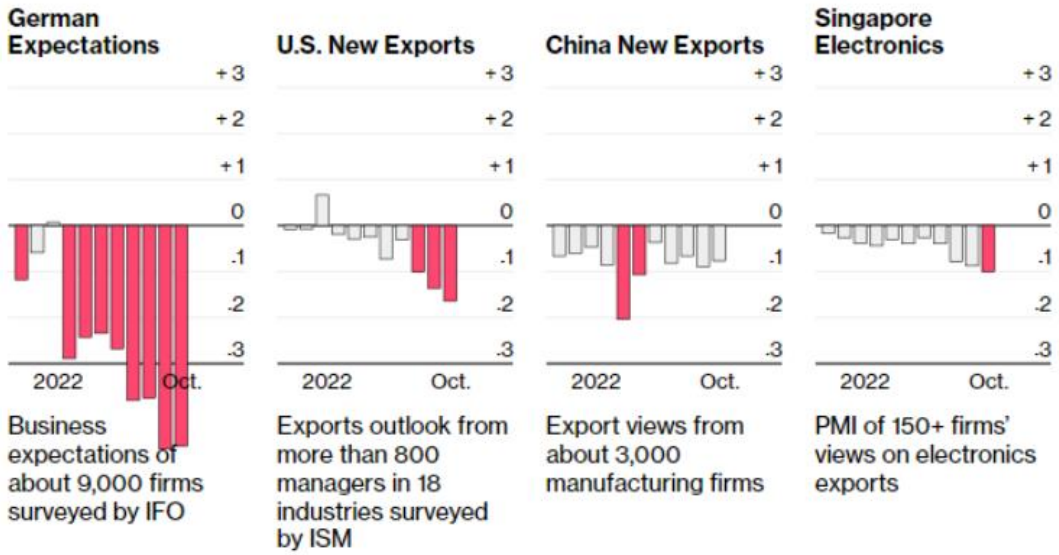
Ilustración 28: Data de Bloomberg respecto a embarques



Fuente: Bloomberg Trade Tracker

De acuerdo a lo antes indicado se espera que no mejore la situación en el corto plazo, inclusive puede agravarse, tal como se reporta en las expectativas de nuevos negocios o exportaciones, según sea el país encuestado.

Ilustración 29: Data de Bloomberg respecto a embarques



Fuente: Bloomberg Trade Tracker

Más allá de la situación económica, la industria presenta algunos riesgos propios y específicos para la oferta peruana de ingredientes, especialmente sobre la demanda de colorantes derivados de la cochinilla.

La cochinilla siendo un animal viene sufriendo los embates de organizaciones y consumidores que promueven el concepto de “cruelty free” + “vegano” y esa posición que inicialmente solo era compartida por ONGs y algunos consumidores, poco a poco ha ido calando también en algunas marcas independientes y luego a marcas de reconocidas empresas y finalmente a los grupos empresariales más importantes de la industria de la belleza y de cuidado personal.

Debe notarse, sobre todo en los grandes grupos empresariales, algunas de sus marcas cumplen plenamente con los principios “cruelty free” + “vegano”, aunque no todas sus marcas se apegan a estos conceptos. Sin embargo, en la medida que no les sea costoso o no los limite en el acceso a colores u a otros ingredientes, siempre preferirán dejar ingredientes que tengan algún tipo de rechazo, como es el caso de los colorantes derivados de la cochinilla.

Una marca que ha tomado protagonismo en este proceso es la marca británica “Stella” de propiedad de Stella McCartney, hija del famoso músico Paul McCartney, que ha creado y desarrollado sus marcas promoviendo la sostenibilidad, el veganismo y el no uso de ingredientes con contenido animal. Según la entrevista publicada en la edición especial del periódico WWD “WWD Beauty Inc” del 09 de setiembre pasado, bajo el título “Simply Stella”, la Sra. McCartney es presentada como “una vegetariana, quien mucho antes de que estén de moda estos temas, estaba portando los banners contra el uso de pieles, cuero y plumas. Es presentada como una persona que siente repulsión al uso de productos animales en los cosméticos y productos de belleza. Ella lista el estómago de cerdos como fuente de colágeno y los insectos aplastados (usados para hacer pigmentos rojos) como algunos de los ingredientes que la ofenden”.

Ilustración 30: Entrevista WWD Beauty – Stella McCartney

“They have been so hungry to find new ways, new solutions,” she said.

A vegetarian who loves horseback riding, and who was flying the anti-fur, feather and leather banner long before the cause was fashionable, McCartney is repulsed by the use of animal products in beauty.

She lists pig stomach lining (a source of collagen) and crushed beetles (used to make red pigment) as just some of the ingredients that offend her.

Animals don’t need to die for the sake of high-performance skin care and makeup when there are so many natural solutions, she believes. “You can still have a really brilliant product that stands shoulder-to-shoulder with any other

The LVMH/McCartney beauty team, which works between France and England, had to think in a different way. McCartney wanted the ingredients to be few, sustainable and multitasking, and everything had to be cruelty-free, certified vegan and conform to the strictest regulations.

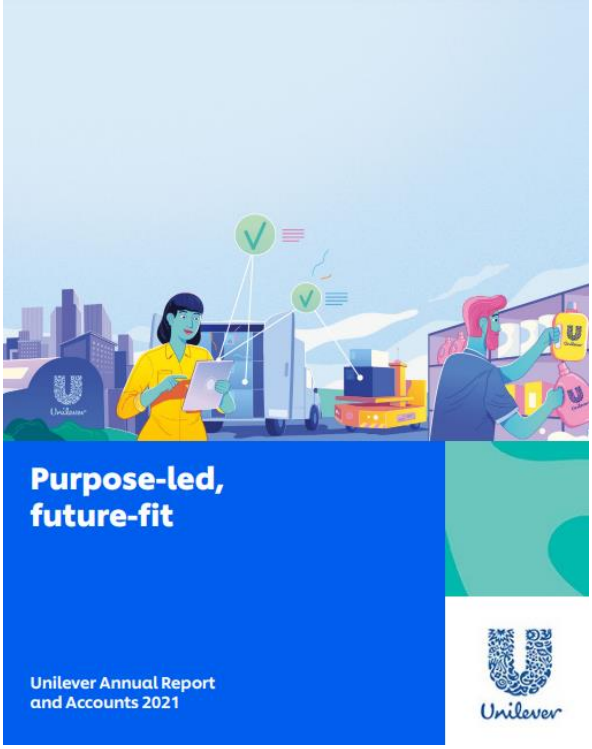
The products are all made with 99 percent, or more, natural-origin ingredients. The remaining 1 percent, or less, comes from synthetic ingredients used as preservatives.

Fuente: WWD Beauty Inc. Set 9, 2022

Si bien la empresa representa una parte marginal de las inversiones de LVMH en productos de belleza, este concepto de algún modo viene afectando el uso del carmín y derivados que el Perú exporta.

Sin embargo, esta preocupación sobre el uso del carmín ha empujado a empresas a buscar alternativas naturales, lo que ha permitido inventar un pigmento rojo de fuente vegetal, el cual viene siendo patentado y ya viene usándose en cosméticos de la marca de la división “Prestige”. El desarrollo de dicho colorante ha sido realizado por las empresas de propiedad del Unilever: Dermalogica y Hourglass.

Ilustración 31: Reporte anual del 2021 de Unilever



Portfolio transformation

We're building a sizeable Prestige beauty business, a key part of our strategy to evolve our portfolio into high growth spaces. Prestige is growing fast, with turnover of €1 billion in 2021 if we include a full year of Paula's Choice, a digitally led, cruelty-free skin care brand. The growth of Prestige was supported by new innovations from Dermalogica, REN – and Hourglass with a breakthrough red lipstick that offers consumers a vegan alternative to the red pigment traditionally made from crushed beetles.

“Transformación de nuestro portafolio

Estamos construyendo el negocio de belleza “Prestige”, una parte clave de nuestra estrategia para hacer evolucionar nuestra cartera hacia espacios de alto crecimiento. “Prestige” está creciendo rápidamente, con una facturación de 1,000 millones de euros en el 2021 si incluimos un año completo de "Paula's Choice", una marca de cuidado de la piel cruelty-free, dirigida digitalmente. El crecimiento de “Prestige” fue respaldado por nuevas innovaciones realizada por Dermalogica, REN y Hourglass con un innovador lápiz labial rojo que ofrece a los consumidores una alternativa vegana al pigmento rojo

tradicionalmente elaborado con insectos triturados (cochinilla)". Fuente: Reporte anual del 2021 de Unilever.

Ilustración 32: Articulo Fast Company

rate.

FAST COMPANY

6. HOURGLASS COSMETICS

For achieving the perfect red, without cruelty

In 2021, Hourglass Cosmetics—a cruelty-free, vegan beauty brand owned by Unilever—strengthened its commitment to animal welfare by developing the first-ever vegan replacement for carmine, a vibrant red pigment found in most color cosmetics on the market. Carmine, which is composed of thousands of crushed female insects, has been used for centuries since its bold, brilliant hue has been virtually impossible to replicate. But its toll on wildlife is heavy, with up to 70,000 insect carcasses required for just one pound of carmine, meaning as many as 1,000 insects could go into a single cake of blush. After three years of research and development, Hourglass, along with Unilever, engineered a groundbreaking substitute and released it in March 2021 in a refillable vegan lipstick in the shade "Red 0." (The packaging is adorned with a bright red beetle, signaling zero animal by-products and zero insects harmed.) Unilever says it'll continue rolling out the patent-pending carmine replacement within its collection of makeup brands over time, and has suggested it will open-source the ingredient. Hourglass is part of Unilever's "Prestige" division, which includes Dermalogica, Living Proof, and others; its sales were projected to reach $1 billion in 2021, and $3 billion within the next few years.

Si bien estos desarrollos referidos a la posición del carmín en el mercado de los Estados Unidos afectarán nuestras ventas y precios, también pueden significar oportunidades para los pigmentos vegetales el Perú ya abastece a los Estados Unidos o está en capacidad de abastecer, oportunidades que se mencionan en el punto 6.3.5. de este estudio.

Un producto que se ha beneficiado de esta tendencia Vegana+Cruelty Free es el aceite esencial de Almizcle Vegetal (Ambrette Seed Oil-Abelmoschus Moschatus), que sustituye los fijadores de origen animal y por lo mismo las compras estadounidenses desde Perú de este producto, se ha incrementado desde el 2021.

V. Análisis de la Demanda

5.1. Perfil del Consumidor

El Consumidor del Oeste de los Estados Unidos, puede dividirse en dos tipos de consumidores, uno más conservador, localizado en el Oeste Medio y Sud Oeste, y otro más liberal localizado en la costa oeste, especialmente en California. El consumidor

liberal está más sintonizado con los temas de sostenibilidad, cruelty free y vegano, mientras que el consumidor conservador también está interesado en los temas de sostenibilidad, aunque no militantemente. Le importan la protección del medio ambiente y apoya esa causa sin exagerar.

Por ello, por ejemplo, como se mencionó en el capítulo referido a las regulaciones, que el Estado de California es el único Estado de la Unión americana que cuenta con legislación específica sobre cosméticos e ingredientes que puedan afectar la salud, ciertamente eso afecta directamente los abastecimientos de ingredientes. El concepto vegano y cruelty free, son los que han empujado a la empresa Dermalogica, ubicada en la ciudad de Carson California y actualmente de propiedad de Unilever, a desarrollar colorantes rojos que sustituyan el carmín que se obtiene a partir de la cochinilla. En esta decisión de buscar un rojo alternativo, pudo haber influido las razones económicas, sin embargo, mayor peso para tomar esa decisión, fue la necesidad de satisfacer a consumidores veganos y consumidores que apoyan la causa cruelty free.

Por ello es muy importante, sobre todo para atender el mercado de California y el Estado de Washington, que los ingredientes cuenten con aquellas certificaciones de sostenibilidad, cruelty free, vegano, etc.

5.2 Análisis de Tendencias actuales y futuras

Si bien los clientes objetivo 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 aplicaran a sus clientes.

Y son los clientes finales, quienes usan los productos en sus casas, en los salones de belleza, barberias o spas, los que definen o aceptan el uso de un producto en función a las tendencias que recopilan empresas especilizadas como EMEA (European Make-Up Expert Agency) o Beautystreams, GreyB y otras que hacen el “trend scouting” y luego de recogerla, interpretarla y validarla, es sistematizada y presentada a la industria como referencia de los 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 cosmeticos y productos de duidado personal que a su vez exigiran a sus provedores de ingredientes, empaques, envases y servicios de IT.

Para el este estudio vamos a presentar las tendencias presentadas por la GreyB[5] para el año 2023, por ser mas acotada a lo que sucede en el mercado de los Estados Unidos, y porque las tendencias sistematizadas por esta empresa recogen aspectos mas innovativos de la industria de cosmeticos y cuidado personal. Solo se presentarán 5 tendencias:

- Cosméticos sin agua
- Cuidado de la piel con CBD

[5] Página web: (www.greyb.com)

- Cuidado de la piel del microbioma
- Productos de belleza fermentados
- Maquillaje en Metaverse – Belleza AR/VR

5.2.1. Cosméticos sin agua (Waterless Cosmetics)

La belleza sin agua, sin agua o anhidra se refiere a productos cosméticos formulados sin agua. En su lugar, se utilizan varios tipos de mantecas, aceites, ceras e ingredientes activos solubles en aceite. Estos ingredientes suelen estar más concentrados (que sus contrapartes a base de agua) ya que contienen más ingredientes activos y menos niveles de dilución.

Los cosméticos sin agua son una tendencia emergente ya que las empresas se están enfocando en reducir su huella hídrica y los datos a continuación representan el crecimiento esperado desde el año 2021 hasta el 2031.

Necesidad de cosméticos sin agua

Hubo un tiempo en que alrededor del 70 % de los productos cosméticos usaban agua para mejorar la consistencia, la uniformidad y la capacidad de esparcimiento del producto. Con demasiada frecuencia, el agua se incluye en un producto solo como un agente de dilución barato que puede no tener un propósito relacionado con la piel. De esta manera, las empresas de cuidado de la piel engañan al cliente.
Los cosméticos acuosos requieren una gran cantidad de conservantes nocivos.
Esta tendencia permite una mayor oportunidad de las mantecas y aceites amazónicos que oferta el Peru.

5.2.2. Cuidado de la piel con CBD

El creciente interés en los cosméticos a base de hierbas va acompañado de una profunda investigación sobre los ingredientes naturales que pueden proporcionar una mayor escala de beneficios con muchos menos (o ningún) efectos secundarios. CBD Skincare ha estado en el centro de atención durante mucho tiempo. Sin embargo, con los gobiernos de varios países suavizando las restricciones sobre el uso de cannabis (por ejemplo, en Canadá, EE. UU. y Tailandia), se ve que está ganando una tracción significativa y están surgiendo nuevas y nuevas empresas en este espacio. Se espera que los lanzamientos de productos y la ciencia en rápida evolución en este dominio lo conviertan en una de las tendencias de belleza más buscadas en 2022. Varias empresas de paises latinoamericanos han empezado a participar de este importante mercado.

Mitos sobre los cosméticos con CBD

Muchas personas tienen la idea errónea de que el cáñamo y la marihuana son los mismos componentes.

Muy importante notar que dentro de la familia del Cannabis, la Marihuana es el compuesto que contiene una mayor proporción de THC que libera dopamina, creando Euforia y sensación de subidón. Mientras que el Cáñamo (que contiene más CBD)

contiene todos los beneficios del Cannabis sin ninguna sustancia psicoactiva. El aceite de CBD se puede tomar por vía oral o tópica, como en los productos para el cuidado de la piel. El aceite de semilla de cáñamo directo también podría ser una gran fuente de CBD sin efectos negativos.

5.2.3. Cuidado de la piel del microbioma

Los cosméticos de microbioma (prebióticos, posbióticos y probióticos) han estado en el mercado durante mucho tiempo. En los últimos años, la idea de un cuidado de la piel hiperpersonalizado mediante el análisis del microbioma ha ido cobrando fuerza.

Las búsquedas en Google del término “microbioma” han ido en aumento desde 2016; desde 2020, las búsquedas han aumentado un 600-700% más que en la última década.

La demanda de productos para el cuidado de la piel enriquecidos con componentes que hacen que la piel esté sana internamente impulsará el mercado del cuidado de la piel con microbioma.

Necesidad de cosméticos de microbioma

Hay un billón de microbios en la superficie de nuestra piel como bacterias, virus u hongos. El microbioma de la piel es la secuencia genética de los miles de millones de bacterias, hongos y virus que forman la microbiota de la piel. Ninguna de las personas en el planeta tiene el mismo microbioma. Al conocer la composición genética de estos microorganismos, se pueden diseñar productos para el cuidado de la piel para mantener la homeostasis o el equilibrio bacteriano.

Hiperpersonalización con Microbiome Cosmetics

Tomar muestras de piel para probar el análisis bacteriano y el ADN y, por lo tanto, recibir productos personalizados para nuestro microbioma y composición genética, podría conducir a un enfoque más específico de la belleza en la nueva década.

5.2.4. Productos de belleza fermentados

La fermentación biológica es la transformación que sufren ciertos materiales orgánicos bajo la acción de enzimas secretadas por microorganismos. En otras palabras, estos microorganismos, que pueden ser enzimas, bacterias o levaduras, inducen la descomposición de materiales o ingredientes básicos para transformarlos en componentes que pueden ser mucho más potentes. Según un informe de Mintel, el 28 % de todos los productos para el cuidado de la piel lanzados en 2018 y 2019 contenían ingredientes fermentados, por lo que es posible que ya los estés usando sin saberlo.

La fermentación se ha practicado durante mucho tiempo para el procesamiento de una gran variedad de alimentos. Y el proceso es esencialmente el mismo para los cosméticos fermentados también. La fermentación no solo actúa como un potenciador de ingredientes activos, sino que también genera una mayor concentración de nutrientes

y antioxidantes. Por ello, los productos fermentados son de gran utilidad en las terapias antienvejecimiento, optimizando la penetración de los principios activos en la piel.

Ventajas de la Belleza Fermentada

Ciertos ingredientes fermentados conservan las fórmulas y reemplazan a los agentes conservantes a base de químicos mientras son orgánicos.
Los ingredientes fermentados hacen que los activos de origen vegetal se dividan mejor y sean más accesibles para el cabello y la piel.
Los ingredientes botánicos se toleran mejor ya que, después de ser fermentados, el cuerpo puede reconocerlos y absorberlos mejor.
Al ser de naturaleza orgánica, no tienen efectos secundarios negativos.
Mantienen la piel sana, fuerte y suave.
Dado que los cosméticos fermentados utilizan ingredientes naturales fermentados, son beneficiosos para todo tipo de pieles, incluidas las sensibles.

5.2.5. Maquillaje en Metaverse – Belleza AR/VR

Hoy en día, escuchamos rumores sobre personas que compran bienes raíces en Metaverse, se lanzan demasiados juegos basados en AR e incluso eventos como convocatorias y matrimonios se llevan a cabo en AR. ¿No es esto una gran oportunidad para que los gigantes de la cosmética proporcionen una instalación de cambio de imagen nupcial para Metaverse?

Necesidad de integrar la Realidad Virtual con la Cosmética
Metaverse está en camino de convertirse en una tienda de belleza durante una pandemia.

Con la llegada de la pandemia, las tiendas minoristas cerraron y las marcas de cosméticos, a su vez, comenzaron a hacer la transición al mundo virtual, redoblando las iniciativas para garantizar que sus clientes no abandonen sus rutinas de belleza. Como resultado, las aplicaciones que ofrecen pruebas de maquillaje virtual, esencialmente basadas en realidad aumentada, comenzaron a surgir durante el confinamiento, lo que permite a todos experimentar con diferentes tonos de base, lápiz labial y esmalte de uñas, en la comodidad de su hogar, antes de comprarlos directamente en línea. .

Al margen de la pandemia, mejora la accesibilidad a las marcas a través del metaverso.
Las principales casas de moda llevan varios años intentando ampliar sus horizontes y su clientela. Con Metaverse, estas marcas podrían ir aún más lejos para llegar a una audiencia más joven que, si bien no pueden pagar productos ultra caros de diseñador, podrían comprar sus equivalentes virtuales.

Las marcas podrian confiar en sus metaversos para realizar sesiones de compras en vivo, mediante experiencias interactivas e inmersivas.
Estos eventos en línea están en auge en todo el mundo, especialmente en China, dando lugar a programas de compras en vivo organizados por creadores de contenido,

personas influyentes y otras estrellas en línea. Y es un fenómeno que podría tomar un nuevo rumbo gracias al Metaverso y su mundo de posibilidades.

5.2.6. Tendencias en ingredientes

Si bien las tendencias son identificadas por empresas especializadas llamadas trends trackers, de la visita a ferias especializads y empresas importadoras y distribuidoras de ingredientes se han podido determinar el uso reiterado de algunos ingredientes para cosméticos, productos de cuidado personal, para cosmeceúticos y nutraceúticos. Mas que productos con oportunidad en el mercado, a continuación presentamos un cuadro de productos encontrados de manera reiterada entre los ofertantes de ingredientes, productos que el Peru produce o está en capacidad de producir o unicamente lo utiliza para la industria alimenticia:

Tabla 14: Productos producidos por Perú comercializados en Estados Unidos

Producto	Uso	Empresa o marca que lo oferta	Página Web
Aceite de quinua	Productos para la piel	Kielh's	https://www.kiehls.com/search?q=quinoa&lang=
Aceite virgen orgánico de pepa de tuna	Tratamiento de la piel, reduce inflamación de la piel, previene acné y el deterioro de la piel.	Praan Naturals	https://www.praannaturals.com/product.asp?product_id=ORGOILPRKPRSDCPMX1069&searchflag=1
Concentrado de polvo de tuna	Preparación de bebidas y alimentos	MBC Biotechnology Nutricionals	https://www.mingchyi.com/en/
Fibra de nopal	Aditivo para alimentos y bebidas para dar textura a alimentos y formulaciones cosméticas	Bonister Italia	https://www.boniser.it/catalogo/estratti-oleosi?lang=en
Extractos de berries (arándano, moras, arrayán, etc.)	Ingrediente con concentración de flavonoides, colorantes	Artemis	https://artemis-nutraceuticals.com/products/blueberry-powder/
Aceites esenciales de orégano, tomillo y romero	Aceites esenciales	doTerra, Aromavita y Soap Factory	https://aromavita.gr/
Pigmentos de origen vegetal	Pigmento sy colorantes para cosméticos	California Natural Color,	https://www.californianaturalcolor.com/
Extracto de Kion	Ingrediente activo Gengerols (HPLC)	The Ginger People	https://gingerpeople.com/
Extracto y polvo de hongos	Extracto de hongos	Prinova	https://www.prinovaglobal.com/us/en/ingredients/branded-ingredients/trushrooms
Omega 3	Concentrados nutricionales	Epaz/Pelagia	https://www.epax.com/products/epax-omega-3/
Curcumina	Curcumina	SV Agro Food	https://svagrofood.com/product/curcimin/
Algas	Spirulina, Colorante vegetal y Omega 3 vegetal	SV Agro Food	https://svagrofood.com/product/asthaxanthin/

5.3 Percepción del Producto Peruano

Pese a los esfuerzos de las empresas peruanas, la presencia peruana en la industria de ingredientes cosméticos de los Estados Unidos es aún reducida. El Perú está aún sub representado en esta industria tan especializada, pues cuenta con oferta exportable efectiva y mucho potencial de crecimiento, pero aún no tiene la presencia que le corresponde.

Esto es tan así, que incluso empresas importadoras/distribuidoras de ingredientes para alimentos y nutraceúticos, se quedaban sorprendidos al enterarse que Perú contaba con ingredientes para cosméticos. Perú era reconocido por las divisiones de ingredientes para nutraceúticos y alimentos, pero no en las divisiones de ingredientes para cosméticos. Por ejemplo, el aceite de Aguaje es conocido como aceite de Buriti y conocido como originario de Brasil. Los ejecutivos de una empresa que vendía Maca, Camu Camu y Sacha Inchi de origen peruano quedaban sorprendidos al enterarse de que el Perú exportaba aceite de Buriti.

En el caso de aceites vegetales como el de Aguaje, Brasil nut, Chía, Copaiba, coco, maracuyá o ungurahui que son usados como aceites fijos (fixed oils o carrier oil) que se comercializan por empresas que atienden la industria de cosméticos, el Perú 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 amazónicos, 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, estacionalidad y lead times de entrega.

En el caso de los aceites esenciales, el Perú es reconocido principalmente por el aceite esencial de palo santo y el aceite de molle. La creciente oferta de aceite de palo rosa está poniendo al Perú entre los nuevos proveedores. También han empezado a comprar aceite esencial de Almizcle Vegetal (Ambrette Seed Oil-Abelmoschus Moschatus). Este aceite esencial es de muy alto precio con un valor FOB por encima de USD 10,000 el litro.

Respecto a los ingredientes de color, el Perú es reconocido como proveedor de carmín de cochinilla y de bixina. Subsidiarias de empresas estadounidenses operan en el Perú, aportando más valor agregado. Como se mencionó en el capítulo de las amenazas el Carmín de Cochinilla viene siendo objetado por consumidores veganos y por consumidores preocupados por el bienestar de los animales.

En los que respecta a producto terminados, sean cosméticos o productos de cuidado personal, los productos o marcas peruanas no tienen un reconocimiento de parte de los consumidores estadounidenses en general. Es grande el esfuerzo que vienen realizando las marcas peruanas para ingresar al mercado de los Estados Unidos, en algunos casos lo hacen a través de subsidiarias y en otros casos a través de

representantes independientes. El comercio electrónico ha ayudado para que lagunas empresas empiecen a vender a los Estados Unidos.

Por ejemplo, la empresa Belcorp cuenta con una página web a través de la cual atiende al mercado de los ESTADOS UNIDOS. En el caso de Kativa vende su marca a través de distribuidores y con el apoyo de una página web informativa.

Sin embargo, son los jabones de ruda en los que el Perú es reconocido de algún modo por consumidores de las comunidades hispanas, que consumen este producto incluso en mayor medida que los peruanos residentes en Estados Unidos, que también los compran sin conocer que son originarios de Perú

VI. Requisitos de Acceso al Mercado

6.1. Medidas Arancelarias

Los productos priorizados del presente estudio, están libres de impuestos cuando son importados a los Estados Unidos desde Perú, en virtud del Acuerdo de Promoción Comercial Perú -Estados Unidos.

Para países que no cuentan con acuerdo comercial con los Estados Unidos deben pagar una tasa arancelaria, la cual es muy baja si la comparamos con el Ad Valorem peruano. Usualmente las tasas son más altas para productos que se fabrican en Estados Unidos. Por ejemplo, los aceites esenciales de naranja, limón amarillo (lemon) y toronja tienen un arancel general de 2.7%, 3.8% y 2.7% respectivamente, y tratándose del aceite esencial de limón verde (lime) que no se produce mucho en los Estados Unidos, está libre de arancel general.

Ilustración 33: Aranceles de los Estados Unidos de las partidas priorizadas

Harmonized Tariff Schedule of the United States (2019) Revision 8

Annotated for Statistical Reporting Purposes

VI
33-2

Heading/ Subheading	Stat. Suf-fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty 1 General	Rates of Duty 1 Special	Rates of Duty 2
3301		Essential oils (terpeneless or not), including concretes and absolutes; resinoids; extracted oleoresins; concentrates of essential oils in fats, in fixed oils, in waxes or the like, obtained by enfleurage or maceration; terpenic by products of the deterpenation of essential oils; aqueous distillates and aqueous solutions of essential oils:				
		Essential oils of citrus fruit:				
3301.12.00	00	Of orange	kg	2.7%[1/]	Free (A*, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)	25%
3301.13.00	00	Of lemon	kg	3.8%[2/]	Free (A*, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)	25%
3301.19		Other:				
3301.19.10	00	Of grapefruit	kg	2.7%[3/]	Free (A*, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)	25%
3301.19.51		Other		Free		25%
	10	Bergamot	kg			
	20	Lime	kg			
	50	Other	kg			
		Essential oils other than those of citrus fruit:				
3301.24.00	00	Of peppermint (Mentha piperita)	kg	4.2%	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)	25%
3301.25.00		Of other mints		Free		25%
	10	Of commint, including "peppermint" derived from Mentha arvensis	kg			
	20	Of spearmint	kg			
	50	Other	kg			

6.2. Leyes y Regulaciones de cosmética natural

Muy importante notar que el concepto de cosmetica “natural” no está regulada, para el FDA no existen los cosmeticos naturales, concepto que las pequeñas y medianas empresas, especialmente las empresas independientes de cosmeticos, si desean sea regulada, por lo que dicho tema se ha puesto en consideración en los debates del proyecto de ley que busca modernizar la Ley Federal Ley de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos, con el fin de mejorar la seguridad de los cosméticos y productos de cuidado personal, proyecto de Ley que fue presentado en junio del 2021 por las senadoras Feinstein y Collins, aunque hay otros proyectos que vienen tambien corriendo paralelamente.

Las normas que regulan el comercio de cosméticos, productos de cuidado personal y sus ingredientes son de rango federal de aplicación uniforme en todo el territorio de los Estados Unidos, salvo las regulaciones especificas, justamente dictadas en el estado de California, de aplicación únicamente en el territorio del Estado de California, que deben cumplir los fabricantes, distribuidores y minoristas que desean vender sus productos en dicho Estado.

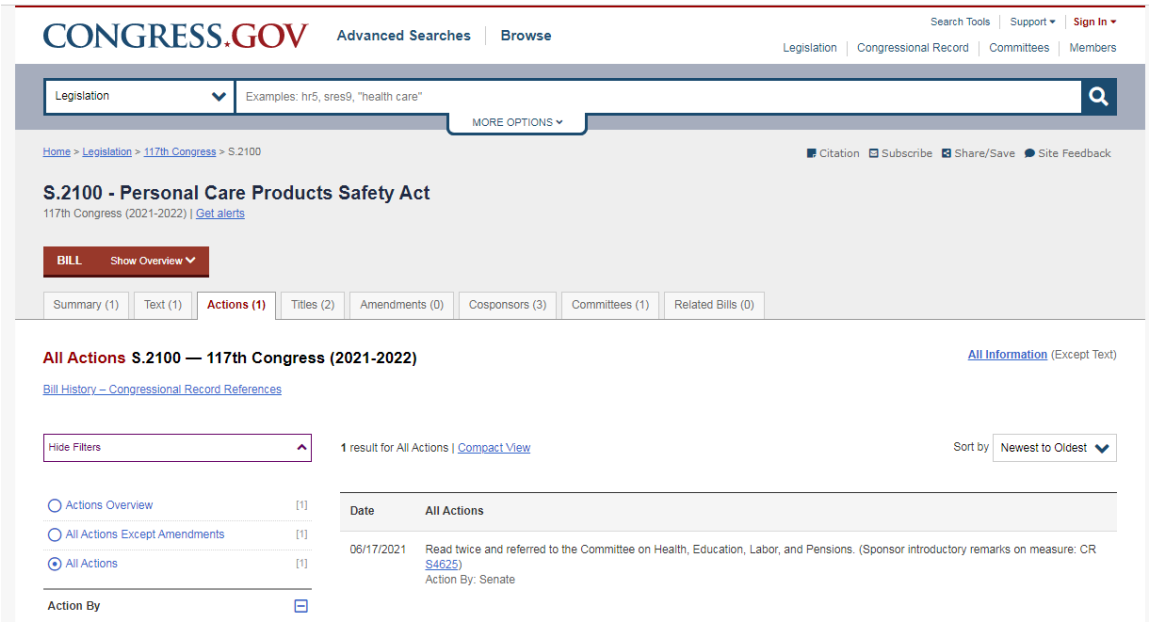
Justamente sobre este tema, existe una corriente para evitar que los estados dicten normas relativas a esta industria, que limita el comercio de inter estatal, sobre todo de productos fabricados en otros Estados.

Por ello en el proyecto de Ley antes mencionado, presentado por las senadoras Feinstein y Collins, se incluye claúsulas de “Preemption” o preeminencia (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

El proyecto de Ley antes citado busca darle preeminencia al FDA para el registro de entidades y de fórmulas o reporte de eventos adversos. Preeminencia en 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 de California.

Como se indicó el proyecto de Ley busca regular los aspectos de seguridad de los cosméticos y productos de cuidado personal, asi como fortalecer y aumentar las competencias del FDA. Actualmente el proyecto se encuentra avanzando en su proceso de aprobación, con una anotación del 17 de junio pasado, cuando luego de su segunda lectura el proyecto fue derivado al Comité de Salud, Educación, trabajo y Pensiones para su revisión.

Ilustración 34: Proyecto Ley sobre cosméticos y productos de cuidado personal



Sin embargo en la actualidad aun se encuentra vigente las normas del estado de California que regulan la venta de cosméticos y productos de cuidado personal y los ingredientes que son usado en estos productos, normas que son parte del Programa de Cosméticos Seguros de California.

6.2.1. Programa de Cosmeticos Seguros de California (California Safe Cosmetics Program)[6]

California es el único estado que exige que las empresas informen sobre los ingredientes nocivos utilizados en los cosméticos. El propósito principal del Programa de Cosméticos Seguros de California (CSCP) es recopilar información sobre ingredientes peligrosos y potencialmente peligrosos en productos cosméticos vendidos en California y poner esta información a disposición del público. Los consumidores y trabajadores de salones de todo el mundo pueden usar la base de datos de productos cosméticos seguros de California para obtener información sobre los productos que usan.

Ilustración 35: California Safe Cosmetics Program

La Ley de Cosméticos Seguros de California del 2005 (California Safe Cosmetic Act - CSCA) requiere que los fabricantes, empacadores y/o distribuidores de productos cosméticos informen al Departamento de Salud Pública de California (CDPH) sobre todos los productos vendidos en California, que contengan ingredientes que se sabe o se sospeche que causan cáncer, defectos de nacimiento u otros daños reproductivos. La Ley de derecho a saber sobre ingredientes de fragancias y sabores cosméticos de 2020 (CFFIRKA, por sus siglas en inglés) requiere que las empresas informen sobre productos con ingredientes de fragancias y sabores específicos después del 1 de enero de 2022.[7]

Los informes deben realizarse de forma continua, tanto para productos nuevos como para reformulaciones de productos.

Las empresas están obligados a notificar de manera obligatoria, de acuerdo a la Ley de Cosméticos Seguros de California si cumple con los siguientes 3 criterios:

[6] https://www.cdph.ca.gov/Programs/CCDPHP/DEODC/OHB/CSCP/Pages/CSCP.aspx
[7] https://www.cdph.ca.gov/Programs/CCDPHP/DEODC/OHB/CSCP/Pages/Cosmetics-Companies.aspx

- La compañía hace USD 1’000,000 o más anualmente en ventas agregadas de cosméticos en todo el mundo.

- El nombre de la empresa aparece en la etiqueta de un producto cosmético vendido en California después del 1 de enero de 2007.

- Los cosméticos de la empresa contienen ingredientes indicados en la Lista de Ingredientes Reportables (Excel).[8]

Las empresas está sujeta a los requisitos obligatorios de información de la Ley del derecho a saber sobre los ingredientes de sabores y fragancias cosméticas de 2020 (fecha de entrada en vigor el 1 de enero de 2022) si cumple con los siguientes criterios:

- El nombre de la empresa aparece en la etiqueta de un producto cosmético vendido en California.

- Los cosméticos de la empresa contienen ingredientes de fragancias o sabores, o alérgenos de fragancias indicados en la Lista de ingredientes notificables (Excel). [9]

Para mayor información las empresas pueden enviar un correo electrónico a SafeCosmetics@cdph.ca.gov

6.2.2. Normas vigentes en los Estados Unidos sobre los 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 Unidosson 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

[8] https://cscpsubmit.cdph.ca.gov/submission/assets/files/Reportable_Ingredients_List.xlsx

[9] https://cscpsubmit.cdph.ca.gov/submission/assets/files/Reportable_Ingredients_List.xlsx

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 Unidospara 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 ESTADOS UNIDOS. El ingreso a Estados Unidosde 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 Unidosy registrar las ubicaciones de sus establecimientos de fabricación o envasado en la base de datos del VCRP.

Tabla 15: 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 de Ojos	Generalmente incluye Lápiz Labial	Uso Externo	Limitaciones específicas y comentarios	Sección en 21 CFR
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; <10%; for="" infrequent="" use="" (e.g.,="">	73.2995
Manganese violet	Yes	Yes	Yes		73.2775
Mica	Yes	Yes	Yes		73.2496
Potassium sodium copper chlorophyllin (chlorophyllin-copper 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
Silver nitrate	Yes	No	No	Externally applied professional-use only cosmetics intended to impart color to the eyebrows and eyelashes, NTE 4% by weight, additional restrictions	73.255
Titanium dioxide	Yes	Yes	Yes		73.2575
Ultramarines	Yes	No	Yes		73.2725
Zinc oxide	Yes	Yes	Yes		73.2991

Fuente: FDA

VII. Actividades de Promoción

7.1 Ferias

En este punto, se hace un análisis de las ferias a nivel nacional. Si bien existe preferencia de las empresas y marcas de las regiones del oeste por asistir a ferias que tienen lugar en las mismas regiones, tanto los expositores y compradores, pueden asistir a ferias que se realizan en la otra costa, como puede ser en Nueva York u otra ciudad del Este.

Existen 6 ferias de importancia para la industria de ingredientes, cosméticos y productos de cuidado personal:

1. Supplier´s Day[10]

Sin lugar a dudas es la feria más importante y adecuada para industria de ingredientes para cosmética en los Estados Unidos, se realiza todos los años, y en el 2023 está previsto realizarse el 2 y 3 de mayo. Se realiza en la ciudad de Nueva York en el Centro de Convenciones Jacob Javits Center. Es la única especializada en su tipo. Es una feria organizada por Asociación y no por empresa ferial, por ello es de bajo costo, con stands de aproximadamente USD 3,400.00 por un espacio de 9 metros cuadrados amoblado. Usualmente ese mismo espacio en feria organizada por empresa ferial no baja de USD 6,000.00. Es organizada por la Sociedad de Químicos para Cosmética del Estado de Nueva York (New York Society of Cosmetic Chemists). Y de acuerdo a al número de expositores, origen de expositores y número de visitantes que recibe más de 8,000 personas, esta feria es la segunda más importante a nivel global entre las ferias especializadas en ingredientes de cosmética, solo después de la feria In-Cosmetics de Europa, que cuenta con aproximadamente 10,000 asistentes.

Promperú ha participado en dicha feria en el 2021 y tiene prevista su participación en el 2023.

2. SupplySide West[11]

Es una conferencia con feria que tiene lugar todos los años en la ciudad de Las Vegas, en el Expo Hall del Hotel Mandalay Bay. En el 2023 tendrá lugar del 23 al 27 de octubre, aunque los días de feria serán únicamente los días 25 y 26 de octubre, es organizada por la empresa ferial Informa Markets. Esta feria es la más importante en los Estados Unidos en ingredientes para alimentos, nutraceúticos y cosmeceúticos que se venden al por mayor. En ella exhiben fabricantes, importadores y distribuidores de ingredientes y quienes visitan la feria como compradores son fabricantes de alimentos, de nutraceúticos, de cosmeceúticos y dueños de marcas que buscan comprar ingredientes en bulk. También exhiben empresas que ofrecen servicio de manufactura de pastillas, capsulas de gel, gomitas, sprays, cosmeceúticos envasados y otros.

3. SupplySide East[12]

Es una feria que tiene lugar todos los años en el Centro de Exposiciones Meadowlands de la ciudad de Secaucus, Nueva Jersey. En el 2023 tendrá lugar los días 18 y 19 de abril. Es organizada por la empresa ferial Informa Markets. En esta feria al igual que su hermana del oeste que se desarrolla en Las Vegas “Supply Side West” se ofrecen ingredientes para alimentos, nutraceúticos y cosmeceúticos que se venden al por mayor. En ella exhiben fabricantes, importadores y distribuidores de ingredientes y quienes visitan la feria como compradores son fabricantes de alimentos, de nutraceúticos, de cosmeceúticos y dueños de marcas que buscan comprar ingredientes en bulk. También exhiben empresas que ofrecen servicio de manufactura de pastillas, capsulas de gel, gomitas, sprays, cosmeceúticos envasados y otros. Respecto a la feria Supply Side West es la tercera parte en tamaño, considerando número de participantes y visitantes. Es muy regional, asisten como compradores fabricantes localizados en la costa este.

4. Natural Expo West[13]

[10] Suppliers Day (https://nyscc.org/suppliers-day)
[11] Supply Side West(https://west.supplysideshow.com/en/home.html)
[12] Supplu Side East (https://east.supplysideshow.com/en/home.html)
[13] Natural Expo West (https://www.expowest.com/en/home.html)

Esta es una conferencia y feria que rota anualmente de ciudad, sin embargo, siempre se realiza en el Oeste, usualmente en ciudades de California. En el 2023 tendrá lugar en el Centro de Convenciones de la ciudad de Anaheim, California. La conferencia será del 7 al 11 de marzo y los días de feria serán del 8 al 10 de marzo en los Halls Norte, y del 09 al 11 de marzo en los Halls A-E & Arena. Esta feria es organizada por la empresa ferial Informa Markets y es especializada en nutraceúticos, cosmeceúticos y alimentos naturales y orgánicos listos para consumirse, usualmente empacados para venta al consumidor final. Exhiben los fabricantes de productos acabados y con marca o sus distribuidores, y quienes visitan la feria como compradores son las tiendas minoritas brick and mortar y online, que compran al por mayor. Exhiben aproximadamente 3,500 empresas, y asisten más de 80,000 visitantes.

5. Natural Expo East[14]

Esta al igual que su feria hermana "Natural Expo West" también es una conferencia con feria, que siempre se desarrolla en una ciudad del Este. En el 2023 tendrá lugar en el Pennsylvania Convention Center, en la ciudad de Philadelphia. La conferencia será del 20 al 23 de setiembre y la feria será del 21 al 23 de setiembre en los Halls A-E del Centro de Convenciones. Es de menor tamaño que la del Oeste, aproximadamente la tercera parte en número de expositores y la cuarta parte en número de visitantes. Exhiben más de 1,200 empresas y asisten más de 20,000 visitantes. Esta feria es organizada por la empresa ferial Informa Markets y es especializada en nutraceúticos, cosmeceúticos y alimentos naturales y orgánicos acabados y con marca, listos para consumirse o usarse por el consumidor final. Exhiben los fabricantes de productos acabados y con marca o sus distribuidores, y quienes visitan la feria como compradores son las tiendas minoritas brick and mortar y online, que compran al por mayor.

6. Cosmoprof North America[15]

Se realiza todos los años en el Centro de Convenciones de la ciudad de Las Vegas, Nevada, y en el 2023 tendrá lugar del 11 al 13 de julio. Esta feria es la más importante en cosméticos y productos de cuidado personal en los Estados Unidos y cuenta con una sección de equipos e ingredientes para la fabricación de cosméticos. Si bien en ella se exhiben ingredientes, estos son ingredientes acabados listos para incluirse en la formulación de un cosmético. Los ingredientes suelen exhibirse usando los códigos o nombres comerciales asignados por las empresas y no por su componente como suele ocurrir en una feria de ingredientes. Ciertamente es muy limitado los ingredientes que se exhiben en dicha feria.

En resumen, las ferias presentadas se pueden diferenciar de la siguiente manera:

- Supplier´s Day: especializada en ingredientes para cosméticos y productos de cuidado personal, ingredientes semi acabados y acabados.
- SupplySide West y Supply Side East: especializada en ingredientes para alimentos, nutraceúticos, cosmeceúticos que se venden en bulk a otros fabricantes de productos acabados.
- Natural Expo West y Natural Expo East: especializada en nutraceúticos, cosmeceúticos, alimentos y bebidas naturales y orgánicas ya acabados. Empacados, con marca y listos para uso de los consumidores finales.
- Cosmoprof North America.- especializada en cosméticos y productos de cuidado personal ya acabados. Empacados, con marca y listos para uso de los consumidores finales. También cuenta con una pequeña sección en la que se

[14] Natural Expo East (https://www.expoeast.com/en/home.html)
[15] Cosmoprof North America (https://cosmoprofnorthamerica.com/

exhibe equipos, maquinaria e ingredientes listos para usar en formulaciones de cosméticos y productos de cuidado personal.

7.2 Exhibiciones (permanentes, especializadas)

En la industria de ingredientes para cosméticos no existen exposiciones permanentes. Como si ocurre con los cosméticos y productos de cuidado personal. En los últimos años han surgido los Pop Up Stores, que habían empezado a usarse antes de la pandemia. Luego de la pandemia nuevamente han empezado a surgir este tipo de exposiciones para venta, como ocurre con los pop up stores de Louis Vuitton.

Ilustración 36: Tiendas Louis Vuitton en Mahattan, New York

Sin embargo, usualmente, en las oficinas principales de las empresas que ofrecen ingredientes, usualmente cuentan con un showroom muy bien presentado, y explicativo sobre las propiedades y uso de los ingredientes que fabrican y distribuyen.
Es notable el show room de DoTerra, que cuenta con una muy atractiva y llamativa presentacion de sus productos.

Ilustración 37: Vitrina Showroom de DoTerra

7.3 Páginas web representativas del sector (del país estudiado)

Se incluyen paginas web de empresas de comunicación especializada en la industria cosmetica, cuidado personal y cuidado del hogar.

Tabla 16: Páginas web representativas del sector en Estados Unidos

Página Web	Institución o empresa	Importancia
www.happi.com	Revista Happi	Revista y página web especializada en la industria de cuidado personal y del hogar
www.personalcaremagazine.com	Página web en cuidado personal	Página web global especializada en cuidado personal
https://www.greentech.fr/en/	Greentech biotechnology	Revista y página web especializada en biotecnología como fuente de belleza y bienestar
www.spraytm.com	Spray Technology & Marketing	Revista y pagina web especializada en empaque de spray
https://www.teknoscienze.com/	TKS empresa	Publica las revistas Chemistry Today, Agro Food, HPC Today y Horizons
https://www.scconline.org/	Sociedad de Químicos para Cosmética de los ESTADOS UNIDOS	Asociación de la industria de ingredientes cosméticos de los ESTADOS UNIDOS
https://nyscc.org/	Sociedad de Químicos para Cosmética de Nueva York	Asociación de la industria de ingredientes cosméticos de Nueva York. Agremia a las empresas líderes a nivel global. Organiza la feria Supplier's Day
https://ifscc.org/	Federación Internacional de Sociedades de Químicos para Cosmética	La Federación Internacional de Sociedades de Químicos Cosméticos es una federación mundial dedicada a la cooperación internacional en ciencia y tecnología cosmética.

VIII. Contactos de Interés

8.1. Institucionales

Tabla 17: Directorio de contactos de interés a nivel institucional

Institución	Contacto	Cargo	E-mail	Teléfono	Website	Tipo de institución
Informa markets	Anthony Arteca	Account Manager	anthony.arteca@informa.com	602 510 3525	www.informa.com	Empresas organizadoras de ferias especializadas
New York Society of Cosmetic Chemists Suppliers Day	Jane C. McDermott	Show Director	jmcdermott@nyscc.org	212 786 7468	www.nyscc.org/suppliersday	Sociedad de Químicos cosméticos de Nueva York, organizadores de la feria Supplier's Day
Happi	Art Largar	Publisher	alargar@rodmanmedia.com	201 825 2552	www.happi.com	Revista especializada en ingredientes para cosméticos
Independent Beauty Association	Kenneth D. Marenus Ph. D.	President	kmarenus@independentbeauty.org	631 680 4764	www.independentbeauty.org	Asociación de empresas independientes de belleza
College of Pharmacy and Pharmaceutical Sciences	Channa Milinea Serey		ChannaMilinea.Serey@rockets.utoledo.edu	206 931 4524	www.utoledo.edu	Universidad que ofrece carrera en cosmética e ingredientes para cosmética
The University of Toledo	Gabriella Baki, PhD	Director, BSPS Cosmetic Science and Formulation Design Mayor and Associate Professor	Gabriella.Baki@utoledo.edu	419 383 1973	www.utoledo.edu	Universidad que ofrece carrera en cosmética e ingredientes para cosmética

Manhattan College	Samiul Amin, PhD.	Associate Professor, Chemical Engineering	samin01@manhattan.edu	718 862 7187	www.manhattan.edu	Universidad que ofrece carrera en cosmética e ingredientes para cosmética

8.2. Comerciales

Tabla 18: Directorio de contacto de interés a nivel comercial

N°	Empresa	Contacto	Cargo	E-mail	Teléfono	Página Web	Productos
1	Abundant Health, LLC	Abbie Sanford		asanford@abundanthealth4u.com	+1 801 798 0642	www.abundanthealth4u.com	Aceites Esenciales
2	American Nuts Import- Export, Inc	Norberto Banda	Quality Assurance Supervisor	norberto@americannts.com	+1 818 364 8855	www.americannuts.com	Ingredientes
3	Atlantix Commodities LLC	Henry Stimler	Director Of Sales	hstimler@atlantixco.com	+1 718 256 1000	www.atlantixco.com	ingredientes
4	Awax International, Inc	Randy Barakat	Secretary	mikeb@americanoilproducts.net	+1 626 330 7151	www.americanoilproducts.com	Aceites Esenciales
5	Ben Nye., Inc.	Dana Nye	President	dn@bennyemakeup.com	+1 310 839 1984	www.bennye.com	Cosméticos
6	Biocreativelabs	Cody Jameson	Director Of Operations	cody@biocreativelabs.com	714 783 5780 714 352 3600	www.bclspa.com	Ingredientes
7	Cala	Kenny Ha	Vice President Operations	kenneth@calaproduct.com	213 745 5141 213 745 5145 714 290 6486	www.calaproduct.com	cosméticos y productos de cuidado personal
8	Callisons, Inc	Jeff Johnson	Vice President	jj@pcallison.com	360 412 3340	www.callisons.com	Ingredientes
9	Century Imports	Mohammad Hossain	Owner	mkamalht@gmail.com	213 379 4668		cosméticos y cuidado personal
10	Colorwen International Corp.	Steve Yeh	President	steve@colorwen.com	(626) 363 8855 (626) 363 8856	www.colorwen.com	Ingredientes
11	Cosway Company Inc	Raul Camacho	Director Of Operations	rcamacho@coswayco.com	(310) 900 4135 (310) 527 9135	www.coswayco.com	ingredientes

					(310) 900 4101 (310) 872 6135 Celular		
12	Danne Montague-King Co	Laura Hernandez	Account Manager	laura@dannemking.com	+1 562 944 0230	www.dannemking.com	cosméticos
13	Dermalogica, LLC	Khanhu Vu	Strategic Sourcing Manager	khanhu.vo@dermalogica.com	+1 310 900 4000	www.dermalogia.com	Ingredientes
14	Doterra International, LLC	Tim Valentiner	Director Strategic Sourcing	tvalentiner@foterra.com	+1 801 437 7918	www.doterra.com	ingredientes, aceites esenciales
15	George J.howe Company	Jay Operating Officer	Chief Operating Officer	jthier@georgehowe.com	+1 724 458 9410	www.georgehowe.com	cosméticos
16	Gordon Laboratories, Inc	Vladi Berman	Vice President	andrew@gordonlabs.com mei@gordonlabs.com	+1 310 327 5240	www.gordonlabsinc.com	Fabricantes de cosméticos y cuidado Personal
17	Home & Body Company	Hazem Haddad	Owner	hhaddad@hoboco.com	+1 714 842 8000	www.homeandbodyco.com	productos de cuidado personal
18	Innova Flavors	Enrique Medina	Vice President, General Manager	emedina2@innovaflavors.com jcastrillon@innovaflavors.com	+1 630 928 4800	www.innovaflavors.com	Ingredientes
19	Jason Natural Products, Inc.	Julie Marchanthoule	Director of Operations-Personal care	julie.marchant-houle@hain.com	+1 310 838 7543		Ingredientes
20	Jordana	Blanca Avila	Purchasing Coordinator	bavila@jordanacosmetics.com	+1 310 730 4400	www.jordanacosmetics.com	cosméticos
21	Laksilu, Inc	Supul Wickramarachchi	Director	supul@luxuryperfume.com	+1 213 688 9600		cosméticos
22	Markwins Beauty Brands	Lina Chen	President-Chief Executive Officer	lina@markwins.com	+1 909 595 8898	www.markwinsbeauty.com	Cosméticos
23	Merle Norman Cosmetics, Inc.	Kristin Kim	Owner	plaroque@merlenorman.com	+1 310 641 3000	www.merlenorman.com	Cosméticos
24	Mount Franklin Foods, LLC	Iftikhar Ahmad	President	iahmad@hospitalitymints.com	+1 828 264 3045	www.mountfranklinfoods.com	Ingredientes
25	N8 Essentials LLC	Derrick Woods	Ceo	derrick.woods@n8essentials.com	+1 913 839 8973		cosméticos

				eric.schotland@n8essentials.com			
26	Nancy's Beauty Warehouse, Inc.	Richard Lugo	Vice President	richie@ultimatebeautycompanies.com	+1 323 303 3551	www.nancybeauty.com	cosméticos
27	New Milani Group LLC	Ralph Bijou	Owner	ralph@milanicosmetics.com	+1 323 582 9404	www.milanicosmetics.com	Cosméticos
28	Noevir Holding of America, Inc	Makidera Hiroki	Director of Sales	hmakidera@noevirusa.com	+1 949 660 1111	www.noevir.co.jp	cosméticos
29	Nu Skin Internacional Inc	Mike Daniels	Procurement director	mdaniels@nuskin.com	+1 801 345 1000	www.nuskin.com	Cosméticos
30	Pacific Marketing Alliance, Inc.	Masao Handa	Sales Manager	handa@pmaiusa.com	+1 310 661 7260	www.pmaiusa.com	Cosméticos
31	Phytomer Corporation	Lanette Casper	President	lcasper@phytomerusa.com	+ 1 801 284 8200	www.phytomer.fr	Cosméticos
32	Prima Fleur Botanicals, Inc	Christina Mitaine	Purchasing Manager	christina@primafleur.com antonia@primafleur.com	+1 415 455 0957		Ingredientes
33	Primal Elements	Mitchell Freeman	Director of Sales & Marketing	mitchell@primalelements.com	+1 714 899 0757	www.primalelements.com	cosméticos
34	Rcb International, Ltd.	Dana Wendel	President-General Manager	d.wendel@rcbinternational.com g.biza@rcbinternational.com	+1 541 967 3814		Ingredientes
35	Rfi, LLC	Drew Luce	Owner	dluce@rfilingredients.com gregoryd@rfilingredients.com	+1 845 358 8600		ingredientes
36	S. Dama, Inc	Bookout	Shift Supervisor	sophie@sunrisenaturalfoods.net	+ 281 240 6887		Ingredientes
37	Shin's Trading Co., Inc.	Justin Shin	Vice President	jyshin@calaproduct.com bmotta@callisons.com	+1 213 745 5141	www.calaproduct.com	Cosméticos
38	Texarome, inc.	Rick Boucard	President	rboucard@texarome.com irodriguez@texarome.com	+1 830 232 6070		Ingredientes
39	The Richard Franco Agency Inc	John Mondschean	Senior Vice Preseident	jon@richardfranco.com	+1 973 376 -4111	www.richardfranco.com	Ingredientes
40	The Richard Franco Agency Inc	Richard Rosenblatt	Vice President	richard@richardfranco.com	+1 973 376 -4111	www.richardfranco.com	Ingredientes
41	Vita Cibo Inc	Ahmet Celik	Owner	ahmet@cibovita.com	+1 862 238 8020	www.cibovita.com	ingredientes

42	Wasatch Product Development	Marc Ward	Vice President	marc.ward@wasatchlabs.net	+1 801 566 4449	www.wasatchlabs.com	Fabricantes de cosméticos y cuidado Personal
43	Weaver Nut Company, Inc	Kirby Zimmerman	Director	kzimmerman@weavernut.com	+1 717 738 3781	www.weavemut.com	cosméticos
44	Windrose Aromatics	Dylan Hunt	Technology Specialist	dylan@timelabs.com	+1 626 943 0062		Ingredientes
45	Young Living Essential Oils, Lc	Wyatt Peay	Owner	wpeay@youngliving.com bchatterley@youngliving.com	+1 800 371 3515	www.youngliving.com	Aceites Esenciales
46	Zo Skin Health, Inc	Joanne Kondori	Director Supply Chain Management	jkondori@zoskinhealth.com	+1 949 988 7524	www.zoskinhealth.com	cosméticos

IX. Conclusiones y recomendaciones

9.1. Conclusiones

- El Oeste este de los Estados Unidos, comprende tanto consumidores conservadores como consumidores liberales. Los conservadores ubicados en Estados del Medio Oeste y Sur Oeste, mientras que los liberales están ubicados en la costa, especialmente en California y el Estado de Washington. Los Consumidores liberales usualmente son muy apegados a las prácticas de sostenibilidad, a vidas veganas y preocupados por el bienestar de los animales. Los conservadores si bien están atentos a las prácticas de sostenibilidad, no exageran en su fiscalización.

- California con una población liberal, es el único Estado en la Unión Americana que ha implementado una legislación propia para regular los cosméticos, productos de cuidado personal e ingredientes.

- Los conceptos Cruelty free + vegano han empujado a empresas de cosméticos a sustituir ingredientes obtenidos a partir de animales, y uno de ellos, ampliamente usado en cosmética es el carmín de cochinilla. Por ello las empresas Dermalogica y Hourglass, ambas de propiedad del conglomerado empresarial británico Unilever, han logrado inventar y están patentando un color rojo obtenido a partir de vegetales, el mismo que viene siendo usado por empresas de cosmética que atienden consumidores cruelty free + veganos.

- Las empresas fabricantes de cosméticos no importan ingredientes directamente, sin embargo, están muy interesados en recibir muestras e información técnica de nuevos ingredientes que ofrecen propiedades únicas o especiales. Estas empresas pueden influir en sus proveedores para comprar determinado ingrediente de un fabricante específico.

- El aceite de quinua y aceite de pepa de tuna son ingredientes que han empezado a ganar tracción, cada vez más un mayor número de marcas ofrecen cosméticos y productos de cuidado personal usando dichos aceites.

- El Perú es líder en la producción y exportación de varios platas y fruta, uno de ellos es el arándano, sin embargo, el integro de nuestras exportaciones está destinado para alimentos. El mercado ofrece excelentes oportunidades para el extracto de arándano y colorantes a partir del arándano que empresas de California en la actualidad ya ofrecen a la industria.

9.2. Recomendaciones

- Organizar una conferencia dirigida a empresas de las industrias exportadoras líderes peruana para presentarles las oportunidades que ofrece la industria de ingredientes. Considerar a empresas exportadora de arándanos, exportadores de quinua, empresas pesqueras, exportadores de algas, exportadores de orégano, tomillo, romero, productores de tuna. Los expositores en dicha conferencia deben ser ejecutivos de Investigación y Desarrollo de las empresas líderes globales como Symrise, Croda, Givaudan y también representantes de empresas distribuidoras de ingredientes, que conozcan la parte técnica

productiva como los aspectos comerciales. Dicha conferencia puede estar seguida de reuniones de negocios y visitas a zonas de producción.

- Generar una base de datos de funcionarios encargados de las divisiones de Investigación y Desarrollo de empresas exportadoras de alimentos peruanas, para involucrarlas en el desarrollo de la oferta de ingredientes e invitarlas a ruedas de negocios con empresas peruanas interesadas desarrollar asociaciones estratégicas.

- Realizar misiones comerciales a Utah y California con el fin de contactar comercialmente a las empresas identificadas en el presente estudio de mercado.

- Invitar a las empresas contactadas en este estudio a la rueda de negocios Industria Perú del 2023.

- Considerar en el 2023, la participación de Promperú en la feria SupplySide West y mantener la participación de la feria Supplier's Day de Nueva York.

X. Anexos

ANEXO 1: Cuadro Resumen de Principales Ingredientes y cosméticos importados por Estados Unidos

Principales ingredientes y cosméticos importados por Estados Unidos en US$

Partida	Descripción	Todo ESTADOS UNIDOS		3 regiones juntas, West, South West, Midwest		West		Southwest		Midwest	
		Desde todo el mundo	Perú	Desde todo el mundo	Perú	Desde todo el mundo	Perú	Desde todo el mundo	Perú	Desde todo el mundo	Perú
1804.00.0000	COCOA BUTTER, FAT AND OIL	531,112,707	30,166,307	60,572,272	2,310,589	51,029,206	1,707,300	3,083,201	404,659	6,459,865	198,630
3203.00.1000	ANNATO, ARCHIL, COCHINEAL, CUDBEAR, LITMUS, LOGWOOD AND MARIGOLD MEAL	26,652,850	8,070,834	21,500,011	6,530,700	3,091,695	21,764	1,415,329	0	16,992,987	6,508,936
3205.00.1500	COLOR LAKES AND PREPARATIONS AS SPECIFIED IN NOTE 3 TO THIS CHAPTER, PRODUCTS DESCRIBED IN ADDITIONAL U.S. NOTE 3 TO SECTION VI, CARMINE, NESOI	7,212,277	6,754,900	5,083,422	4,956,925	493,500	374,849	8,500	8,500	4,581,422	4,573,576
1302.39.0090	MUCILAGES AND THICKENERS, WHETHER OR NOT MODIFIED, DERIVED FROM VEGETABLE PRODUCTS, NESOI	17,399,755	5,365,575	8,403,893	1,251,393	2,100,562	367,198	39,000	0	6,264,331	884,195
3301.19.5120	ESSENTIAL CITRUS FRUIT OILS OF LIME	57,942,943	3,237,910	35,518,184	0	501,710	0	34,040,789	0	975,685	0
3203.00.8000	COLORING MATTER OF VEGETABLE OR	200,839,991	2,394,350	65,385,355	1,121,703	14,016,610	4,232	1,021,391	0	50,347,354	1,117,471

	ANIMAL ORIGIN, NESOI										
1302.19.9140	OTHER VEGETABLE SAPS AND EXTRACTS, NESOI	742,806,114	2,151,878	345,325,953	1,014,688	184,500,709	984,938	29,696,400	2,250	131,128,844	27,500
1302.19.4140	SUBSTANCES HAVING ANESTHETIC, PROPHYLACTIC OR THERAPEUTIC PROPERTIES, NESOI	331,472,001	523,815	187,959,747	0	157,283,850	0	17,501,704	0	13,174,193	0
3301.13.0000	ESSENTIAL CITRUS FRUIT OILS OF LEMON	106,167,994	296,000	11,773,290	0	5,054,584	0	3,663,372	0	3,055,334	0
3301.29.5150	ESSENTIAL OILS EXC THOSE OF CITRUS FRUIT, NESOI	295,550,531	237,370	132,549,347	44,816	78,252,247	0	21,780,435	0	32,516,665	44,816
1515.90.8090	FIXED VEGETABLE FATS AND OILS AND THEIR FRACTIONS NESOI, WHETHER OR NOT REFINED BUT NOT CHEMICALLY MODIFIED	358,057,923	148,592	245,492,573	72,640	68,842,296	23,407	154,032,235	34,848	22,618,042	14,385
1301.90.9190	OTHER NATURAL GUM, RESINS AND GUM RESINS, NESOI	15,272,400	95,123	7,702,328	58,385	3,017,863	50,115	613,535	5,670	4,070,930	2,600
1515.90.2100	NUT OILS	60,980,353	86,046	22,314,209	0	9,714,259	0	529,559	0	12,070,391	0
3205.00.5040	COLOR LAKES AND PREPARATIONS AS SPECIFIED IN NOTE 3 TO THIS	274,290	58,200	228,147	58,200	7,941	0	0	0	220,206	58,200

	CHAPTER, OTHER, BLUE										
3301.90.5000	CONCENTRATES OF ESSENTIAL OILS IN FATS, IN FIXED OILS, IN WAXES OR THE LIKE, OBTAINED BY ENFLEURAGE OR MACERATION; TERPENIC BY-PRODUCTS ETC., NESOI	58,494,271	17,150	11,954,592	12,650	6,580,218	0	93,090	0	5,281,284	12,650
3205.00.5050	COLOR LAKES AND PREPARATIONS AS SPECIFIED IN NOTE 3 TO THIS CHAPTER, OTHER, NESOI	727,549	7,041	419,673	2,400	8,881	0	92,576	0	318,216	2,400
1515.90.6000	JOJOBA OIL AND ITS FRACTIONS, WHETHER OR NOT REFINED BUT NOT CHEMICALLY MODIFIED	21,675,727	5,435	9,932,532	0	4,870,996	0	4,071,420	0	990,116	0
1516.20.9000	VEGETABLE FATS AND OILS AND THEIR FRACTIONS EXCEPT RAPESEED, HYDROGENATED INTERESTERIFIED REESTERIFIED ELAIDINIZED W/NT REFINED BUT NOT FURTHER PREPRD	88,849,869	5,211	35,801,446	2,131	14,370,040	0	5,903,538	0	15,527,868	2,131
3205.00.4020	COLOR LAKES AND PREPARATIONS	1,272,674	4,550	1,063,826	4,550	0	0	11,976	0	1,051,850	4,550

	AS SPECIFIED IN NOTE 3 TO THIS CHAPTER, PRODUCTS DESCRIBED IN ADDITIONAL U.S. NOTE 3 TO SECTION VI, RED										
3205.00.5020	COLOR LAKES AND PREPARATIONS AS SPECIFIED IN NOTE 3 TO THIS CHAPTER, OTHER, RED	461,295	4,250	248,766	4,250	7,141	0	55,851	0	185,774	4,250
3301.12.0000	ESSENTIAL CITRUS FRUIT OILS OF ORANGE	107,119,550	0	6,287,472	0	617,656	0	3,743,187	0	1,926,629	0
3301.90.1050	EXTRACTED OLEORESINS, NESOI	51,199,707	0	14,878,484	0	4,522,024	0	490,024	0	9,866,436	0
3301.25.0010	ESSENTIAL OILS OF CORNMINT, INCLUDING PEPPERMINT DERIVED FROM MENTHA ARVENSIS	41,419,668	0	12,889,960	0	6,543,873	0	150,790	0	6,195,297	0
3301.29.5137	ESSENTIAL OILS OF ROSEMARY	28,378,368	0	22,042,570	0	2,646,012	0	199,654	0	19,196,904	0
3301.24.0000	ESSENTIAL OILS OF PEPPERMINT (MENTHA PIPERITA)	23,996,299	0	11,096,186	0	9,559,778	0	19,838	0	1,516,570	0
1301.90.9120	SEED LAC	19,743,809	0	142,250	0	142,250	0	0	0	0	0
3301.19.1000	ESSENTIAL CITRUS FRUIT OILS OF GRAPEFRUIT	18,282,949	0	2,800,891	0	463,683	0	1,404,053	0	933,155	0

3301.25.0020	ESSENTIAL OILS OF SPEARMINT	13,455,128	0	11,126,959	0	9,090,864	0	0	0	2,036,095	0
3301.25.0050	ESSENTIAL OILS OF MINTS, NESOI (EXCLUDING OILS OF PEPPERMINT, CORNMINT & SPEARMINT)	8,586,170	0	6,643,681	0	5,316,707	0	221,328	0	1,105,646	0
3301.29.5115	ESSENTIAL OILS OF GARLIC	7,251,397	0	1,578,756	0	148,278	0	900,307	0	530,171	0
1515.90.8010	HEMP OIL AND THEIR FRACTIONS NESOI, WHETHER OR NOT REFINED BUT NOT CHEMICALLY MODIFIED	7,097,468	0	6,346,362	0	1,871,009	0	0	0	4,475,353	0
1302.19.9120	CASHEW NUT SHELL LIQUID	2,766,448	0	144,823	0	0	0	49,727	0	95,096	0
1301.90.9105	BALSAMS	691,813	0	0	0	0	0	0	0	0	0

ANEXO 2: Importaciones de Estados Unidos de Ingredientes, Cosméticos y Productos de Cuidado Personal: Principales Proveedores

Anexo 2.1. Importaciones totales de Estados Unidos de Ingredientes (través de todos los distritos aduaneros)

1301.90 NATURAL GUMS, GUM RESINS, RESINS AND BALSAMS, NESOI. US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**20,419,332**	**32,924,189**	**28,436,638**	**34,485,995**	**42,278,282**	**22.6**
1	India	6,411,640	9,159,563	15,396,278	18,666,792	25,379,331	36.0
2	Greece	262,553	893,296	1,653,574	2,222,891	3,222,931	45.0
3	Germany	2,102,691	2,883,531	3,314,168	2,553,214	2,782,977	9.0
4	China	4,291,912	2,802,170	1,997,116	3,773,612	2,621,941	-30.5
5	France	294,711	467,104	2,059,569	2,190,466	2,239,922	2.3
6	Canada	1,566,247	1,344,423	1,556,384	1,735,269	1,945,988	12.1
7	Thailand	1,169,094	10,954,076	259,509	30,358	894,036	2845.0
8	Brazil	150,683	293,465	60,243	724,560	392,238	-45.9
9	Somalia	40,642	741,555	368,718	127,172	386,824	204.2
10	Bulgaria	0	0	120,655	245,044	256,720	4.8
11	Switzerland	938,415	725,921	317,201	283,465	246,507	-13.0
12	Indonesia	197,908	135,685	194,626	132,370	225,557	70.4
13	Ethiopia	53,307	220,192	102,529	160,660	188,970	17.6
14	United Arab Em	0	3,055	0	292,757	181,500	-38.0
15	Singapore	37,374	0	100,413	182,686	178,743	-2.2
20	Peru	0	5,117	50,202	127,838	95,123	-25.6
	Los Demás	2,902,155	2,295,036	885,453	1,036,841	1,038,974	0.2

Fuente: USITC
Elab: AIBD, LLC

1302.19 VEGETABLE SAPS AND EXTRACTS, NESOI, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**349,055,615**	**646,286,891**	**874,990,733**	**1,004,553,767**	**1,114,222,096**	**10.9**
1	India	50,731,730	141,786,172	263,122,755	330,179,849	338,731,544	2.6
2	China	92,887,141	201,769,563	242,590,802	262,900,674	289,447,203	10.1
3	France	59,239,610	66,344,248	83,611,514	82,833,026	92,333,153	11.5
4	Spain	16,613,843	28,172,827	54,453,165	61,692,026	72,880,997	18.1
5	Italy	9,181,162	23,981,944	35,320,081	42,352,075	54,378,420	28.4
6	Mexico	23,885,475	29,875,061	29,272,059	40,722,508	42,195,107	3.6
7	Australia	15,829,087	32,555,585	38,762,599	21,064,754	35,587,697	68.9
8	Germany	7,854,324	15,050,456	30,432,362	33,085,916	35,573,500	7.5
9	Japan	9,641,227	9,509,847	10,833,713	15,606,784	18,253,712	17.0
10	Hong Kong	252,688	338,318	281,225	7,666,277	17,844,961	132.8
11	South Korea	3,851,672	6,434,920	8,706,511	10,682,360	17,108,796	60.2
12	Switzerland	4,972,144	6,149,923	11,387,602	18,782,715	16,038,382	-14.6
13	Brazil	2,756,860	4,099,934	8,759,526	7,829,306	15,316,404	95.6
14	Canada	4,765,193	8,294,396	11,723,432	11,906,552	7,965,562	-33.1
15	Tanzania	2,103,420	5,802,840	6,208,392	5,988,867	6,505,998	8.6
23	Peru	770,989	2,659,441	2,153,378	4,159,966	2,675,693	-35.7
	Los Demás	43,719,050	63,461,416	37,371,617	47,100,112	51,384,967	0.2

1302.39 MUCILAGES AND THICKENERS, WHETHER OR NOT MODIFIED, DERIVED FROM VEGETABLE PRODUCTS, NESOI, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**89,933,055**	**105,647,161**	**110,754,920**	**88,686,670**	**110,164,553**	**24.2**

1	Philippines	41,099,201	46,899,389	41,284,654	34,767,159	34,159,562	-1.7
2	Chile	13,043,288	19,741,023	17,030,684	12,829,833	15,096,411	17.7
3	China	6,830,265	6,692,640	11,104,077	7,791,186	10,274,878	31.9
4	South Korea	2,665,873	3,332,999	5,470,708	5,265,886	8,807,452	67.3
5	France	6,349,899	6,999,021	9,548,366	5,965,746	8,349,613	40.0
6	Indonesia	3,448,785	4,814,277	9,039,358	7,311,200	7,871,372	7.7
7	Spain	1,456,680	4,325,855	5,114,175	3,368,222	5,906,527	75.4
8	Denmark	2,420,567	2,651,131	3,189,789	3,499,419	5,557,980	58.8
9	Peru	1,898,382	526,429	2,229,192	1,651,518	5,370,213	225.2
10	Canada	6,342,566	4,720,566	3,523,872	3,661,854	4,205,844	14.9
11	Ireland	34,562	306,018	295,830	180,100	1,088,215	504.2
12	India	1,627,167	332,575	256,002	410,261	855,896	108.6
13	United Kingdom	1,486,187	1,181,793	773,973	657,654	724,050	10.1
14	Japan	219,165	882,169	184,419	245,510	377,586	53.8
15	Germany	419,654	1,180,126	1,122,968	498,494	369,620	-25.9
	Los Demás	590,814	1,061,150	586,853	582,628	1,149,334	97.3

1515.90 FIXED VEGETABLE FATS AND OILS AND THEIR FRACTIONS, WHETHER OR NOT REFINED BUT NOT CHEMICALLY MODIFIED, NESOI, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**74,583,653**	**187,302,019**	**334,015,822**	**407,182,944**	**447,811,471**	**10.0**
1	Mexico	4,411,456	34,078,561	97,783,942	147,438,873	144,304,514	-2.1
2	Spain	2,234,829	11,333,261	54,177,328	75,223,828	79,772,156	6.0
3	Italy	12,140,919	18,498,840	16,090,485	20,079,200	36,884,570	83.7
4	France	2,895,654	16,883,070	19,963,147	24,483,389	22,879,034	-6.6
5	China	8,129,048	11,814,140	19,328,328	16,499,145	18,182,959	10.2
6	United Kingdom	2,864,176	3,756,875	3,738,053	9,001,083	17,531,722	94.8
7	Canada	3,509,313	10,998,292	21,032,283	17,650,021	15,275,388	-13.5
8	Israel	3,215,956	7,923,722	12,755,423	18,853,655	14,472,060	-23.2
9	Netherlands	2,967,678	3,694,842	7,578,829	8,081,182	10,040,310	24.2
10	Ghana	383,993	1,708,531	4,033,970	4,044,397	9,331,262	130.7
11	India	625,652	3,679,250	9,863,876	7,862,364	9,222,677	17.3
12	Kenya	301,617	3,244,765	5,743,072	6,828,786	7,594,245	11.2
13	Morocco	143,792	1,702,467	2,408,898	3,521,478	6,770,653	92.3
14	Argentina	4,302,455	4,429,821	10,314,062	9,668,247	6,108,589	-36.8
15	Sweden	1,856,528	3,181,726	4,935,731	2,667,513	6,046,408	126.7
39	Peru	1,271,865	3,165,207	529,514	343,843	240,073	-30.2
	Los Demás	23,328,722	47,208,649	43,738,881	34,935,940	43,154,851	23.5

1516.20 VEGETABLE FATS AND OILS AND THEIR FRACTIONS, HYDROGENATED, INTERESTERIFIED, REESTERIFIED OR ELAIDINIZED, WHETHER OR NOT REFINED, NOT FURTHER PREPARED, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**50,046,349**	**59,231,451**	**100,039,932**	**89,192,204**	**90,256,703**	**1.2**
1	Indonesia	213,443	11,069,909	36,393,407	23,858,772	28,723,768	20.4
2	India	7,730,868	9,032,007	14,539,190	15,979,719	13,790,783	-13.7
3	Germany	3,083,821	10,356,365	5,355,498	11,207,041	12,495,484	11.5
4	Malaysia	394,626	3,707,905	11,316,230	8,215,807	7,676,313	-6.6
5	China	1,711,409	3,872,144	5,299,777	3,629,744	4,324,389	19.1
6	Philippines	0	967,012	10,179	3,946,483	2,865,737	-27.4
7	Colombia	0	0	1,192,948	2,129,739	2,854,027	34.0
8	France	1,316,706	898,919	3,007,656	2,821,621	2,735,437	-3.1
9	Mexico	267,095	147,301	807,771	1,465,151	2,605,087	77.8
10	Singapore	814,358	719,275	2,448,035	1,570,094	2,309,362	47.1
11	Spain	148,924	397,265	1,980,129	668,226	1,659,015	148.3
12	Sweden	421,299	634,577	658,782	793,427	1,557,387	96.3

13	Canada	29,829,602	12,403,846	13,143,933	9,336,941	1,370,916	-85.3
14	Netherlands	604,956	295,887	220,581	447,382	782,075	74.8
15	Thailand	36,578	20,530	38,884	350,404	729,731	108.3
43	Peru	0	0	0	14,648	5,211	-64.4
	Los Demás	3,472,664	4,708,509	3,626,932	2,757,005	3,771,981	36.8

3203.00 COLORING MATTER OF VEGETABLE OR ANIMAL ORIGIN AND PREPARATIONS BASED THEREON, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**121,370,462**	**148,579,750**	**171,953,724**	**203,745,459**	**227,578,341**	**11.7**
1	Netherlands	28,884,858	42,908,032	49,312,598	53,026,065	66,482,783	25.4
2	India	15,906,126	20,930,065	27,964,310	25,953,480	42,419,478	63.4
3	China	9,411,591	13,908,066	11,650,074	15,758,594	17,579,936	11.6
4	Italy	7,692,975	7,217,949	16,940,520	25,807,875	15,845,443	-38.6
5	Israel	6,644,362	10,955,775	10,925,944	11,240,382	12,504,038	11.2
6	Peru	18,894,706	7,350,164	7,090,702	8,168,420	10,465,184	28.1
7	Belgium	0	11,761	115,236	891,173	9,822,036	1002.1
8	Spain	2,453,815	4,026,364	3,892,852	6,842,507	7,524,503	10.0
9	France	2,008,158	3,657,235	3,306,777	3,987,577	6,028,231	51.2
10	Denmark	2,564,343	4,111,364	5,258,553	6,069,311	5,318,393	-12.4
11	Japan	6,776,901	5,684,987	3,671,202	2,439,105	4,598,472	88.5
12	United Kingdom	1,730,781	4,569,226	5,341,655	5,327,447	3,775,787	-29.1
13	Turkey	15,750	228,935	5,023,477	3,089,141	3,585,404	16.1
14	Canada	1,248,124	1,963,863	2,450,176	2,103,764	2,688,232	27.8
15	Mexico	3,187,143	3,650,105	3,487,957	2,920,410	2,621,900	-10.2
	Los Demás	13,950,829	17,405,859	15,521,691	30,120,208	16,318,521	-45.8

3205.00 COLOR LAKES; PREPARATIONS BASED ON COLOR LAKES, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**9,845,164**	**7,664,631**	**11,652,854**	**10,336,132**	**12,376,810**	**19.7**
1	Peru	7,766,920	4,252,945	5,395,811	4,837,611	7,171,124	48.2
2	India	602,311	1,237,359	3,757,601	3,055,251	2,503,979	-18.0
3	Canada	503,446	599,877	91,399	214,108	654,378	205.6
4	Japan	279,174	406,621	373,292	364,342	392,836	7.8
5	United Kingdom	114,214	93,836	700,052	411,185	361,440	-12.1
6	China	33,223	55,185	63,944	454,047	314,360	-30.8
7	France	116,401	103,844	69,515	109,944	258,242	134.9
8	Italy	25,108	208,132	184,662	184,325	228,121	23.8
9	Netherlands	0	44,093	122,440	187,356	144,548	-22.8
10	Australia	0	0	0	0	114,481	
11	Germany	84,641	382,719	33,507	20,724	54,148	161.3
12	Indonesia	0	0	0	0	34,020	
13	Mexico	194,635	199,775	104,653	117,359	29,908	-74.5
14	Chile	46,305	0	290,465	20,800	22,407	7.7
15	Taiwan	0	0	0	53,350	21,300	-60.1
	Los Demás	78,786	80,245	465,513	305,730	71,518	-76.6

3301.29 ESSENTIAL OILS, NESOI, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**207,136,379**	**379,387,333**	**490,211,905**	**552,119,068**	**567,480,249**	**2.8**
1	France	48,659,445	86,497,128	102,081,892	106,292,345	100,607,626	-5.3
2	China	30,920,320	57,834,864	67,114,307	86,659,281	89,221,640	3.0
3	India	10,519,398	23,209,442	39,613,462	43,527,912	50,534,373	16.1
4	Indonesia	29,373,391	45,413,929	33,993,143	38,315,848	44,073,850	15.0
5	Bulgaria	3,288,542	8,545,481	43,858,578	51,052,150	40,458,628	-20.8

6	Australia	9,152,584	21,414,016	19,690,964	26,830,748	24,427,139	-9.0
7	Sri Lanka	4,283,734	5,990,777	10,508,922	16,366,834	15,948,901	-2.6
8	Spain	9,762,416	11,429,019	13,160,189	14,328,410	15,799,413	10.3
9	Canada	4,265,309	8,839,169	9,842,392	14,417,653	14,321,256	-0.7
10	Kenya	795,927	3,123,564	10,210,327	10,860,448	13,693,262	26.1
11	United Kingdom	6,566,294	10,863,600	18,410,520	13,866,895	13,034,705	-6.0
12	Egypt	6,467,844	8,179,900	12,248,718	16,417,064	12,525,407	-23.7
13	Singapore	1,811,485	4,479,516	1,460,210	2,110,311	10,682,201	406.2
14	South Africa	591,577	1,786,114	6,171,087	7,645,778	9,802,670	28.2
15	Morocco	294,832	3,440,998	4,189,025	7,255,970	8,548,027	17.8
56	Peru	27,757	10,121	344,464	224,891	267,370	18.9
	Los Demás	40,355,524	78,329,695	97,313,705	95,946,530	103,533,781	7.9

3301.90 CONCENTRATES OF ESSENTIAL OIL; TERPENIC BY-PRODUCTS OF DETERPENATION OF ESSENT'L OIL; EXTRACTED OLEORESINS; AQUEOUS SOLUTIONS OF ESSENTIAL OIL, NESOI, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**69,185,146**	**112,682,892**	**117,785,172**	**116,070,000**	**142,571,050**	**22.8**
1	India	41,685,994	65,738,117	56,297,530	69,933,419	93,663,496	33.9
2	Brazil	4,699,447	17,504,830	21,162,637	15,197,066	9,627,226	-36.7
3	France	3,532,297	2,034,710	3,374,741	3,320,766	8,878,056	167.3
4	Mexico	122,461	555,240	1,599,781	2,228,950	5,543,928	148.7
5	Sri Lanka	54,500	4,558,023	3,862,086	5,181,500	4,456,848	-14.0
6	Canada	6,303,171	4,949,206	3,857,216	3,768,622	3,550,106	-5.8
7	China	690,422	2,008,115	5,203,801	2,883,354	3,259,904	13.1
8	Germany	2,002,099	2,433,428	4,327,649	2,156,398	1,683,013	-22.0
9	Costa Rica	416,818	808,004	1,082,192	401,213	1,622,884	304.5
10	United Kingdom	1,412,644	1,555,234	2,341,747	2,886,210	1,524,344	-47.2
11	Italy	523,145	401,478	1,464,643	763,497	979,679	28.3
12	Spain	3,758,675	2,981,879	3,848,519	1,201,794	832,179	-30.8
13	Ireland	506,340	1,400,776	3,375,886	780,220	696,836	-10.7
14	Australia	140,875	173,103	320,248	507,446	642,920	26.7
15	Israel	401,418	1,427,760	565,034	85,725	548,952	540.4
51	Peru	44,466	22,403	0	19,174	17,150	-10.6
	Los Demás	2,890,374	4,130,586	5,101,462	4,754,646	5,043,529	6.1

Anexo 2.2. Importaciones de Estados Unidos de Ingredientes a través 22 distritos aduaneros ubicados en las regiones Medio Oeste, Sur Oeste y Oeste

1301.90 NATURAL GUMS, GUM RESINS, RESINS AND BALSAMS, NESOI, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**8,420,910**	**8,978,304**	**11,007,547**	**12,389,110**	**10,945,730**	**-11.7**
1	India	2,047,084	4,050,295	5,318,518	4,169,260	2,656,032	-36.3
2	Greece	248,520	809,660	1,240,512	1,515,931	2,215,681	46.2
3	China	3,804,181	1,981,190	1,466,174	3,648,106	2,181,872	-40.2
4	Canada	1,022,292	1,176,421	1,446,766	1,637,765	1,755,193	7.2
5	Germany	85,898	46,683	515,919	336,621	854,328	153.8
6	France	27,632	115,989	648,865	312,384	583,290	86.7
7	United Arab Em	0	0	0	292,757	181,500	-38.0
8	Austria	0	0	0	173,646	88,801	-48.9
9	Russia	0	0	0	0	78,474	
10	Somalia	0	87,000	0	4,850	76,700	1481.4
11	Peru	0	0	46,682	125,688	58,385	-53.5
12	Pakistan	32,719	0	62,050	26,401	48,025	81.9
13	Japan	0	0	0	0	34,490	

14	United Kingdom	0	6,948	123,198	84,804	34,123	-59.8
15	Mexico	0	24,681	0	0	32,552	
16	Los demás	1,152,584	679,437	138,863	60,897	66,284	8.8

1302.19 VEGETABLE SAPS AND EXTRACTS, NESOI, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	157,350,150	312,469,732	399,723,950	468,813,444	552,283,542	17.8
1	China	55,716,031	126,250,652	171,430,475	188,788,200	219,035,712	16.0
2	India	14,628,611	37,941,497	54,870,090	76,391,616	93,067,261	21.8
3	Spain	9,558,347	16,223,379	39,961,485	43,037,791	42,675,486	-0.8
4	Mexico	23,839,290	29,866,453	29,250,780	40,532,280	41,984,933	3.6
5	Italy	6,746,076	17,180,356	22,013,736	27,268,627	37,724,122	38.3
6	France	11,568,291	11,985,384	16,053,383	16,603,956	22,145,254	33.4
7	Australia	12,561,329	26,851,545	17,870,766	15,107,482	21,466,362	42.1
8	South Korea	2,865,340	5,917,918	3,990,845	6,323,469	14,060,622	122.4
9	Tanzania	2,103,420	5,802,840	5,953,392	5,988,867	6,505,998	8.6
10	Canada	654,672	3,641,324	8,139,443	9,840,454	6,233,244	-36.7
11	Brazil	396,651	2,351,220	2,098,668	2,943,399	5,965,285	102.7
12	Germany	2,637,063	3,431,661	5,843,543	6,417,667	5,282,773	-17.7
13	Japan	4,852,539	4,112,689	3,072,001	4,174,342	5,035,296	20.6
14	Israel	293,161	1,008,089	2,532,022	3,218,476	4,524,338	40.6
15	Singapore	653,551	1,314,376	2,552,649	2,497,456	3,802,661	52.3
22	Peru	224,846	100,260	757,959	1,605,657	1,014,688	-36.8
	Los demas	8,050,932	18,490,089	13,332,713	18,073,705	21,759,507	20.4

1302.39 MUCILAGES AND THICKENERS, WHETHER OR NOT MODIFIED, DERIVED FROM VEGETABLE PRODUCTS, NESOI, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**54,575,613**	**62,911,981**	**59,943,321**	**50,251,844**	**56,621,202**	**12.7**
1	Philippines	31,946,571	35,552,222	24,023,524	20,761,131	20,724,058	-0.2
2	Indonesia	3,297,755	4,113,977	7,225,639	6,361,092	6,454,163	1.5
3	Spain	814,969	3,545,773	3,957,643	2,852,077	5,424,721	90.2
4	Denmark	1,616,165	2,344,753	2,850,850	3,221,637	5,353,470	66.2
5	China	1,362,307	2,350,958	5,633,915	4,259,286	4,370,381	2.6
6	Chile	5,575,544	6,128,057	6,737,541	5,582,159	4,242,727	-24.0
7	Canada	5,648,490	4,427,791	3,470,777	3,502,067	3,875,183	10.7
8	South Korea	1,706,446	1,821,683	2,360,074	1,648,289	1,887,092	14.5
9	Peru	0	12,898	1,117,728	571,511	1,251,393	119.0
10	Ireland	26,362	230,558	258,230	151,900	862,918	468.1
11	India	1,572,421	77,287	123,998	132,027	402,058	204.5
12	Germany	419,654	620,561	204,376	245,309	351,252	43.2
13	Japan	23,652	678,908	2,112	157,556	215,121	36.5
14	Italy	93,936	34,933	106,251	142,360	189,614	33.2
15	Vietnam	12,565	18,604	63,033	24,766	178,236	619.7
	Los demás	458,776	953,018	1,807,630	638,677	838,815	31.3

1515.90 FIXED VEGETABLE FATS AND OILS AND THEIR FRACTIONS, WHETHER OR NOT REFINED BUT NOT CHEMICALLY MODIFIED, NESOI, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20

	Total	**39,191,424**	**106,836,411**	**217,856,064**	**275,157,699**	**284,085,676**	**3.2**
1	Mexico	4,377,214	34,075,023	97,648,115	147,097,385	143,865,797	-2.2
2	Spain	484,924	4,374,267	20,296,315	33,295,016	29,340,979	-11.9
3	Italy	6,656,721	6,411,824	5,518,312	8,363,850	18,299,734	118.8
4	United Kingdom	452,986	594,713	774,286	5,140,398	13,036,832	153.6
5	France	778,917	6,591,125	9,045,305	11,966,849	11,030,338	-7.8
6	China	4,528,683	6,944,502	10,252,280	11,111,627	10,948,915	-1.5
7	Canada	3,057,422	6,971,286	15,104,761	9,130,017	7,536,692	-17.5
8	Kenya	301,617	2,303,397	4,910,564	6,118,666	7,015,628	14.7
9	India	278,354	1,916,483	7,798,289	6,129,269	5,806,055	-5.3
10	Ghana	39,400	190,625	1,388,150	1,337,478	5,213,296	289.8
11	Argentina	2,682,552	2,302,422	9,921,677	8,844,507	4,751,470	-46.3
12	Panama	0	1,553,270	5,763,595	2,538,316	3,677,865	44.9
13	Morocco	108,113	245,360	1,588,636	2,519,889	3,504,157	39.1
14	Thailand	4,099,461	6,692,986	6,476,579	2,317,575	3,161,473	36.4
15	Netherlands	1,250,013	1,262,425	2,676,146	2,691,675	2,822,130	4.8
39	Peru	1,072,844	2,861,754	324,665	233,911	72,640	-68.9
	Los Demás	9,022,203	21,544,949	18,368,389	16,321,271	14,001,675	-14.2

1516.20 VEGETABLE FATS AND OILS AND THEIR FRACTIONS, HYDROGENATED, INTERESTERIFIED, REESTERIFIED OR ELAIDINIZED, WHETHER OR NOT REFINED, NOT FURTHER PREPARED, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**25,797,209**	**35,679,148**	**51,471,948**	**46,063,246**	**36,738,359**	**-20.2**
1	Indonesia	213,443	5,628,077	21,769,474	13,216,918	11,859,106	-10.3
2	China	1,219,415	2,651,298	3,498,432	3,072,635	4,097,075	33.3
3	Germany	761,379	6,695,070	3,450,394	4,654,957	3,933,011	-15.5
4	India	1,262,213	3,987,711	3,202,202	3,405,354	3,635,957	6.8
5	Philippines	0	967,012	10,179	3,946,483	2,865,737	-27.4
6	Mexico	259,631	147,301	807,771	1,465,151	2,605,087	77.8
7	Malaysia	119,370	432,798	2,167,952	3,722,790	2,045,792	-45.0
8	France	329,874	383,011	2,115,576	1,938,084	1,802,504	-7.0
9	Canada	20,211,482	12,377,965	13,099,935	9,241,156	1,184,745	-87.2
10	Sweden	0	0	167,865	278,274	981,670	252.8
11	Spain	0	31,100	26,827	3,133	547,078	17361.8
12	Taiwan	6,194	0	0	36,053	275,771	664.9
13	Timor-Leste	0	83,600	167,200	83,600	238,700	185.5
14	Chile	0	20,064	0	0	108,680	
15	Italy	582,451	1,839,076	268,356	111,233	104,007	-6.5
29	Peru	0	0	0	0	2,131	
	Los demás	831,757	435,065	719,785	887,425	451,308	-49.1

3203.00 COLORING MATTER OF VEGETABLE OR ANIMAL ORIGIN AND PREPARATIONS BASED THEREON, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**59,025,526**	**60,432,326**	**85,027,074**	**87,510,434**	**86,970,866**	**-0.6**
1	India	11,990,653	13,850,567	21,322,378	19,177,296	23,743,803	23.8
2	Italy	5,417,016	6,196,004	14,257,731	22,936,643	13,608,164	-40.7
3	China	6,038,123	7,388,149	8,278,208	7,982,787	10,198,435	27.8
4	Peru	12,473,692	4,463,982	3,903,180	4,697,051	7,652,403	62.9
5	Denmark	2,535,437	4,037,928	5,253,175	6,069,311	5,314,090	-12.4

6	Israel	943,353	2,570,843	2,275,762	2,715,037	3,146,006	15.9
7	Turkey	0	45,890	5,006,351	2,622,013	2,668,905	1.8
8	Iceland	0	0	710,800	1,796,610	2,499,250	39.1
9	Mexico	2,622,242	3,173,504	3,223,997	2,474,910	2,200,160	-11.1
10	Spain	2,299,435	3,552,846	2,892,441	2,775,435	1,960,615	-29.4
11	Canada	852,654	467,557	1,142,147	768,630	1,367,514	77.9
12	Japan	5,476,941	4,484,945	3,005,716	764,890	1,274,134	66.6
13	Brazil	2,005,070	2,060,605	1,506,433	1,566,149	1,237,997	-21.0
14	Cote d`Ivoire	162,308	413,399	1,572,713	1,144,744	1,173,961	2.6
15	Kenya	180,949	755,959	1,721,123	1,534,908	1,167,381	-23.9
	Los demás	6,027,653	6,970,148	8,954,919	8,484,020	7,758,048	-8.6

3205.00 COLOR LAKES; PREPARATIONS BASED ON COLOR LAKES, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var 5 21/20
	Total	**7,749,889**	**6,258,503**	**7,727,674**	**7,535,111**	**9,140,041**	**21.3**
1	Peru	6,241,427	3,793,399	3,251,114	3,229,122	5,312,453	64.5
2	India	577,279	1,133,595	3,270,758	2,756,360	2,026,725	-26.5
3	Canada	421,301	564,330	91,399	191,616	578,728	202.0
4	Japan	253,062	254,915	254,883	304,533	316,973	4.1
5	China	29,678	52,785	11,944	391,147	287,638	-26.5
6	United Kingdom	0	2,475	108,117	9,429	199,042	2011.0
7	Australia	0	0	0	0	114,481	
8	Netherlands	0	44,093	108,670	162,657	92,576	-43.1
9	France	0	0	0	0	65,816	
10	Indonesia	0	0	0	0	34,020	
11	Germany	16,021	164,827	24,984	15,619	25,365	62.4
12	Taiwan	0	0	0	53,350	21,300	-60.1
13	Singapore	0	0	0	0	21,262	
14	Mexico	194,635	178,623	99,355	117,359	19,392	-83.5
15	Chile	0	0	56,840	16,000	17,607	10.0
16	Los demás	16,486	69,461	449,610	287,919	6,663	-97.7

3301.29 ESSENTIAL OILS, NESOI, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**28,386,418**	**99,265,188**	**218,177,862**	**249,482,503**	**242,137,795**	**-2.9**
1	China	3,701,823	6,409,415	23,195,230	34,954,578	40,728,701	16.5
2	Bulgaria	595,255	2,471,920	40,066,135	43,500,370	33,703,119	-22.5
3	France	4,442,643	20,089,983	29,556,403	25,320,523	25,033,457	-1.1
4	India	1,945,104	7,365,266	17,297,791	16,281,575	19,127,302	17.5
5	Australia	4,866,082	12,357,356	12,092,412	14,252,650	15,761,117	10.6
6	Kenya	795,927	2,604,117	10,194,077	10,860,448	13,687,642	26.0
7	Singapore	123,712	3,845,391	230,505	1,300,650	10,003,186	669.1
8	Morocco	122,163	630,154	2,684,446	5,101,319	6,867,121	34.6
9	Canada	1,975,632	3,474,446	4,623,516	7,345,788	6,498,821	-11.5
10	Egypt	275,655	4,303,752	6,126,410	11,072,549	6,039,106	-45.5
11	United Kingdom	1,525,780	4,210,139	14,114,063	9,005,552	5,871,351	-34.8
12	Albania	0	0	4,005,890	2,908,283	5,039,870	73.3
13	Turkey	231,694	1,769,265	4,207,505	7,323,684	4,371,869	-40.3

14	Andorra	0	2,122,058	9,128,592	3,452,625	4,204,205	21.8
15	Spain	1,524,532	1,735,702	1,992,320	5,235,390	4,117,771	-21.3
55	Peru	8,317	3,569	2,159	53,060	44,816	-15.5
	Los demás	6,252,099	25,872,655	38,660,408	51,513,459	41,038,341	-20.3

3301.90 CONCENTRATES OF ESSENTIAL OIL; TERPENIC BY-PRODUCTS OF DETERPENATION OF ESSENT'L OIL; EXTRACTED OLEORESINS; AQUEOUS SOLUTIONS OF ESSENTIAL OIL, NESOI, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**13,928,788**	**27,048,273**	**31,736,248**	**36,026,250**	**39,570,173**	**9.8**
1	India	10,546,211	17,718,132	18,658,138	24,907,630	27,423,678	10.1
2	France	108,781	564,201	1,991,473	1,530,718	4,982,544	225.5
3	China	43,649	1,243,500	3,526,902	1,126,771	1,110,040	-1.5
4	Brazil	3,360	2,387,588	428,831	1,771,152	993,705	-43.9
5	United Kingdom	213,861	105,731	330,296	363,276	616,157	69.6
6	Mexico	96,077	227,313	42,059	483,225	546,642	13.1
7	Germany	72,833	638,500	679,983	595,715	546,535	-8.3
8	Canada	599,273	1,024,951	450,949	474,107	532,791	12.4
9	Australia	31,223	119,013	177,273	355,398	427,639	20.3
10	Morocco	0	16,900	57,295	69,750	372,893	434.6
11	Spain	1,961,835	1,052,652	2,420,124	493,409	360,771	-26.9
12	Bulgaria	18,388	74,248	145,388	432,625	302,305	-30.1
13	Jordan	0	6,631	0	33,432	209,518	526.7
14	Singapore	0	0	81,687	47,500	199,609	320.2
15	Russia	0	0	0	0	179,068	
31	Peru	0	0	0	19,174	12,650	-34.0
	Los demás	233,297	1,868,913	2,745,850	3,322,368	753,628	-77.3

Anexo 2.3. Importaciones totales de Estados Unidos de Cosméticos y Productos de Cuidado Personal (a través de todos los distritos aduaneros)

3303.00 PERFUMES AND TOILET WATERS, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**1,573,828,898**	**1,989,970,472**	**2,465,446,452**	**2,129,510,500**	**3,089,166,680**	**45.1**
1	France	879,236,978	1,112,049,322	1,496,264,206	1,295,230,277	1,876,409,006	44.9
2	Spain	105,536,265	128,808,844	291,868,697	243,307,893	345,218,208	41.9
3	Italy	149,937,017	221,364,653	233,788,240	193,401,069	309,514,683	60.0
4	Germany	53,002,768	48,519,723	72,576,982	76,932,172	110,348,285	43.4
5	United Arab Em	9,629,162	15,924,824	32,206,190	44,503,185	79,990,573	79.7
6	United Kingdom	157,867,933	169,981,932	69,521,992	59,126,772	77,828,847	31.6
7	Switzerland	49,984,636	77,587,943	68,113,532	50,432,467	77,602,063	53.9
8	Mexico	22,859,397	48,551,602	46,690,365	42,287,572	61,469,637	45.4
9	India	10,709,485	31,425,446	31,969,456	26,388,588	34,337,916	30.1
10	China	56,063,874	50,857,625	37,123,669	28,342,556	25,396,030	-10.4
11	Canada	5,403,607	8,558,358	13,329,286	11,583,588	19,720,963	70.2
12	Turkey	156,898	513,046	7,798,366	13,551,206	12,566,335	-7.3
13	Singapore	26,460,511	20,576,119	4,685,039	3,508,849	12,461,904	255.2
14	Netherlands	5,783,475	10,589,510	3,007,817	5,902,877	11,147,350	88.8
15	Japan	2,140,765	448,035	3,989,879	6,684,574	4,293,714	-35.8
47	Peru	105,514	437,198	176,426	122,273	92,773	-24.1
	Los demás	38,950,613	43,776,292	52,336,310	28,204,582	30,768,393	9.1

3304.10 LIP MAKE-UP PREPARATIONS, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**276,901,653**	**566,472,418**	**552,151,703**	**417,249,720**	**436,981,214**	**4.7**
1	China	102,826,700	187,513,002	139,056,872	81,930,961	82,720,287	1.0
2	Canada	41,294,694	106,852,169	112,301,729	71,427,225	73,482,930	2.9
3	Italy	9,858,980	65,110,943	86,159,813	61,669,738	64,280,689	4.2
4	France	35,843,383	55,197,794	72,060,319	62,211,333	59,639,954	-4.1
5	South Korea	1,142,145	7,194,837	38,017,147	42,866,457	53,589,764	25.0
6	Taiwan	11,968,365	26,401,320	14,317,047	22,328,338	28,045,751	25.6
7	Germany	25,459,640	39,015,498	25,131,641	14,212,413	22,203,052	56.2
8	Belgium	26,379,467	27,680,215	27,013,174	18,696,168	20,256,793	8.3
9	United Kingdom	4,703,674	14,090,553	10,609,503	9,140,615	8,668,973	-5.2
10	Japan	4,526,575	2,663,975	8,705,701	7,055,942	5,308,302	-24.8
11	Czechia	2,016,622	2,531,284	4,198,808	2,398,546	3,787,788	57.9
12	Turkey	28,338	209,689	645,487	4,287,590	2,771,550	-35.4
13	Mexico	1,360,537	9,793,040	4,162,991	4,510,908	1,721,624	-61.8
14	Luxembourg	23,318	2,382	142,091	428,181	1,715,274	300.6
15	Thailand	229,292	602,428	202,656	3,385,126	1,616,492	-52.2
		9,239,923	21,613,289	9,426,724	10,700,179	7,171,991	-33.0

3304.20 EYE MAKE-UP PREPARATIONS, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**425,171,249**	**772,435,625**	**897,994,187**	**698,110,045**	**830,065,320**	**18.9**
1	China	101,062,688	193,321,621	245,744,392	157,356,131	179,638,501	14.2
2	Italy	53,192,894	91,058,194	163,320,321	129,306,821	168,411,076	30.2
3	South Korea	4,662,883	66,627,049	85,843,440	87,732,844	113,744,164	29.6
4	Germany	63,044,336	94,598,983	88,400,351	62,881,841	85,828,406	36.5
5	France	49,818,965	72,260,837	84,650,435	93,684,066	81,590,297	-12.9
6	Canada	94,629,459	116,884,124	96,187,232	58,493,982	64,885,408	10.9
7	Japan	17,942,554	26,546,325	56,693,438	31,227,408	39,801,431	27.5
8	Taiwan	7,064,174	16,470,561	17,127,663	17,625,227	33,459,896	89.8
9	Mexico	7,186,388	12,602,320	16,924,017	12,339,831	18,239,733	47.8
10	Luxembourg	32,225	940,887	3,445,332	4,854,255	9,053,423	86.5
11	Poland	348,382	1,039,369	2,412,325	17,605,369	8,993,006	-48.9
12	United Kingdom	8,978,283	16,635,379	16,165,671	5,514,678	6,019,221	9.1
13	Turkey	76,989	106,121	1,015,333	5,444,068	4,238,131	-22.2
14	Czechia	3,431,544	6,595,489	2,495,981	2,274,802	4,015,678	76.5
15	Thailand	305,875	555,847	1,427,230	1,412,270	2,065,179	46.2
51	Peru	0	0	12,486	16,210	6,953	-57.1
	Los demás	13,393,610	56,192,519	16,128,540	10,340,242	10,074,817	-2.6

3304.30 MANICURE OR PEDICURE PREPARATIONS, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**88,348,374**	**156,858,201**	**116,983,714**	**120,678,067**	**139,349,488**	**15.5**
1	China	55,570,743	68,242,506	51,646,863	47,554,127	50,581,067	6.4
2	Mexico	904,004	35,028,368	28,678,187	25,631,883	26,364,401	2.9
3	South Korea	6,069,592	7,552,396	7,150,846	11,711,995	15,730,563	34.3
4	Canada	1,553,634	5,537,133	6,437,665	5,017,618	9,107,451	81.5
5	France	6,766,458	10,395,337	4,942,331	9,118,512	7,804,120	-14.4

6	Colombia	676,540	756,429	1,427,597	2,900,404	4,239,748	46.2
7	Turkey	98,082	293,807	711,413	741,052	3,647,797	392.2
8	United Kingdom	930,123	3,830,783	1,712,766	1,966,475	3,398,151	72.8
9	Taiwan	1,573,273	3,734,308	1,436,174	3,605,734	3,182,928	-11.7
10	Poland	205,682	347,785	1,813,053	1,482,489	2,723,610	83.7
11	Spain	797,254	969,212	1,899,580	1,828,365	1,849,563	1.2
12	Vietnam	16,158	106,179	550,776	1,032,664	1,647,067	59.5
13	Netherlands	97,016	376,953	537,508	1,079,747	1,599,005	48.1
14	India	0	296,412	1,434,533	532,872	1,394,900	161.8
15	Germany	2,032,479	2,920,143	804,402	518,549	898,846	73.3
	Los demás	11,057,336	16,470,450	5,800,020	5,955,581	5,180,271	-13.0

3304.91 POWDER MAKE-UP OR SKIN CARE PREPARATIONS, INCLUDING FACE POWDER, ROUGE, BABY POWDER AND BATH POWDER, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**150,156,026**	**288,590,830**	**289,305,994**	**195,737,925**	**228,253,998**	**16.6**
1	Italy	34,650,989	73,251,000	97,532,656	68,281,034	81,329,782	19.1
2	China	53,638,858	104,401,101	68,195,128	47,414,410	47,569,625	0.3
3	Canada	14,682,126	32,421,001	47,230,448	25,172,317	28,455,914	13.0
4	France	19,168,722	27,112,727	27,732,440	18,206,037	21,838,409	20.0
5	Taiwan	2,953,873	4,807,145	13,828,747	9,232,405	10,887,653	17.9
6	South Korea	3,097,253	9,805,579	10,747,589	8,254,601	8,072,807	-2.2
7	Japan	6,508,881	10,922,645	8,064,154	6,010,556	5,070,986	-15.6
8	India	2,200,030	2,359,234	2,845,419	2,522,196	5,018,274	99.0
9	Thailand	204,422	577,743	699,839	411,878	4,900,192	1089.7
10	United Kingdom	4,272,793	3,999,739	2,232,107	1,352,582	4,611,459	240.9
11	Indonesia	322,285	519,916	578,067	882,037	2,591,347	193.8
12	Mexico	2,109,915	1,991,980	884,506	1,124,282	1,376,758	22.5
13	Poland	311,803	584,339	1,539,861	692,859	1,098,471	58.5
14	Turkey	15,705	33,350	264,904	1,845,721	1,085,398	-41.2
15	Belgium	1,773,697	51,417	858,085	445,277	875,319	96.6
46	Peru	0	0	11,520	0	2,178	
	Los demás	4,244,674	15,751,914	6,060,524	3,889,733	3,469,426	-10.8

3304.99 BEAUTY OR MAKE-UP PREPARATIONS AND PREPARATIONS FOR CARE OF THE SKIN (EXCLUDING MEDICAMENTS) NESOI, INCLUDING SUNSCREENS AND SUNTAN PREPARATIONS, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**1,249,514,386**	**2,197,018,287**	**3,168,726,521**	**2,991,765,792**	**3,759,482,263**	**25.7**
1	France	273,912,585	567,581,077	628,264,574	627,634,993	717,630,986	14.3
2	Canada	305,398,045	376,945,336	484,711,898	474,769,689	618,145,012	30.2
3	South Korea	26,515,828	130,640,125	365,364,249	390,918,451	524,460,218	34.2
4	Sweden	696,132	87,239,843	151,645,563	157,935,052	275,200,969	74.2
5	United Kingdom	99,203,140	190,589,381	290,960,786	232,390,086	233,454,968	0.5
6	Italy	59,261,818	85,004,618	208,384,006	150,169,239	214,981,194	43.2
7	China	116,726,503	176,159,245	205,546,948	162,757,592	199,433,794	22.5
8	Japan	65,324,992	76,130,715	118,266,263	104,473,732	128,951,455	23.4
9	Mexico	35,485,204	74,724,256	97,645,467	123,483,428	123,496,933	0.0
10	Switzerland	25,948,472	41,477,925	59,211,772	50,449,778	76,112,465	50.9
11	Hungary	24,590,392	51,368,478	74,544,013	64,991,970	73,638,358	13.3
12	Germany	38,605,565	55,595,170	83,535,294	66,664,884	72,262,933	8.4
13	Spain	11,827,826	21,334,263	29,521,656	28,412,660	53,638,209	88.8

14	Israel	37,951,349	52,773,082	50,060,912	42,251,243	47,292,062	11.9
15	India	8,146,436	10,820,361	28,256,443	37,279,420	40,019,244	7.3
68	Peru	188,965	4,999	85,295	81,001	136,946	69.1
	Los demás	119,731,134	198,629,413	292,721,382	277,102,574	360,626,517	30.1

3305.10 SHAMPOOS FOR HAIR, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**143,563,384**	**220,360,384**	**278,782,383**	**292,798,061**	**342,608,493**	**17.0**
1	Canada	51,748,762	80,602,780	94,896,771	102,349,076	98,286,070	-4.0
2	Italy	13,318,280	14,118,526	16,630,948	20,215,759	29,484,672	45.8
3	Mexico	19,577,341	21,551,737	23,358,735	26,029,303	28,887,849	11.0
4	Israel	7,832,380	22,699,792	22,660,945	27,827,295	27,199,698	-2.3
5	China	16,986,223	20,876,590	22,114,466	14,000,642	23,997,356	71.4
6	United Kingdom	3,085,595	10,995,707	15,007,754	13,546,826	17,092,849	26.2
7	France	8,739,478	11,556,937	16,451,590	17,187,225	15,979,110	-7.0
8	Belgium	1,010,086	2,964,027	8,641,924	8,864,688	13,751,974	55.1
9	South Korea	1,742,002	3,402,585	4,508,512	7,770,392	13,187,758	69.7
10	Spain	4,546,217	5,918,284	13,721,318	8,907,863	11,514,129	29.3
11	Greece	162,305	246,164	229,870	965,017	7,893,740	718.0
12	Australia	637,699	997,279	2,209,512	3,853,039	7,511,038	94.9
13	Germany	1,980,071	4,522,789	6,555,999	4,976,895	6,438,036	29.4
14	Japan	2,412,554	2,509,268	2,947,714	4,970,534	5,360,762	7.9
15	India	563,500	1,154,378	5,126,214	3,293,474	5,029,359	52.7
37	Peru	46,203	28,318	40,917	45,984	133,820	191.0
	Los demás	9,174,688	16,215,223	23,679,194	27,994,049	30,860,273	10.2

3305.20 PREPARATIONS FOR PERMANENT WAVING OR STRAIGHTENING HAIR, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**30,413,085**	**11,196,459**	**6,499,677**	**5,666,517**	**7,793,365**	**37.5**
1	Canada	26,088,460	8,201,021	3,503,039	3,926,680	4,838,139	23.2
2	South Korea	289,461	374,167	476,645	230,019	458,035	99.1
3	Austria	0	20,502	125,724	36,050	410,881	1039.8
4	South Africa	0	0	338,232	51,252	311,970	508.7
5	Brazil	2,215,045	284,010	237,828	151,747	285,156	87.9
6	China	86,057	137,746	337,313	54,657	279,235	410.9
7	Thailand	0	42,750	173,711	22,220	235,265	958.8
8	Japan	504,471	406,744	447,789	306,004	199,805	-34.7
9	Italy	262,091	345,306	188,907	183,360	166,570	-9.2
10	United Kingdom	32,185	72,665	152,324	180,772	164,357	-9.1
11	Spain	195,809	231,599	132,332	86,976	153,509	76.5
12	Argentina	0	0	46,081	67,214	51,290	-23.7
13	Israel	0	59,556	2,300	124,842	42,474	-66.0
14	France	0	448,708	69,938	46,300	41,122	-11.2
15	Mexico	243,477	46,997	143,502	101,329	37,487	-63.0
16	Peru	0	0	0	15,725	26,877	70.9
	Los demas	496,029	524,688	124,012	81,370	91,193	12.1

3305.30 HAIR LACQUERS, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**13,906,035**	**42,287,201**	**41,844,359**	**21,543,474**	**30,628,037**	**42.2**

1	Canada	6,585,852	31,418,359	31,464,593	12,751,702	15,228,503	19.4
2	Mexico	147,093	541,517	424,395	413,035	3,533,170	755.4
3	South Korea	78,760	21,665	402,475	2,650,632	2,981,721	12.5
4	China	668,524	4,033,073	2,267,907	1,178,519	2,282,947	93.7
5	Turkey	28,155	5,242	121,377	971,653	1,202,478	23.8
6	Spain	1,758,044	2,003,957	1,268,703	952,394	1,143,306	20.0
7	United Kingdom	147,042	204,430	707,402	597,831	1,110,663	85.8
8	Denmark	0	0	133,328	296,346	483,371	63.1
9	Italy	1,623,273	306,555	509,595	444,604	462,525	4.0
10	Sweden	159,562	132,789	1,304,213	458,130	416,458	-9.1
11	Germany	1,337,375	1,697,468	263,487	194,301	385,750	98.5
12	France	200,017	348,278	118,173	131,833	247,792	88.0
13	Israel	139,680	145,196	254,660	56,455	196,204	247.5
14	Australia	4,814	115,538	95,469	27,374	182,910	568.2
15	Austria	215,621	706,450	141,844	53,530	166,359	210.8
	Los demás	812,223	606,684	2,366,738	365,135	603,880	65.4

3305.90 PREPARATIONS FOR USE ON THE HAIR, NESOI, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**603,378,506**	**873,774,755**	**944,297,776**	**972,352,911**	**1,187,608,955**	**22.1**
1	Canada	167,699,198	184,358,259	235,830,428	266,049,268	303,522,731	14.1
2	Mexico	212,271,470	349,086,208	273,641,971	261,279,294	297,019,997	13.7
3	Italy	57,619,931	78,794,156	99,820,182	108,220,798	130,114,684	20.2
4	Germany	27,278,759	56,991,232	60,383,998	50,284,128	76,231,288	51.6
5	Israel	28,807,731	40,306,144	44,600,628	49,424,606	74,905,446	51.6
6	China	15,328,450	30,524,030	36,319,685	32,411,136	44,340,149	36.8
7	Spain	21,485,307	26,772,278	36,785,451	28,921,898	35,652,523	23.3
8	South Korea	7,209,534	11,412,815	19,420,349	20,906,269	26,790,173	28.1
9	France	20,461,871	21,420,587	23,744,727	30,361,167	25,604,626	-15.7
10	United Kingdom	7,612,497	11,265,961	16,695,328	16,646,363	24,834,446	49.2
11	Netherlands	1,979,383	4,232,221	6,856,824	16,316,702	18,336,307	12.4
12	Greece	86,034	284,318	788,147	2,530,726	14,596,739	476.8
13	Brazil	3,678,866	5,585,455	9,421,878	10,929,131	13,464,316	23.2
14	Australia	966,739	2,745,470	5,669,538	6,948,142	12,417,261	78.7
15	Dominican Rep	4,203,581	7,739,377	9,521,190	10,898,119	12,233,810	12.3
39	Peru	9,524	190,736	205,449	366,781	476,631	29.9
	Los demás	26,679,631	42,065,508	64,592,003	59,858,383	77,067,828	28.8

3306.10 DENTRIFICOS, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**163,155,675**	**197,489,501**	**211,848,236**	**194,222,035**	**203,704,077**	**4.9**
1	Mexico	121,836,002	179,597,647	179,500,620	155,746,632	160,334,805	2.9
2	China	1,143,369	3,234,990	5,759,473	12,425,955	13,268,092	6.8
3	Netherlands	179,197	10,298	7,832,948	6,374,066	11,264,448	76.7
4	India	6,149,535	7,563,490	10,028,933	9,254,319	8,974,416	-3.0
5	South Korea	661,715	981,886	1,587,884	2,938,358	1,755,077	-40.3
6	Germany	3,768,146	605,908	1,145,978	2,070,766	1,641,300	-20.7
7	Italy	301,924	666,105	1,401,717	1,173,505	908,749	-22.6
8	United Kingdom	77,557	64,662	299,224	588,320	842,457	43.2
9	Thailand	424,963	1,117,138	1,160,745	530,221	835,904	57.7

10	Canada	25,196,040	1,379,212	1,042,107	756,073	571,576	-24.4
11	Malaysia	667,682	1,012,821	208,296	423,636	493,263	16.4
12	Australia	106,973	502,319	308,623	609,638	476,985	-21.8
13	Uruguay	0	0	0	0	398,831	
14	Poland	0	0	24,029	141,654	377,787	166.7
15	Vietnam	72,982	0	27,130	149,550	358,507	139.7
		2,569,590	753,025	1,520,529	1,039,342	1,201,880	15.6

3306.20 YARN USED TO CLEAN BETWEEN THE TEETH (DENTAL FLOSS), US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**75,398,693**	**102,454,045**	**104,533,148**	**117,799,341**	**141,755,942**	**20.3**
1	China	35,372,283	51,156,081	72,380,352	81,583,234	95,802,316	17.4
2	Brazil	173,040	158,296	7,316,682	12,309,709	20,086,026	63.2
3	Ireland	16,860,161	11,026,915	8,561,273	8,280,456	10,144,372	22.5
4	Netherlands	0	0	13,958	0	3,554,288	
5	Italy	84,007	559,945	1,921,816	2,735,339	3,508,400	28.3
6	Vietnam	177,682	3,188,063	2,540,550	2,921,114	2,962,360	1.4
7	Malaysia	0	7,852,103	6,390,260	5,240,768	2,896,814	-44.7
8	Taiwan	1,383,645	4,397,403	1,899,367	3,156,685	1,252,217	-60.3
9	Colombia	75,718	169,482	953,656	589,836	462,500	-21.6
10	Dominican Rep	21,040,718	21,904,266	115,800	0	305,191	#¡DIV/0!
11	Germany	0	120,436	172,085	208,374	236,091	13.3
12	South Korea	41,680	260,085	169,110	440,130	221,347	-49.7
13	United Kingdom	19,103	661,060	38,871	17,830	127,614	615.7
14	India	5,645	0	39,000	18,704	84,389	351.2
15	Switzerland	112,178	0	47,214	96,416	78,860	-18.2
	Los demás	52,833	999,910	1,973,154	200,746	33,157	-83.5

3306.90 PREPARATIONS FOR ORAL OR DENTAL HYGIENE NESOI, INCLUDING DENTURE FIXATIVE PASTES AND POWDERS, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**81,536,536**	**120,181,189**	**163,187,559**	**136,618,661**	**145,474,824**	**6.5**
1	Ireland	37,865,849	63,555,891	76,674,608	59,523,625	64,135,002	7.7
2	Canada	19,244,608	19,372,648	43,220,849	33,271,929	36,747,196	10.4
3	Germany	6,812,996	17,754,867	20,069,301	26,715,512	25,805,715	-3.4
4	China	9,261,066	7,306,488	4,435,643	3,306,231	4,189,539	26.7
5	India	398,244	1,231,756	2,701,440	2,653,566	3,062,698	15.4
6	United Kingdom	69,265	2,008,379	856,981	841,603	2,261,239	168.7
7	Mexico	3,215,317	4,956,774	2,330,024	2,808,227	1,609,510	-42.7
8	Italy	716,206	354,461	490,424	1,015,666	1,413,685	39.2
9	Denmark	0	2,026	6,772,216	1,022,993	861,947	-15.7
10	Austria	203,516	373,878	619,255	670,158	807,834	20.5
11	Malaysia	42,770	138,279	460,172	519,231	682,206	31.4
12	Japan	673,654	794,780	884,386	549,841	611,866	11.3
13	Turkey	362,099	170,288	241,334	437,478	507,737	16.1
14	Switzerland	360,517	49,583	20,821	1,266,763	491,639	-61.2
15	Indonesia	193,726	378,699	742,089	749,990	311,372	-58.5
	Los demás	2,116,703	1,732,392	2,668,016	1,265,848	1,975,639	56.1

3307.10 PRE-SHAVE, SHAVING OR AFTER-SHAVE PREPARATIONS, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**61,845,375**	**51,575,376**	**63,025,627**	**56,267,070**	**61,887,093**	**10.0**
1	United Kingdom	5,107,035	5,545,400	7,306,158	8,016,761	17,193,093	114.5
2	Canada	12,402,915	14,569,343	19,607,872	13,809,820	10,980,467	-20.5
3	France	15,500,770	10,296,798	9,273,444	5,623,398	7,523,604	33.8
4	Mexico	673,787	549,740	5,604,974	6,924,907	6,273,355	-9.4
5	Thailand	0	2,712,939	3,333,877	2,545,987	3,788,914	48.8
6	Italy	2,045,691	1,783,132	2,894,865	2,182,659	3,105,257	42.3
7	Poland	2,019,244	1,157,046	1,134,439	1,256,470	2,767,626	120.3
8	China	6,219,939	7,170,587	4,957,739	3,357,783	2,399,993	-28.5
9	Spain	1,108,225	1,023,572	2,265,746	2,571,882	1,857,247	-27.8
10	Turkey	34,854	146,554	1,320,206	2,259,976	1,813,804	-19.7
11	Colombia	10,902	2,102	656,250	2,657,104	645,769	-75.7
12	Germany	10,863,478	3,823,330	1,085,773	2,075,962	617,036	-70.3
13	India	2,138,925	217,693	588,170	556,446	611,441	9.9
14		592,336	174,260	308,342	254,496	339,011	33.2
15	Netherlands	29,878	73,995	460,312	730,690	275,650	-62.3
42	Peru	0	0	0	0	2,850	
	Los demás	3,097,396	2,328,885	2,227,460	1,442,729	1,691,976	17.3

3307.20 PERSONAL DEODORANTS AND ANTIPERSPIRANTS, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**118,649,467**	**176,250,097**	**187,579,724**	**170,673,599**	**234,452,846**	**37.4**
1	Canada	85,976,860	68,538,483	84,166,708	69,902,580	112,669,466	61.2
2	Mexico	3,354,385	70,425,962	54,369,475	59,168,844	71,549,506	20.9
3	France	5,183,494	8,736,582	8,537,955	7,301,148	11,874,657	62.6
4	Russia	0	482,733	1,669,555	1,998,730	5,117,674	156.0
5	Spain	669,802	2,356,284	3,252,248	3,134,751	4,665,673	48.8
6	China	4,446,455	4,897,607	10,165,397	8,320,155	4,388,781	-47.3
7	Philippines	8,969,504	8,108,237	7,922,139	5,670,987	4,363,478	-23.1
8	United Kingdom	2,364,591	4,379,341	4,093,368	3,306,761	3,043,218	-8.0
9	Italy	825,528	1,202,315	1,449,620	1,761,321	2,756,742	56.5
10	South Africa	859,076	253,630	1,159,541	941,174	1,972,466	109.6
11	Monaco	1,139,167	675,717	750,479	627,131	1,152,735	83.8
12	Thailand	1,032,163	1,280,557	1,326,438	1,133,657	1,122,475	-1.0
13	Netherlands	143,168	497,432	291,103	444,096	1,007,745	126.9
14	Turkey	70,474	245,887	62,897	498,078	998,484	100.5
15	Germany	498,734	842,430	430,930	955,331	983,627	3.0
42	Peru	0	0	0	10,428	6,437	-38.3
	Los demás	3,116,066	3,326,900	7,931,871	5,498,427	6,779,682	23.3

3307.30 PERFUMED BATH SALTS AND OTHER BATH PREPARATIONS, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**48,678,186**	**56,881,222**	**108,642,993**	**75,003,938**	**96,763,248**	**29.0**
1	China	11,702,031	13,874,135	58,611,898	38,215,591	47,121,712	23.3
2	Canada	16,706,597	28,148,479	33,183,898	20,609,374	31,052,313	50.7
3	United Kingdom	2,848,966	1,930,289	3,284,012	1,895,102	2,925,013	54.3
4	France	5,318,405	4,240,099	1,865,090	1,975,252	2,246,358	13.7
5	Germany	538,182	1,064,902	872,900	2,475,920	1,729,491	-30.1

6	Israel	2,774,695	2,459,692	2,309,138	1,181,358	1,661,019	40.6
7	Thailand	562,685	298,964	326,447	1,256,206	1,381,594	10.0
8	South Korea	30,677	556,269	1,413,963	1,222,908	952,608	-22.1
9	India	194,336	76,713	514,752	725,816	914,785	26.0
10	Australia	439,892	87,965	643,561	857,869	903,690	5.3
11	Dominican Rep	99,156	626,099	646,876	1,153,255	721,899	-37.4
12	Turkey	308,571	94,650	103,850	665,124	650,858	-2.1
13	Japan	920,175	131,564	310,145	276,371	633,488	129.2
14	Greece	0	7,847	293,624	82,025	568,001	592.5
15	Italy	1,438,003	1,081,256	1,321,620	350,243	502,176	43.4
52	Peru	0	7,683	0	0	4,517	
	Los demás	4,795,815	2,194,616	2,941,219	2,061,524	2,793,726	35.5

3307.41 AGARBATTI AND OTHER ODORIFEROUS PREPARATIONS WHICH OPERATE BY BURNING, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**21,925,609**	**25,954,403**	**26,968,601**	**30,807,026**	**42,344,354**	**37.5**
1	India	10,945,106	11,772,826	13,862,361	16,802,491	23,552,221	40.2
2	China	3,555,945	4,967,041	4,224,711	4,799,280	5,895,781	22.8
3	France	3,587,289	2,807,941	2,342,933	2,706,673	2,907,623	7.4
4	Vietnam	139,150	784,536	2,304,991	1,690,460	2,553,066	51.0
5	Japan	931,034	834,218	1,498,448	1,186,170	2,478,945	109.0
6	Peru	0	46,812	488,264	630,326	1,023,699	62.4
7	United Arab Em	7,590	263,424	457,565	751,274	748,801	-0.3
8	Indonesia	32,861	1,486,342	150,339	312,566	601,957	92.6
9	Mexico	8,672	10,688	17,323	205,709	439,707	113.8
10	Italy	35,033	15,187	172,383	166,919	378,315	126.6
11	Hong Kong	754,200	505,677	267,235	108,952	226,052	107.5
12	Thailand	1,515,302	1,079,008	331,090	557,440	218,963	-60.7
13	Brazil	0	8,508	97,389	108,206	187,981	73.7
14	Canada	6,240	2,178	20,998	55,459	143,077	158.0
15	United Kingdom	12,714	570,307	74,959	112,351	140,215	24.8
	Los demás	394,473	799,710	657,612	612,750	847,951	38.4

3307.49 PREPARATIONS FOR PERFUMING OR DEODORIZING ROOMS, NESOI, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**174,749,444**	**246,713,073**	**336,417,163**	**358,824,054**	**434,438,372**	**21.1**
1	Mexico	51,538,840	76,897,281	142,942,641	172,874,045	208,535,507	20.6
2	China	62,746,761	70,368,570	84,775,766	71,518,182	76,815,090	7.4
3	Canada	36,015,088	61,926,082	47,930,279	47,717,932	44,412,138	-6.9
4	Turkey	2,305,519	2,241,489	4,576,154	9,847,573	18,511,132	88.0
5	Vietnam	104,331	129,274	7,081,847	9,898,966	12,586,048	27.1
6	Russia	0	0	14,522	0	10,505,549	
7	India	2,888,281	10,026,242	11,152,523	10,081,339	10,113,208	0.3
8	Thailand	4,825,904	2,958,098	7,502,909	6,296,078	9,761,579	55.0
9	United Kingdom	4,374,157	2,164,971	3,602,273	4,380,166	9,296,841	112.2
10	France	1,516,278	2,241,666	4,286,999	2,691,245	5,959,409	121.4
11	Taiwan	2,261,689	3,417,922	2,710,379	4,334,507	5,073,265	17.0
12	Italy	402,384	863,932	2,114,397	2,549,286	3,264,802	28.1
13	South Korea	332,219	397,645	2,972,302	3,255,202	2,670,228	-18.0
14	Australia	104,794	65,491	919,702	1,869,955	2,363,022	26.4

15	Japan	2,923,528	1,057,327	1,481,218	1,489,865	2,026,173	36.0
44	Peru	19,155	192,018	176,110	17,444	24,532	40.6
	Los demás	2,390,516	11,765,065	12,177,142	10,002,269	12,519,849	25.2

3401.11 SOAP AND ORGANIC SURFACE-ACTIVE PRODUCTS IN BARS OR OTHER SHAPES AND PAPER, WADDING ETC. CONTAINING SOAP OR DETERGENT, FOR TOILET USE, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var & 21/20
	Total	**141,847,324**	**160,707,715**	**253,387,431**	**297,915,160**	**335,299,521**	**12.5**
1	Mexico	14,762,927	16,881,652	64,456,798	97,545,294	102,107,194	4.7
2	China	28,616,465	32,598,948	24,290,081	22,297,214	37,298,787	67.3
3	Canada	33,433,117	37,135,507	30,070,926	23,117,111	30,289,055	31.0
4	South Korea	2,721,550	2,158,133	4,071,839	4,279,190	24,854,572	480.8
5	Poland	161,299	40,486	24,963,975	30,882,417	17,129,559	-44.5
6	Colombia	310,475	1,598,625	2,746,860	3,466,644	16,966,958	389.4
7	Germany	12,408,137	11,799,807	17,306,850	21,746,215	14,079,849	-35.3
8	France	5,992,984	13,387,166	13,047,687	10,057,648	13,629,492	35.5
9	United Kingdom	10,482,210	8,894,509	19,588,381	13,806,350	9,551,628	-30.8
10	Australia	561,218	1,057,202	2,555,881	11,525,376	9,526,992	-17.3
11	Italy	6,199,110	7,188,192	11,290,989	5,439,039	9,320,424	71.4
12	Portugal	2,457,900	5,361,732	8,125,803	3,973,627	6,573,102	65.4
13	Turkey	1,752,892	838,566	721,302	5,449,576	6,168,032	13.2
14	Malaysia	671,178	1,253,516	2,980,837	1,964,687	5,658,715	188.0
15	India	4,862,999	5,865,392	5,570,300	5,021,951	5,365,397	6.8
35	Peru	99,406	66,153	243,507	57,347	197,652	244.7
	Los demás	16,353,457	14,582,129	21,355,415	37,285,474	26,582,113	-28.7

3401.19 SOAP AND ORGANIC SURFACE-ACTIVE PRODUCTS IN BARS OR OTHER SHAPES AND PAPER, WADDING ETC. CONTAINING SOAP OR DETERGENT, FOR OTHER THAN TOILET USE, US IMPORTS, THROUGH ALL CUSTOMS DISTRICTS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**109,844,157**	**192,016,671**	**162,548,684**	**565,811,081**	**276,692,922**	**-51.1**
1	China	29,578,897	50,416,546	104,790,690	418,614,768	129,815,290	-69.0
2	Mexico	1,130,746	8,133,172	10,437,790	27,596,351	51,868,863	88.0
3	United Kingdom	13,877,088	36,573,599	7,720,195	13,994,816	35,046,435	150.4
4	Italy	297,391	4,367,871	14,329,971	13,577,049	15,546,466	14.5
5	Israel	4,981,664	4,467,654	4,436,862	31,862,777	11,508,620	-63.9
6	Germany	525,263	9,651,211	5,486,953	3,566,476	6,300,191	76.7
7	Turkey	870,535	771,618	2,205,744	24,056,734	5,735,005	-76.2
8	South Korea	636,583	4,662,426	3,944,155	9,888,734	3,452,432	-65.1
9	India	182,927	345,399	1,019,191	3,338,186	2,253,230	-32.5
10	Australia	36,451	0	102,651	1,288,629	1,729,740	34.2
11	France	603,733	525,718	1,087,056	1,600,796	1,625,959	1.6
12	Vietnam	0	2,024,926	273,058	4,176,346	1,147,737	-72.5
13	Thailand	560,571	278,485	91,903	407,537	1,003,318	146.2
14	Ireland	0	401,060	56,768	948,812	880,348	-7.2
15	Taiwan	8,747	79,848	52,166	394,641	872,789	121.2
53	Peru	9,081	6,495	15,675	7,328	7,734	5.5
	Los demás	56,544,480	69,310,643	6,497,856	10,491,101	7,898,765	-24.7

Anexo 2.4. Importaciones totales de Estados Unidos de Cosméticos y Productos de Cuidado Personal a través 22 distritos aduaneros ubicados en las regiones Medio Oeste, Sur Oeste y Oeste.

3303.00 PERFUMES AND TOILET WATERS, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**190,539,967**	**207,043,130**	**223,024,449**	**205,211,025**	**239,500,932**	**16.7**
1	France	79,200,081	82,405,916	89,724,620	84,407,926	95,864,645	13.6
2	Mexico	22,660,808	48,222,439	41,783,465	38,804,680	57,915,601	49.2
3	United Arab Em	2,455,342	7,557,245	10,028,958	13,172,777	18,773,153	42.5
4	Italy	18,738,950	8,125,222	12,483,630	15,559,006	18,771,405	20.6
5	China	13,660,390	8,187,077	16,791,749	17,598,573	11,306,622	-35.8
6	Spain	11,494,866	20,042,878	14,321,956	8,379,434	11,107,737	32.6
7	United Kingdom	12,134,852	8,576,922	12,003,825	7,019,007	5,741,202	-18.2
8	Netherlands	2,418,354	2,331,305	1,017,703	1,536,374	4,237,980	175.8
9	Switzerland	4,526,075	3,021,841	1,730,690	1,919,558	3,051,443	59.0
10	India	2,731,900	8,625,764	11,101,246	6,620,005	2,699,789	-59.2
11	Lebanon	258,732	419,977	721,097	489,896	1,093,480	123.2
12	Oman	255,682	0	185,554	168,999	1,039,765	515.2
13	Finland	0	0	151,429	1,095,236	981,950	-10.3
14	Germany	2,341,994	869,987	2,656,246	1,077,078	970,243	-9.9
15	South Korea	734,635	210,066	16,520	492,903	914,904	85.6
48	Peru	57,212	342,815	5,700	4,500	2,745	-39.0
	Los Demás	16,870,094	8,103,676	8,300,061	6,865,073	5,028,268	-26.8

3304.10 LIP MAKE-UP PREPARATIONS, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**90,668,564**	**229,483,158**	**220,405,680**	**161,606,956**	**177,560,222**	**9.9**
1	China	57,613,618	123,203,994	105,025,702	62,861,008	65,610,287	4.4
2	South Korea	611,609	3,224,696	26,073,080	28,440,919	35,831,643	26.0
3	Taiwan	7,199,630	20,920,616	9,064,508	14,376,606	21,044,758	46.4
4	Canada	5,440,983	16,468,831	24,757,124	13,950,370	15,674,422	12.4
5	Italy	2,651,872	21,874,378	23,437,092	15,761,913	13,168,060	-16.5
6	Germany	10,327,680	11,380,153	8,032,238	4,915,846	9,687,784	97.1
7	France	1,852,453	3,757,336	6,528,641	3,086,953	3,515,928	13.9
8	Japan	729,007	1,580,687	6,204,195	4,671,993	2,593,341	-44.5
9	United Kingdom	215,643	688,199	2,385,480	2,459,481	1,716,028	-30.2
10	Mexico	1,344,586	9,747,607	4,143,224	4,149,609	1,704,015	-58.9
11	Czechia	1,102,384	1,172,005	776,629	886,000	1,536,942	73.5
12	Belgium	733,571	1,227,489	1,020,762	174,994	1,379,305	688.2
13	Thailand	58,185	433,523	140,779	2,311,945	1,215,967	-47.4
14	Hungary	0	451,875	683,560	550,756	585,320	6.3
15	India	37,222	38,885	22,882	281,519	515,286	83.0
	Los Demás	750,121	13,312,884	2,109,784	2,727,044	1,781,136	-34.7

3304.20 EYE MAKE-UP PREPARATIONS, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**138,082,569**	**287,070,174**	**378,650,757**	**270,692,205**	**336,784,204**	**24.4**
1	China	63,163,105	113,660,307	178,414,425	120,982,514	145,251,119	20.1
2	South Korea	3,308,118	41,813,447	48,230,399	47,280,310	60,466,084	27.9
3	Germany	11,952,132	23,255,064	25,516,726	19,692,358	27,494,134	39.6
4	Taiwan	5,342,527	13,189,946	11,744,748	10,929,243	27,373,154	150.5
5	Italy	12,058,759	15,149,181	36,774,771	24,714,805	20,697,756	-16.3
6	Canada	25,661,414	31,008,273	37,237,692	18,134,045	18,747,228	3.4
7	Mexico	6,830,498	12,365,853	16,806,401	12,251,246	17,953,696	46.5
8	Japan	3,971,277	6,098,481	12,064,108	5,768,955	8,189,754	42.0
9	United Kingdom	708,567	2,540,502	2,302,953	1,353,344	2,172,646	60.5
10	Czechia	600,831	814,665	1,245,870	1,373,405	2,074,261	51.0
11	France	2,574,204	4,422,159	3,304,943	3,191,313	1,990,189	-37.6
12	Austria	7,381	58,585	832,068	726,664	973,348	33.9
13	Poland	102,929	16,471	523,060	1,809,241	674,901	-62.7
14	Cambodia	0	0	0	129,589	624,570	382.0
15	Australia	48,659	242,177	1,536,878	247,034	288,692	16.9
56	Peru	0	0	9,748	0	0	
	Los Demás	1,752,168	22,435,063	2,105,967	2,108,139	1,812,672	-14.0

3304.30 MANICURE OR PEDICURE PREPARATIONS, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**43,663,596**	**100,703,449**	**79,477,624**	**80,457,882**	**91,399,393**	**13.6**
1	China	37,042,490	49,734,486	39,110,865	37,866,405	40,355,447	6.6
2	Mexico	620,942	34,960,579	28,495,382	25,257,106	25,505,684	1.0
3	South Korea	1,755,845	1,299,913	3,024,674	5,758,190	8,294,717	44.1
4	Canada	177,752	1,032,534	3,025,563	3,493,755	6,734,423	92.8
5	Colombia	0	0	0	1,796,719	3,239,122	80.3
6	United Kingdom	83,695	259,027	545,890	804,112	1,322,679	64.5
7	Poland	11,169	31,104	880,711	611,884	1,320,806	115.9
8	Taiwan	821,234	445,390	274,543	421,254	970,529	130.4
9	France	117,717	539,731	823,210	1,515,093	403,398	-73.4
10	Turkey	36,697	89,580	395,875	284,542	397,300	39.6
11	Netherlands	21,793	311,745	80,819	476,700	388,848	-18.4
12	Japan	807,428	2,742,525	106,953	226,093	360,203	59.3
13	Cambodia	0	0	0	604,522	332,955	-44.9
14	India	0	170,479	506,359	109,461	277,592	153.6
15	Belgium	0	26,409	0	0	239,072	
	Los demás	2,166,834	9,059,947	2,206,780	1,232,046	1,256,618	2.0

3304.91 POWDER MAKE-UP OR SKIN CARE PREPARATIONS, INCLUDING FACE POWDER, ROUGE, BABY POWDER AND BATH POWDER, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20

	Total	**57,362,029**	**114,494,658**	**141,883,430**	**98,011,583**	**97,206,776**	**-0.8**
1	China	33,383,927	57,401,615	50,776,472	36,528,849	37,674,456	3.1
2	Italy	9,730,483	13,910,889	40,675,756	30,441,700	24,478,800	-19.6
3	Canada	2,451,187	17,257,540	27,241,832	12,209,059	16,674,233	36.6
4	Taiwan	2,099,477	3,852,854	8,269,723	6,172,274	5,131,132	-16.9
5	South Korea	2,157,693	2,904,286	3,992,947	5,215,790	5,060,972	-3.0
6	Japan	2,062,932	2,088,833	3,769,689	2,269,678	2,260,552	-0.4
7	Mexico	1,364,710	1,345,734	833,086	935,059	1,246,954	33.4
8	Thailand	56,404	396,917	135,491	70,073	1,100,622	1,470.7
9	France	1,343,888	959,473	2,083,388	1,273,403	1,014,711	-20.3
10	India	740,656	455,817	871,883	1,088,671	1,000,396	-8.1
11	Poland	271,574	109,385	380,900	198,699	319,824	61.0
12	Germany	710,154	768,632	935,414	427,376	259,942	-39.2
13	United Kingdom	217,699	116,948	934,324	107,157	225,266	110.2
14	Denmark	0	0	11,387	73,584	157,600	114.2
15	Malaysia	278,044	504,467	419,804	565,803	107,688	-81.0
	Los Demás	493,201	12,421,268	551,334	434,408	493,628	13.6

3304.99 BEAUTY OR MAKE-UP PREPARATIONS AND PREPARATIONS FOR CARE OF THE SKIN (EXCLUDING MEDICAMENTS) NESOI, INCLUDING SUNSCREENS AND SUNTAN PREPARATIONS, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**491,729,403**	**1,038,171,952**	**1,516,315,987**	**1,584,706,505**	**1,985,288,011**	**25.3**
1	South Korea	21,304,146	81,043,678	226,983,605	268,755,093	371,132,690	38.1
2	Canada	130,788,383	176,142,091	272,386,975	274,886,675	348,585,881	26.8
3	Sweden	524,418	86,487,142	150,598,377	157,283,841	274,179,345	74.3
4	France	81,404,026	211,990,723	174,308,111	224,391,600	231,516,061	3.2
5	China	61,659,004	113,983,884	151,738,413	126,687,148	153,157,276	20.9
6	Mexico	34,981,746	68,508,555	95,283,150	122,362,265	122,273,570	-0.1
7	Japan	16,288,382	42,526,409	86,878,557	75,965,360	94,059,926	23.8
8	Hungary	23,860,653	51,132,810	73,379,314	60,304,664	69,593,164	15.4
9	Italy	18,308,379	36,988,773	51,203,645	52,791,024	65,635,554	24.3
10	United Kingdom	28,171,496	54,921,756	61,299,323	50,601,730	44,882,209	-11.3
11	Switzerland	8,018,024	16,204,480	19,035,157	26,437,762	43,892,203	66.0
12	Taiwan	4,524,621	15,704,184	19,665,596	19,132,111	24,966,698	30.5
13	Australia	4,534,314	7,754,463	26,605,263	21,295,553	23,767,905	11.6
14	Germany	7,442,095	20,629,914	23,354,279	15,203,112	21,712,684	42.8
15	India	3,441,846	3,987,250	13,124,999	19,869,350	15,894,109	-20.0
##	Peru	17,672	0	3,401	0	0	
	Los Demás	46,460,198	50,165,840	70,467,822	68,739,217	80,038,736	16.4

3305.10 SHAMPOOS FOR HAIR, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**77,512,422**	**100,641,778**	**134,608,594**	**120,690,806**	**158,469,264**	**31.3**
1	Canada	36,749,779	45,795,513	55,252,651	41,748,720	50,612,385	21.2

2	Mexico	18,472,044	20,668,841	22,804,814	25,788,183	28,550,148	10.7
3	China	8,971,178	10,714,096	14,755,348	9,607,835	17,878,632	86.1
4	Belgium	0	1,673,028	8,001,990	8,833,359	11,235,352	27.2
5	South Korea	972,375	2,141,686	3,242,364	5,111,573	10,320,538	101.9
6	Italy	1,130,541	1,352,894	3,791,072	5,561,072	9,936,002	78.7
7	Spain	2,605,927	2,886,208	4,561,198	3,282,317	5,537,600	68.7
8	Australia	547,654	728,703	1,264,713	2,745,194	5,346,951	94.8
9	Japan	1,832,808	1,634,968	1,947,663	2,901,936	2,771,436	-4.5
10	United Kingdom	1,272,863	1,161,140	2,654,987	1,435,131	2,371,701	65.3
11	Germany	327,604	248,307	2,441,870	2,208,407	2,330,748	5.5
12	Greece	36,166	8,483	3,861	744,007	1,638,045	120.2
13	France	1,812,273	2,733,316	2,860,802	1,693,778	1,540,822	-9.0
14	Malaysia	78,080	851,230	594,307	428,329	882,086	105.9
15	Poland	0	553,092	191,411	1,013,436	801,457	-20.9
41	Peru	35,322	13,706	14,270	0	12,917	
	Los Demás	2,667,808	7,476,567	10,225,273	7,587,529	6,702,444	-11.7

3305.20 PREPARATIONS FOR PERMANENT WAVING OR STRAIGHTENING HAIR, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**6,884,096**	**983,435**	**1,547,459**	**880,447**	**1,078,610**	**22.5**
1	South Korea	217,257	312,498	375,974	176,912	371,455	110.0
2	China	77,414	82,083	268,638	32,998	251,098	660.9
3	Japan	266,865	74,993	293,440	180,156	159,751	-11.3
4	Spain	25,872	0	38,416	58,710	90,782	54.6
5	Argentina	0	0	46,081	67,214	51,290	-23.7
6	Italy	97,272	180,907	76,604	35,009	42,812	22.3
7	Mexico	220,266	27,009	130,795	101,329	33,625	-66.8
8	Israel	0	28,117	0	124,842	19,909	-84.1
9	United Kingdom	0	40,104	2,603	5,807	15,628	169.1
10	Germany	0	0	18,119	0	10,624	
11	Australia	7,011	51,883	0	22,035	9,903	-55.1
12	Poland	0	0	0	0	6,030	
13	Hong Kong	0	0	2,484	0	4,899	
14	Canada	3,961,575	77,340	132,357	40,622	4,359	-89.3
15	Netherlands	0	0	0	2,752	3,334	21.1
22	Peru	0	0	0	15,725	0	-100.0
	Los Demás	2,010,564	108,501	161,948	16,336	3,111	-81.0

3305.30 HAIR LACQUERS, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**7,320,707**	**23,634,214**	**28,370,096**	**11,361,681**	**15,186,141**	**33.7**
1	Canada	5,729,758	19,366,657	21,650,457	7,307,537	8,157,082	11.6
2	Mexico	147,093	517,974	358,980	264,112	3,318,343	1,156.4
3	China	421,604	2,858,447	1,827,620	926,558	1,541,100	66.3

4	United Kingdom	54,298	122,960	338,316	263,253	535,939	103.6
5	Spain	160,744	156,007	263,165	209,685	260,169	24.1
6	South Korea	78,760	19,236	229,390	1,322,796	213,029	-83.9
7	Turkey	0	5,242	14,074	372,659	188,344	-49.5
8	Australia	4,814	115,538	95,469	27,374	182,910	568.2
9	Italy	59,824	178,721	30,461	189,519	166,311	-12.2
10	Sweden	159,562	0	1,014,137	168,259	148,169	-11.9
11	Israel	0	121,836	232,553	26,714	116,187	334.9
12	France	68,806	0	66,334	71,857	93,558	30.2
13	New Zealand	0	0	64,490	0	65,665	
14	Denmark	0	0	59,326	38,200	42,727	11.9
15	Hungary	0	0	0	0	39,973	
	Los Demás	435,444	171,596	2,125,324	173,158	116,635	-32.6

3305.90 PREPARATIONS FOR USE ON THE HAIR, NESOI, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**317,936,390**	**500,814,208**	**493,800,030**	**515,702,031**	**589,745,626**	**14.4**
1	Mexico	206,021,862	341,054,026	270,263,904	258,080,609	291,952,528	13.1
2	Canada	44,676,333	53,700,347	70,522,308	84,286,649	87,119,783	3.4
3	Italy	16,954,887	33,739,176	35,604,673	47,277,873	53,445,513	13.0
4	China	8,433,180	14,351,063	24,868,270	20,661,468	30,283,583	46.6
5	Germany	4,474,377	4,672,496	18,647,658	17,334,177	22,476,942	29.7
6	Spain	11,555,643	9,139,254	11,321,237	10,198,400	16,072,023	57.6
7	South Korea	4,708,313	6,495,811	10,445,192	10,822,137	12,905,737	19.3
8	United Kingdom	1,065,398	1,895,953	4,510,222	7,485,277	12,070,637	61.3
9	Australia	886,491	2,353,075	3,716,051	5,761,164	10,718,883	86.1
10	Netherlands	0	143,966	199,259	10,168,160	8,565,304	-15.8
11	Greece	0	2,664	551,701	2,292,660	5,982,886	161.0
12	Indonesia	141,381	15,173	5,989,598	5,932,261	5,650,369	-4.8
13	Thailand	2,398,002	4,502,530	4,353,053	4,308,826	5,413,021	25.6
14	Japan	10,818,380	9,192,108	5,660,097	4,939,624	5,313,492	7.6
15	France	2,006,960	3,485,167	4,556,381	3,457,281	3,440,172	-0.5
45	Peru	4,322	97,662	79,283	95,550	101,638	6.4
	Los Demás	3,790,861	15,973,737	22,511,143	22,599,915	18,233,115	-19.3

3306.10 DENTRIFICOS, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**125,478,631**	**184,921,543**	**192,726,936**	**170,304,780**	**179,260,583**	**5.3**
1	Mexico	119,098,232	175,597,344	174,029,065	146,546,927	151,020,394	3.1
2	China	695,986	2,549,400	3,318,904	9,171,932	10,324,625	12.6
3	Netherlands	23,434	3,703	7,821,334	6,129,612	9,599,400	56.6
4	India	1,321,057	2,228,134	3,314,219	3,472,713	3,660,016	5.4
5	South Korea	478,816	645,347	921,997	1,806,181	953,267	-47.2
6	Thailand	212,297	632,295	374,201	184,653	749,642	306.0

7	Germany	134,763	7,111	565,965	489,099	689,463	41.0
8	Canada	2,560,130	1,180,540	892,949	710,417	531,848	-25.1
9	United Kingdom	10,910	0	90,365	164,860	517,737	214.0
10	Australia	67,319	475,231	295,980	609,638	451,681	-25.9
11	Malaysia	487,650	980,746	208,296	301,573	224,649	-25.5
12	Japan	13,132	154,815	255,895	252,351	205,570	-18.5
13	United Arab Em	0	4,566	25,385	11,912	89,763	653.6
14	Russia	0	0	39,749	61,975	52,486	-15.3
15	Brazil	131,232	28,851	38,640	0	35,078	
	Los Demás	243,673	433,460	533,992	390,937	154,964	-60.4

3306.20 YARN USED TO CLEAN BETWEEN THE TEETH (DENTAL FLOSS), US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**46,036,893**	**67,782,742**	**89,619,200**	**103,459,867**	**113,425,119**	**9.6**
1	China	25,224,015	43,856,506	70,299,815	80,373,199	93,008,312	15.7
2	Ireland	16,860,161	11,018,802	8,527,939	8,089,527	9,871,784	22.0
3	Italy	84,007	557,914	1,804,654	2,509,062	3,274,210	30.5
4	Vietnam	86,206	0	2,540,550	2,921,114	2,767,097	-5.3
5	Brazil	0	18,344	3,077,118	5,387,185	2,493,231	-53.7
6	Taiwan	29,308	379,614	1,893,492	3,156,685	1,252,217	-60.3
7	Germany	0	110,662	166,416	205,549	230,024	11.9
8	South Korea	41,680	260,085	169,110	440,130	221,347	-49.7
9	Netherlands	0	0	0	0	196,054	
10	Malaysia	0	7,736,891	41,552	17,391	41,431	138.2
11	Colombia	44,774	0	392,168	180,843	39,178	-78.3
12	Sweden	3,395	0	4,392	9,108	15,284	67.8
13	United Kingdom	4,820	191,020	17,927	12,313	6,653	-46.0
14	France	0	0	9,800	0	5,940	
15	India	5,645	0	39,000	18,704	2,357	-87.4
	Los Demás	3,652,882	3,652,904	635,267	139,057	0	-100.0

3306.90 PREPARATIONS FOR ORAL OR DENTAL HYGIENE NESOI, INCLUDING DENTURE FIXATIVE PASTES AND POWDERS, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**29,052,685**	**36,830,386**	**46,027,679**	**35,050,387**	**44,677,608**	**27.5**
1	Germany	6,373,504	15,497,987	17,057,301	15,893,968	22,711,796	42.9
4	Canada	9,982,983	6,873,214	17,421,791	9,788,145	11,711,858	19.7
5	China	8,572,071	6,207,617	3,719,634	2,254,214	3,446,884	52.9
6	India	167,194	974,656	2,243,401	2,086,876	2,149,785	3.0
7	Mexico	3,215,317	4,956,774	2,330,024	2,808,227	1,609,510	-42.7
8	United Kingdom	30,889	1,147,386	505,158	478,410	717,768	50.0
9	Malaysia	35,070	50,145	371,586	447,087	623,892	39.5
10	Italy	0	283,773	387,760	447,621	323,851	-27.7
11	Taiwan	49,643	145,409	62,757	53,103	263,789	396.7

12	Australia	135,971	108,991	214,802	167,332	206,548	23.4
13	South Korea	95,360	85,978	42,032	288,241	169,298	-41.3
14	Portugal	0	0	0	0	148,530	
15	New Zealand	29,690	5,483	18,374	47,143	130,131	176.0
	Los Demás	364,993	492,973	1,653,059	290,020	463,968	60.0

3307.10 PRE-SHAVE, SHAVING OR AFTER-SHAVE PREPARATIONS, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**27,136,280**	**22,708,487**	**34,495,021**	**28,853,828**	**31,656,937**	**9.7**
1	United Kingdom	879,439	651,952	2,562,571	3,932,656	9,444,413	140.2
2	Canada	8,963,029	10,039,231	15,828,838	11,418,088	8,782,958	-23.1
3	Mexico	664,306	526,613	5,604,974	6,924,907	6,273,355	-9.4
4	Thailand	0	2,712,939	3,333,877	1,037,707	2,914,547	180.9
5	China	4,210,138	4,531,566	2,394,010	2,128,388	1,606,480	-24.5
6	Colombia	2,979	0	0	459,758	617,693	34.4
7	France	131,945	335,583	262,450	443,618	347,845	-21.6
8	India	1,279,989	0	232,502	279,407	295,341	5.7
9	Netherlands	25,531	19,370	280,073	439,172	240,515	-45.2
10	Turkey	0	6,494	143,428	128,591	199,359	55.0
11	Australia	64,707	37,560	247,535	95,803	181,580	89.5
12	Spain	10,235	269,738	12,261	95,592	178,578	86.8
13	Taiwan	0	2,851	2,995	2,941	105,796	3497.3
14	Japan	6,381	25,631	44,898	0	105,041	
15	Lebanon	0	372,912	790,655	5,930	86,536	1359.3
	Los Demás	10,897,601	3,176,047	2,753,954	1,461,270	276,900	-81.1

3307.20 PERSONAL DEODORANTS AND ANTIPERSPIRANTS, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**54,113,902**	**117,118,499**	**102,874,893**	**102,574,180**	**122,334,436**	**19.3**
1	Mexico	3,231,539	70,327,268	53,981,357	58,758,954	71,134,108	21.1
2	Canada	39,351,870	34,495,974	29,235,581	29,355,550	42,308,042	44.1
3	Philippines	8,810,755	7,807,243	7,724,439	5,599,724	4,313,944	-23.0
4	China	1,212,660	1,762,570	6,080,976	5,845,200	1,426,122	-75.6
5	United Arab Em	32,104	0	46,930	11,184	649,684	5709.0
6	Spain	92,774	1,006,018	503,296	500,487	546,136	9.1
7	Thailand	761,357	1,280,557	1,233,487	1,008,709	534,393	-47.0
8	Australia	145,517	0	2,758,091	612,027	358,139	-41.5
9	France	107,778	197,148	469,924	207,412	218,000	5.1
10	New Zealand	0	0	111,459	106,589	135,049	26.7
11	Vietnam	0	0	110,420	0	109,583	
12	South Korea	6,146	6,056	3,402	8,785	92,543	953.4
13	Singapore	0	0	0	0	76,562	
14	India	0	0	4,680	2,880	74,585	2489.8
15	Poland	20,652	6,690	0	12,081	55,236	357.2

27	Peru	0	0	0	0	6,437	#¡DIV/0!
	Los Demás	340,750	228,975	610,851	544,598	295,873	-45.7

3307.30 PERFUMED BATH SALTS AND OTHER BATH PREPARATIONS, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**19,352,662**	**31,989,277**	**64,599,848**	**49,539,557**	**59,352,841**	**19.8**
1	China	7,552,408	9,006,498	40,446,700	30,704,112	36,383,641	18.5
2	Canada	8,554,176	20,407,118	19,545,109	13,664,943	18,428,629	34.9
3	Australia	296,435	68,972	603,376	844,037	824,132	-2.4
4	Japan	236,792	94,293	260,024	202,418	505,708	149.8
5	Israel	896,705	900,025	1,088,615	523,006	487,091	-6.9
6	United Kingdom	453,601	273,679	325,850	142,734	361,894	153.5
7	Thailand	503,783	124,611	12,362	693,730	350,307	-49.5
8	South Korea	7,111	99,673	499,430	1,125,360	335,116	-70.2
9	Mexico	29,931	20,974	13,427	62,857	291,732	364.1
10	India	20,068	7,917	236,929	133,649	269,440	101.6
11	France	270,585	227,280	90,179	157,952	206,824	30.9
12	New Zealand	0	91,772	211,263	295,163	164,564	-44.2
13	Italy	19,561	28,697	30,078	87,042	91,355	5.0
14	Malaysia	33,042	0	0	0	68,781	
15	Dominican Rep	0	58,826	120,120	174,852	68,492	-60.8
	Los Demás	478,464	578,942	1,116,386	727,702	515,135	-29.2

3307.41 AGARBATTI AND OTHER ODORIFEROUS PREPARATIONS WHICH OPERATE BY BURNING, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**12,753,428**	**12,873,043**	**11,970,161**	**12,645,728**	**19,930,730**	**57.6**
1	India	7,010,559	5,979,103	4,982,180	5,649,874	9,761,312	72.8
2	China	2,829,842	3,737,281	3,120,785	3,208,317	3,844,086	19.8
3	Japan	931,034	794,663	1,216,424	1,065,875	2,227,465	109.0
4	Vietnam	123,024	739,719	1,472,736	942,552	1,368,886	45.2
5	Peru	0	15,245	211,361	441,802	773,159	75.0
6	Mexico	8,672	2,528	17,323	205,709	439,707	113.8
7	Indonesia	27,361	158,542	136,355	303,818	421,293	38.7
8	United Arab Em	3,532	24,983	96,486	176,855	267,604	51.3
9	Thailand	982,325	854,709	284,103	273,593	156,540	-42.8
10	Nepal	26,543	8,456	58,453	71,760	98,883	37.8
11	Brazil	0	0	0	0	75,366	
12	Pakistan	2,475	12,072	17,063	38,318	62,104	62.1
13	Canada	2,525	0	20,998	22,479	60,928	171.0
14	Greece	2,675	2,723	3,923	14,379	60,663	321.9
15	Ecuador	0	65,081	68,067	48,024	48,781	1.6
	Los Demás	802,861	477,938	263,904	182,373	263,953	44.7

3307.49 PREPARATIONS FOR PERFUMING OR DEODORIZING ROOMS, NESOI, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**132,632,365**	**177,454,662**	**246,704,073**	**277,786,924**	**345,821,169**	**24.5**
1	Mexico	51,372,603	76,683,934	142,739,034	172,551,434	208,288,756	20.7
2	China	38,306,140	37,562,775	44,953,595	42,449,179	55,210,937	30.1
3	Canada	30,352,258	52,468,932	38,981,804	38,130,101	35,777,419	-6.2
4	Russia	0	0	0	0	10,455,611	
5	Vietnam	104,331	94,764	4,417,706	6,191,360	8,395,847	35.6
6	Turkey	111,782	143,299	745,680	551,732	8,338,499	1411.3
7	Taiwan	1,163,314	1,690,654	1,946,100	2,811,427	2,851,787	1.4
8	South Korea	227,962	321,772	2,673,630	2,717,606	2,370,310	-12.8
9	United Kingdom	2,137,827	189,412	724,918	702,859	2,087,151	197.0
10	Japan	2,836,771	1,055,091	1,437,363	1,300,080	1,851,199	42.4
11	India	745,228	434,188	1,176,131	3,281,460	1,828,821	-44.3
12	Australia	21,724	43,275	534,139	1,291,563	1,745,312	35.1
13	Thailand	4,038,002	2,067,333	1,377,611	1,252,846	1,381,739	10.3
14	United Arab Em	0	59,992	467,933	481,229	729,411	51.6
15	Italy	19,481	419,822	598,726	668,535	690,489	3.3
45	Peru	0	0	0	6,050	2,545	-57.9
	Los Demás	1,194,942	4,219,419	3,929,703	3,399,463	3,815,336	12.2

3401.11 SOAP AND ORGANIC SURFACE-ACTIVE PRODUCTS IN BARS OR OTHER SHAPES AND PAPER, WADDING ETC. CONTAINING SOAP OR DETERGENT, FOR TOILET USE, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20
	Total	**65,828,887**	**71,574,405**	**122,457,148**	**144,824,788**	**176,145,544**	**21.6**
1	Mexico	13,756,799	15,528,481	58,522,988	78,195,814	85,180,633	8.9
2	China	19,377,186	19,651,973	15,802,084	16,412,590	22,933,325	39.7
3	Canada	12,414,701	13,237,348	17,497,421	12,950,555	17,764,970	37.2
4	South Korea	2,238,308	663,600	1,711,219	1,977,485	17,327,594	776.2
5	Australia	275,085	104,882	1,620,641	8,634,453	4,772,027	-44.7
6	Colombia	3,393	820,698	975,335	2,054,416	4,342,543	111.4
7	Germany	4,180,747	5,262,448	7,654,166	7,828,724	3,995,488	-49.0
8	France	2,461,720	6,219,700	3,898,478	3,928,990	3,860,610	-1.7
9	Jordan	669,841	1,499,173	1,981,852	1,909,910	2,522,495	32.1
10	Malaysia	211,895	368,348	1,069,276	611,965	2,385,775	289.9
11	Japan	319,745	565,086	638,510	1,156,318	1,502,016	29.9
12	United Kingdom	5,311,190	2,120,376	3,215,891	1,047,111	1,388,463	32.6
13	India	612,905	1,570,201	1,492,335	867,105	1,093,938	26.2
14	Indonesia	151,580	241,564	471,368	772,899	966,163	25.0
15	New Zealand	60,302	82,338	539,585	480,316	922,495	92.1
34	Peru	20,723	8,151	11,400	2,224	37,213	1573.2
	Los Demás	3,762,767	3,630,038	5,354,599	5,993,913	5,149,796	-14.1

3401.19 SOAP AND ORGANIC SURFACE-ACTIVE PRODUCTS IN BARS OR OTHER SHAPES AND PAPER, WADDING ETC. CONTAINING SOAP OR DETERGENT, FOR OTHER THAN TOILET USE, US IMPORTS, THROUGH THE 22 CUSTOMS DISTRICTS LOCATED IN THE WESTERN REGIONS, IN USD

	País	2010	2015	2019	2020	2021	Var % 21/20

	Total	**76,367,183**	**99,132,144**	**101,178,763**	**388,068,407**	**192,489,220**	**-50.4**
1	China	15,493,721	28,403,539	68,577,184	321,688,668	86,917,950	-73.0
2	Mexico	1,127,182	8,052,652	10,413,112	27,441,158	51,832,053	88.9
3	United Kingdom	2,201,519	2,492,133	714,859	6,406,446	27,075,799	322.6
4	Italy	18,492	248,255	10,677,230	10,461,274	12,155,942	16.2
5	Germany	200,912	1,435,748	3,490,152	2,220,793	4,479,255	101.7
6	South Korea	614,307	4,176,996	3,773,298	7,455,672	3,312,369	-55.6
7	Turkey	31,706	63,452	451,507	1,935,196	978,787	-49.4
8	Vietnam	0	2,014,978	177,650	3,527,763	934,246	-73.5
9	Taiwan	2,947	79,848	52,166	329,956	853,618	158.7
10	Thailand	408,711	221,647	69,853	136,516	657,472	381.6
11	Japan	39,918	9,874	347,757	465,551	524,868	12.7
12	Ghana	0	2,820	231,938	388,772	394,575	1.5
13	United Arab Em	0	7,997	174,762	264,705	326,887	23.5
14	New Zealand	165,251	0	91,502	170,190	308,309	81.2
15	France	534,936	44,840	18,279	78,302	300,049	283.2
33	Peru	6,301	0	0	0	7,734	
	Los Demás	55,521,280	51,877,365	1,917,514	5,097,445	1,429,307	-72.0

Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial
Departamento de Inteligencia de Mercados
2022