

**FICHA MERCADO – PRODUCTO**

**I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA**

1.1. Nombre de la OCEX	Houston	1.2. Fecha	15/09/2021
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	David Marty	
	Cargo	Especialista de Comercio	

**II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO**

2.1 Producto	Aceite de Chía
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	1515.9091 (Las demás grasas y aceites vegetales (incluido el aceite de jojoba), y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente)
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Chia Oil, Chia Seed Oil
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>Todos los productos de origen agrícola están sujetos a las reglas de la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) y al Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA). Adicionalmente, en el caso de contener ingredientes orgánicos, el producto debe cumplir tanto con los requisitos de la FDA como de la USDA.</p> <p>En los Estados Unidos, la FDA, el Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal (APHIS), la DEA, USDA y el Servicio de Inspección de Seguridad Alimentaria (FSIS) inspeccionan el etiquetado y la calidad del producto importado. La FDA exige que tanto las instalaciones de EE. UU. Como las extranjeras se registren ante la FDA si fabrican, procesan, empaacan o retienen alimentos, bebidas o suplementos dietéticos para su consumo en los Estados Unidos. El registro debe hacerse con un agente con sede en los EE. UU.</p> <p>Los productores también deben cumplir con los amplios requisitos de etiquetado de la FDA. Los requisitos de etiquetado incluyen:  Nombre común estándar en inglés del ingrediente  Nombre en inglés del país de origen  Nombre y dirección del productor o empresa exportadora.  Peso bruto, neto y tara expresado tanto en sistema métrico (kilogramos o litros) como en el sistema tradicional de los Estados Unidos (libras u onzas líquidas).  Número de lote del proveedor (debe coincidir con el número de lote en la lista de empaque).  Cualquier otra información solicitada por el comprador (por ejemplo, el código del artículo del comprador).</p> <p>Además, para productos alimenticios orgánicos, se necesitan requisitos especiales para certificar que el producto es orgánico, incluyendo:  Etiquetado de contenedores no minoristas utilizados solo para el envío o almacenamiento de productos agrícolas crudos o procesados etiquetados como "100% orgánicos", "orgánicos" o "hechos con orgánicos (ingredientes específicos o grupo (s) de alimentos)".  El nombre y la información de contacto del agente certificador que certificó al manipulador que empaquetó el producto final.</p>

	<p>Identificación del producto como orgánico. Instrucciones especiales de manejo necesarias para mantener la integridad orgánica del producto. Sello de USDA. Sello, logotipo u otra marca de identificación del agente certificador que certificó la operación de producción o manipulación orgánica que produjo o manejó el producto terminado. Los recipientes no minoristas utilizados para enviar o almacenar productos agrícolas crudos o procesados etiquetados como que contienen ingredientes orgánicos deben mostrar el número de lote de producción del producto, si corresponde.</p> <p>Las Demás grasas y aceites animales o vegetales y sus fracciones, cocidos, oxidados, deshidratados, sulfurados, soplados, polimerizados por calor en vacío o atmósfera inerte, o modificados químicamente de otra forma, excepto los de la partida 15.16; mezclas o preparaciones no alimenticias de grasas o de aceites, animales o vegetales, o de fracciones de diferentes grasas o aceites de este capítulo, no expresadas ni comprendidas en otra parte tiene acceso a EE.UU. El producto es regulado por DIGESA siempre y cuando se encuentren en la partida 15.16 que si es apta para consumo humano, debido al tipo de presentación, garantizando su inocuidad antes o después de haber sido cerrado herméticamente en un envase para evitar su deterioro y para asegurar la estabilidad del producto en condiciones normales de almacenamiento a temperatura ambiente. Debe de contar con el registro sanitario correspondiente y a potestad del importador puede solicitar el certificado libre venta o libre comercialización, así como la Certificación Oficial Sanitaria con fines de exportación (obligatorio), los cuales deben ser tramitados en la VUCE.</p> <p>Institución que regula este requisito en el país destino Animal and Plant Health Inspection Service – APHIS<sup>1</sup> (Servicio de Inspección de Animales y Plantas) Food and Drug Administration FDA<sup>2</sup>(Administración de Alimentos y medicamentos) Institución que regula este requisito en el país de origen Dirección General de Salud Ambiental - DIGESA</p> <p>Para el ingreso a Estados Unidos se requiere:</p> <p><b>DIGESA</b> Certificado Libre Venta o Libre Comercialización Certificado Sanitario Oficial de Exportación de alimentos para consumo humano (Se debe de adjuntar el Informe de análisis físico químico y microbiológico del producto a exportar emitido por un laboratorio acreditado ante el INACAL, packing list, Informe de inspección del lote y Copia de Resolución por Habilidad Sanitaria Vigente [Cumplimiento de BPM, HACCP y Procedimientos Operativos Estandarizados de</p>
--	---

<sup>1</sup> APHIS (<https://www.aphis.usda.gov/aphis/home/>)

<sup>2</sup> FDA (<https://www.fda.gov/>)

	<p>Saneamiento (POES)], así como de sus respectivas ampliaciones de ser el caso). Alimentos – Consulta de expedientes</p> <p><b>VUCE</b> DGS006 - Inscripción o Reinscripción en el Registro Sanitario de Alimentos de Consumo Humano - PRODUCTO NACIONAL (TUPA: 30). DGS004 - Certificado de libre comercialización de alimentos de consumo humano fabricados y/o elaborados en el país (TUPA: 33). (Pre – requisito DGS006) DGS002 - Certificado Sanitario Oficial de Exportación de alimentos para consumo humano (TUPA: 34). Ingreso al sistema seleccionando la parte de mercancías restringidas - colocar RUC de la empresa, password y usuario, seleccionar DIGESA y luego buscar los trámites DGS002, DGS004 y DGS006.<sup>3</sup> Manual de Usuario de la VUCE - DIGESA<sup>4</sup></p> <p><b>INACAL</b> Directorio de organismos acreditados ante el INACAL<sup>5</sup></p>
<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<p>No es novedad que los consumidores estadounidenses estén exigiendo productos con un enfoque cada vez más pronunciado hacia productos naturales, al cuidado de la salud y los estilos de vida saludables, más naturales. Los "alimentos funcionales" que tienen ciertos beneficios para la salud y los llamados "superalimentos" han experimentado un fuerte crecimiento y se espera que sigan creciendo.</p> <p>La chía (<i>salvia hispanica</i>) es una planta que produce semillas comestibles y cuyo aceite posee una composición de ácidos grasos similar al aceite de linaza. Debido a que existe potencial de crecimiento en el consumo de aceites en los EE. UU., como ha sido el caso del increíble crecimiento en las ventas de aceites de palta, semillas de uva, coco y palma, es importante considerar el aceite de chía como un posible competidor debutante en este mercado de gran crecimiento. A medida que los consumidores se informen más de los beneficios para la salud que ofrece la chía, se espera que este producto se encuentre próximamente en los principales supermercados.</p> <p>Según Healthline, gracias al alto valor nutricional de las semillas de chía y sus beneficios para estimular la piel, han ganado popularidad en los últimos años. Las semillas de chía, derivadas de la planta <i>Salvia hispanica</i> L., son ricas en antioxidantes, grasas saludables y algunas vitaminas y minerales. Luego, las semillas se pueden presionar para extraer un aceite</p>

<sup>3</sup> Ventanilla Única de Comercio Exterior (<https://authorize.vuce.gob.pe/public/login-options/mercancias-restringidas>)

<sup>4</sup> [https://vuce.gob.pe/manual\\_vuce/manuales/entidades/DIGESA.pdf](https://vuce.gob.pe/manual_vuce/manuales/entidades/DIGESA.pdf)

<sup>5</sup> Instituto Nacional de Calidad (<https://www.gob.pe/inacal/>)

nutritivo conocido como aceite de semilla de chía. El aceite de semilla de chía es un ingrediente versátil que se utiliza en la industria del cuidado de la piel como un potente ingrediente antienvjecimiento, así como una alternativa comestible y deliciosa al aceite de oliva en las cocinas de todo el mundo. Los beneficios del uso alimentario del aceite de chía incluyen<sup>6</sup>:

**Mejora la salud del corazón:** el aceite de semilla de chía es rico en ALA, una grasa omega-3 de origen vegetal que su cuerpo no produce y debe obtener a través de los alimentos. ALA ayuda a crear otros dos omega-3 conocidos como ácido eicosapentaenoico (EPA) y ácido docosahexaenoico (DHA), que están asociados con una mejor salud del corazón.

**Puede apoyar la salud del cerebro:** debido a su alto contenido de omega-3, el aceite de semilla de chía puede ayudar a mantener la salud del cerebro. Numerosos estudios han demostrado que todas las formas de omega-3 (ALA, EPA y DHA) pueden tener efectos positivos y neuroprotectores en el cerebro, lo que puede reducir el riesgo de accidente cerebrovascular, enfermedad de Alzheimer, depresión y otros trastornos neurológicos. Aunque no hay estudios que vinculen directamente el aceite de semilla de chía con una mejor salud del cerebro y se necesita más investigación, aumentar la ingesta de omega-3 de una variedad de fuentes de alimentos puede ayudar a mantener su cerebro saludable.

En el mercado actual, en el cual la demanda de los productos ricos en ácidos esenciales omega-3 sigue en aumento, se proyecta que productos debutantes como el aceite de chía, sean parte del boom de superfoods nuevos, posicionándose como una fuente vegetal segura de omega-3 que no contiene alérgenos ni OMG, puede ser orgánico o convencional y es apto para veganos y vegetarianos. En ese sentido, es difícil que sus principales competidores de origen animal como el aceite de pescado y de krill, puedan competir con el aceite de chía debido a que:

Los crustáceos y el pescado son los principales alérgenos alimentarios  
La certificación kosher para el krill no es posible (los crustáceos y otros mariscos no son kosher)

La certificación orgánica para mariscos no es posible (aunque hay un borrador de estándar de acuicultura orgánica en desarrollo para peces de cultivo)

La verificación vegana para mariscos no es posible<sup>7</sup>

Lo que sí tienen que afrontar las nuevas entradas de aceite de chía al mercado norteamericano es el hecho de que otros aceites omega-3 de

<sup>6</sup> Healthline: <https://www.healthline.com/nutrition/chia-seed-oil#6.-May-support-brain-health>

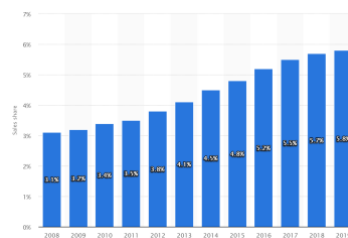
<sup>7</sup> International Trade Centre (<https://www.intracen.org/>)

origen vegetal se producen a gran escala en Canadá y en los Estados Unidos, en particular, el aceite de borraja, aceite de lino y aceite de cáñamo. Es difícil que el aceite de chía compita con estos aceites por precio o disponibilidad. Por ello, es importante resaltar en durante su promoción, que el aceite de chía no es un aceite básico, sino un aceite premium y debe comercializarse como tal, destacando su origen en la exótica biodiversidad de la Amazonía peruana.

Según Modor Intelligence, se prevé que el mercado de productos omega-3 de América del Norte registre una tasa compuesta anual del 6,8% durante el período de pronóstico, 2020-2025. Dado que los reguladores de alimentos en América del Norte, como la FDA, han aprobado tres medicamentos omega-3 para aplicaciones de salud cardíaca, se espera un impulso en el crecimiento del mercado de productos farmacéuticos basados en omega-3 en un futuro cercano.<sup>8</sup>

Es importante que los exportadores consideren la producción de aceite de chía orgánico, ya que la demanda de los consumidores estadounidenses de bienes producidos orgánicamente sigue mostrando un crecimiento de dos dígitos, lo que brinda incentivos de mercado para los agricultores estadounidenses en una amplia gama de productos. Los productos orgánicos ahora están disponibles en casi 20,000 tiendas de alimentos naturales y casi 3 de cada 4 tiendas de comestibles convencionales.<sup>9</sup> Las ventas orgánicas representan más del 5.8% de las ventas totales de alimentos en EE. UU., según estadísticas recientes de Statista.<sup>10</sup> Esto representa un total de ventas de productos alimentarios orgánicos de más de \$48 mil millones de dólares, según Food Business News.<sup>11</sup>

Figura 1: Participación de productos alimentarios orgánicos (porcentaje del total de ventas de alimentos) en los EEUU 2008-2019



Fuente: Statista (<https://www.statista.com/statistics/244393/share-of-organic-sales-in-the-united-states/>)

<sup>8</sup> Modor Intelligence (<https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/north-america-omega-3-products-market>)

<sup>9</sup> USDA (<https://www.ers.usda.gov/topics/natural-resources-environment/organic-agriculture>)

<sup>10</sup> Statista (<https://www.statista.com/statistics/244393/share-of-organic-sales-in-the-united-states/>)

<sup>11</sup> Food Business News (<https://www.foodbusinessnews.net/articles/13805-us-organic-food-sales-near-48-billion>)

Además de los claros beneficios para la salud de la semilla de chía y el aceite de chía, según Bakery and Snacks, en la era de la pandemia, estamos viendo un cambio importante no solo en las tendencias del consumidor, sino también en su profundo compromiso con esas tendencias. La gente está poniendo “su dinero donde está su boca” para apoyar a las marcas que son transparentes en sus afirmaciones de “bueno para usted” y que son amigables con el medio ambiente. Las grandes palabras de moda de hoy incluyen agricultura regenerativa, basada en plantas, sin OGM, orgánico, etiqueta limpia, lista de ingredientes simple, amigable con alérgenos, refuerzo inmunológico, apoyo a la salud intestinal. La chía resulta ser un ingrediente que podría ser todas esas cosas. "Redescubierta en los años 90, la semilla de chía es una potencia nutricional, totalmente natural y uno de los cultivos más ecológicos disponibles para la industria alimentaria en este momento. Los consumidores, los científicos de alimentos y los profesionales de la salud reconocen plenamente los beneficios de esta pequeña semilla, beneficios que faltan en tantos productos en los estantes de hoy. Es hora de que la industria alimentaria comience a aprovechar la chía ".<sup>12</sup>

**Aceite de semilla de chía para productos cosméticos**

Según Healthline, gracias al alto valor nutricional de las semillas de chía y sus beneficios para estimular la piel, han ganado popularidad en los últimos años. Las semillas de chía, derivadas de la planta *Salvia hispanica* L., son ricas en antioxidantes, grasas saludables y algunas vitaminas y minerales. Luego, las semillas se pueden presionar para extraer un aceite nutritivo conocido como aceite de semilla de chía. El aceite de semilla de chía es un ingrediente versátil que se utiliza en la industria del cuidado de la piel como un potente ingrediente antienvjecimiento, así como una alternativa comestible y deliciosa al aceite de oliva en las cocinas de todo el mundo. Los beneficios del uso alimentario del aceite de chía incluyen<sup>13</sup>:

**Previene el envejecimiento cutáneo prematuro:** El aceite de semilla de chía es un ingrediente popular en los productos para el cuidado de la piel debido a su alto contenido de ácidos grasos. El aceite es particularmente rico en omega-3 en forma de ácido alfa-linolénico (ALA), omega-6 y cantidades más pequeñas de otras grasas saludables, como el ácido oleico y el ácido esteárico. Junto con su aplicación tópica, una dieta alta en estas grasas está vinculada a una membrana de la piel más saludable, protección contra los rayos ultravioleta (UV) y una mejor hidratación de la piel, lo que reduce la apariencia de líneas finas.

<sup>12</sup> Bakery and Snacks: <https://www.bakeryandsnacks.com/News/Promotional-Features/Chia-checks-all-the-big-trend-boxes-Clean-and-sustainably-sourced-high-in-fiber-supports-gut-health-and-immunity>

<sup>13</sup> Healthline: <https://www.healthline.com/nutrition chia-seed-oil#6.-May-support-brain-health>

	<p><b>Alivia la piel seca:</b> La piel sana e hidratada tiene una rica capa de lípidos (grasa) para ayudar a sellar la humedad. Sin embargo, cuando esta capa se ha visto comprometida o es baja en grasa, la humedad puede salir de la piel y provocar sequedad. El aceite de semilla de chía es rico en ácidos grasos omega-3 ALA y ácidos grasos omega-6 ácido linoleico. Se ha demostrado que estas dos grasas saludables ayudan a restaurar la barrera de humedad de la piel, especialmente en aquellas personas con afecciones cutáneas secas, como la dermatitis atópica y la psoriasis. En un pequeño estudio controlado aleatorio, dos grupos de participantes con piel seca, cinco sanos y cinco con picazón debido a enfermedad renal en etapa terminal o diabetes, aplicaron aceite de semilla de chía al 4% por vía tópica sobre la piel seca durante 8 semanas. Al final del estudio, ambos grupos experimentaron mejoras significativas en la piel seca, irritación de la piel, picazón percibida e hidratación general de la piel. Aunque pequeño, este estudio mostró los posibles beneficios del aceite de semilla de chía en la piel seca.<sup>14</sup></p> <p><b>Reduce el cabello encrespado:</b> El cabello encrespado es el resultado de la falta de humedad en la capa externa del cabello, que se conoce como cutícula. Cuando el cabello está muy seco, la cutícula se vuelve áspera y se hincha, lo que resulta en una apariencia encrespada. El aceite de semilla de chía es rico en varios ácidos grasos que pueden penetrar el tallo del cabello para sellar la humedad. Esto da como resultado un cabello más suave, terso e hidratado. Además, mantener el tallo del cabello fuerte e hidratado puede ayudar a prevenir una mayor rotura para ayudar a que su cabello se mantenga más largo y saludable.<sup>15</sup></p> <p><b>Promueve el brillo del cabello:</b> El cabello sano suele ser brillante y suave, aunque la medida en que este sea el caso puede depender de la textura natural de tu cabello. Cuando el cabello está dañado y seco, la luz no puede rebotar en él, lo que da como resultado una apariencia opaca. El aceite de semilla de chía se usa en muchas culturas como producto natural para el cabello. Su alto contenido en ácidos grasos puede penetrar el tallo del cabello, permitiendo que el cabello se mantenga hidratado y resalte su brillo natural.<sup>16</sup></p> <p>En general, se puede afirmar que hay cuatro tendencias en los EE. UU. (tanto en la industria cosmética como en la alimentaria) que son muy importante considerar al investigar el potencial del aceite de chía como producto de nuevo interés en el mercado estadounidense:</p> <p>Creciente demanda de productos exóticos Creciente mercado de Omega 3</p>
--	---

<sup>14</sup> US National Library of Medicine (NIH): <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2883415/>

<sup>15</sup> US National Library of Medicine (NIH): <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4387693/>

<sup>16</sup> US National Library of Medicine (NIH): <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4458934/>



	<p>Creciente demanda de cosmética natural, especialmente en el segmento del cuidado de la piel.</p> <p>Tendencia de sostenibilidad y demandas de los consumidores de cadenas de suministro transparentes</p> <p>Con estas tendencias en mente, es posible ver un fuerte crecimiento en las ventas de aceite de chía en los EE. UU. con la implementación de estrategias efectivas de marketing, promoción de los beneficios para la salud y asociaciones estratégicas de distribución. Es importante que las exportaciones peruanas estén alineadas y cumplan con la demanda y requisitos de los compradores y distribuidores estadounidenses.</p>
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>Si bien en Argentina, Bolivia y Paraguay, la producción de chía se da únicamente una vez al año (principalmente en épocas de lluvias), Perú ofrece la ventaja de poder dedicarse a su cultivo durante todo el año, con un rendimiento aproximado de 1,200 kg por hectárea. Según el Ing. Alexander Ulloa, dedicado al cultivo de chía desde 2007, las condiciones perfectas se dan en la costa, con una temperatura de entre 19 a 28 °C, lo que en el Perú correspondería a la zona de Chao y Virú. Además, añade que el ciclo de cultivo de chía en Perú tiene un promedio de cuatro meses de duración, acortándose el mismo a unos cien días en verano.<sup>17</sup></p>
<p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p>	<p>El aceite de chía que se exporta a los Estados Unidos llega por barco. Los puertos más concurridos de los EE.UU., incluyen Houston (Texas), Los Ángeles (California), Miami (Florida), Nueva York/Nueva Jersey, New Orleans (Luisiana), Seattle (Washington), Norfolk (Virginia), Savannah (Georgia), Long Beach (California) y Oakland (California). (Anexo 11.1).</p>
<p>2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)</p>	<p>El sistema de distribución para el mercado de alimentos de EE. UU. ha evolucionado con el tiempo para incluir un grupo fragmentado de actores regionales y locales que incluyen importadores, distribuidores y brokers de alimentos. La evolución de este sistema ha resultado en gran parte del tamaño de los EE. UU., lo que dificulta que una compañía brinde servicio a todos los EE. UU. y comprenda las preferencias y gustos regionales. A continuación, se presenta una descripción general de cada jugador y su función.</p> <p><b>Brokers.</b> Los brokers de alimentos actúan como representantes de ventas directas para fabricantes y venden productos a minoristas y, en segundo lugar, a distribuidores. Por lo general, se basan en comisiones y a menudo requieren una tarifa mensual. Los brokers de alimentos no toman posesión de los bienes ni almacenan ningún producto; más bien, identifican minoristas interesados y administran el proceso de ventas y transacciones. Los brokers son beneficiosos para los productores no estadounidenses, ya que eliminan la necesidad de tratar directamente con docenas de minoristas o distribuidores locales. Un buen broker tendrá una cartera de minoristas con los que ya está haciendo negocios a menudo en</p>

<sup>17</sup> Universidad Nacional Agraria La Molina:  
<https://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/3578/atiquipa-loria-claudia-rosalina.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



una región de varios estados. Las responsabilidades de un broker son diferentes de las de un agente de ventas tradicional, ya que los brokers a menudo son responsables de lanzar y coordinar campañas de marketing para los productos que representan. Trabajan con cada uno de sus distribuidores para diseñar volantes, crear y publicitar promociones y realizar otras actividades de marketing.

**Importadores.** Un importador típicamente importa, almacena y comercializa un producto comprado a un productor no estadounidense. El deber básico del importador es enviar el producto a través del mar y / o pasar por la aduana de EE. UU., Almacenar el producto y luego venderlo a través de su red de ventas y comercialización. Los importadores cuyos servicios se limitan a trasladar el producto a la aduana se denominan empresas de compensación. En este caso, el importador / cámara de compensación no completa las actividades de comercialización, pero se limita a despachar aduanas y almacenar el producto. Las actividades de marketing y ventas serían completadas por un broker de alimentos o un distribuidor.

El nivel de actividad de marketing y ventas varía mucho entre los importadores. Muchos prefieren trabajar con marcas conocidas y no les gusta "ser pioneros" o desarrollar nuevas actividades de marketing. El interés en comercializar nuevos productos a menudo depende del tamaño y la escala de un importador con importadores más grandes que prefieren trabajar con productos conocidos o productos de éxito regional. Muchos importadores desarrollan y utilizan su propia red de intermediarios de alimentos y distribuidores locales, y otros completan estas funciones internamente con su propio personal. A menudo se utiliza una combinación de personal interno y agentes externos. Por ejemplo, un importador puede actuar como un distribuidor y broker local en su mercado central, como Nueva York, pero utilizar otros distribuidores y brokers de alimentos fuera de su zona central.

**Distribuidores.** Los distribuidores desempeñan un papel clave a nivel regional de la red de distribución. Los distribuidores de alimentos generalmente compran productos de brokers, importadores o productores y luego entregan sus productos a minoristas en su región. En general, realizan actividades de marketing mínimas para los productos que llevan, aunque el nivel de actividad de marketing varía caso por caso. A diferencia de los brokers, los distribuidores toman posesión y posesión física de un producto y a menudo proporcionan almacenamiento. A menudo, un broker o importador designa a un distribuidor local para atender a un cliente minorista existente.

**Minoristas.** Los minoristas de alimentos independientes y especializados juegan un papel importante en el mercado de alimentos de EE. UU. A diferencia de las grandes cadenas nacionales, las tiendas de comestibles independientes y las cadenas regionales a menudo trabajan con distribuidores locales o un importador. Por lo general, no tratan directamente con exportadores extranjeros a menos que se trate de actividades de marca privada (marca propia de la tienda).

Una vez que las empresas generen demanda, requieren que estos productos estén disponibles para su venta inmediata. El proceso de manejo de los productos hasta la venta final es crítico. Requiere transporte seguro y confiable, almacenamiento y distribución efectiva. Esto es también importante, ya que el manejo de la cadena de distribución juega un rol fundamental en la satisfacción del cliente. Al poseer los productos en demanda disponibles para su compra crea una ventaja competitiva.

Los vendedores minoristas tradicionales, supermercados o “retailers” de alimentos y comestibles son el principal canal de distribución y comercialización de productos de chía. Los principales supermercados en los Estados Unidos de acuerdo con sus ventas hasta el 2016 son Wal-Mart, Kroger y Costco, con más de US \$362, \$110 y \$87 mil millones en ventas, respectivamente. (Anexo 11.2)

Algunos supermercados establecen relaciones con proveedores y los compran directamente, mientras la gran mayoría compra estrictamente a grandes distribuidores, como Sysco, US Foods, Reinhart Foodservice, Labatt Food Service, Associated Wholesale Grocers (AWG) y las empresas previamente mencionadas (Cargill, Archer Daniels Midland, etc.). Estos distribuidores también venden a restaurantes, cadenas de comida rápida y otros operadores de servicio de alimentos.

Al igual que otros super alimentos, el chía y sus derivados, tienen un nicho relativamente nuevo y con gran potencial de crecimiento en la industria de los productos de belleza. El manejo, distribución y comercialización en este mercado es un poco diferente al manejo en el mundo de alimentos. Debido a la naturaleza del producto, en el caso de los productos de belleza y cuidado personal los consumidores son persuadidos y demandan productos que están de moda hoy en día, pero que pueden pasar de moda el día de mañana. Vemos como las compañías de cosméticos manejan este comportamiento de los consumidores al promocionar las últimas tendencias, e incluso utilizando celebridades e “influencers” que respalden sus productos. Una vez que estas empresas generen demanda, requieren que estos productos estén disponibles para su venta inmediata. El proceso de manejo de los productos hasta la venta final es crítico. Requiere transporte seguro y confiable, almacenamiento y distribución efectiva. Esto es también importante, ya que el manejo de la cadena de distribución juega un rol fundamental en la satisfacción del cliente. Al poseer los productos en demanda disponibles para su compra, la compañía de cosméticos crea una ventaja competitiva.

Uno de los canales de venta que ha ido tomando más importancia en los últimos años ha sido el comercio electrónico. Según un reporte de Emarketer, los consumidores en Estados Unidos gastaron US\$ 586.92 mil millones en e-commerce para finales de 2019. Lo cual representa un incremento del 14% en comparación del 2018 y un 10.7% del gasto total en retail en EE.UU. Por eso las compañías están enfocándose en el marketing online, lo cual puede incrementar sus ganancias, con una

	<p>inversión relativamente baja, al usar las redes sociales como Instagram, Twitter, Facebook entre otros. Una forma de ganar clientes en esta plataforma es la diferenciación de precios y ofertas disponibles solamente para productos online.</p> <p>El retailer líder para cosméticos en los Estados Unidos en 2017 fue Walmart, seguido por CVS. Según encuestas realizadas en Julio 2017, casi el 28% de las personas que adquirieron cosméticos, lo hicieron en Walmart. Dentro de los productos más comprados se encuentran los productos de higiene personal, seguidos por los de salud bucal y cuidado del cabello (Statista, 2019).</p>
<p>2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</p>	<p>Con respecto al aceite de chía, hay dos industrias muy distintas a las que se puede dirigir, la industria alimentaria y la cosmética. Para los exportadores peruanos que intentan vender a los Estados Unidos, los exportadores deben conocer los diferentes criterios exigidos por los actores clave en estos segmentos, por lo que este análisis separará las dos industrias, a continuación.</p> <p><b>Industria Cosmética</b></p> <p>En la industria cosmética, el manejo efectivo y eficiente de la cadena de distribución es crucial para que las empresas ganen una ventaja competitiva. Para lo cual es necesario emplear una estrategia conformada por diversas etapas en cuanto al manejo logístico para manejar los requerimientos de los retailers para ayudar a superar los retos causados por el suministro y demanda inherente a la industria cosmética. Algunos de los actores clave según Unleashed (2018) son los siguientes:</p> <p><b>Marketing:</b> La industria cosmética es impulsada por el mercado, por lo que promocionar e invertir en marketing es fundamental. Una cadena de distribución adecuada se asegura que las diferentes líneas producidas estén disponibles en el momento necesario. Este proceso empieza con el pronóstico de la demanda, lo cual determinara desde la compra de ingredientes hasta el abastecimiento de producto en retailers.</p> <p><b>Inventario manejado por el vendedor (VMI):</b> Adoptar la estrategia de un inventario manejado por el vendedor (VMI del inglés Vendor-managed inventory), puede ayudar a los negocios a reducir los riesgos de tener mucho almacenado en stock y de esta manera responder de mejor manera a los cambios de patrones de demanda. Por ejemplo, una fábrica que maneja 200,000 SKUs cada 3 meses puede ser un riesgoso, ya que puede mantener en stock una cantidad considerables de productos que no roten a falta de ventas. Para ayudar a sobrellevar este problema, al dejar a los proveedores la gestión del inventario se disminuye la tensión al dejar el producto en su forma de menor valor agregado más atrás en la cadena de suministro. Las empresas pueden aprovechar esta flexibilidad</p>

para racionalizar los requisitos de empaque para diferentes canales minoristas más cercanos a la demanda o incluso obtener todo el inventario desde un punto de inventario centralizado.

**Empaque:** Los cosméticos se venden a una variedad de cadenas minoristas que a menudo tienen sus propios requisitos específicos. Por ejemplo, las compañías más grandes frecuentemente apuntan a cuatro mercados: productos de consumo para retailers; suministros cosméticos para salones y grupos de productos profesionales; marcas de lujo para grandes almacenes y boutiques; y productos dermatológicos a través de dermatólogos. Estas diferentes categorías de retailers a menudo imponen diferentes empaques. En una gran farmacia minorista o de cadena de farmacias (drugstores), el empaque del producto es importante para ayudar a que este destaque. Poseer varias presentaciones y tamaños de envases son el estándar de la industria, a veces incluso para el mismo producto. Algunas compañías de cosméticos logran este resultado mediante la implementación de estrategias de aplazamiento de envasado final. Las estrategias de aplazamiento permiten a las empresas empaquetar artículos más cerca de la demanda, y eso también permite incluir displays especializados y material promocional. Esto permite a las compañías de cosméticos prestar más atención a cómo pueden lograr esas iniciativas de manera más asequible.

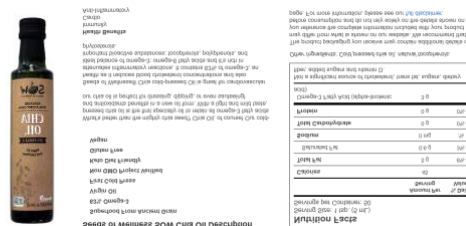
**Logística de entrada:** En la cadena de suministro de productos cosméticos, detectar la demanda y responder a tiempo es un diferenciador competitivo. Al controlar el transporte entrante y el flujo de productos en cada punto de la cadena de suministro, desde las plantas de fabricación hasta las instalaciones de distribución y las tiendas minoristas, puede ayudar a las empresas a satisfacer la demanda del inventario. Las empresas ahora están recurriendo a sistemas de gestión de transporte para ayudar a facilitar el flujo de mercancías y mejorar la visibilidad de sus cadenas de suministro.

Ya sea que una compañía de cosméticos venda al mercado masivo, al comercio minorista especializado o a través del comercio electrónico o e-commerce, se debe tener en cuenta estas consideraciones importantes de la cadena de suministro pues es esencial para garantizar una ventaja competitiva cuando se enfrentan los desafíos entre la oferta y la demanda innatas en la industria cosmética. Lo cual significa que uno de los valores que lo negocios en esta industria valoran además de la calidad del producto es cumplir con los plazos establecidos de entrega de producto/materias primas.

#### **Industria Alimentaria**

A diferencia de otros productos agrícolas, el sabor y el tamaño de la chía no son los factores decisivos para los compradores, ni del lado mayorista ni del lado del consumidor final. Los consumidores familiarizados con la chía, por lo general, no la compren por el sabor, sino sus diversas propiedades. Al igual que con otros suplementos nutricionales para los consumidores, el valor real está en los beneficios funcionales que el producto pueda proporcionar. Idealmente los exportadores etiquetarían claramente todos los componentes nutricionales del producto, como en el ejemplo de la figura 1:

Figura 1: Etiqueta de aceite de chía para Estados Unidos



Fuente: Vitacost (<https://www.vitacost.com>)

Adicionalmente, debido a que los consumidores estadounidenses valoran mucho la gestión de la responsabilidad social, ambiental y de comercio justo, las empresas importadoras también priorizan sus compras a las empresas que dedican sus esfuerzos a cumplir estos objetivos y que poseen algunos de los sellos o logotipos que los certifican contra las organizaciones internacionales. Algunos certificados de importancia incluyen USDA Organic, Rainforest Alliance, Fair Trade, Kosher, y Certified Vegan.

El manejo efectivo y eficiente de la cadena de distribución es crucial para que las empresas ganen una ventaja competitiva. Para lo cual es necesario emplear una estrategia conformada por diversas etapas en cuanto al manejo logístico para manejar los requerimientos de los retailers para ayudar a superar los retos causados por el suministro y demanda inherente a la industria.

2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)

Según Modor Intelligence, Bolivia se ha convertido en uno de los mayores productores de chía, con alrededor de 3.000 a 4.000 cultivares en el país. Según ANAPO, la Asociación de Productores de Oleaginosas y Cereales, en Bolivia, se observó una tendencia de alza sustancial en la producción, principalmente debido a la creciente demanda de compradores extranjeros, lo que ha colocado a la chía de calidad boliviana en un alto rango. Se observó una rápida tasa de crecimiento en la cantidad de producción durante 2014-2015, y fue la especulación de aumento de precios lo que desencadenó esta tendencia de producción de chía durante el período. El aumento del precio de las semillas de chía en los mercados de productos básicos está atrayendo a más y más agricultores a

	<p>emprender el cultivo de semillas de chía, lo que probablemente aumente aún más la competitividad del mercado boliviano de semillas de chía.<sup>18</sup></p> <p><b>Mercado de semillas de chía: Cuota de mercado por país sudamericano (2019)</b></p> <div data-bbox="703 414 1326 772" style="text-align: center;"> <table border="1"> <caption>Chia Seeds Market: Market Share by Region (%), South America, 2019</caption> <thead> <tr> <th>País</th> <th>Color</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Bolivia</td> <td>Cyan</td> </tr> <tr> <td>Argentina</td> <td>Grey</td> </tr> <tr> <td>Ecuador</td> <td>Orange</td> </tr> <tr> <td>Paraguay</td> <td>Purple</td> </tr> <tr> <td>Peru</td> <td>Green</td> </tr> </tbody> </table> </div> <p>Según la Asociación de Economía Agrícola y Aplicada (<a href="http://www.aaea.org/">www.aaea.org/</a>) América del Sur produce aproximadamente el 80% del suministro mundial de semillas de chía. Los principales productores de semillas de chía son Paraguay, Bolivia y Argentina (SIMSA Export, 2020). La tierra fértil de Bolivia y las buenas condiciones climáticas permitieron a la nación aumentar su participación de mercado en el mercado de la chía en respuesta al aumento de precios inducido por la demanda (Beaumont y Michael, 2016; SIMSA Export, 2020). En Paraguay, la región del Chaco es el lugar principal de producción de semilla de chía (Delphi Organic, 2020). En los últimos años, México ha aumentado la producción de chía y ha comenzado a exportar al mercado estadounidense (Mordor Intelligence, 2020). Más allá de América Latina, las naciones africanas (incluidas Kenia, Tanzania y Uganda) y Australia también han expandido la producción de semillas de chía (Dumas, 2015; CBI, 2019).<sup>19</sup></p> <p>Los beneficios nutricionales antes mencionados que se están volviendo más tendencia a nivel mundial, presentan un gran avance para comercializar chía como insumo en los Estados Unidos. Principalmente en tiendas de alimentos especializados, como Whole Foods, Sprouts, Central Market, Natural Grocers y The Fresh Market, son donde se puede encontrar la chía en diversos productos (Anexo 11.3).</p>	País	Color	Bolivia	Cyan	Argentina	Grey	Ecuador	Orange	Paraguay	Purple	Peru	Green
País	Color												
Bolivia	Cyan												
Argentina	Grey												
Ecuador	Orange												
Paraguay	Purple												
Peru	Green												
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>La promoción del aceite de chía en ferias en Estados Unidos es muy importante para aumentar su difusión de y conocimiento del producto y proveedores peruanos. Entre las más importantes en el mundo de alimentos tenemos:</p>												

<sup>18</sup> Mordor Intelligence: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/south-america-chia-seeds-market>

<sup>19</sup> Agricultural and Applied Economics Association: <https://www.aaea.org/>

**Produce Marketing Association Fresh Summit**

Más de 20,000 participantes a lo largo de las cadenas de suministro de productos frescos y flores se unen como una comunidad para aprender, establecer redes, construir relaciones y hacer negocios. Expositores representan más de 60 países. En el 2018 se toma lugar en Orlando, Florida en octubre.

**Private Label Manufacturers Association Show (PLMA)**

Para ayudar a las empresas miembro a conocer a los minoristas de EE. UU. Y Canadá, PLMA organiza su feria de etiqueta privada de EE. UU. En Chicago cada mes de noviembre. Compran los compradores de los principales supermercados, supercentros, cadenas de medicamentos, comerciantes en serie, tiendas de conveniencia, minoristas en línea, importadores, exportadores, mayoristas, tiendas de descuento e incluso intercambios militares.

**Natural Products Expo (East y West)**

Muestra productos orgánicos derivados naturalmente. La exposición tiene lugar en ambos lados del país, la Eastern Expo se celebra anualmente en el otoño en el Baltimore Convention Center en Baltimore, MD y la Western Expo se lleva a cabo en la primavera en el Anaheim Convention Center en Anaheim, California. Este evento atrae a 22,000 profesionales de la industria y 1,400 expositores.

**The Fancy Food Show**

El Fancy Food Show es la feria comercial de alimentos y bebidas más grande de la Costa Oeste. El evento anual es organizado por la Specialty Food Association en enero, normalmente en Nueva York. El evento se centra en especialidades, productos gourmet y orgánicos de alta calidad. Puede esperar 1,400 expositores de 35 países y 19,000 profesionales de la industria.

**US Food Showcase**

Este evento en particular presenta una amplia variedad de productos desde productos frescos y congelados hasta tecnología de venta al por menor y productos envasados. Este evento ofrece todas las excelentes características de otras exposiciones: una audiencia de compradores activos, exposición a profesionales de la industria y oportunidades educativas, pero dada la variedad de expositores y asistentes (105 países), este evento es especialmente útil si desea expandir su negocio para perseguir un mercado global.

**United Fresh**



	<p>El United Fresh Expo presenta exhibidores de productos frescos y productos florales. Es un evento para ellos que estén buscando expandir su negocio en el mercado de productos frescos y florales. Con más de 30,000 asistentes y 300 expositores de todo el mundo, el 82% de ellos tienen autoridad para comprar. La United Fresh Expo se celebra en la primavera en Chicago, IL y organizada por United Fresh Produce Association.</p> <p>En el caso de la oferta del aceite de chía y derivados como materia prima para la producción de cosméticos, las principales ferias y eventos son:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>America's Beauty Show (abril, Chicago, IL)</li><li>Face &amp; Body Spa Conference &amp; Expo Midwest (julio, Chicago, IL)</li><li>Cosmoprof (junio, Las Vegas, NV)</li><li>International Salon &amp; Spa Expo (enero, Long Beach, CA)</li><li>Natural Products Expo West (marzo, Anaheim, CA)</li><li>International Beauty Show (marzo, New York, NY)</li><li>America's Beauty Show (abril, Chicago, IL)</li><li>PBA Beauty Week (julio, Las Vegas, NV)</li><li>Face &amp; Body (agosto, San Jose, CA)</li><li>SupplySide West (noviembre, Las Vegas, NV)</li></ul>
--	--

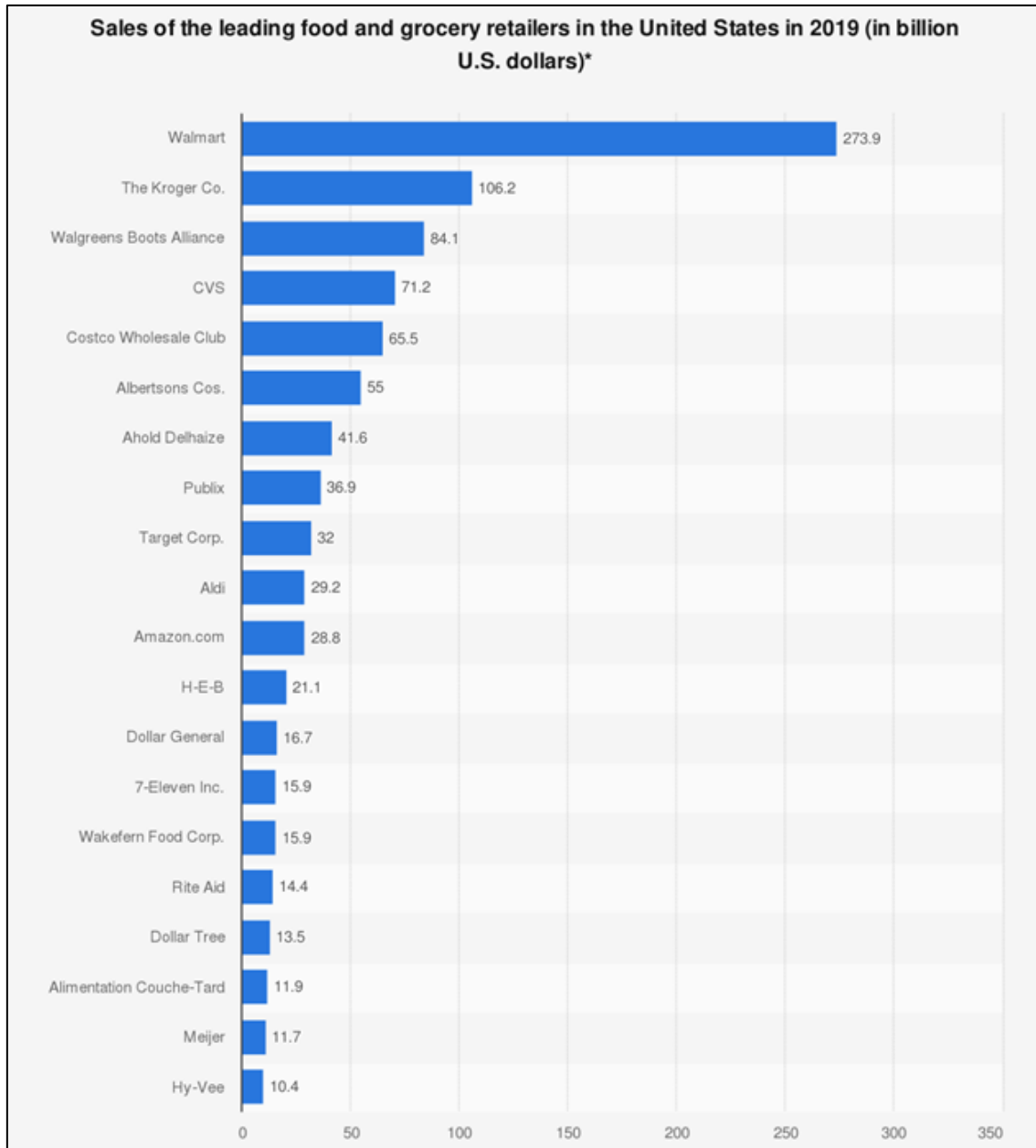
**Anexos**

**11.1 Puertos Principales de los Estados Unidos**

CLASIFICACIÓN DE PUERTOS EN EE. UU. POR VOLUMEN DE CARGA 2016								
COMERCIO EXTERIOR								
#	IMPORTACIONES		#	EXPORTACIONES		#	TOTAL COMERCIO EXTERIO	
	PUERTO/ESTADO	TONELADAS		PUERTO/ESTADO	TONELADAS		PUERTO/ESTADO	TONELADAS
1	Houston, TX	69,109,888	1	Houston, TX	94,875,799	1	Houston, TX	163,985,687
2	New York/New Jersey	68,406,550	2	South Louisiana, LA	84,927,630	2	South Louisiana, LA	124,269,250
3	Long Beach, CA	45,302,472	3	Virginia	37,242,734	3	New York/New Jersey	86,118,631
4	South Louisiana, LA	39,341,620	4	Corpus Christi, TX	26,057,831	4	Long Beach, CA	67,409,469
5	Los Angeles, CA	37,127,254	5	New Orleans, LA	22,416,971	5	Los Angeles, CA	56,285,833
6	Beaumont, TX	29,180,940	6	Long Beach, CA	22,106,997	6	Corpus Christi, TX	49,410,563
7	Corpus Christi, TX	23,352,732	7	Baton Rouge, LA	21,408,507	7	Virginia	48,683,132
8	Mobile, AL	21,199,530	8	Plaquemines, LA	20,141,193	8	Beaumont, TX	48,258,914
9	Lake Charles, LA	19,541,191	9	Los Angeles, CA	19,158,579	9	New Orleans, LA	41,345,813
10	New Orleans, LA	18,928,842	10	Beaumont, TX	19,077,974	10	Savannah, GA	35,260,898
11	Savannah, GA	18,501,007	11	Baltimore, MD	17,728,512	11	Mobile, AL	35,219,099
12	Baltimore, MD	14,134,738	12	New York/New Jersey	17,712,081	12	Baltimore, MD	31,863,250
13	Texas City, TX	13,268,756	13	Port Arthur, TX	17,512,329	13	Baton Rouge, LA	29,559,028
14	Charleston, SC	13,173,818	14	Savannah, GA	16,759,891	14	Lake Charles, LA	29,461,810
15	Richmond, CA	12,030,614	15	Mobile, AL	14,019,569	15	Texas City, TX	26,843,908
16	Virginia	11,440,398	16	Kalama, WA	13,819,748	16	Port Arthur, TX	26,523,741
17	Philadelphia, PA	10,827,584	17	Texas City, TX	13,575,152	17	Plaquemines, LA	23,460,335
18	Boston, MA	10,476,553	18	Tacoma, WA	12,837,403	18	Tacoma, WA	21,180,301
19	Freeport, TX	10,229,725	19	Longview, WA	11,496,279	19	Charleston, SC	20,964,609
20	Pascagoula, MS	9,057,753	20	Portland, OR	10,358,100	20	Seattle, WA	17,883,207






Fuente: American Association of Port Authorities

### 11.2 Ventas de los supermercados principales de los EE.UU. 2019 (US\$ mil millones)



Fuente: Statista

**ANEXO  
PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO**

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg., otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
<p>Piping Rock</p> <p><a href="https://www.pipingrock.com/hair-oils/chia-seed-oil-for-skin-hair-lip-and-nail-care-2-fl-oz-59">https://www.pipingrock.com/hair-oils/chia-seed-oil-for-skin-hair-lip-and-nail-care-2-fl-oz-59</a></p>	59mL	7.99	No especifica	10/08/2021	Botella de vidrio con cuentagotas	
<p>The Ordinary</p> <p><a href="https://theordinary.deciem.com/us/rdn-100pct-organic-virgin-chia-seed-oil-30ml.html">https://theordinary.deciem.com/us/rdn-100pct-organic-virgin-chia-seed-oil-30ml.html</a></p>	30mL	7.70	No especifica	10/08/2021	Botella de vidrio con cuentagotas	
<p>US Organic</p> <p><a href="https://www.us-organic.com/products/100-pure-certified-usda-organic-chia-seed-oil-2-oz">https://www.us-organic.com/products/100-pure-certified-usda-organic-chia-seed-oil-2-oz</a></p>	30mL	14.99	No especifica	10/08/2021	Botella de vidrio con cuentagotas	
<p>Etsy</p> <p><a href="https://www.etsy.com/listing/523062385/chia-seed-oil-virgin-various-sizes-10ml?gpla=1&amp;gao=1&amp;">https://www.etsy.com/listing/523062385/chia-seed-oil-virgin-various-sizes-10ml?gpla=1&amp;gao=1&amp;</a></p>	10mL	3.61	No especifica	10/08/2021	Botella de vidrio	
<p>Erbology</p> <p><a href="https://erbiology.co/us/shop/organic-chia-seed-oil/">https://erbiology.co/us/shop/organic-chia-seed-oil/</a></p>	100mL	19.99	No especifica	10/08/2021	Botella de vidrio	

<p>Thrive Market</p> <p><a href="https://thrivemarket.com/p/cocokind-organic-chia-seed-face-oil">https://thrivemarket.com/p/cocokind-organic-chia-seed-face-oil</a></p>	30mL	15.49	No especifica	10/08/2021	Botella de vidrio con cuentagotas	
<p>Vitacost</p> <p><a href="https://www.vitacost.com/seeds-of-wellness-sow-chia-oil?CSRC=FGPF-752830744622">https://www.vitacost.com/seeds-of-wellness-sow-chia-oil?CSRC=FGPF-752830744622</a></p>	250mL	11.99	No especifica	10/08/2021	Botella de vidrio	
<p>Amazon</p> <p><a href="https://www.amazon.com/Rawseed-Organic-Cold-Pressed-Vegan-Non-GMO/">https://www.amazon.com/Rawseed-Organic-Cold-Pressed-Vegan-Non-GMO/</a></p>	236mL	13.99	No especifica	10/08/2021	Botella de vidrio	
<p>Foods Alive</p> <p><a href="https://www.vitacost.com/foods-alive-organic-chia-oil-artisan-cold-pressed?CSRC=FGPF-891551000423">https://www.vitacost.com/foods-alive-organic-chia-oil-artisan-cold-pressed?CSRC=FGPF-891551000423</a></p>	236mL	16.99	No especifica	10/08/2021	Botella de vidrio	
<p>Walmart</p> <p><a href="https://www.walmart.com/ip/Mayan-s-Secret-Chia-Seed-Oil-USDA-Certified-Virgin-Organic-100-Pure-amp-Natural-Cold-Pressed">https://www.walmart.com/ip/Mayan-s-Secret-Chia-Seed-Oil-USDA-Certified-Virgin-Organic-100-Pure-amp-Natural-Cold-Pressed</a></p>	118mL	17.99	No especifica	10/08/2021	Botella de vidrio con cuentagotas	