

Universidad de Lima

Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas

Carrera de Negocios Internacionales



**“ESTUDIO PARA LA EXPORTACIÓN DE ACEITE ESENCIAL DESTILADO DE LIMÓN”**

Trabajo de investigación de mercados internacionales

**EDGARDO JESÚS ALVA FOSSA**

**Código 20150037**

**KEYLA ESTEFANY ARRESE SOLIS**

**Código 20150106**

**ANDREA BELEN BALBUENAS CHINCHA**

**Código 20151636**

Lima – Perú

Julio de 2018

## Índice

1. Resumen ejecutivo .....	7
2. Alcance del estudio .....	7
2.1. Descripción del producto .....	9
2.2. Clasificación arancelaria: origen y destino .....	10
2.3. Países con preferencias arancelarias .....	11
3. Análisis de la oferta .....	12
3.1. Tamaño de mercado .....	12
3.2. Producción local .....	12
3.3. Importaciones .....	12
3.4. Exportaciones .....	13
4. Análisis del sector .....	13
4.1. Canales de distribución .....	13
4.2. Canales de comercialización .....	15
5. Análisis de la demanda .....	16
5.1. Perfil de consumidor y segmentación .....	16
5.2. Tendencias y hábitos de consumo .....	19
5.3. Preferencias de marcas y origen .....	19
5.4. Requisitos de acceso .....	22
6. Actividades de promoción .....	24
7. Conclusiones y recomendaciones .....	24
8. Referencias .....	26

## **Tablas**

Tabla No. 1 Ranking de Factores.....	5
Tabla No. 2 Descripción de línea arancelaria EE.UU.....	7
Tabla No. 3 Descripción de línea arancelaria Perú .....	8
Tabla No. 4 Preferencias arancelarias.....	8
Tabla No. 5 Canales de comercialización .....	13
Tabla No.6 Preferencias de Marcas y Origen.....	17

## **Imágenes**

Imagen No. 1 Ruta Marítima Callao-New York.....	11
Imagen No. 2 Empaque aceite esencial de limón.....	12

## **Gráficos**

Gráfico No. 1 PBI en miles de millones.....	14
Gráfico No. 2 PBI per Cápita.....	14
Gráfico No. 3 Tasa de paro.....	15

## **1. Resumen Ejecutivo:**

Este resumen analiza el mercado de aceites esenciales en Estados Unidos, que sustenta el plan de exportación de aceite esencial de limón a dicho país mediante el análisis de distintos factores a considerar para el ingreso del producto en el país destino, así como el análisis previo a realizar que incluye desde un estudio que evalúa el potencial y la atractividad del país destino, factores para medir la oferta y demanda del producto, hasta los canales de distribución y comercialización del producto.

Mediante el estudio realizado se concluye que EE. UU. es el mercado que presenta las mejores condiciones competitivas para la importación de aceite esencial destilado de limón; asimismo, Perú posee preferencias arancelarias gracias al acuerdo de promoción comercial Perú-EE. UU., lo cual permite a nuestro producto ser competitivo en el mercado. Siendo las importaciones de aceite esencial en EE. UU. mayores que las exportaciones, nos permite diferir que el país no produce en gran volumen el producto, por lo cual se abastece mayormente de otros países, siendo los principales países competidores Argentina e Italia los mayores abastecedores del producto en EE. UU. El estudio de tendencias, preferencias y hábitos de consumo nos permite saber que los consumidores estadounidenses son cada vez más conscientes y exigentes con los productos que compran y consumen, así como la existencia de una tendencia cada vez más marcada por el consumo de productos naturales incluyendo cosméticos, por lo que existen regulaciones estrictas para el ingreso de cosméticos en el país destino que buscan principalmente que los productos cumplan con lo establecido y no representen un peligro para la salud de los consumidores estadounidenses; por esta razón nos preocupamos en cuidar cada proceso por el que pasa el producto para ofrecer la calidad y beneficios esperados por los consumidores.

Se busca así tener un posicionamiento en el mercado estadounidense, y que nuestro producto sea reconocido y consumido cada vez en mayor volumen por nuestros principales clientes.

## **2. Alcance del Estudio:**

La presente actividad tiene como ámbito de acción el sector aceites esenciales en EE. UU. Los aceites esenciales se identifican por encontrarse clasificados en el capítulo HS (6) del arancel de aduanas. El producto que seleccionamos es el aceite esencial destilado de limón que corresponde a la subpartida del Sistema Armonizado 3301.13. Se utilizó la metodología de ranking de factores para evaluar los cinco principales países importadores de acuerdo con los siguientes criterios y pesos respectivos: volumen y precio de mercado con 40%, entorno

macroeconómico con un peso de 30% y los indicadores de desempeño logístico, costos y tiempos con 30% en total; asignando una puntuación de 1 a 5, siendo 5 la mejor. El mercado a analizar será EE. UU. de acuerdo con el ranking de factores que se mostrará a continuación.

**Tabla No. 1**

Ranking de factores			PAÍSES				
Criterio	Año	Pesos	Alemania	Irlanda	Países Bajos	Reino Unido	EE. UU.
<b>Mercado</b>		<b>40%</b>					
Volumen de importación	2017	10%	1	4	2	3	5
Tendencias de volumen 2013/2017	2013/2017	10%	5.0	1.0	3.0	2.0	4.0
Nivel de precios	2017	10%	3	5	2	1	4
Tendencias de precios 2013/2017	2013/2017	10%	4.0	1.0	5.0	3.0	2.0
<b>Entorno macroeconómico</b>		<b>30%</b>					
Facilidad para hacer negocios	2017	15%	2.0	3.0	1.0	4.0	5.0
Crecimiento PBI	2016	15%	3.0	5.0	4.0	2.0	1.0
<b>Indicadores logísticos, costos y tiempos</b>		<b>30%</b>					
Desempeño logístico general	2016	7.50%	5.0	1.0	4.0	3.0	2.0
Costos para importar (US\$ por contenedor)	2014	7.50%	4.0	3.0	5.0	4.0	2.0
Período para importar (días)	2014	7.50%	3.0	2.0	4.0	4.0	5.0
No. Documentos para importar	2014	7.50%	3.0	5.0	2.0	3.0	4.0
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>	3.2	3.1	3.1	2.9	3.4

Fuentes: Trademap (2018). Banco Mundial (2018).

En base al análisis realizado, se concluye que EE. UU. es el mercado que presenta las mejores condiciones competitivas para la exportación de aceite esencial destilado de limón, por registrar, el volumen más alto de importación, Doing Business y período para importar. Es ese sentido EE. UU. es el mercado en el cual debemos fijarnos para exportar el producto.

## 2.1. Descripción del producto:

### Aceite Esencial Destilado de Limón



El aceite esencial de limón es una sustancia volátil obtenida por un proceso físico de destilado. El aceite se encuentra en la cascara de limón y posee características olorosas. Es considerado uno de los aceites esenciales con gran contenido de vitamina C, B (esencial para la salud de la piel, cabello y uñas) y A (caroteno-antioxidantes).

El aceite esencial de limón se usa principalmente, en la elaboración de sabores para la industria alimentaria, en la elaboración de los concentrados para refrescos y entre otros alimentos. Otros usos son los concentrados para medicamentos y en la elaboración de fragancias para cosméticos y perfumes.

#### **Obtención del aceite esencial de limón**

El aceite esencial es una mezcla de componentes volátiles, producto del metabolismo secundario de las plantas. Se obtiene a partir de la corteza del limón, a través los procesos de expresión a mano utilizando una esponja, destemperación y destilación al vacío, de los cuales se obtiene un aceite alta calidad, siendo este proceso la vía más accesible.

**Usos y funcionamientos:** Los aceites esenciales de Limón son utilizados en las siguientes industrias:

Perfumes: vienen en varios tipos y puede ser categorizado como perfumes clásicos, aguas de perfume, aguas de colonia y aguas de tocador.

Aromaterapia: Es el uso sistemático de aceites esenciales en tratamientos holísticos para mejorar el bienestar físico y emocional de la persona. Los aceites esenciales poseen distintas propiedades terapéuticas, que puede ser utilizados para mejorar la salud y prevenir enfermedades.

## 2.2. Clasificación Arancelaria: Origen y Destino

### Clasificación de Origen

Arancel de Aduanas 2017

**Sección VI**, Productos de las industrias químicas o de las industrias conexas

**Capítulo 33**: Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética

Se determinó que la partida que acopla la definición de nuestro producto es la **3301.13.00.00 ACEITES ESENCIALES DE LIMÓN**, incluido dentro de la Subpartida 33.01 Aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los concretos o absolutos; resinoides; oleorresinas de extracción; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias análogas, obtenidas por enflorado o maceración; subproductos terpénicos residuales de la desterpenación de los aceites esenciales; esenciales; destilados acuosos aromáticos y disoluciones acuosas de aceites esenciales.

Dado que se detalla explícitamente cuál es la base para la elaboración del Producto (Limón – Insumo / Aceite Esencial – Producto final), no deja duda a otras interpretaciones; siendo esta nuestra partida arancelaria final.

**Tabla No. 2 Descripción de línea arancelaria EE. UU.**

<b>33</b>	Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, cosmética o tocador
<b>3301</b>	Aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los concretos o absolutos; resinoides; oleorresinas de extracción; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias análogas, obtenidas por enflorado o maceración; subproductos terpénicos residuales de la desterpenación de los aceites esenciales; esenciales; destilados acuosos aromáticos y disoluciones acuosas de aceites esenciales.
<b>33011</b>	- Aceites esenciales de frutas cítricas
<b>330113</b>	- - De limón
<b>33011300</b>	Aceites esenciales de limón

Fuente: WTO 2018

**Tabla No. 3 Descripción de línea arancelaria Perú**

<b>33.01</b>	Aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los «concretos» o «absolutos»; resinoides; oleorresinas de extracción; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias análogas, obtenidas por enflorado o maceración; subproductos terpénicos residuales de la desterpenación de los aceites esenciales; destilados acuosos aromáticos y disoluciones acuosas de aceites esenciales.
	- Aceites esenciales de agrios (cítricos):
<b>3301.12.00.00</b>	- - De naranja
<b>3301.13.00.00</b>	- - De limón

Fuente: SUNAT

**2.3 Países con preferencia arancelarias****Tabla No. 4 Preferencias arancelarias**

Descripción	Tarifa	Arancel específico	Naturaleza
Tasas de impuesto aplicados a MFN	3.80	-	Arancel Ad valorem
Tasas de impuesto de área de libre comercio para Canadá en virtud del NAFTA	0.00	-	Arancel Ad valorem
Tasas de impuesto de área de libre comercio para México en virtud del NAFTA	0.00	-	Arancel Ad valorem
Tasas de impuesto de área de libre comercio para Israel	0.00	-	Arancel Ad valorem
Tasas de impuesto de área de libre comercio para Bahrain	0.00	-	Arancel Ad valorem
Tasas de impuesto de área de libre comercio para Jordan	0.00	-	Arancel Ad valorem
Tasas de impuesto de área de libre comercio para Singapur	0.00	-	Arancel Ad valorem
Tasas de impuesto de área de libre comercio para Chile	0.00	-	Arancel Ad valorem
Tasas de impuesto de área de libre comercio para Australia	0.00	-	Arancel Ad valorem
Tasas de impuesto de área de libre comercio para Morocco	0.00	-	Arancel Ad valorem
Tasas de impuesto de área de libre comercio para República Dominicana y Centroamérica (DR-	0.00	-	Arancel Ad valorem



CAFTA)			
Tasas de impuesto de área de libre comercio para Omán	0.00	-	Arancel Ad valorem
<b>Tasas de impuesto de área de libre comercio para Perú</b>	<b>0.00</b>	<b>-</b>	<b>Arancel Ad valorem</b>
Tasas de impuesto de área de libre comercio para Corea	0.00	-	Arancel Ad valorem
Tasas de impuesto de área de libre comercio para Colombia	0.00	-	Arancel Ad valorem
Tasas de impuesto de área de libre comercio para Panamá	0.00	-	Arancel Ad valorem
Tasas de Impuesto preferencial para el acto de recuperación económica de la cuenca del Caribe (CBERA)	0.00	-	Arancel Ad valorem
Tasas de impuesto preferencial en virtud del acto de crecimiento y oportunidades para África (AGOA)	0.00	-	Arancel Ad valorem
Impuestos de los países menos adelantados (LDC)	0.00	-	Arancel Ad valorem
Arancel general	25.00	-	Arancel Ad valorem

Fuente: WTO 2018

Según la OMC (2018), la partida arancelaria 33011300 está sujeta a un derecho ad valorem de 3.8%. Sin embargo, a través del Acuerdo de Promoción Comercial Perú – EE.UU, los embarques de esta fruta procedentes del Perú, están exentos de derecho ad valorem y derecho específico.

### 3. Análisis de la Oferta:

#### 3.1. Tamaño de Mercado:

El tamaño de mercado de los aceites esenciales en EE. UU. fue de US\$ 3.36 mil millones en el año 2015 y se espera una tasa de crecimiento estimada del 9.0% del 2016 a 2024. Alrededor de 200 tipos diferentes de aceites esenciales se consumen en todo el mundo anualmente, y EE. UU. tiene un papel importante en la demanda global. Las distintas fragancias y sabores son agregadas en productos finales como alimentos, bebidas, terapias. etc.

#### 3.2. Producción Local:

Para el producto escogido no se encontró información sobre la producción local ya que, solamente hay base de datos sobre aceites esenciales en general.

#### 3.3. Importaciones:

De acuerdo con Trademap (2018) solo se encontró la siguiente información, en el año 2015 las importaciones mundiales de aceite esencial de limón fueron de 14,245 toneladas, mostrando un crecimiento de 11.8% con respecto al 2014. Por otro lado, las importaciones estadounidenses fueron en el año 2015 5,276 toneladas, lo cual mostró un crecimiento de 42.4% con respecto al año anterior.

El valor unitario dólar/tonelada de las importaciones mundiales en el año 2015 fue US\$ 35,497, el cual muestra un incremento del 12.4% respecto al año anterior. De igual manera el valor unitario dólar/tonelada de las importaciones estadounidenses en el año 2015 fue de US\$ 34,076, valor que muestra un incremento de 9.1% con respecto al año 2014.

Los principales países exportadores de aceite esencial de limón en el 2017 a EE. UU. en términos de volumen fueron: Argentina (57.9%), Italia (8.9%), Canadá (5.5%), Irlanda (5.2%) y Alemania (4.9%); estos países representaron el 82.4% de la oferta mundial de aceite esencial de limón para EE. UU.

### **3.4. Exportaciones:**

De acuerdo con Trademap (2018) en el año 2015 las exportaciones mundiales de aceite esencial de limón fueron de 21,232 toneladas, mostrando un crecimiento de 10,4% con respecto al 2014. Por otro lado, las exportaciones estadounidenses fueron en el año 2015 1,579 toneladas, lo cual mostró una caída de 1.6% con respecto al año anterior.

El valor unitario dólar/tonelada de las exportaciones mundiales en el año 2015 fue US\$ 27,014, el cual muestra un incremento del 5.8% respecto al año anterior. De igual manera el valor unitario dólar/tonelada de las exportaciones estadounidenses en el año 2015 fue de US\$ 35,728, valor que muestra un incremento de 14.3% con respecto al año 2014.

Los principales países importadores de aceite esencial de limón en el 2017 de EE. UU. en términos de volumen fueron: Canadá (15.9%), Japón (14.2%), Países Bajos (10.2%), Australia (8.8%) y China (7.9%); estos países representaron el 57.1% de la oferta mundial de aceite esencial de limón para EE. UU.

## **4. Análisis del Sector:**

### **4.1. Canales de Distribución:**

Para la exportación del producto, se hará uso del servicio de transporte marítimo, que seguirá una determinada ruta Callao - New York; se contrata para ello el servicio de la línea naviera MSC, en la que el tránsito es de 17 días y cuya frecuencia de salida de dicha ruta es semanal.

## Imagen No. 1 Ruta Marítima Callao-New York



Fuente: Rutas Marítimas - SICEX

Nos enfocaremos en la Industria Cosmética y nuestro mercado objetivo es el condado de Brooklyn ubicado en el estado de New York, estos se encuentran como los mayores productores de cosméticos que usan este insumo, como un ingrediente natural en la elaboración de sus productos terminados, además de ser usado directamente por los consumidores que buscan sustituir los productos de cosmética industriales por una alternativa natural.

El producto para su transporte es empaquetado y envasado siguiendo las especificaciones técnicas y regulaciones requeridas para ingresar al mercado estadounidense.

El envase es una botella pequeña de plástico oscuro y contiene 30 ml de aceite esencial, la botella está contenida en una caja de acuerdo con su tamaño, y es así como se envasan en cajas de mayor tamaño para su posterior transporte. Para este caso se utiliza un contenedor completo de 20 pies, un total de 220 cajas cuyas dimensiones son 50 x 50 x 40 cm y cada una a su vez contiene 160 productos. En total se envían 35,200 productos de aceite esencial de limón, a una tarifa promedio de US\$1500.

## Imagen No. 2 Empaque aceite esencial de limón



### 4.2. Canales de Comercialización:

Los canales de comercialización hacia el consumidor final son diversos en EE. UU. Aunque aumenta cada día el nivel de penetración de las compras online, las compras se hacían hace unos años mayoritariamente en supermercados, hipermercados, tiendas de conveniencia, entre otros. En la actualidad, la tendencia a comprar productos de belleza y cuidado personal en las tiendas está disminuyendo, ya que ahora el consumidor, en su mayoría entre los 25-45 años, realiza sus compras en plataformas web.

Dada la velocidad con la que transcurre el día a día de los estadounidenses, éstos buscan soluciones más rápidas pero que no afecten la calidad de lo que desean adquirir. En consecuencia, se han incrementado las ventas por internet y las aplicaciones móviles, las cuales garantizan al consumidor, el consumo instantáneo que desea.

Por cultura, el consumidor estadounidense es fiel a sus marcas favoritas, más que bajar de categoría a opciones más económicas, busca maneras para gastar menos en estas marcas predilectas. De cualquier forma, menos del 10% de ellos compraría marcas más baratas o productos de marcas propias antes que sus marcas preferidas, esto se debe a que la calidad y gustos priman sobre el precio.

En EE. UU., estos son los canales de comercialización según Euromonitor:

**Tabla No. 5 Canales de comercialización**

Growth	Channel distribution	Growth	
-78.6%	Store-based retailing	-20.4%	Grocery retailers
		+32.8%	Non-grocery specialist
		-25.4%	Mixed Retailers
+18.1%	Non-store retailing	+6.2%	Direct Selling
		1.7%	Homeshopping
		+10.2%	Internet Retailing
3.3%	Non-retail channels	3.3%	Hair Salons

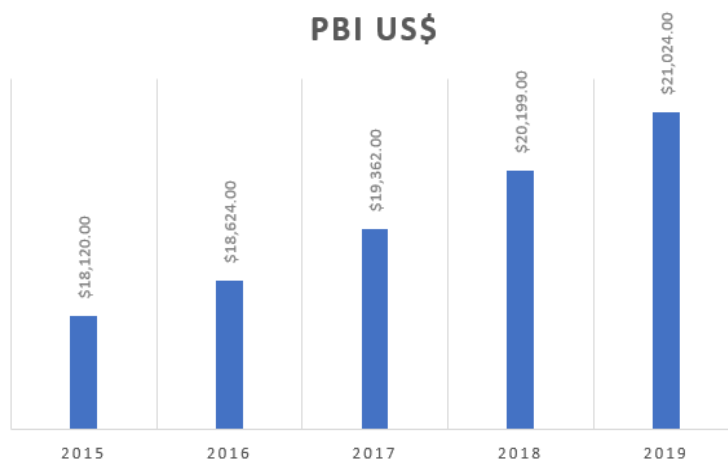
Se puede observar que la venta minorista que no es de almacén ha tenido el mayor crecimiento. Dentro de ellos la venta por internet ha sido el que ha crecido más siendo el más eficaz para la comercialización del aceite esencial de limón. Empresas como Amazon, Ebay y las versiones digitales de las mismas tiendas como Target y Walmart ofrecen estos servicios del E-commerce.

## 5. Análisis de la Demanda:

### 5.1. Perfil del Consumidor y Segmentación:

Para saber un poco más del consumidor estadounidense se debe analizar primero el contexto económico del país, para ello se identificó los siguientes indicadores: PBI, PBI per cápita y tasa de paro.

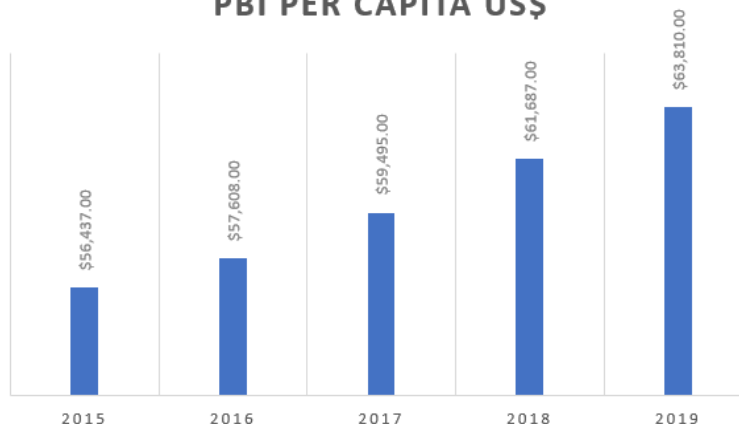
**Gráfico No. 1**  
**PBI en miles de millones**  
**PBI US\$**



Fuente: IMF - World Economic Outlook Database, 2017

Como observa en la gráfica anterior el PBI tiene una tendencia al alza desde el año 2015 donde alcanzó los US\$18,120 MM, para el 2019 se estima que la tendencia siga siendo positiva alcanzando los US\$ 21,024 MM. EL alza se explica al estímulo que se dio al consumo privado debido a bajas tasas de interés y la creación de empleo.

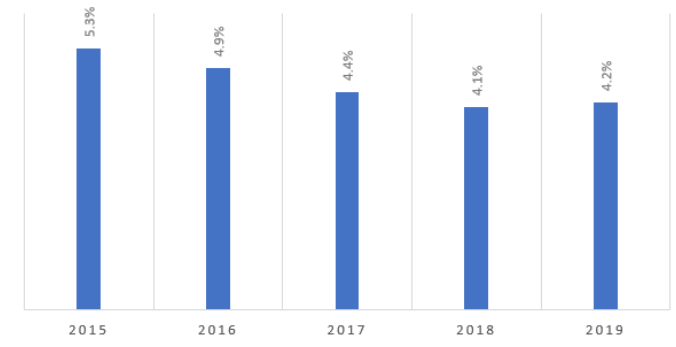
**Gráfico No. 2**  
**PBI PER CÁPITA US\$**



Fuente: IMF - World Economic Outlook Database, 2017

El PBI per cápita en el año 2015 fue de US\$ 56,437, desde ese año se ha mantenido una tendencia positiva; se espera que para el año 2019 alcance los US\$ 63,810. Estas cifras son importantes para la investigación ya que permite concluir que los consumidores tendrán un mayor poder adquisitivo conforme pasen los años.

**Gráfico No. 3**  
**TASA DE PARO**



Fuente: IMF - World Economic Outlook Database, 2017

La tasa de paro en el 2015 fue el 5.3% de la PEA, desde ese año ha mantenido una tendencia negativa, lo cual es bueno porque se espera que para el 2019 sea de 4.2%. Esta disminución se debe a la creación de empleo por parte del gobierno y las empresas.

Ahora sí, después de haber analizado el contexto económico podemos seguir con el perfil de consumidor; es por ello que analizamos la siguiente información. Según Santander Trade Portal, la crisis mundial aumentó la sensibilidad a los precios de los consumidores estadounidenses, lo que ocasionó que algunos cambien sus marcas habituales por unas menos caras; sin embargo, la mayoría de ellos sigue siendo fiel a sus marcas favoritas. Se sabe que menos del 10% de los consumidores compraría marcas más accesibles o productos de marcas propias antes que sus marcas preferidas. Los consumidores estadounidenses son cada vez más conscientes del medio ambiente al momento de tomar las decisiones de compra. El gasto de consumo representa más de dos tercios de la actividad económica de EE. UU.; el consumidor estadounidense se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros ya que, el suministro de productos es muy diverso.

Complementando el párrafo anterior, se recuperó de Prom Perú lo siguiente, el consumidor estadounidense le interesa probar nuevos productos, exige estándares de calidad, se presta atención a la presentación del producto, los elige con rapidez y la calidad es de mucha importancia a la hora de decidir qué producto adquirir. Además, buscan productos que no dañen el medio ambiente, que sean orgánicos y no contengan químicos ni pesticidas.

La población de EE. UU. en el año 2017 fue de 325, 489 millones lo cual lo convierte en un mercado atractivo para nuestro producto; según el Census Bureau el 0.75% de la población estadounidense hombre tiene 25 años, las mujeres de esta edad representan el 0.72%. Por ello, para el producto a ofrecer en el mercado nos centraremos en los consumidores entre los 25 y 45 años.

## **5.2. Tendencias y Hábitos de Consumo:**

Según Globofran, en relación con las tendencias de consumo se observa que el bienestar sigue siendo un factor clave, lo que provoca que las personas sean más conscientes de la necesidad de llevar una vida saludable; por ello, ha aumentado su preferencia por productos libres de grasas transgénicas y aditivos químicos. Si bien es cierto que el consumidor está dispuesto a probar productos novedosos, sigue siendo un usuario exigente. Con respecto a los hábitos de consumo, es un comprador bien informado que es consciente del cuidado del medio ambiente; es por eso que los productos que sean novedosos, eco amigables, funcionales y orgánicos, serán valorados por su calidad mas no por su precio.

Además, encontramos una tendencia a la internacionalización de los hábitos de consumo, cada día las personas usan más las redes sociales; lo cual ha contribuido a que los estadounidenses se interesan por productos de otros países. Los consumidores se interesan en conocer el origen, preparación y beneficios de cada producto.

Después de la crisis económica del año 2008, los estadounidenses se muestran más cautelosos al momento de gastar sus ahorros, se han vuelto consumidores conscientes y con menos tendencia a tener deudas, ellos buscan invertir en productos que les aseguren una mejor vejez, es por ello por lo que se esmeran en adquirir productos antienvjecimiento, cosméticos, vitaminas, minerales y suplementos alimenticios.

## **5.3. Preferencias de Marcas y Origen:**

En el mercado de EE. UU. se puede observar diferentes marcas de aceites esenciales de limón los cuales son importados de diferentes países. Estos varían en su precio y presentaciones, sin embargo, en esta tabla a continuación se va a comparar los frascos de 0.5 onzas equivalentes a 15 mL.



**Tabla No.6 Preferencias de Marcas y Origen**

Imagen	Precio	Nombre	País de origen	Página web	Canal
 <p>Lime Essential Oil</p>	15 ml= US\$4.88	Bulk: apothecary	Italy	<a href="https://www.bulkapothecary.com/product/essential-oils/pure-therapeutic-grade/lime-essential-oil/">https://www.bulkapothecary.com/product/essential-oils/pure-therapeutic-grade/lime-essential-oil/</a>	E-commerce  Tienda minorista
	15 ml= US\$17.33	doTERRA	Brazil	<a href="https://www.doterra.com/US/en/p/lime-oil">https://www.doterra.com/US/en/p/lime-oil</a>	E-commerce  Tienda minorista
	15 ml= US\$16.45	Young Living: essential oils	-	<a href="https://www.youngliving.com/en_US/products/lime-essential-oil">https://www.youngliving.com/en_US/products/lime-essential-oil</a>	E-commerce

	<p>15 mL= US\$6.99</p>	<p>Nature's truth</p>	<p>-</p>	<p><a href="https://www.target.com/p/nature-s-truth-bergamot-aromatherapy-essential-oil-15ml/-/A-50043867">https://www.target.com/p/nature-s-truth-bergamot-aromatherapy-essential-oil-15ml/-/A-50043867</a></p>	<p>E-commerce  Retail (Target, Drug retailers, food retailers)</p>
	<p>15 mL=US\$6.11</p>	<p>Aura Cacia</p>	<p>México</p>	<p><a href="https://www.auracacia.com/aura-cacia-lime-essential-oil-0-5-fl-oz/">https://www.auracacia.com/aura-cacia-lime-essential-oil-0-5-fl-oz/</a></p>	<p>E- Commerce  Retail (Walmart and Aura Cacia)</p>
	<p>15 mL=US\$6.29</p>	<p>Piping Rock</p>	<p>-</p>	<p><a href="https://www.pipingrock.com/essential-oils/lime-100-pure-essential-oil-4821?prd=7c345db2&amp;gclid=CjwKCAjwspHaBRBF EiwA0eM3kZqx1-vTG3D_ga2K43I5bkE2cYAZhgesNabcUN5jEXuhjbHfCZVjARoCg2IQAvD_BwE">https://www.pipingrock.com/essential-oils/lime-100-pure-essential-oil-4821?prd=7c345db2&amp;gclid=CjwKCAjwspHaBRBF EiwA0eM3kZqx1-vTG3D_ga2K43I5bkE2cYAZhgesNabcUN5jEXuhjbHfCZVjARoCg2IQAvD_BwE</a></p>	<p>E-commerce</p>

## **5.4. Requisitos de Acceso:**

### **Regulaciones aduaneras**

La importación en EEUU de productos de perfumería, cosmética y para el cuidado personal, está sujeta a las regulaciones generales aduaneras administradas por el organismo federal Customs and Border Protection (CBP) entre las que destacamos: documentación del envío/embarque (típicamente factura y documentos de transporte), inspección aduanera, así como al pago de los aranceles correspondientes y de los gastos adicionales conocidos como User Fees.

Para el ingreso de estos productos a EE. UU., la agencia de aduana utiliza el Predictive Risk-Base Evaluation for Dynamic Import Compliance Targeting (PREDICT), un sistema tecnológico de información para el uso en operación de inspección, el cual permite monitorear de manera aleatoria los productos en puerto de entrada y califica a las empresas más riesgosas. El propósito es prevenir la entrada de productos adulterados, ilegales, mal etiquetados o que tengan cualquier otro tipo de incumplimiento. Las empresas y las personas que fabrican o comercializan cosméticos son responsables de garantizar que sus productos cumplan las leyes de EE. UU.

El certificado de origen; con el objetivo de que la mercancía pueda beneficiarse del tratamiento preferencial. Para este caso se debe presentar el certificado de origen formato A destinado para las exportaciones que gozan del “Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)”.

### **Regulaciones sanitarias generales**

El ingreso y comercialización de cosméticos y productos de cuidado personal en Estados Unidos están sujetos a las regulaciones emitidas por el organismo federal Food and Drug Administration (FDA).

Los productos cosméticos en EE. UU. son vigilados por la FDA, que trabaja estrechamente junto con la aduana, para controlar la entrada de los productos al país, verificando el cumplimiento de estos a través de la regulación vigente.

Los cosméticos importados deben cumplir con las mismas leyes y reglamentos que se aplican a los que se producen en el país. Los productos cosméticos y los ingredientes no están sujetos a una aprobación previa a la comercialización de la FDA, con la excepción de los colorantes. Sin embargo, deben ser seguros para los consumidores de acuerdo con las condiciones de uso habituales o del etiquetado y deben estar etiquetados de forma adecuada.

Los cosméticos distribuidos en los Estados Unidos deben cumplir con las siguientes normas de etiquetado publicados por la FDA. El panel de información principal o la etiqueta más grande o sobresaliente del producto debe contar con la siguiente información:

- Descripción del producto

- Una lista de los ingredientes en orden de importancia según el contenido y las instrucciones para usarlo sin peligro para la salud.

- Declaración exacta del contenido neto del cosmético en el paquete en términos de peso, medida, recuento numérico; para los productos líquidos la declaración de contenido debe ser en términos del galón de Estados Unidos (equivalentes a 231 centímetros cúbicos). Esta declaración debe ser fácil de distinguir, ubicarse en el área debajo del panel principal de información, en paralelo a la base sobre la que descansa el producto, y en un tamaño de letra proporcional al tamaño del recipiente.

- El nombre y domicilio de la empresa que comercializa el producto deberán indicarse con todo detalle.

Todas las declaraciones que se coloquen en la etiqueta deben estar en inglés y deben ubicarse en la etiqueta de forma tal que sea entendible para todos los consumidores que habitualmente los compran.

En cuanto a los ingredientes que se consideran prohibidos para cosméticos, estos se disponen como lista negativa, es decir, se autorizan todos excepto los que se citan a continuación:

- Bitionol
- Cloroformo
- Compuestos de Mercurio
- Cloruro de Metileno
- Cloruro de Vinilo
- Propulsores de Salicilanilidas
- Clorofluorcarbonados halogenadas (CFC)
- Productos Cosméticos en Aerosol con Circonio

No existe la obligatoriedad en el registro de los cosméticos y productos de cuidado personal para su comercialización en Estados Unidos, sin embargo, la FDA pone a disposición de los interesados una plataforma para el registro voluntario de los establecimientos en los que se fabrican los productos y las formulaciones con el fin de facilitar la detección de problemas antes de su comercialización, por esto es recomendable que el exportador interesado en ingresar a al mercado estadounidense realice dicho registro.

## 6. Actividades de Promoción:

### Eventos y ferias internacionales

Nombre	Tipo de evento	Web
Natural Product Expo East 2018	Feria Internacional	<a href="http://www.expoeast.com">www.expoeast.com</a> Baltimore, MD EEUU
Americas Beauty Show 2018	Feria Internacional	<a href="http://www.americasbeautyshow.com">www.americasbeautyshow.com</a> Chicago, EEUU
HBA Global Expo 2019	Feria Internacional	<a href="https://advancedmanufacturingnewyork.com/epack">https://advancedmanufacturingnewyork.com/epack</a> New York, EEUU
Face & Body Midwest Spa Conference & Expo 2019	Conferencia Exhibición de productos	<a href="http://www.faceandbody.com/midwest">www.faceandbody.com/midwest</a> Chicago, EEUU
Sustainable Cosmetic Summit, North America Conference 2018	Conferencia	<a href="http://www.sustainablecosmeticssummit.com">http://www.sustainablecosmeticssummit.com</a> New York, EEUU
Natural Cosmetics Conference 2019	Conferencia	<a href="https://www.naturkosmetik-branchenkongress.de/en/">https://www.naturkosmetik-branchenkongress.de/en/</a> Berlín, Alemania
Organic and Beauty Natural Show 2018	Feria Internacional	<a href="http://www.naturalbeautyshow.com">www.naturalbeautyshow.com</a> Londres, UK
In Cosmetics 2019	Feria Internacional	<a href="http://www.in-cosmetics.com/">www.in-cosmetics.com/</a> Hamburgo, Alemania

## 7. Conclusiones y Recomendaciones:

### Conclusiones

- El país destino de exportación posee requisitos estrictamente regulados para productos cosméticos, y en general para el ingreso de productos al país, lo cual genera una necesidad por generar productos de alta calidad y por cuidar que cada proceso desde la producción hasta la distribución del producto sea la

adecuada, de tal forma que cumpla con los requisitos de acceso, así como con las expectativas de los consumidores estadounidenses.

- Al realizar el ranking de factores se concluye que EE.UU. es el país con las mejores condiciones competitivas para la exportación de aceite esencial destilado de limón por la facilidad para hacer negocios, volumen más alto de importación, el segundo mejor precio a nivel mundial y menor número de días para importar.

- Respecto al perfil del consumidor, los productos cuyo proceso de producción son amigables con el medio ambiente, cuentan con estándares de calidad, tienen un empaque innovador y son buenos para la salud incrementarán sus ventas en el mercado estadounidense.

### Recomendaciones

- Se debe buscar seguir las regulaciones y estándares que permitan obtener la certificación que avale la calidad e inocuidad de los procesos por los que pasa el producto y la calidad de este, para de esta forma obtener mayor confianza de los consumidores y hacer el producto más competitivo.

- Se recomienda a Perú tener en cuenta al mercado estadounidense a la hora de buscar un nuevo socio comercial para la venta de aceite esencial de limón ya que, es un mercado altamente competitivo que importa una cantidad considerable de toneladas a un muy buen precio.

- Se recomienda estar bien informados acerca de las regulaciones y las nuevas tendencias en cuanto a los productos de sostenibilidad y amigables con el medio ambiente.

## 8. Referencias

Food and Drug Administration-FDA (2018). Obtenido de <https://www.fda.gov>

SIICEX Rutas Marítimas (2018). Obtenido de <http://www.mapex.pe/rutasmaritimas/home>

SIICEX Ficha Comercial (2018). Obtenido de [http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=172.17100&portletid=sfichaproductoinit&scriptdo=cc\\_fp\\_init&pproducto=%203301130000%20&pnom\\_producto=%20ACEITES%20ESENCIALES%20DE%20LIMON](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=172.17100&portletid=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=%203301130000%20&pnom_producto=%20ACEITES%20ESENCIALES%20DE%20LIMON).

Target (2018). Obtenido de <https://www.target.com/s?searchTerm=lemon+oil>

Walmart (2018). Obtenido de [https://www.walmart.com/search/?query=lemon%20oil&cat\\_id=0&typeahead=lemon%20oil](https://www.walmart.com/search/?query=lemon%20oil&cat_id=0&typeahead=lemon%20oil)

CVS (2018). Obtenido de <https://es.cvs.com/search?pt=product&searchTerm=lemon%20Boil>

Walgreens (2018). Obtenido de <https://www.walgreens.com/search/results.jsp?Ntt=lemon%20oil>

Globofran (2018). Obtenido de <http://globofran.com/caracteristicas-del-consumidor-estadounidense/>

Santander (2018). Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor>

Prom Perú (2018). Obtenido de <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=A0E07CA8-6796-45A3-A36B-B7A633E9F16D.PDF>

Grand View Research (2018). Obtenido de <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/us-essential-oil-market>

Sunat (2018). Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/operatividadaduanera/index.html>

Trademap (2018). Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Data Bank (2018). World Development Indicators. Obtenido de <http://databank.worldbank.org/data/home.aspx>

WTO (2018). Tariffs. Obtenido de <https://tao.wto.org/welcome.aspx?ReturnUrl=%2f%3fui%3d1&ui=1>

Bulk Apothecary (2018). Obtenido de <https://www.bulkapothecary.com/product/essential-oils/pure-therapeutic->

[grade/lime-essential-oil/](#)

doTERRA (2018). Obtenido de <https://www.doterra.com/US/en/p/lime-oil>

Young Living: essential oils (2018). Obtenido de [https://www.youngliving.com/en\\_US/products/lime-essential-oil](https://www.youngliving.com/en_US/products/lime-essential-oil)

Nature's truth (2018). Obtenido de <https://www.target.com/p/nature-s-truth-bergamot-aromatherapy-essential-oil-15ml/-/A-50043867>

Aura Cacia (2018). Obtenido de <https://www.auracacia.com/aura-cacia-lime-essential-oil-0-5-fl-oz/>

Piping Rock (2018). Obtenido de [https://www.pipingrock.com/essential-oils/lime-100-pure-essential-oil-4821?prd=7c345db2&gclid=CjwKCAjwspHaBRBFEiwA0eM3kZqx1-vTG3D\\_ga2K43I5bkE2cYAZhgesNabcUN5jEXuhjbHfCZVjARoCg2IQAuD\\_BwE](https://www.pipingrock.com/essential-oils/lime-100-pure-essential-oil-4821?prd=7c345db2&gclid=CjwKCAjwspHaBRBFEiwA0eM3kZqx1-vTG3D_ga2K43I5bkE2cYAZhgesNabcUN5jEXuhjbHfCZVjARoCg2IQAuD_BwE)