

PERFIL DE MERCADO PRODUCTOS COSMECÉUTICOS



Marzo 2009

PERFIL DE MERCADO CORRESPONDIENTE AL RESULTADO 3 DE LA
CONSULTORÍA "EVALUACIÓN DEL IMPACTO COMERCIAL DEL
BIOCOMERCIO EN BOLIVIA – SITUACIÓN ACTUAL Y
PERSPECTIVAS"

Elabora:



Financia:



Sumario

El presente estudio hace un análisis del comercio internacional del cusi, motacú, majo, copaibo y castaña como ingredientes de productos cosmeceúticos, así como también de las principales tendencias en los mercados mundiales para estos productos y las oportunidades que éstos ofrecen para productos de biocomercio.

- Los cosmeceúticos son unos híbridos típicos de cosméticos y farmacéuticos que tienen por objetivo mejorar tanto la salud como la belleza. Son productos cosméticos que producen efectos duraderos.
- Los ingredientes naturales se están utilizando cada vez más en la producción de productos cosmeceúticos; dentro de éstos se encuentran las frutas exóticas provenientes la mayoría de las veces de los países en desarrollo, las cuales poseen propiedades cosmeceúticas que pueden ser aprovechadas en esa industria. En este estudio se hará referencia a frutos de palmeras como ser: el cusi, copaibo, majo, motacú y castaña de cuyos extractos se producen aceites, jabones y shampoos.
- Entre las líneas de productos nacionales se encuentran, pero con bajo nivel de presencia, artículos para el cabello que hacen referencia a su contenido de castaña (almendras) y motacú; en jaboncillos almendras y cusi son también conocidos, pero con presencia muy eventual. El sector relacionado a la producción de cremas faciales (cosméticos) y/o cremas de uso dermatológico podría ser el principal demandante de aceite de castaña y las mantecas de cacao y copoasú, además de otros que tienen características muy similares; tal como el aceite de cusi y motacú.
- El grupo de productos más grande considerado es el de aceites vegetales, grasas y ceras, pero su uso en cosméticos comparado con el uso en total es limitado. Cabe destacar que gran parte de la demanda de ingredientes naturales de los países en desarrollo viene de los procesadores en la Unión Europea.
- En lo que se refiere a aceites y grasas vegetales, éstos son importados como materia prima para la fabricación de otros productos tanto de cuidado facial, corporal, del cabello, etc. Los principales países importadores de estos aceites son Francia, Estados Unidos y Corea.
- Estados Unidos es el principal importador de jabones, productos y preparaciones orgánicos tensoactivos, con una participación en las importaciones mundiales de casi el 10% en el 2007, seguido del Reino Unido y Francia con el 6 y el 5% respectivamente.
- Reino Unido, la Federación de Rusia y Alemania son los principales importadores de shampoos, con una participación del 5% aproximadamente cada uno.

Introducción

La crisis financiera mundial que se generó a mediados del año 2008 impacta de manera negativa al comercio internacional; en el presente estudio, las estadísticas de importaciones y exportaciones figuran datos oficiales al 2007, por lo que las tendencias que puedan generarse a partir de ese periodo hasta el 2008 pueden verse afectadas en mayor o menor medida por la crisis que se dio en los últimos dos trimestres del 2008, dependiendo del tipo de producto en cuestión.

Este fenómeno hace que el comercio mundial se vea seriamente afectado porque los países desarrollados están comprando menos que en periodos anteriores, el comercio entre países ricos está disminuyendo, así como también el comercio entre los países ricos y los países en desarrollo, los cuales dependen en gran medida de las exportaciones que éstos realizan a los países desarrollados.

En los últimos meses de 2008 aparecieron las señales de una deterioración del comercio, ya que la demanda se desaceleró y el ritmo de producción se volvió más lento. Según datos de la OMC, el comercio creció 2% en volumen el 2008; sin embargo, en los últimos seis meses el crecimiento frenó y quedó muy por debajo del 6% de aumento en volumen que se tuvo en la gestión 2007.

Según la Organización Mundial del Comercio (OMC), la contracción del comercio en los países desarrollados será acentuada haciendo que las exportaciones disminuyan en un 10%. En cambio para los países en desarrollo, los cuales dependen mucho del comercio, la OMC prevé un descenso del 2 a 3% en las exportaciones del 2009.

Descripción del producto

Los cosmeceúticos son unos híbridos típicos de cosméticos y farmacéuticos que tienen por objetivo mejorar tanto la salud como la belleza. Son productos cosméticos que producen efectos duraderos. Sin embargo, no pueden hacerse reclamos médicos, de otra manera el producto caería bajo la legislación de farmacéuticos. La necesidad de desarrollar cosmeceúticos es frecuentemente la más fuerte entre las empresas que operan simultáneamente tanto en el campo de los cosméticos como en el de los farmacéuticos.

Los ingredientes naturales se están utilizando cada vez más en la producción de productos cosmeceúticos; dentro de éstos se encuentran las frutas exóticas provenientes la mayoría de las veces de los países en desarrollo, las cuales poseen propiedades cosmeceúticas que pueden ser aprovechadas en esa industria. En este estudio se hará referencia a frutos de palmeras como ser: el cusí, copaibo, majo, motacú y castaña de cuyos extractos se producen aceites, jabones y shampoos.

Entre las líneas de productos nacionales se encuentran, pero con bajo nivel de presencia, artículos para el cabello que hacen referencia a su contenido de castaña (almendras) y motacú; en jaboncillos almendras y cusí son también conocidos, pero con presencia muy eventual. El sector relacionado a la producción de cremas faciales (cosméticos) y/o cremas de uso dermatológico podría ser el principal demandante de aceite de castaña y las mantecas de cacao y copoasú, además de otros que tienen características muy similares; tal como el aceite de cusí y motacú.

Otras líneas de cosméticos de fabricación nacional son poco difundidas, entre cremas y tónicos faciales, respondiendo a composiciones e ingredientes importados. Existe una

tendencia creciente por el uso de la cosmética natural, las cuales están siendo abarcadas por micro empresas que ofertan productos a partir de Aloe Vera, almendra y aceites esenciales, pero por las características de su imagen artesanal y la falta de credibilidad en cuanto a su composición no logran consolidarse en el mercado.

Partidas arancelarias

Las partidas arancelarias utilizadas en el presente estudio son las siguientes:

- 15.15.90: los demás aceites y grasas vegetales
- 33.05.10: champúes
- 34.01.19: los demás jabones, productos y preparaciones orgánicos tensoactivas

Cabe señalar que de los frutos exóticos bolivianos como ser: majo, motacú, castaña, copaibo, actualmente no existen registros de exportaciones en ninguna de las partidas citadas anteriormente; sin embargo existen registros de exportaciones de aceite de cusi, de todas maneras las partidas citadas anteriormente fueron utilizadas como referencia del mercado ya sea de exportaciones como de importaciones de estos productos para destacar la magnitud del mercado de cosmeceúticos.

Metodología

La metodología utilizada en el presente estudio está basada en un trabajo de investigación de fuentes secundarias como ser, estadísticas, publicaciones, artículos de sitios Web relacionados con el comercio internacional y de manera más específica con el biocomercio. El estudio consta de dos partes importantes, una parte que corresponde al análisis cuantitativo y la otra al cualitativo.

En el análisis cuantitativo se muestran estadísticas de las exportaciones bolivianas en volumen y valor para el producto en cuestión según el país destino, luego se muestran los principales destinos de las exportaciones e importaciones del producto a nivel mundial en volumen, valor y con el crecimiento relativo para un periodo de cinco años, del 2003 al 2007, en el caso de que existieran datos; con esto se hace referencia a los principales países importadores y a los países competidores directos de Bolivia.

En el análisis cualitativo, se describen las principales tendencias en el mercado, como ser comportamiento del consumidor, de la industria, la distribución, los segmentos, desarrollo de los precios, así como también tendencias en el producto, desarrollo de nuevos productos, especificaciones, procesamiento y una sección destinada a los requerimientos de acceso a mercados.

Principales destinos de las exportaciones bolivianas

No se han registrado exportaciones bolivianas de aceites de castaña, motacú, majo ni copaibo. Así como tampoco de jabones ni de shampoos. Solo existen registros de exportaciones de aceite de cusi, en cantidades mínimas por valor de USD379 en el 2007 y USD265 en el 2008, que tuvieron como destino a Brasil, Colombia, Estados Unidos y Francia.

Sin embargo, de manera artesanal existen actualmente, productos derivados del cusi como ser aceite de cusi así como también shampoo y acondicionador para el cabello, los cuales son producidos por un grupo de mujeres guarayas; pero dicha producción es

destinada para el consumo interno. Para más información ir a la siguiente información: <http://www.amazonia.bo>

Principales mercados importadores en el mundo

Importadores de aceites y grasas vegetales

En lo que se refiere a aceites y grasas vegetales, éstos son importados como materia prima para la fabricación de otros productos tanto de cuidado facial, corporal, del cabello, etc. Los principales países importadores de estos aceites son:

Cuadro N° 3.67
Principales países importadores en el mundo para aceites y grasas vegetales
Año 2007, expresado en miles de dólares y en toneladas

Países Importadores	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento % (2003-2007)
Francia	76.237	27.788	20
Estados Unidos	73.538	24.427	2
República de Corea	72.052	28.073	82
Países Bajos	63.161	27.799	23
Alemania	56.867	12.951	16
Japón	56.168	38.384	14
Italia	52.156	25.769	16
Ghana	41.671	57.609	43

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior (febrero 2009)

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, Francia, Estados Unidos Y Corea dominan este mercado, con una participación de aproximadamente el 7% cada uno. Destacando que Corea ha mostrado un crecimiento mayor que los otros dos países líderes en la importación de aceites y grasas vegetales, del 82% en valor, en el periodo comprendido entre el año 2003 y el 2007. Sin embargo los países que han mostrado mayor crecimiento en sus importaciones son Corea, Suecia y Malasia con el 82, 78 y 77% respectivamente.

Según datos del Trade Map al año 2008, las importaciones de aceites y grasas vegetales de Francia han ido disminuyendo en los últimos dos trimestres del año 2008 de poco más de USD27,4 millones en el segundo trimestre a USD24,8 millones en el tercer trimestre y posteriormente a poco más de USD24,4 millones en el último trimestre del 2008.

En el caso de Estados Unidos, el segundo país importador de aceites y grasas vegetales, también ha mostrado un leve descenso especialmente en el periodo comprendido entre el segundo y el tercer trimestre del 2008, de USD20,9 millones a aproximadamente USD18,8 millones y posteriormente en el último trimestre de 2008 ascendió a aproximadamente USD20,5 millones.

Importadores de los demás jabones y preparaciones orgánicas

Los países importadores de jabones, productos y preparaciones orgánicas tensoactivas se muestran a continuación en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 3.68
Principales países importadores en el mundo para los demás jabones, productos y preparaciones orgánicas tensoactivas.
Año 2007, expresado en miles de dólares y en toneladas

Países importadores	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento % (2003-2007)
Estados Unidos	88.977	55.622	22
Reino Unido	51.416	20.726	6
Francia	42.156	17.945	6
Japón	35.802	19.433	14
El Salvador	26.967	35.088	-11
México	24.920	10.940	6
Italia	24.067	12.186	0
Alemania	23.354	7.992	8

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior (febrero 2009)

Como se puede apreciar Estados Unidos es el principal importador de jabones, productos y preparaciones orgánicas tensoactivos, con una participación en las importaciones mundiales de casi el 10% en el 2007, seguido del Reino Unido y Francia con el 6 y el 5% respectivamente. Sin embargo los países que han mostrado mayor crecimiento en las importaciones de este tipo de productos son: Cuba, Rusia, Congo, con el 142, 56 y 52% respectivamente para el periodo 2003 - 2007.

Según datos del Trade Map al año 2008, Estados Unidos, el principal importador de este tipo de productos, ha mostrado una tendencia en sus importaciones con altibajos, en el primer trimestre de 2008 importó un valor de USD25,6 millones, luego en el segundo trimestre bajó a USD24,9 millones, volvió a subir en el tercer trimestre a USD25,5 millones para volver a descender en el último trimestre de 2008 a USD24,4 millones.

Importadores de shampoos

Los principales países importadores de shampoos se muestran a continuación en el cuadro siguiente:

Cuadro N° 3.69
Principales países importadores en el mundo para champúes.
Año 2007, expresado en miles de dólares y en toneladas

Países importadores	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento % (2003-2007)
Reino Unido	177.274	65.407	9
Federación de Rusia	168.933	48.733	23
Alemania	151.813	51.548	11
Canadá	127.900	47.810	15
Estados Unidos	125.085	46.758	5
España	109.926	36.384	9
Francia	107.075	24.503	1
Países Bajos	97.271	44.434	16

Fuente: Trade Map
 Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior (febrero 2009)

Como se puede apreciar, el Reino Unido, la Federación de Rusia y Alemania son los principales importadores de champoos, con una participación del 5% aproximadamente cada uno. Sin embargo, los países que han mostrado un mayor crecimiento en las importaciones de shampoo son Rusia, los Países Bajos y Canadá con el 23, 16 y 15% respectivamente, para el periodo 2003 - 2007.

Según datos parciales del Trade Map al año 2008, las importaciones del Reino Unido, principal importador de champoos, muestra una tendencia ascendente en los primeros tres trimestres del 2008, de USD43,7 millones en el primer trimestre a USD51,6 millones en el segundo trimestre y luego a USD57,3 en el tercer trimestre del 2008.

Principales competidores

Exportadores de aceites y grasas vegetales

Los principales países exportadores de aceites y grasas vegetales se muestran en el siguiente cuadro a continuación:

Cuadro N° 3.70
Principales países exportadores de aceites y grasas vegetales
Año 2007, expresados en miles de dólares y toneladas

Países exportadores	Exportaciones		
	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento % (2003-2007)
Ghana	290.255	9.334	535
Estados Unidos	185.742	119.587	8
Italia	65.941	21.604	21
Dinamarca	57.663	35.148	34
Países Bajos	54.767	14.063	4
España	48.068	15.946	48
Francia	40.638	9.866	12
China	32.690	16.156	63

Fuente: Trade Map
 Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior (febrero 2009)

Ghana es el principal exportador de aceites y grasas vegetales a nivel mundial, tiene una participación del 27% en las exportaciones mundiales y también presenta la mayor tasa de crecimiento para el periodo comprendido entre el 2003 y 2007. Seguido de Estados Unidos con el 18% y una tasa de crecimiento de 8% para el periodo 2003 – 2007.

Según datos de Trade Map al 2008, las exportaciones de aceites y grasas vegetales desde Estados Unidos, uno de los principales exportadores de estos productos, han ido ascendiendo notoriamente a lo largo del 2008, de USD50,9 millones aproximadamente en el primer y segundo trimestre a USD110,2 millones en el tercer trimestre y a aproximadamente USD139,9 millones en el último trimestre de 2008. Más del doble de lo exportado en el mismo trimestre en la gestión 2007 (USD63,8 millones cuarto trimestre de 2007).

Exportadores de los demás jabones y preparaciones orgánicas

Los principales países exportadores de jabones y preparaciones orgánicas se muestran en el siguiente cuadro a continuación:

Cuadro N° 3.71
Principales países exportadores de para los demás jabones, productos y preparaciones orgánicas tensoactivas.
Año 2007, expresados en miles de dólares y toneladas

Países exportadores	Exportaciones		
	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento % (2003-2007)
Italia	108.200	49.753	17
España	106.919	53.050	9
Turquía	103.361	83.004	-8
Países Bajos	85.751	31.948	-4
Reino Unido	67.462	29.098	1
Costa de Marfil	61.407	92.286	19
China	52.165	37.820	66
Estados Unidos	51.864	15.581	10

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior (febrero 2009)

Los principales países exportadores de los demás jabones, productos y preparaciones orgánicas tensoactivas son Italia, España y Turquía con una participación de aproximadamente 9% cada uno.

Según datos parciales del Trade Map para el año 2008, Italia el principal país exportador de este tipo de productos, mostró en la gestión 2008 una tendencia ascendente en sus exportaciones; en el primer trimestre exportó valor de USD28,7 millones, en el segundo subió a USD33,8 millones y en el tercer trimestre del año ascendió nuevamente a USD38,5 millones.

En el caso de España, el segundo exportador más grande de este tipo de productos, muestra una tendencia similar; en el primer trimestre exportó valor de USD27,6

millones, en el segundo subió a USD34,3 millones y en el tercer trimestre del año ascendió nuevamente a USD44,8 millones.

Otro exportador importante es Turquía, que según datos de Trade Map, de los cuatro trimestres del 2008, mostró los siguientes valores: en el primer trimestre exportó valor de USD57,4 millones, en el segundo subió a USD70,4 millones, en el tercer trimestre del año ascendió nuevamente a USD81,3 millones y finalmente en el último trimestre de 2008 descendió a USD63,9 millones.

Exportadores shampoos

Los principales países exportadores de shampoos se muestran en el siguiente cuadro a continuación:

Cuadro N° 3.72
Principales países exportadores de para champús.
Año 2007, expresados en miles de dólares y toneladas

Países exportadores	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento % (2003-2007)
Francia	764.816	243.022	11
Tailandia	293.591	124.271	16
Estados Unidos	274.749	97.354	11
Alemania	257.135	76.261	13
México	254.613	65.090	19
Reino Unido	194.456	173.988	18
Italia	117.611	43.200	10
Arabia Saudita	94.031	30.303	14

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior (febrero 2009)

El país líder en la exportación de shampoos es Francia, tiene una participación del 22% en las exportaciones mundiales de shampoo y una tasa de crecimiento del 11% en el periodo 2003 – 2007.

Según datos del Trade Map para el año 2008, las exportaciones francesas de shampoos, tuvieron un comportamiento similar al de la gestión 2007, con un crecimiento durante los primeros tres trimestres del año y luego un descenso en el último trimestre del año. Fue de USD198,6 millones en el primer trimestre a USD200 millones en el segundo trimestre, alcanzando su máximo en el tercer trimestre con USD227,6 millones y posteriormente descendió en el cuarto trimestre a USD164, 7 millones.

Tendencias en el mercado

Tendencias en el consumidor y comportamiento

En la actualidad existe una tendencia favorable para los cosmeceúticos naturales. Algunas de las tendencias generales son el uso incrementado de ingredientes botánicos con propiedades antioxidantes en productos de cuidado de la piel, como ser té verde y espino cerval, y el uso de filtros UV naturales. En el caso de productos de protección solar, últimamente se requiere que los fabricantes justifiquen los factores de

protección solar en los productos, para que así cualquier ingrediente natural usado necesite cumplir con los requerimientos legales.

Además de productos anti-edad, otro sector clave para los cosmeceúticos son los productos reafirmantes/anticelulíticos, blanqueadores de la piel, protección solar y cuidado capilar (incluyendo tratamientos anti contaminación, protección solar y para la caída del cabello).

Las empresas cada vez más buscan plantas con propiedades terapéuticas para llevar al mercado, como esas que tienen atributos que barren los radicales libres.

Tendencias en la industria y el comportamiento

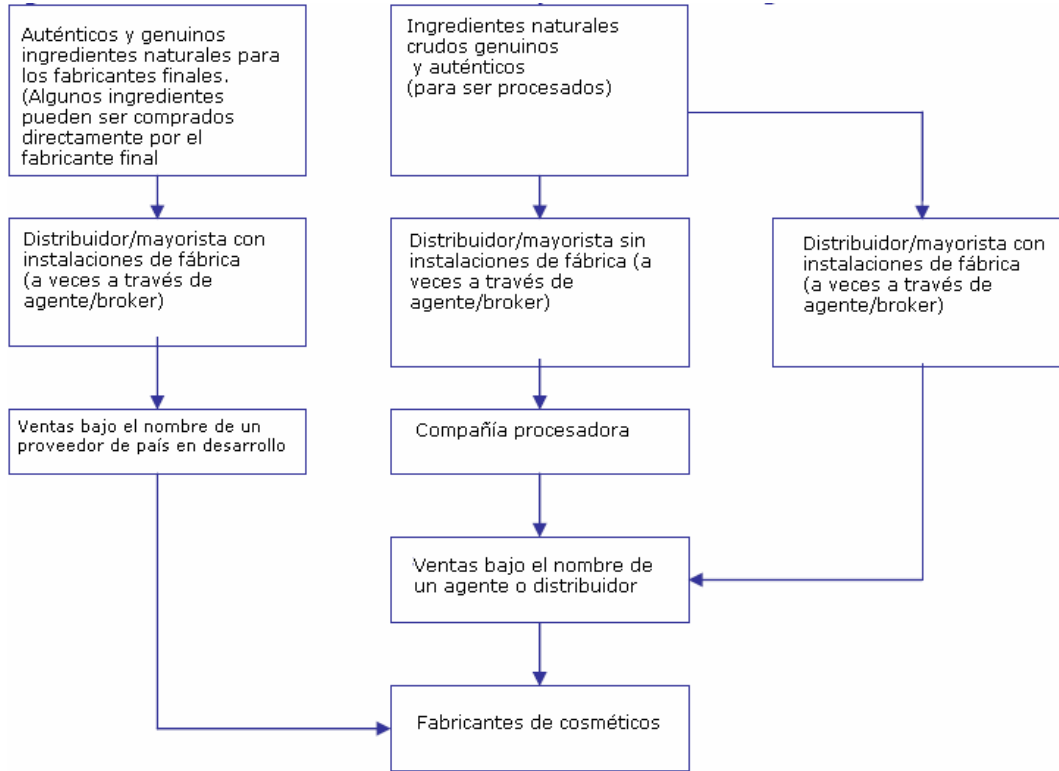
La descripción del consumo y producción de cosméticos, cosméticos naturales y cosmeceúticos en la Unión Europea demuestra que existe crecimiento y por lo tanto, existen oportunidades para los ingredientes naturales. Según fuentes de la industria, los desarrollos en el sector de cosméticos naturales son mucho menos rápidos que para los alimentos naturales. Los consumidores están más preocupados sobre los productos que comen más que en los productos que se aplican a su piel o cabello.

El grupo de productos más grande considerado es el de aceites vegetales, grasas y ceras, pero su uso en cosméticos comparado con el uso en total es limitado. Cabe destacar que gran parte de la demanda de ingredientes naturales de los países en desarrollo viene de los procesadores en la Unión Europea. Estas compañías pueden ser competidores para los productores de los países en desarrollo (para cierta materia prima y para ingredientes procesados), pero también actúan como compradores de productos provenientes de ingredientes naturales (semi procesados o materia prima).

Tendencias en la distribución y la estructura de comercio

La figura de abajo muestra un panorama esquemático de los canales de distribución para los ingredientes naturales para cosméticos en la UE. Existen dos canales principales, uno para los "ingredientes listos para usar" o terminados; y otro para los materiales crudos sin refinar.

Gráfico N° 3.9
Canales de distribución para ingredientes naturales en la UE



Fuente: El mercado de ingredientes naturales para cosmético en la UE - CBI

Diferentes tipos de comercializadores pueden ser distinguidos. Las empresas basadas en los países productores están principalmente involucradas en la venta y exportación de ingredientes naturales de especies de plantas locales. Ellos usualmente manejan grandes cantidades de pocos commodities, ya sean ingredientes procesados o no procesados, los cuales son producidos o cosechados localmente y cumplen los requerimientos de calidad para los mercados nacionales y regionales. Los requerimientos de documentación de acuerdo a las guías de las Naciones Unidas no son completamente implementados a este nivel.

Los ingredientes son comprados ya sea directamente de los productores, recolectores o de los granjeros, o después de que han pasado por varios traders (ej. distribuidores locales, cooperativas de la villa, comerciantes de distrito). Los brokers y agentes pueden actuar en representación de empresas compradoras.

Tendencias en los segmentos

La mayoría de los cosmeceúticos se ha enfocado al cuidado de la piel, con un énfasis especial en la sub categoría de protección solar y productos anti-edad (Euromonitor, 2008). La siguiente categoría más grande es el cuidado del cabello, enfocándose principalmente en protección solar y caída del cabello.

Otro sector importante es el de tratamiento de acné, cuyo clásico grupo objetivo son los adolescentes; luego está el cuidado específico de la piel: tratamientos para piel seca y protección de la piel; y finalmente se encuentran los productos anti vejez.

Otro sector que está creciendo es el de productos para el cuidado del hombre, ya que están cada vez más preocupados por su apariencia y están buscando cosmecéuticos con ingredientes activos en productos de afeitar, también en lo que respecta el cuidado del cabello: anti caspa, productos para hacer crecer el cabello.

Desarrollo de los precios

Los precios de los ingredientes naturales para cosméticos pueden fluctuar ampliamente, dependiendo de la materia prima. El nivel del precio de los ingredientes naturales es influenciado por:

- Factores de calidad: determinado por el país de origen, el clima, la cosecha, la concentración de los ingredientes y el método de extracción.
- Factores económicos: basado en la oferta y demanda. La oferta depende del tamaño de la cosecha actual, la porción de ofertas existentes que quedaron de un período de producción previo, lo que tengan en almacén los comerciantes, procesadores y usuarios finales, y la existencia de sustitutos sintéticos.

Además, la certificación orgánica o la de Comercio Justo y (para algunos productos) colección/ cultivación salvaje pueden tener influencia sobre el precio, con productos certificados orgánicamente y productos recolectados de la selva siendo vendidos a precios mayores. La discusión de Comercio Justo también alza la pregunta del costo y el precio de cálculo para las materias prima de la recolección salvaje y el cultivo.

En el sector de los cosméticos, hay una relación casi directa entre el precio de la materia prima y cuanto de ésta es usada en el producto final. Cada producto terminado tiene su precio objetivo los cuales deben ser acertados por los fabricantes, para que la empresa alcance su margen de utilidad para ese producto.

El tipo de producto también afecta la cantidad de materia prima utilizada. Un producto Premium de alta calidad permite usar ingredientes más caros.

Tendencias en el producto

Tendencias en el desarrollo de los productos e innovación

Dentro de la variedad de frutos que se dan en la biodiversidad de Bolivia, se encuentran el cusí, el majo y el copaibo, a partir de los cuales se obtienen aceites, jabones y otros productos usados para el cuidado de la piel y el cabello.

- Motacú

El aceite de motacú es destinado para fines cosméticos: aceite de cabello y tónico capilar; se dice que previene de la calvicie y de la caspa. También se usa para el cuidado de la piel de bebés para fines medicinales o tomado oralmente reduce la fiebre.

- Castaña

En el sector cosmético, las castañas rotas se procesan en aceite, y se usa como emoliente, para preparar, jabones, champús, acondicionadores para el cabello o productos para reparar el cabello. La producción de aceite de castaña se realiza a partir de las últimas categorías de castañas seleccionadas: pequeñas, quebradas y descartadas por estar en estado de descomposición.

Estas últimas se usan también para generación de energía y jabonería. El aceite de castaña, como ingrediente natural, está orientado principalmente a la cosmética (cremas para la piel y diferentes productos de aseo personal). Además de la proteína y la grasa, la castaña es una fuente sustancial de selenio, un antioxidante importante para prevenir la deshidratación de la piel.

En Bolivia, las plantas de extracción de aceite utilizan prensas manuales. La maquinaria es obsoleta y de baja capacidad productiva, por lo que la comercialización del aceite de castaña es estrictamente local y en muy pequeñas cantidades a nivel nacional. La única empresa que produce y comercializa aceite de castaña en Bolivia es Valencia, no obstante, no tiene una oferta para exportación por los bajos volúmenes producidos y los envases inadecuados para su transporte.

- **Cusi**

Los bosques de cusi son un recurso forestal renovable y un importante complemento para la economía de subsistencia de los comunarios de la región de Guarayos. Sus pobladores manifiestan un amplio conocimiento y uso de la palmera de cusi, ya que la utilizan para requerimientos básicos como la alimentación, medicina, utensilios domésticos y material de construcción.

La potencialidad de la palmera de cusi radica en su aprovechamiento integral, lo que implica la obtención de varios productos y subproductos para lograr la sostenibilidad económica de su explotación. Por ello, se aprovechan sus hojas, se obtiene aceite, carbón, almidón, shampoo, cremas de enjuague y alcohol. A partir del aceite de cusi se prepara el jaboncillo y la crema facial.

El fruto tiene propiedades medicinales e incluso puede ser utilizado como combustible, el aceite de las semillas se usa para combatir el dolor de cabeza, la tos y la fiebre. La comercialización del cusi está dirigida al mercado nacional. Las mujeres son las únicas recolectoras de los frutos con el apoyo de sus niños. La recolección representa una fuente de trabajo que sustenta la economía doméstica.

El aceite se obtiene de las semillas a través de procedimientos artesanales e industriales, puede ser utilizado como componente de los carburantes de los motores a diesel y en la fabricación de pinturas al óleo. Se puede elaborar productos cosméticos (aceites y cremas para el cuerpo y el cabello) por sus propiedades suavizantes. Sus semillas son aptas para el consumo, las hojas pueden utilizarse para la construcción de techos para las viviendas, chapapas, puertas y paredes, y su uso doméstico se destina a la cestería en general.

La explotación de cusi no ha ingresado a un mercado de exportación, pero es importante visualizar su potencial que radica en su similitud con la palma aceitera. Cabe destacar que la Unión Europea, China, India, Pakistán, Holanda, Egipto, Singapur, Japón y Bangladesh importan el aceite de palma para consumo doméstico.

- **Majo**

El majo es una palmera de uso múltiple del cual se utilizan las hojas, la fibra, la madera, se obtiene aceite para la industria de enlatados (sardinas y otros pescados), leche, vino y su cogollo fresco es comestible (palmito).

También se obtiene larvas de un coleóptero que es apreciado para su consumo en la región. Este producto se usa tradicionalmente para combatir la tos, la bronquitis y los dolores hepáticos y es desparasitante. La leche de majo es un producto que ayuda a las personas convalecientes y con anemia.

Puede ser aprovechado también en la industria de caucho, jabón y como combustible alternativo. Finalmente, se obtiene un tinte azul y los troncos y semillas son utilizados como leña. El majo crece en manchones con densidades elevadas en el municipio de Apolo y en densidades moderadas en los municipios de San Buenaventura e Ixiamas, donde viven los pueblos indígenas leco y tacana que lo utilizan tradicionalmente.

Estudios de la FAO demuestran que el valor nutricional de la proteína del fruto del majo es superior al 90% de los niveles recomendados, es comparable a la mejor proteína animal y considerablemente mejor que muchas proteínas de origen vegetal. Su comercialización se restringe al mercado local y no existen exportaciones. No obstante, el valor nutricional generado por su alto contenido proteico posibilita su entrada en el mercado internacional.

El majo es un producto comparable con la palma aceitera producida principalmente en Indonesia y Malasia. Ésta tiene un uso comestible y, sobre todo, energético para agrocombustibles. Actualmente, el aceite de palma es el segundo aceite más consumido en el mundo como aceite de cocina, para elaborar productos de panadería, pastelería, confitería, heladería, para sopas instantáneas, salsas, diversos platos congelados y deshidratados. Fuera de la industria alimenticia sirve de manera especial para la fabricación de productos oleoquímicos.

- **Copaibo**

El bosque seco chiquitano, al igual que la región amazónica, alberga un producto forestal no maderable de gran importancia: el copaibo, también llamado copaiba, copaipera, cupayba, copaua y copal. Este producto posee una resina y una corteza de altas propiedades cicatrizantes.

El árbol de copaibo llega a medir hasta 30 metros. El uso de la especie reside en la oleorresina, una parte del árbol que se utiliza con fines medicinales y que se acumula en las cavidades internas del tronco. El proceso de extracción del aceite es simple: se abre un orificio en el tronco, hasta el corazón del árbol, por el cual fluye el aceite.

Tradicionalmente, los indígenas de la zona utilizan esta resina para curar heridas que presentan cuadros de infección severos y afecciones respiratorias como la tos y el catarro. También se utiliza en aromaterapia y para uso cosmético.

El aceite o resina de copaibo fue registrado por la medicina europea en 1625 y utilizado para el tratamiento de la cistitis crónica, bronquitis, diarrea crónica y como preparación tópica para las hemorroides. En Estados Unidos también fue empleado como desinfectante, diurético, laxante y componente en cosméticos y jabones.

A pesar de que a nivel mundial las ventas de copaibo superan los USD600 millones, en Bolivia su producción se dirige sólo al mercado nacional, donde es cotizado a un precio de USD30 por litro. El PNBS ha iniciado el apoyo técnico a la Sociedad Agropecuaria Futuro (SAF) para convertir la producción de aceite del copaibo en una actividad económica, social y ambientalmente sostenible.

Tendencias en las especificaciones de producto

Existe una larga lista de sustancias que por sus acciones conocidas y beneficiosas sobre la piel pueden considerarse como los ingredientes funcionales de los cosmecéuticos. Sin embargo, al no existir legislación al respecto, estos mismos ingredientes que se emplean en la fabricación de cosmecéuticos, se utilizan también en la fabricación cosméticos y, en algún caso, de medicamentos.

Probablemente, una diferencia es que los cosmecéuticos se formulan utilizando concentraciones mayores de los ingredientes activos para favorecer sus efectos. Entre los ingredientes más conocidos están:

- Las vitaminas como el retinol o las vitaminas A, C, E, nicotinamida o vitamina PP.
- Extractos botánicos de plantas verdaderamente cosmecéuticas como centella asiática, té verde, ginkgo biloba, aloe vera, extracto de semillas de uva, etc.
- Ingredientes novedosos: péptidos miméticos o matriquininas, factores de crecimiento, endógenos o exógenos, y el gran grupo de los antioxidantes. Otro capítulo de gran interés lo constituyen los agentes despigmentantes de la piel.

Los cosmecéuticos encuentran múltiples aplicaciones dermatológicas para combatir los signos del envejecimiento cutáneo, arrugas y líneas de expresión, manchas, lesiones del fotoenvejecimiento o el enrojecimiento facial. Todos ellos pueden deberse a causas diversas como rosácea, telangectasias, eczemas, dermatitis seborrérica e irritativa o de contacto, piel grasa, piel seca, pieles proacnéicas, celulitis, etc. La llamada "cosmética de tratamiento", en la práctica, está constituida por productos cosméticos que responden al concepto de cosmecéuticos.

Tendencias en el procesamiento, acabado de productos, embalado, tamaño, material y etiquetado

La tendencia en general en la Unión Europea es hacia facilitar la reutilización y el reciclado del embalaje a través de incentivos. Para poder armonizar las diferentes formas de legislación, la Unión Europea ha emitido una directiva para los materiales de embalaje y los embalajes (Directiva 94/62/EC), en la cual los estándares mínimos están regulados.

Directiva 79/381/EEC detalla "las leyes, regulaciones y provisiones administrativas relacionadas a la clasificación, embalaje y etiquetado de sustancias peligrosas".

La comunicación con el socio comercial en la UE respecto al embalaje requerido es de importancia primordial cuando se está comerciando con la UE.

La etiqueta debe ser clara, permanentemente fijada y hecha de material no tóxico. En general, los requerimientos legales especifican que la fabricación de material debe estar indicada en la etiqueta del producto y la etiqueta debe indicar también de que serie viene el material.

De hecho, es altamente recomendable incluir el nombre y la dirección del productor/exportador, el peso neto y las condiciones recomendadas de almacenamiento.

Puntos críticos de acceso a mercados

Como un productor en un país en desarrollo preparándose para acceder al mercado de la Unión Europea, debe estar al tanto de los requerimientos de acceso a mercados de sus socios comerciales y de los gobiernos de la Unión Europea.

Los requerimientos son demandados a través de la legislación y a través de etiquetas, códigos y sistemas de administración. Estos requerimientos están basados en el medio ambiente, la salud y seguridad del consumidor y preocupaciones sociales.

La unidad de Cosméticos y Dispositivos Médicos, en la Comisión Europea/ Directorado General Empresa e Industria, ofrece mucha información sobre un amplio rango de aspectos relacionadas al sector cosmético, incluyendo legislación en la siguiente dirección: http://ec.europa.eu/enterprise/cosmetics/index_en.htm

La sección de nota de prensa del Directorado General ofrece información sobre los eventos en el proceso de elaboración de la nueva Directiva de Cosméticos, que estará listo en el 2010. De interés específico es su "Estudio comparativo sobre la legislación de cosméticos en la UE y otros mercados principales, el cual puede ser encontrado en: http://ec.europa.eu/enterprise/cosmetics/html/cosm_comparative_study.htm

Oportunidades

- Existen oportunidades para los productores bolivianos desarrollar el sector de cosmeceúticos producidos en base a los frutos silvestres como ser cusi, motacú, majo, copaibo, etc. dada las bondades que presentan estos frutos, las cuales pueden ser desarrolladas para la producción de cosmeceúticos.
- Debido a las tendencias actuales de utilizar ingredientes naturales para la fabricación de cosméticos y cosmeceúticos, existe la oportunidad para los exportadores bolivianos de comercializar estos productos a los grandes países productores de este tipo de productos, en forma de aceites o esencias, por otra parte se puede tratar de desarrollar la industria cosmeceútica en el país, para darle mayor valor agregado a los productos.

Ferias y sitios de comercio virtual

Ferias

- **Feria Probelleza Ecuador** – Sitio Web Oficial de la Feria Probelleza Ecuador – Guayaquil - <http://www.probellezaecuador.com>

Sitios de comercio virtual

- **Europages**: el directorio general de empresas europeas donde puede encontrar ofertas y demandas comerciales en el Mercado. <http://www.europages.com>
- **Trade Key** – Business to business market place, tiene como objetivo facilitar el comercio global y ubicar a los compradores y vendedores de todo el mundo en una

plataforma común. Para más información visite: <http://es.tradekey.com/> y elija el producto de su interés.

- **Cosmetic Business** - Sitio donde puede encontrar información sobre proveedores, guías de compradores, reportes de empresas relacionadas a la cosmética, para más información visite <http://www.cosmeticsbusiness.com>

Fuentes de Información

Sitios Web

- El mercado de los ingredientes naturales para cosméticos en la UE
<http://www.cbi.eu>
- Esthetic World – Los Cosmecéuticos
<http://www.esthetic.es>
- Otra Frontera – Usos Alternativos de Recursos Naturales en Bolivia
<http://idh.pnud.bo/webportal/>
- Ingredientes naturales procedentes de productos forestales no maderables
<http://www.biotrade.org>
- Sistema de Información Biocomercio Sostenible de Bolivia
<http://www.biocomerciobolivia.org.bo>
- Trade statistics for international business development - TRADE MAP
www.trademap.org

Fuentes fotográficas

- <http://sanfern.idoo.com/>
- <http://www.blogextremo.com>