COSMÉTICA

Cómo vender cosmética en Amazon Estados Unidos

GUÍA PRÁCTICA · RG-BIB-COS-001 · EDICIÓN 02 · NOVIEMBRE 2026

Ragis GROUP DIGITAL

Decisiones precisas que se sostienen

Cómo vender cosmética en Amazon Estados Unidos

Amazon Estados Unidos es un canal de venta digital con alcance en todo el país. Para vender cosmética allí, el producto cumple dos reglas a la vez. Una es la ley estadounidense, que aplica la FDA. La otra es la política de cosmética de Amazon. Esta guía explica, en orden, qué considera Amazon un cosmético, qué pide en la página del producto, qué tiene que decir la etiqueta y qué no se puede afirmar ni vender.

LO ESENCIAL EN 30 SEGUNDOS

— Un cosmético no necesita una autorización previa de la FDA, salvo los aditivos de color. La empresa responde por su seguridad, por su etiqueta y por lo que afirma.

— Amazon pide una etiqueta completa en inglés que cumpla la MoCRA, con un contacto en Estados Unidos para reportar reacciones. Puede pedir las imágenes de esa etiqueta en cualquier momento.

— Un cosmético puede decir que reduce la apariencia de las arrugas, pero no que las elimina. Lo segundo ya es una declaración de medicamento.

01 EL PUNTO DE PARTIDA

¿SU PRODUCTO ES UN COSMÉTICO PARA AMAZON?

Para Amazon, un cosmético es un producto que se frota, se vierte, se espolvorea o se rocía sobre el cuerpo. Sirve para limpiar, embellecer o cambiar el aspecto. Si el producto además promete tratar o prevenir un problema de salud, ya no es solo un cosmético.

¿Qué productos entran en la política de cosmética?

Entran las cremas, las lociones y los sprays para la piel. También los perfumes, los desodorantes, los labiales, el maquillaje, los champús, los tintes y las pastas de dientes. Un producto con detergentes sintéticos, como el lauril sulfato de sodio, se trata como cosmético. Lo mismo pasa con un producto que dice que hidrata, exfolia o desodoriza.

El jabón tradicional queda fuera. Es jabón el producto que limpia solo con sales alcalinas de ácidos grasos y que se vende únicamente como jabón.

Fuente: Amazon Seller Central, «Cosméticos y cuidado de la piel y el cabello» (ref. G200164470), consultada el 22/11/2026.

¿Necesita una autorización de la FDA?

No. La FDA (Food and Drug Administration, la Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos) no autoriza los cosméticos antes de su venta. La única excepción son los aditivos de color. La empresa que fabrica o comercializa el cosmético es la responsable legal de su seguridad.

Fuente: FDA, «FDA Authority Over Cosmetics: How Cosmetics Are Not FDA-Approved, but Are FDA-Regulated», actualizada el 18/11/2025 y consultada el 22/11/2026.

¿Qué pasa si también es un medicamento?

Entonces cumple los requisitos de las dos categorías. Amazon nombra el champú anticaspa, la crema hidratante o la base con protector solar y el desodorante antitranspirante. La guía RG-BIB-COS-003 de esta Biblioteca explica ese caso paso a paso.

¿Hace falta pedir permiso para vender?

Amazon pide una autorización previa para algunas marcas, categorías y subcategorías. Uno de sus ejemplos son los protectores solares. Para saberlo, el vendedor busca el producto en Seller Central, el panel de vendedor de Amazon, en Catálogo y luego Añadir productos. Si aparece «Vender este producto», no hace falta.

Para pedirla, la cuenta tiene que estar activa, sin reclamos de propiedad intelectual y con 200 puntos o más en el estado de la cuenta. Casi siempre se presentan facturas de un proveedor verificable.

Fuentes: Amazon Seller Central, «Cosméticos y cuidado de la piel y el cabello» (ref. G200164470), consultada el 22/11/2026. Amazon Seller Central, «Categorías y productos sujetos a autorización» (ref. G200333160), consultada el 22/11/2026.

02 LA PÁGINA DEL PRODUCTO

¿QUÉ PIDE AMAZON EN LA PÁGINA DEL PRODUCTO?

La página del producto es lo primero que Amazon revisa. Pide datos completos, imágenes que muestren la etiqueta y una oferta en el estado correcto. Algunos productos, además, necesitan documentos de un laboratorio.

¿Qué datos lleva la ficha?

La ficha del producto, que Amazon llama *listing*, lleva el nombre del producto y su código de barras. Se aceptan los códigos UPC, EAN, ISBN o GTIN, que son los estándares del comercio. También lleva la marca, el fabricante, las características, el rango de edad y la cantidad de unidades.

En los cosméticos infantiles, que son los de niños de 12 años o menos, se suman una advertencia obligatoria y la edad mínima que indica el fabricante.

¿Qué imágenes son obligatorias?

Cada producto tiene al menos una imagen principal que cumple las reglas de imágenes de Amazon. Las imágenes muestran también la lista de ingredientes y la declaración de identidad. La declaración de identidad dice qué es el producto, por ejemplo «champú» o «loción corporal hidratante».

La oferta se publica como nueva, precintada en el envase original del fabricante. El envase muestra con claridad el código de lote o el número de serie.

Fuente: Amazon Seller Central, «Cosméticos y cuidado de la piel y el cabello» (ref. G200164470), consultada el 22/11/2026.

¿Qué documentos puede pedir Amazon?

Depende del tipo de producto. Para la mayoría de los cosméticos, Amazon pide las imágenes de la etiqueta cuando las necesita. Para los que aclaran la piel, la validación es obligatoria.

Tipo de producto	Qué documentación pide Amazon
Todos los cosméticos	Si Amazon lo solicita, imágenes de la etiqueta completa en inglés, de todos los lados del envase, conforme a la MoCRA.
Productos para aclarar la piel	Validación obligatoria por un proveedor externo de pruebas, inspección y certificación autorizado por Amazon. Ese proveedor presenta los documentos.
Qué documentos se validan	Un informe de un laboratorio acreditado según la norma ISO 17025, de los últimos 12 meses. Un certificado de buenas prácticas de fabricación según la MoCRA y la norma ISO 22716:2007, de un organismo acreditado según la norma ISO 17065. Los formularios 5066 y 5067 de la FDA, con el registro de la instalación y el listado del producto.

Amazon aclara dos puntos más. Una inspección de la FDA no sirve como prueba de buenas prácticas de fabricación de cosméticos. Y los documentos tienen que ser auténticos, sin cambios, y no pueden estar generados por computadora ni con inteligencia artificial.

Fuente: Amazon Seller Central, «Cosméticos y cuidado de la piel y el cabello» (ref. G200164470), consultada el 22/11/2026.

03 LA ETIQUETA

¿QUÉ TIENE QUE DECIR LA ETIQUETA?

La etiqueta es la base del cumplimiento en cosmética. La información obligatoria va en inglés. Si la etiqueta usa además otro idioma, toda la información obligatoria aparece también en ese idioma.

La MoCRA (Modernization of Cosmetics Regulation Act, la Ley de Modernización de la Regulación de Cosméticos de 2022) sumó datos nuevos a la etiqueta. La tabla reúne lo que exige hoy la norma.

Elemento de la etiqueta	Qué exige la norma
Declaración de identidad	Dice qué es el producto. Va en negrita en el panel principal, la cara del envase que se ve primero.
Contenido neto	En unidades de Estados Unidos, como onzas u onzas líquidas, en el 30 % inferior del panel principal. La unidad métrica puede sumarse.
Lista de ingredientes	De mayor a menor cantidad. Los ingredientes de 1 % o menos y los colorantes pueden ir al final, en cualquier orden. La fragancia puede figurar como «fragrance».
Nombre y domicilio	Del fabricante, el envasador o el distribuidor. Si no es quien fabrica, se aclara con «Manufactured for» (fabricado para) o «Distributed by» (distribuido por).
Contacto para eventos adversos	Un domicilio, un teléfono o un contacto electrónico en Estados Unidos para recibir reportes de reacciones. Rige desde el 29/12/2024.
Uso profesional	Si el producto es solo para profesionales con licencia, la etiqueta lo dice de forma clara y visible.
Advertencias	Las que fija la norma. Por ejemplo, Amazon no admite productos con alfa o beta hidroxiácidos sin el aviso sobre quemaduras solares.

Fuentes: FDA, reglamentos 21 CFR 701.2, 701.3, 701.11, 701.12 y 701.13, y ley 21 U.S.C. 364e, en el sitio del Legal Information Institute de Cornell, consultados el 22/11/2026. Amazon Seller Central, «Cosméticos y cuidado de la piel y el cabello» (ref. G200164470), consultada el 22/11/2026.

¿Qué es un evento adverso y por qué va en la etiqueta?

Un evento adverso es una reacción no deseada asociada al uso del producto. El contacto de la etiqueta permite que el consumidor la informe. Ese reporte lo recibe la Persona Responsable, que es la empresa cuyo nombre figura en la etiqueta.

Si la reacción es grave, la Persona Responsable la reporta a la FDA dentro de los 15 días hábiles. La guía RG-BIB-COS-002 de esta Biblioteca explica esa obligación y el resto de la MoCRA.

¿Qué pasa con los alérgenos de fragancia?

Amazon incluye los alérgenos de fragancia entre los datos de la etiqueta. La MoCRA ordena que la FDA defina qué sustancias de una fragancia se declaran como alérgenos. Al 22/11/2026, la FDA todavía no publicó esa regla.

Mientras tanto, la etiqueta sigue las reglas vigentes de ingredientes. Cuando la FDA publique la regla, convendrá revisar las etiquetas de los productos con fragancia.

Fuentes: ley 21 U.S.C. 364e(b). FDA, página de la MoCRA, actualizada el 29/10/2026. Búsqueda de reglas de la FDA sobre cosméticos en el Federal Register, el diario oficial del Gobierno de los Estados Unidos, el 22/11/2026.

04 LO QUE NO SE PUEDE

¿QUÉ NO SE PUEDE AFIRMAR NI VENDER?

La mayoría de los problemas en cosmética nace en lo que la marca afirma. La regla de fondo es simple. Un cosmético mejora el aspecto. Un medicamento trata o previene una enfermedad. Cuando la página cruza esa línea, Amazon puede retirar el producto.

¿Qué declaraciones rechaza Amazon?

En la página y en las imágenes, Amazon no admite el logotipo de la FDA. Tampoco admite la frase «Autorizado por la FDA» si el producto no tiene esa autorización. Y no se puede afirmar que el producto diagnostica, cura, alivia, trata o previene una enfermedad.

El ejemplo de la propia política marca el límite. Un producto para la piel puede decir que reduce la apariencia de las arrugas. No puede decir que las elimina.

Tampoco se admiten beneficios para la salud, propiedades terapéuticas o niveles de pureza sin pruebas que los respalden. Lo mismo vale para comparaciones como «el doble de eficaz» sin datos verificables. Las palabras «antibacteriano» y «antimicrobiano» figuran entre las declaraciones de enfermedad que Amazon rechaza. La guía RG-BIB-COS-004 trata un caso de ese tipo.

Fuentes: Amazon Seller Central, «Cosméticos y cuidado de la piel y el cabello» (ref. G200164470), consultada el 22/11/2026. Amazon Seller Central, «Declaraciones engañosas y prohibidas» (ref. G202024200), consultada el 22/11/2026.

¿Qué productos no se pueden publicar?

Amazon no admite productos adulterados o mal etiquetados. Entre ellos están los que usan aditivos de color sin la autorización previa de la FDA para uso cosmético.

Tampoco admite ingredientes prohibidos, como el bimatoprost, el bitionol, el cloroformo o el cloruro de metileno. Ni ingredientes de especies amenazadas, como tiburones o ballenas. Los productos para la piel con mercurio están prohibidos en cualquiera de sus formas. Algunos ingredientes se admiten solo hasta cierta concentración.

Ingrediente	Amazon no admite el producto si supera
Ácido láctico	45 %
Ácido glicólico	70 %
Ácido salicílico	30 %
Peróxido de hidrógeno	12 %
Minoxidil	5 %

Otros productos quedan fuera por su riesgo, sin importar la concentración. Por ejemplo, el maquillaje de ojos con kohl o kajal, los tintes permanentes de pestañas y cejas y la henna para aplicar sobre la piel. También las microesferas de plástico y los productos que liberan formaldehído al calentarse.

Tampoco se publican las lentes de contacto ni los productos inyectables. El quitaesmalte con acetona se admite solo en envases de hasta 16 onzas.

Fuente: Amazon Seller Central, «Cosméticos y cuidado de la piel y el cabello» (ref. G200164470), consultada el 22/11/2026.

¿Hay reglas propias de cada estado?

Sí. Amazon menciona leyes de California, Hawái, Maryland, Nueva York y Washington. Además, diez estados limitan las PFAS (sustancias perfluoroalquiladas y polifluoroalquiladas), un grupo de compuestos químicos muy persistentes. En algunas zonas, Amazon puede limitar quién compra ciertos productos.

La MoCRA unificó varias reglas en todo el país, como el registro y el reporte de eventos adversos. Los estados conservan la facultad de prohibir o limitar ingredientes. Por eso conviene revisar la fórmula contra las reglas de cada estado donde se venderá.

Fuentes: Amazon Seller Central, «Cosméticos y cuidado de la piel y el cabello» (ref. G200164470), consultada el 22/11/2026. Ley 21 U.S.C. 364j, en Cornell LII, consultada el 22/11/2026.

¿Qué pasa si el producto no cumple?

Amazon puede retirar la página del producto. Si un producto que exige validación no supera las pruebas, la página se desactiva de inmediato. Sigue desactivada hasta que el vendedor presente documentación conforme.

Ragis Group acompaña al fabricante en esta preparación. Coordina con la Persona Responsable, el laboratorio y los especialistas que intervienen en cada trámite. Esta guía no reemplaza el asesoramiento legal.

Fuente: Amazon Seller Central, «Cosméticos y cuidado de la piel y el cabello» (ref. G200164470), consultada el 22/11/2026.

Por qué Ragis Group

Somos una Compañía de Inteligencia Comercial. Administramos el negocio digital de fabricantes de suplementación, alimentación y cosmética en Amazon Estados Unidos. La marca y la cuenta son del fabricante.

12642 Grey Eagle Ct, Suite 41, Germantown, MD 20874, Estados Unidos · Mendoza, Argentina · contact@ragisgroup.com · ragisgroup.com · +54 (9261) 212-7355 · +1 (305) 946-1496 · +1 (240) 306-6684