

2016



Aceites esenciales, insumos e ingredientes cosméticos



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



“Este perfil de producto ha sido realizado en el mercado por la Oficina de Facilitación de Comercio de Canada (TFO Canada), utilizando fuentes primarias y secundarias. El trabajo realizado por la consultora ha sido supervisado por la OCEX Toronto, contando con la colaboración de la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales del MINCETUR y Promperú”. Se autoriza la reproducción de la información contenida en este documento siempre y cuando se mencione la fuente: MINCETUR. Plan de Desarrollo de Mercado de Canadá”.



Aceites esenciales

Índice

Resumen Ejecutivo	6	1.4. Ventajas del producto peruano y competencia	27
Antecedentes	6	1.4.1. Sugerencias comerciales	27
Metodología de estudio	8	1.4.2. Análisis de la competencia	29
01. Mercado - Descripción del Sector	9	02. Condiciones de Acceso	30
1.1. Tamaño de mercado	10	2.1. Aranceles y otros	30
1.1.1. Producción canadiense	10	2.2. Barreras, estándares y normas	30
1.1.2. Exportaciones canadienses	11	03. Canales de Distribución y Comercialización	35
1.1.3. Importaciones canadienses	13	04. Información Adicional	37
1.2. Características generales	21	4.1. Principales importadores	37
1.2.1. Usos y formas de consumo	21	4.2. Oficinas/Gremios en el mercado	38
1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación	22	4.3. Ferias comerciales	39
1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado	24	Anexo	40

Resumen Ejecutivo

Antecedentes

El presente estudio de mercado trata sobre los aceites esenciales para uso en la industria cosmética y para el cuidado personal. El informe comprende cuatro categorías de productos específicas: aceites esenciales de naranja, de limón y dos categorías amplias que incluyen el anís y eucalipto. Estos cuatro tipos de aceites esenciales son producidos en Perú y están disponibles para la exportación. El sector de la manufactura de productos relacionados con la belleza en Canadá generó ganancias de USD 1,9 miles de millones en el año 2014. Las ganancias anuales incrementaron en un rango de 1% a 2% en los años 2015 y 2016. El pronóstico para el mercado de belleza y cuidados personales es algo optimista en los próximos años, pero cualquier desaceleración de la economía, la inflación (particularmente fuerte en los productos alimenticios afectará la demanda de productos de lujo de cuidado personal) y la saturación del mercado en varias categorías de productos puede frenar el crecimiento. Esto también podría aplicarse a los ingredientes usados en este mercado. El mercado de aceites esenciales, aceites puros, extractos naturales y agentes colorantes naturales es relativamente pequeño, estimado en

aproximadamente USD 120 millones para usos que incluyen los cosméticos.

El mercado canadiense de cosméticos y productos para el cuidado personal son altamente competitivos y a menudo están dominados por grandes compañías y marcas reconocidas mundialmente. A nivel de ingredientes, varios aceites están siendo utilizados en el mercado y están, en efecto, compitiendo con los aceites de naranja, limón, eucalipto y anís, aunque cada aroma es único por sí mismo y no cuentan con competencia directa. Los aceites esenciales usados para aromas son escogidos de todo el mundo. La demanda de productos sin fragancia también está aumentando. Las importaciones de aceites esenciales a Canadá no son solamente muy especializadas, sino que también están altamente concentradas. De manera similar, solo una docena de compañías controlan el 80% de la cuota de importaciones de aceites esenciales, del cual 40% es del sector cosmético del mercado (el resto es del sector alimenticio). Este escenario es exactamente el mismo para las categorías que cubren el aceite de eucalipto donde son pocas las compañías que controlan las importaciones.

Los exportadores peruanos enfrentan desafíos en este sector del mercado. Uno de estos desafíos es la falta de conocimiento que el Perú es un productor de los aceites esenciales analizados. Otro desafío es que los importadores actuales de estos aceites ya cuentan con proveedores establecidos. Por lo tanto, el hecho de introducir nuevos productos y nuevos proveedores resulta un desafío en sí mismo. Finalmente, la devaluación del dólar canadiense en relación al dólar americano (USD 1,26 en abril del año 2016) significa que es más caro para los importadores traer productos del extranjero.

Canadá produce varios aceites esenciales como el eneldo (dill), alcaravea (caraway), cilantro, menta verde, menta, hisopo, bergamota, salvia, estragó, albahaca y abeto. Ninguno de estos productos realmente compete con los aceites esenciales analizados en este informe.

Cinco países dominan las importaciones de aceites esenciales a Canadá. Estos son, en orden descendiente de importancia: Estados Unidos, Brasil, India, Francia y México. Estados Unidos, Brasil, México y Costa Rica son los exportadores que lide-

raron en el año 2015 en aceites esenciales a base de naranja. El total de importaciones llegó a USD 20,4 millones durante ese año. Similarmente, los Estados Unidos, España, México, Argentina e Italia dominaron las importaciones canadienses de aceite esencial de limón en el año 2015. El total de importaciones fueron valoradas en USD 8,8 millones durante ese año. La presencia de Perú para aceites esenciales de naranja es esporádica y no representativa, y prácticamente no existen importaciones de aceites esenciales de limón o de productos de otras categorías más grandes.

En el presente perfil se recomienda a los exportadores peruanos establecer vínculos con los posibles compradores en Canadá y dar a conocer la oferta peruana de aceites esenciales.

01

Metodología de estudio

La metodología para la realización del presente documento se enfocó en la recopilación de datos y cifras de fuentes primarias y secundarias, a partir de estadísticas, artículos, publicaciones y documentos. Teniendo en cuenta un análisis cuantitativo y cualitativo.

El trabajo se divide en cinco partes. La primera parte de este informe contiene la descripción del mercado de aceites esenciales, insumos e ingredientes cosméticos en Canadá, considerando la producción canadiense, las exportaciones y las

importaciones desde el mundo y específicamente desde el Perú. En la segunda parte se detallan las características generales del consumidor canadiense, tendencias y auditoría en tiendas. La tercera parte, tiene una descripción de las normas y requisitos para el acceso al mercado canadiense con una descripción de los canales de distribución y comercialización para los aceites esenciales. Finalmente, se ofrece información de interés del exportador; la cual debe tener presente a la hora de ingresar al mercado de Canadá.

Mercado - Descripción del Sector

La industria de belleza y de cuidado personal en Canadá es altamente competitiva y está dominado por las grandes compañías multinacionales que están presentes mundialmente y se benefician del reconocimiento de la marca a nivel mundial y de grandes campañas de marketing y fondos de promoción para el desarrollo de productos. Las marcas nicho más pequeñas y los productos con características naturales y ecológicas ganaron cuota de mercado en los últimos años a costas de estas grandes compañías, según Informe Resumen de Euromonitor de mayo del año 2015.

El sector de la manufactura para productos de belleza en Canadá generó ingresos de USD 1,9 miles de millones en el año 2014. Los ingresos anuales para el año 2015 y el año 2016 se estiman un incremento en el rango de 2%. De toda la categoría de productos de belleza, en el año 2014, la sub-categoría de productos para la piel es la más grande, generando aproximadamente la mitad de los ingresos anuales, seguida por los productos de cuidado de cabello (19%), maquillaje (18%), cuidado

bucal (11%) y fragancias (9%), según la TFO Canadá. Asimismo, el mercado de ventas al por menor para cosméticos, spa y productos de belleza está estimado en USD 5,6 miles de millones anuales.

Clasificación arancelaria, alcance de estudio y descripción del producto

En la clasificación del Sistema Armonizado (SA), los aceites esenciales se clasifican en la siguiente partida:

3301 – Aceites esenciales (deterpenados o no), incluyendo completos y absolutos; resinoides; oleorresinas; concentrados de aceites esenciales en grasas, en ceras o similares, obtenidos del proceso de enfloración o maceración; subproductos terpenos de la deterpenación de aceites esenciales; destilados acuosos y soluciones acuosas de aceites esenciales. Los códigos a diez dígitos en Canadá; para los aceites esenciales, insumos e ingredientes cosméticos son:



- » Aceites esenciales de frutas cítricas; de naranja: 3301.12.00.00
- » Aceites esenciales de futras cítricas, de limón: 3301.13.00.00
- » Aceites esenciales de otras futras que las cítricas; otras: 3301.29.00.90 (incluye anís)
- » Otros: 3301.90.00.00 (incluye eucalipto)

Aparte de los aceites esenciales de naranja y limón, anís y eucalipto, son parte del grupo general de “otros” y no son específicamente mencionados en la clasificación de productos del Sistema Armonizado. El alcance de este informe se concentra en estas categorías, abarcando importaciones de estos aceites esenciales para la industria cosmética. Los otros usos para estos productos están por ende excluidos.

NOTA: La versión completa de la Clasificación Arancelaria de Canadá puede encontrarse en el sitio web de TFO Canadá (www.tfocanada.ca) o en el sitio web de la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (Canada Border Services Agency, CBSA): goo.gl/WZt5aH.

1.1. Tamaño de mercado

A continuación se analiza el tamaño del mercado de aceites esenciales en Canadá teniendo en cuenta producción, exportaciones e importaciones totales, así como las importaciones provenientes desde Perú.

1.1.1. Producción canadiense

Debido a la ubicación geográfica y su clima nórdico, Canadá no produce ningún aceite esencial específico proveniente de frutas exóticas (como naranjas, limones, entre otros) ni de plantas tropicales. Canadá importa estos ingredientes y elabora los productos finales. Las cifras en volumen de la importación de aceites se describen en la siguiente sección.

De acuerdo al Ministerio de Agricultura y la Oficina AgriFood de Canadá, una variedad de otros aceites esenciales son producidos en Canadá, que incluyen: eneldo (dill), alcaravea (caraway), cilantro, menta verde, menta, hisopo, bergamota, salvia, estragón y albahaca. Estos también pueden ser obtenidos de árboles como el abeto (spruce). La destilación a vapor es un método común de derivación para los productores comerciales en Canadá. Otros métodos menos comunes de producción son la destilación con agua, la extracción

de solventes y la extracción de fluidos súper críticos (SCF). La destilación se hace en plantas procesadoras o en unidades móviles que llegan a cada finca. El aceite procesado es usualmente vendido a las fábricas de aromas (flavour houses) de manera directa o a través de intermediarios, quienes a su vez combinan los aromas para producir una gran gama de productos. Los procesadores a menudo venden diferentes fórmulas provenientes de los mismos aceites esenciales a las fábricas de aromas, dependiendo en los requerimientos de los consumidores finales. Las fábricas de aromas normalmente no cuentan con plantas de procesamiento¹. Estos aceites usualmente son usados por sus fragancias y no tienen sustitutos naturales; los compradores escogen un aceite específico por su aroma que, en comparación con otros aceites, es único.

Muchos productores de aceites esenciales en Canadá producen sus productos para ambos mercados, el local y el internacional. Adicionalmente a los aceites antes mencionados, Canadá está experimentando un crecimiento reciente en la producción de aceite de pino, aceite de semilla de cáñamo y aceite de arándano para diferentes usos (incluyendo comestibles y no comestibles). Estos productos son únicamente producidos en Canadá

y por ende, la oferta canadiense es muy atractiva a nivel internacional. Además de producir aceites de árboles, las fábricas de aromas canadienses importan otras variedades y las combinan para producir una gran gama de productos destinados al consumidor final. La gran mayoría de aceites provenientes de semillas en Canadá (canola, soya, flor de girasol y lino) son procesados para la industria alimenticia. Las cifras relacionadas a la manufactura de aceites esenciales para fines cosméticos no están disponibles.

1.1.2. Exportaciones canadienses

Las exportaciones canadienses de aceite esencial (partida 3301) crecieron sustancialmente entre el período del 2012 y el 2015, de USD 40 millones en el año 2012 a más de USD 70 millones en el año 2015, como se muestra en la tabla N° 1. Más de 82% de las exportaciones del año 2015 fueron hacia Estados Unidos. Otros mercados importantes son Francia y Alemania.

¹ La Industria de Aceites Esenciales en Canadá – Noviembre 2013.

Tabla N° 1: Exportaciones de aceite esencial (partida: 3301) de Canadá, período 2012 - 2015

Exportaciones de Canadá	2012	2013	2014	2015
Valor (en USD)	40 384 817	47 864 385	55 861 895	70 403 339

La tabla N° 2 detalla las exportaciones canadienses para los aceites específicos en este perfil de producto. Los Estados Unidos es ampliamente el mayor mercado importador y el más mercado más importante. Los países europeos (Francia y Alemania, en particular) no cuentan con una participación representa-

tiva y existen otras exportaciones menores a una gran cantidad de países alrededor del mundo. Además de los mayores países exportadores, los aceites esenciales de naranja fueron exportados también a los siguientes países en el año 2015: Italia, China, España, Francia, Argentina, India, Singapur y los Países Bajos.

Tabla N° 2: Principales subpartidas de aceites esenciales exportados por Canadá, año 2015

Subpartida arancelaria SA - producto	2015	Mercados de exportación más importantes:
3301.12 – Aceites esenciales de naranja	16 205 208	-Estados Unidos (79%) -Otros: Alemania, Filipinas, Reino Unido
3301.13 – Aceites esenciales de limón	7 607 429	- Estados Unidos (86%) Otros pequeños: Francia
3301.29 – Aceites esenciales, otros que provienen de frutas cítricas (en el cual está el anís)	20 802 672	- Estados Unidos (83%) Otros: Francia, Bélgica, Alemania
3301.90 – Concentrados, destilados acuosos / soluciones y productos secundarios terpenos de aceites esenciales (en el cual está el eucalipto)	10 659 633	- Estados Unidos (66%) Otros: Egipto, Francia

Fuente: Industria Canadá- Datos comerciales en línea.

1.1.3. Importaciones canadienses

En los años analizados, y como se demuestra en el tabla N° 3, existe un aumento sustancial en el valor de importaciones en la categoría completa de aceites esenciales (partida 3301), incluyendo la bergamota, la naranja, el limón, la lima y otros cítricos; el geranio, el jazmín, la lavanda, la menta y otras mentas, vetiver, resinoides y soluciones acuosas. Más de 50 países exportaron alrededor de USD 50 000 en el año 2015 y el año 2016 los países exportaron más de USD 1 millón, lo cual recalca la alta competitividad y variedad del mercado canadiense. El crecimiento en valor entre el período 2012 y 2015 fue impresionante, con valores que se duplicaron a un ritmo de crecimiento anual de 40%. El mayor incremento en valor ocurrió en el año 2014.

Asimismo, la importación de aceites esenciales a Canadá es bastante especializada y altamente concentrada. En ese sentido, existen solamente 3 importadores que cuentan con el 80% de las importaciones de todo el aceite esencial de naranja (lo cual representa USD 13,5 millones del total de importaciones a Canadá en el 2014² - USD 17,4 millones). Estos importadores son de ambos sectores, el alimenticio y el cosmético. De manera similar, solamente 12 compañías controlan el 80% de las importaciones de los aceites esenciales exceptuando los cítricos y cerca del 40% de ellos pertenecen al sector cosmético del mercado. Este escenario es exactamente el mismo para la partida que abarca el aceite de eucalipto en la cual 14 compañías controlan el 80% de las importaciones a Canadá.

Tabla N° 3: Importaciones de aceites esenciales (partida: 3301), período 2012 - 2015 a Canadá

Importación a Canadá	2012	2013	2014	2015
Valor (en USD)	59 156 730	73 781 105	121 608 892	150 711 600

Fuente: Industria Canadá - Datos comerciales en línea. (Datos obtenidos de Statistics Canada).

² Industria Canadá – Base de datos de Importadores – por Producto (2014)

Los Estados Unidos es el exportador a Canadá más importante, capturando más del 63% de la cuota en el año 2015. Brasil, India, Francia y México son los proveedores que siguen en importancia, pero se encuentran bastante atrás con cifras individuales que representan del 3% al 5% como se muestra en tabla N° 4. Mientras

la entrada de aceites esenciales a Canadá a través de Estados Unidos podría ser lo más común, no es factible determinar el volumen y el valor. Perú solamente exportó un pequeño volumen en el año 2015 (USD 2 500). Más de 87 países son parte de la categoría "otros" en el año 2015.

Tabla N° 4: Principales países exportadores de aceites esenciales (partida: 3301) a Canadá, año 2015

Países exportadores	Valor (en USD)	Cuota del total de importaciones (%)
Estados Unidos	93 730 237	62,2
Brasil	7 913 789	5,3
India	7 304 457	4,8
Francia	5 063 204	3,4
México	4 917 423	3,3
Otros países	31 782 490	21,0
Total	150 711 600	100,0

Fuente: Estadísticas Canadá- informe personalizado

NOTA: 87 países comparten el 21% del total de las exportaciones a Canadá en el 2015.

Aproximadamente un tercio de todas exportaciones en el año 2015 se destinaron a la provincia de Ontario (32%), seguidas por Alberta (23%), Quebec (21%) y Colombia Británica (17%).

Si se continúa desglosando la categoría de aceites esenciales, según las importaciones de aceite esencial de naranja que se muestran en la tabla N° 5, se aprecia que el volumen de importación alcanzó 3,5 millones de kg en el año 2015 y alcanzó su valor máximo a casi 5 millones de kg en el año 2015. A pesar de las variaciones en volumen entre los años 2012 y

2015, el volumen casi se duplicó en estos años. El valor en importación incremento de manera constante en este período, llegando a más de USD 20 millones en

el año 2015. El ratio en valor/volumen permaneció en USD 5,80 por kg en el año 2015, mientras que fue más bajo en el año 2012, USD 4,7 por kg.

Tabla N° 5: Importaciones de aceite esencial de naranja (subpartida 3301.12.00.00) a Canadá, período 2012 - 2015

Importación a Canadá	2012	2013	2014	2015
Volumen (en kg)	1 819 143	3 470 441	4 920 359	3 499 767
Valor (en USD)	8 510 802	11 280 607	16 883 236	20 389 259

Fuente: Estadísticas Canadá- informe personalizado

Diez países exportaron más de USD 50 000 en el año 2015, como se muestra en la tabla N° 6.

Los proveedores más importantes fueron Estados Unidos, Brasil, México y Costa Rica.

Tabla N° 6: Principales países exportadores de aceite esencial de naranja (subpartida 3301.12.00.00) a Canadá, año 2015

Países exportadores	Volumen (en kg)	Valor (en USD)	% Del total del valor
Estados Unidos	2 140 830	9 892 708	48,5
Brasil	813 353	6 096 113	29,9
México	253 384	2 068 686	10,1
Costa Rica	217 231	1 775 688	8,7
Líbano	28 782	104 598	0,5
República de Irlanda (Eire)	21 000	79 493	0,4
Italia	2 486	64 127	0,3

Países exportadores	Volumen (en kg)	Valor (en USD)	% Del total del valor
Reino Unido	5 687	63 299	0,3
España	6 062	54 279	0,3
Alemania	1 921	49 934	0,3
Otros países	9 031	140 334	0,7
Total	3 499 767	20 389 259	100,0

Fuente: Estadísticas Canadá- informe personalizado

Perú no es un país dinámico en la categoría de aceites esenciales de naranja, con solo un valor pequeño en exportaciones en el año 2012 (80 kg lo cual representa menos de USD 2 400). Solo hay exportaciones del Perú después del año 2012.

Si se observan todas las importaciones de aceites de limón en la tabla N° 7, el escenario es algo diferente. El volumen

de importación disminuyó en el año 2015 si se compara con los volúmenes de los años 2012, 2013 y 2014. El valor de importaciones en esta categoría alcanzó su cúspide en el año 2014, pero disminuyó substancialmente el año 2015. Sin embargo, el valor total de importaciones en esta categoría fue más alto en el año 2015 que en el 2012.

Tabla N° 7: Importaciones de aceites esenciales de limón – (subpartida 3301.13.00.00) a Canadá, período 2012 - 2015

Importación a Canadá	2012	2013	2014	2015
Volumen (en kg)	388 027	476 243	444 763	317 003
Valor (en USD)	5 403 675	6 933 523	14 660 528	8 838 692

Fuente: Estadísticas Canadá- informe personalizado

Como se indica a continuación los proveedores más importantes son Estados Unidos, seguido por España, México, Argentina e Italia. No hubo exportaciones del Perú durante el período analizado. Las exportaciones peruanas de aceite de limón a Estados Unidos fueron significa-

tivas: en el año 2015 Perú exportó USD 230 000 de aceite de limón. Algunos importadores entrevistados piensan que la falta de abastecimiento de limones en Perú es la razón por la cual no hay exportaciones altas a Canadá. Otro importador mencionó que la calidad de aceite de limón del Perú es muy buena.

Tabla N°8: Principales países exportadores de aceites esenciales de limón (subpartida 3301.13.00.00) a Canadá, año 2015

Países exportadores	Volumen (en kg)	Valor (en USD)	% Del total del valor
Estados Unidos	192 033	4 616 455	52,2
España	30 535	1 071 008	12,1
México	20 470	985 190	11,1
Argentina	22 168	950 941	10,8
Italia	21 080	772 396	8,7
Australia	3 037	151 224	1,7
Países Bajos	2 018	76 290	0,9
Grecia	2 000	74 625	0,9
Otros países	23 662	140 563	1,6
Total	317 003	8 838 692	100,0

Fuente: Estadísticas Canadá- informe personalizado

No fue posible encontrar el desglose específico de los aceites de anís y eucalipto. Sin embargo, los importadores entrevistados confirmaron que China es el mayor proveedor de aceite de eucalipto, reemplazando a Brasil como el proveedor más importante. De manera similar, el aceite

de anís es principalmente exportado desde China. Cada producto pertenece a 2 grupos distintos que se resumen a continuación.

Como se muestra en la tabla N° 9, hay un incremento constante y fuerte en volumen y valor de las importaciones de aceites

esenciales que no provienen de cítricos, categoría en la cual se encuentra el anís, y donde el volumen excedió el 1 millón de kg en el año 2015, representando casi USD 85 millones en valor. Más de 30 países de casi 100 países proveedores, exportaron a Canadá cantidades excedentes a los USD

100 000 en este grupo en el año 2015. La presencia del Perú es casi inexistente en los años 2013, 2014 y 2015 con exportaciones menores a los USD 3 000 en cada año, lo que podría representar que fueron envíos de muestras comerciales.

Tabla N° 9: Importaciones de aceites esenciales provenientes de otros frutos cítricos (subpartida 3301.29.00) a Canadá, período 2012 - 2015

Importación a Canadá	2012	2013	2014	2015
Volumen (en kg)	597 424	781 826	839 612	1 018 569
Valor (en USD)	24 458 444	33 834 988	59 567 640	84 790 959

Fuente: Estadísticas Canadá- informe personalizado

El número de países exportando en este grupo de productos es muy alto, como se puede ver en la tabla N° 10. En total, más de 100 países exportaron a Canadá en el año 2015, de los cuales 22 tuvieron valores de exportación mayores que USD 275 000. Esto demuestra cuantos actores activos

están involucrados en este mercado y cuanta diversidad de aceites ingresan a Canadá. Una vez más, Estados Unidos es el líder en exportaciones con casi 70% de la cuota total de valor en el 2015, seguido por Francia, Australia, China, India y España, aunque a gran distancia.

Tabla N° 10: Principales países exportadores de aceites esenciales provenientes de otros frutos cítricos (subpartida 3301.29.00) a Canadá, año 2015

Países exportadores	Volumen (en kg)	Valor (en USD)	% Del total del valor
Estados Unidos	579 192	58 704 225	69,2
Francia	47 596	4 472 300	5,3
Australia	48 653	3 215 420	3,8
China	84 778	2 642 616	3,1

países exportadores	Volumen (en kg)	Valor (en USD)	% Del total del valor
India	39 623	2 163 271	2,6
España	17 626	1 439 022	1,7
Indonesia	18 693	1 109 981	1,3
Turquía	8 240	1 012 737	1,2
Bulgaria	8 745	986 333	1,2
Omán	7 306	836 211	1,0
Reino Unido	20 695	715 555	0,8
Marruecos	11 721	671 280	0,8
Egipto	4 050	557 650	0,7
Madagascar	3 664	420 210	0,5
Sri Lanka	10 874	381 723	0,5
Países Bajos	2 398	365 449	0,5
Jamaica	3 436	356 034	0,5
Hungría	4 621	320 054	0,4
Ucrania	6 146	297 104	0,4
Bélgica	2 712	290 472	0,4
Tailandia	5 504	279 978	0,3
Federación Rusa	2 061	275 592	0,3
Otros países	80 235	5 441 013	3,5
Total	1 018 569	84 790 959	100,0

Fuente: Estadísticas Canadá- informe personalizado

En la categoría en la cual se encuentra el eucalipto también hay un incremento significativo en valor como se muestra en

la tabla N° 11. Sin embargo, el volumen disminuyó en el año 2015 en relación a los años previos.

Tabla N° 11: Importaciones de otros aceites esenciales (subpartida 3301.90.00.00) a Canadá, período 2012 - 2015

Importación a Canadá	2012	2013	2014	2015
Volumen (en kg)	1 685 478	1 852 699	2 002 805	1 774 751
Valor (en USD)	9 921 834	10 332,342	16 176 874	23 505 719

Fuente: Estadísticas Canadá- informe personalizado

Como para muchos otros grupos de productos, el Perú tampoco cuenta con buena presencia en esta categoría. Estados

Unidos es una vez más el proveedor más importante, seguido por India, Alemania y Brasil como lo demuestra la tabla N° 12.

Tabla N° 12: Principales países exportadores de otros aceites esenciales (subpartida 3301.90.00.00) a Canadá, año 2015

Países exportadores	Volumen (en kg)	Valor (en USD)
Estados Unidos	940 561	13 735 073
India	88 708	2 742 404
Alemania	242 547	1 615 059
Brasil	252 181	1 417 269
China	62 119	615 258
España	7 920	393 451
México	20 821	330 815
Reino Unido	16 768	327 077
Francia	15 100	313 687
Australia	6 696	257 653
Bulgaria	5 934	224 413

Países exportadores	Volumen (en kg)	Valor (en USD)
Líbano	71 906	223 191
Marruecos	4 992	222 160
Hungría	1 731	121 837
Otros países	36 767	966 372
Total	1 774 751	23 505 719

Fuente: Estadísticas Canadá- informe personalizado

1.2. Características generales

1.2.1. Usos y formas de consumo

El mercado de belleza y cuidado personal en Canadá está influenciado por factores principales que impulsan la demanda, como el creciente interés de los consumidores canadienses en todo lo "natural" con propiedades curativas o calmantes (y en consecuencia, el incentivo para los proveedores de identificar como "natural"), el atractivo "exótico" en aromas y fragancias, y el elemento orgánico está comenzando a estar presente en los productos de cosméticos, spa y belleza. Estos factores influyen directamente en la demanda de los ingredientes con estas propiedades para la manufactura de productos con las siguientes características: cuidado facial, cuidado corporal, cuidado contra el sol, cuidado del cabello, cosméticos, cuidado de uñas y cuidado para bebés. Los consu-

midores no están solamente interesados en todo lo "natural", pero también cuestionan qué es natural y qué tan naturales son los productos. Esto está forjando a los proveedores al incremento de la transparencia en todas las actividades de sus productos.

Algunos segmentos de nicho para los aceites esenciales como la aromaterapia para usos terapéuticos, para relajación y el incremento de energía, han crecido significativamente en los últimos 10 años y sigue creciendo, incluso entrando en el segmento más grande y convencional del mercado de cosméticos. Una parte del atractivo de usar aceites esenciales para productos de aromaterapia es el hecho que no existe evidencia que estos causen efectos secundarios adversos. No es sorprendente que el patrón de crecimiento del mercado de los cosméticos orgánicos este empujando estos productos nicho a convertirse en productos convencionales. Las grandes compañías cosméticas están

siendo obligadas a desarrollar productos orgánicos/naturales por la demanda de los consumidores, gozando de beneficios excepcionales en la cuota de mercado y en las ganancias.

Los cosméticos orgánicos también se están posicionando en el segmento de alta gama del mercado. Más recientemente, una característica cada vez más importante en el mercado de cosméticos son los productos sin gluten. Aunque está comprobado que el gluten no penetra la piel y solo es problemático cuando se ingiere, los consumidores siguen exigiendo productos sin gluten en sus productos de cuidado personal y de cuidado de la piel, y en consecuencia, esta característica en los productos se está convirtiendo en un elemento atractivo en el mercado.

A nivel de venta al por menor, los consumidores canadienses por hogar (un estimado de alrededor de 14 millones de hogares en el año 2014) gastaron en promedio 2% de su ingreso disponible anual en productos de cuidado personal, según Estadísticas Canadá (Statistics Canada), "Cuadro 203-0023 – Gastos de los Consumidores por Hogar 2010 – 2014". Un hogar que recibe ingresos de USD 59 000 gasta en promedio USD 1 200 en productos del cuidado personal, cantidad que se mantuvo estable en comparación con años previos.

1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación

A nivel de ingredientes, muchos aceites diferentes son extensamente usados en el mercado y están, en efecto, "compitiendo" con la naranja, limón, eucalipto y anís. Esto es particularmente cierto para la sección de aromas del mercado de ingredientes en el cual otros ingredientes a base de árbol y plantas son populares entre los consumidores, en especial cuando son percibidos como naturales o "de la tierra": madera de cedro, lima, hierba de limón, lavanda son buenos ejemplos.

Hay también un incremento en Canadá de productos sin olor. Una de estas nuevas tendencias en cosméticos, por ejemplo, es el maquillaje mineral sin fragancia. Existen muchas líneas de productos para el cuidado de la piel con opciones sin fragancias en el mercado. Algunas compañías, como Marcelle, solamente se especializan en productos sin fragancia, mientras que otros ofrecen productos con fragancias y sin fragancias.

Otros aromas (en otros aceites esenciales o puros o a base sin aceite) son extensamente usados en Canadá para aromas en fragancias, en aromaterapia para el cuerpo y el hogar, en productos para cuidado de la piel, lo cual es una indicación clara de cuán competitivo es el mercado, como se demuestra en la tabla N° 13 a continuación:

Tabla N° 13: Aromas populares en Canadá y los mayores países proveedores

Menta (Francia)	Rosa mosqueta (Alemania)	Nuez moscada
Lima (África del Sur y México)	Vetiver (Haití)	Manzanilla
Tamanu (Vietnam y Sur del Pacífico)	Lavanda (Francia y Canadá)	Pachuli (Indonesia)
Pino (Canadá)	Bergamota (Italia)	Rose Otto (Turquía)
Flor Caléndula (Egipto)	Árbol de té (Australia)	Madera de rosa (Brasil)
Aloe Vera (Estados Unidos y México)	Hierba de limón (Italia)	Tomillo (Francia)
Incienso Frank (Omán)	Mandarina (Argentina)	Clavos de olor (Indonesia)
Geranio (Egipto y Madagascar)	Neroli (Egipto)	Ylang Ylang (Madagascar)
Hoja de salvia (Serbia)	Toronja (Estados Unidos)	Manzanilla (Inglaterra y Francia)
Cardamomo (Guatemala)	Palmarosa (Nepal)	Canela (China y Indonesia)
Fragonia (India)	Albahaca dulce (Egipto)	Hinojo (Hungría)
Raíz de jengibre (Nigeria)	Mandarina (Italia)	Romero (Francia)

Recientemente, las innovaciones y el desarrollo de nuevos productos se han convertido en algo común en la industria cosmética, sobre todo la incorporación de varios productos en uno. Buenos ejemplos son las cremas para cuidado de la piel que incorporan agentes rejuvenecedores, o, las cremas de protección solar que también sirven como "base" o fundación de maquillaje de mujeres. Otro ejemplo es el champú que actúa como acondicionador para el cabello y gel de lavado, el cual tienen numerosas propiedades y son percibidas por los consumidores como

productos convenientes y ahorradores de tiempo. Esto es una indicación clara que los proveedores están considerando las tendencias demográficas y las exigencias de los consumidores al momento del diseño y desarrollo de nuevos productos. Asimismo, la industria ha respondido a estas necesidades. Los expertos creen que los productos como estos tienen menos impacto en los presupuestos de los consumidores y son atractivos gracias a su simplicidad. Lo que se visualiza a largo plazo es la reducción en la cantidad de productos cosméticos en categorías específicas.

³ Diario "The Globe and Mail", Enero 21, 2015

Precios

Los precios de la mayoría de los ingredientes naturales en la industria cosmética son precios de productos no-básicos. En consecuencia, como estos precios son usados en el procesamiento de productos, varían individualmente y no son del conocimiento público. Estos precios son negociados en base a contratos por un tiempo definido. De manera alterna, los compradores también obtienen precios por negociaciones únicas, en consecuencia resulta imposible presentar precios precisos del mercado en Canadá. En el caso de los aceites esenciales, la información disponible en internet no es una fuente fiable para comparar los precios de estos productos.

Las cotizaciones de precios puede depender de diferentes factores, incluyendo la calidad y grado requerido, la temporada y disponibilidad, las especificaciones que son únicas al aceite esencial en cuestión (por ejemplo, un aceite que solo requiere pasos de procesamiento adicional o requerimientos de densidad), cantidad requerida, ordenes totales en un período particular, almacenamiento y otros requisitos⁴.

Para propósitos representativos solamente, el precio promedio de bienes para productos cosméticos finales en Canadá está en un rango entre 25% y 30% y

más altos para maquillaje (30% a 50%). El desglose se estima de la siguiente manera⁵:

- Empaque: 40%
- Manufactura: 25%
- Ingredientes: 20%
- Costos Indirectos: 15%

Los aceites esenciales, aceites puros o extractos naturales cuentan con el 2% al 5% del componente de ingredientes, aproximadamente. Esto es una regla de cálculo general y los porcentajes reales varían de acuerdo a cada producto y al volumen de los pedidos.

1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado

El pronóstico es optimista para el mercado de belleza y cuidado personal en los próximos años; sin embargo, la inflación económica y desaceleración (especialmente fuerte en productos alimenticios y que afectará los productos de cuidado personal de lujo) y la saturación del mercado en varias subcategorías, podría frenar el crecimiento del mercado. Esto también podría aplicarse a los ingredientes usados en el mercado.

De acuerdo a la Sociedad de Químicos Cosméticos (Society of Cosmetic Chemists-SCC- www.scconline.org), el tamaño estimado del mercado de ingredientes para cosméticos en Canadá es de USD 400 millones, y está compuesto por dos segmentos principales:

- » El mercado de materia prima para rellenos.
- » El mercado de productos de valor agregado para ingredientes activos, aceites sintéticos, aceites naturales, extractos y pigmentos.

El mercado para aceites esenciales, aceites puros, extractos naturales y agentes colorantes naturales es relativamente pequeño, se estima en USD 120 millones aproximadamente para productos incluyendo los cosméticos. El desglose es el siguiente, según la TFO Canadá, 2014:

- » USD 70 millones para aceites esenciales y aceites puros.
- » USD 40 millones para extractos naturales (todas las fuentes).
- » USD 10 millones para agentes colorantes naturales.

Algunos de los puntos a resaltar de las características y tendencias del mercado canadiense específicamente relacionados

con el sector de los cosméticos se detallan a continuación:

- » Los consumidores canadienses son extremadamente conocedores cuando se trata de tomar decisiones de compra. Ellos "cotizan" hasta que encuentran lo que están buscando. Considerando que la mayoría de los hogares canadienses cuentan con internet, los consumidores indagan sobre los productos que pretenden comprar, en especial investigan el contenido, el origen, el precio y los productos de la competencia que se encuentran en el mercado. De acuerdo a una encuesta de la revista "Cosmetic Magazine" de julio de 2015, la búsqueda de productos en internet es la cuarta actividad más popular; después del envío de correos electrónicos, la búsqueda en servidores de internet y servicios de banco en línea.
- » La población canadiense está envejeciendo. Para el 2030, más de ¼ de los canadienses (aproximadamente 8,5 millones) tendrá más de 65 años. Este fenómeno tendrá un gran impacto en el consumo de cosméticos y productos de cuidado personal como las cremas rejuvenecedoras y otros productos de protección para la piel.
- » Los hombres están usando cada día más los productos de cuidado personal y solicitando productos naturales para rasurarse, lavarse y protegerse la piel. Las mujeres que se encuentran entre

⁴ El Mercado Norte Americano de Productos Naturales- Centro Internacional del Comercio - 2014

⁵ TFO Canadá

los 18 y 55 años de edad, con un nivel de ingreso medio a alto, permanece siendo el segmento más grande para los vendedores al por menor de productos de belleza y de cuidados personales.

- » Como se ha mencionado antes, la salud y el bienestar juegan un rol mayor en la demanda de productos naturales del sector de cuidado personal y belleza, al igual que los ingredientes naturales que son parte del producto final. Un buen ejemplo de esta característica es el incremento del uso de aceites a base vegetal en muchas categorías de productos para la piel y el cabello: aceite de argán de Marruecos y aceite de eucalipto para relajación y aromaterapia.
- » La funcionalidad y conveniencia continúan siendo elementos importantes para el sector de los cosméticos y productos de belleza. Los productos multifuncionales están subiendo en la demanda de los consumidores y se están haciendo cada día más populares.
- » La presión para que la industria sea “más verde” está en su punto más alto y la sostenibilidad ambiental está convirtiéndose en algo imprescindible en cada nivel de la industria y del Gobierno en Canadá. Por ende, la seguridad, la sostenibilidad y la rastreabilidad forman parte integral y natural en el proceso de compra en toda la cadena de provisión.

- » Los productos anti-alérgicos continúan siendo populares, especialmente en los productos para el cuidado de la piel.

Aunque se anticipa algún crecimiento en el mercado de Canadá, no existen figuras específicas disponibles que puedan utilizarse para evaluar la demanda futura, el consumo de cosméticos e ingredientes en este sector. Sin embargo, a medida que la economía se vaya fortaleciendo en los próximos años, se espera que los consumidores incrementen sus compras de productos de primera calidad y por ende, haciendo aumentado las ventas en esta categoría.

Otro factor que se considera a nivel de la venta al por menor y que influyen en la demanda, es por ejemplo, el hecho que los consumidores se están desligando de las fragancias tradicionales de “un aroma” que caracteriza los perfumes de mujer. Se está convirtiendo cada día más común que los consumidores, ambos femeninos y masculinos, tengan 4 o 5 “perfumes o fragancias” que usan dependiendo de la ocasión, la temporada o su vestimenta. Se espera que las fragancias nicho tengan una buena aceptación en el futuro con los consumidores que no están satisfechos con el concepto de fragancias “para toda ocasión”.

Para este efecto, si las tendencias globales como la concientización de los consumidores con respecto a los beneficios en

salud o el hecho que no hay ningún efecto secundario en el uso de aceites esenciales, corroboran las tendencias de consumo en Canadá, entonces la demanda de esencias aromáticas y fragancias en cosméticos, perfumes y productos relacionados con spa y relajación continuará aumentando en los próximos años.

Específicamente, los aceites cítricos, con sus propiedades de beneficio relacionadas a la salud y su aroma atractivo continúan en demanda, así como el eucalipto, debido al incremento en un gran rango de usos aparte de la aromaterapia. Además, los aceites tradicionalmente de cocina, como el endámame, el café la sal cruda o el azafrán⁶ están entrando en el espectro de las fragancias, lo cual significa que hay menos espacio para los aceites tradicionales como la naranja y el limón.

1.4. Ventajas del producto peruano y competencia

1.4.1. Sugerencias comerciales

El mercado canadiense para los aceites esenciales es relativamente pequeño, sin embargo existen interesantes expectativas de crecimiento. En consecuencia, los exportadores peruanos deben aprovechar

char y capitalizar este crecimiento; dar a conocer a la comunidad de importadores la calidad de sus aceites. Posiblemente no sea fácil entrar al mercado canadiense y hacer que los importadores cambien sus proveedores actuales; sin embargo, los exportadores peruanos deben de tratar de concientizar a los importadores que el Perú posee la oferta exportable para ser un proveedor de estos productos. Las entrevistas realizadas con algunos importadores revelaron que los aceites peruanos, que actualmente se importan, cuentan con buena aceptación en el mercado canadiense y en algunos sectores/regiones de Estados Unidos, debido que algunos aceites no son vendidos en Canadá pero exportados a Estados Unidos. .

Asimismo, debido a su tamaño Canadá puede ser un mercado ideal para los exportadores, actualmente representa la oportunidad de servir como un paso para mercados más grandes en volumen.

Como primer paso, los exportadores peruanos deben de intentar comunicarse con importadores; algunos están detallados en este informe, y presentar su oferta de productos acompañada de la información de la compañía. Los exportadores deben de perseverar y darle seguimiento a las solicitudes de muestras comerciales y especificaciones técnicas. El objetivo es establecer una relación a largo plazo con el importador y buscar

⁶ Diario “The Globe and Mail” – Noviembre 21, 2014.

construir negocios estables y fuertes con su socio canadiense.

Aunque este estudio es un punto de inicio válido para obtener una comprensión sobre el mercado de Canadá para los aceites esenciales, insumos e ingredientes cosméticos; es crucial que los exportadores investiguen, por su parte, a profundidad el tema y asegurarse que están completamente listos para ingresar al mercado canadiense. Para que los exportadores tengan éxito, deben de demostrar compromiso y dedicación en este mercado.

Mejores estrategias para el ingreso al mercado

Los exportadores peruanos deben de establecer vínculos con los importadores de aceites esenciales, insumos e ingredientes cosméticos en Canadá y dar a conocer que la oferta peruana es de buena calidad. Por lo tanto, los exportadores peruanos deben de contar con presencia en el mercado, y promocionar entre los importadores que están en posición para proveer al mercado canadiense.

Presentar la compañía del exportador y su oferta es la mejor forma de empezar a crear conciencia en el mercado canadiense. Esto es viable, en especial porque el número de importadores no es muy grande.

Adicionalmente, al proveer información acerca de los aceites, es útil proveer información de la compañía (historia, misión, experiencia de exportación y tamaño) para que el importador pueda tener una idea completa de la compañía y sus actividades comerciales. Una vez que la presentación se haya realizado, el exportador deberá enviar muestras comerciales de los productos, así como todas las especificaciones y descripciones de los aceites para que el importador revise la oferta adecuadamente.

Además de aprender sobre la oferta, el importador querrá verificar que la compañía exportadora es viable y que aplica buenas prácticas de manufactura; por ejemplo, la HACCP, que rápidamente se está convirtiendo en una norma en Canadá, no es un requisito pero pronto se convertirá en uno.

Como una manera de diferenciar su oferta, el exportador debe de aprovechar las tendencias que se han mencionado en este informe y asegurarse de que sean usadas al desarrollar la estrategia para entrar al mercado canadiense y así crear una oferta de productos atractivos que reúnan estas tendencias; por ejemplo, resaltar las propiedades orgánicas y sin gluten. El contar con certificaciones de este tipo, además de producir productos de manera sostenible, mejorará la oferta del producto.

Las visitas a Canadá para conocer a los importadores, así como asistir a eventos mundiales como la conferencia que organiza la Federación Internacional de Aceites Esenciales y Comercio de Aromas, son actividades importantes para los exportadores, debido a que los principales participantes de todo el mundo y de Canadá asisten a estas conferencias.

1.4.2. Análisis de la competencia

El mercado canadiense es uno de los mercados más difíciles de acceder y presenta desafíos evidentes en la introducción de nuevos productos en su mercado. Considerado la insuficiente información de datos de importación disponible sobre la presencia de Perú en Canadá, revela que el mercado no conoce que Perú es un productor fuerte de aceites esenciales. En consecuencia, para los productores/exportadores de aceites esenciales es crucial que se establezca contacto con distintos jugadores del mercado de aceites esenciales en Canadá. Como se ha indicado antes en este perfil de producto, la importación de aceites esenciales en Canadá está altamente concentrada en pocos importadores. Por ende, se convierte primordial concientizar que Perú produce estos productos.

Otra situación desafiante para los exportadores nuevos en el mercado canadiense

es el hecho que los compradores canadienses que importan aceites esenciales ya cuentan con proveedores establecidos con quienes realizan negocios de manera regular. Por tanto, a menos que ocurra algún problema con los proveedores actuales, habría poco o ningún incentivo para que los importadores busquen a otros exportadores. La excepción sería, por supuesto si la oferta del exportador fuera más atractiva que la oferta del proveedor actual. Adicionalmente, si hubiese algún problema con los proveedores actuales, el comprador habitualmente recurrirá a proveedores cercanos en Estados Unidos para cotizar, o a proveedores de Europa.

Finalmente, el cambio desfavorable del dólar canadiense en relación al dólar americano (USD 1 = CAD 1,26 en abril del 2016) representa una desventaja adicional para los exportadores peruanos en relación a sus precios de exportación a Canadá. Un dólar canadiense débil significa que los costos de productos importados son relativamente altos para los canadienses. Dada la alta volatilidad en los últimos cuatro años del dólar canadiense (CAD) en relación al dólar americano (USD), los valores proporcionados en este informe son en CAD, lo que permite una comparación más precisa para los períodos considerados (ver anexo).

02

Condiciones de Acceso

2.1. Aranceles y otros

Los aceites esenciales que se detallan en este informe están libres de gravámenes, según se aprecia en el Arancel de Aduanas de Canadá. Si los documentos u otros requerimientos (capítulo 3: Reglas de Origen del TLC Perú - Canadá, ingresar a la página web: goo.gl/rGXLuw) no son cumplidos, se aplicaría un arancel NMF de 3% por kg para las siguientes subpartidas a nivel de 10 dígitos:

- 3301.19.90.00 – "Aceites esenciales otros que cítricos" y
- 3301.24.00.00 – "Aceites esenciales de menta verde"

Los países que compiten con el Perú que no cuentan con status preferencial o que no cuentan con tratados bilaterales de comercio estarían pagando un arancel de 3% por kg para ambas subpartidas.

Información adicional puede obtenerse visitando el sitio web del Gobierno de Canadá, Negocios Mundiales Canadá (www.international.gc.ca) o el sitio web de la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá, Canada Border Services Agency - CBSA (www.cbsa-asfc.gc.ca) en el cual se encuentra el "Arancel de Aduanas de

Canadá". TFO Canadá también cuenta con una lista de los aranceles que se actualiza cada tres meses (www.tfocanada.ca).

Además de las regulaciones estándar de Canadá de entrada para aceites esenciales que son orgánicos, sin gluten o similares, no hay aranceles adicionales para la importación de los mismos.

2.2. Barreras, estándares y normas

Especificaciones técnicas, regulaciones de importación y normas de ingreso

En Canadá no existen regulaciones específicas concernientes a los aceites esenciales. El Departamento Federal de Salud de Canadá es la entidad responsable de las regulaciones que aplican a los cosméticos y los ingredientes para cosméticos en Canadá. El objetivo principal de estas regulaciones es certificar la seguridad de los productos usados por los canadienses y hacer del conocimiento que los productos que sean comprados en Canadá son seguros. Un buen lugar para comenzar a conocer acerca de las regulaciones que gobiernan los cosméticos es el

sitio web de Salud Canadá:

www.hc-sc.gc.ca/cps-spc/cosmet-person/index-eng.php

Esta sección de sitio web de Salud Canadá provee información relacionada a una variedad de temas sobre cosméticos en Canadá, algunos de ellos cuentan con sub categorías y son detallados a continuación:

- » Información regulatoria que cubre las regulaciones de cosméticos, documentos guía y los recursos relacionados: www.hc-sc.gc.ca/cps-spc/cosmet-person/regulations-reglements/index-eng.php
- » Notificaciones de los cosméticos cuando sufren cambios con el Formulario de Notificación de Cosméticos, usualmente llenada por el importador canadiense: www.hc-sc.gc.ca/cps-spc/cosmet-person/notification-declaration/index-eng.php
- » Lista de ingredientes para cosméticos que son prohibidos o restringidos, una herramienta administrativa pero que no es parte de las regulaciones para cosméticos: www.hc-sc.gc.ca/cps-spc/cosmet-person/hot-list-critique/index-eng.php

Otros temas de interés potencial incluyen la lista de materiales peligrosos que se describe en detalle en el sitio web de

Salud Canadá. También hay información relacionada con el etiquetado de cosméticos, aunque este tema concierne al empaque y etiquetado a nivel de venta al por menor, que los exportadores pueden interesarse en conocer sobre estas restricciones. Considerando que Canadá es un país bilingüe (francés e inglés), cuenta con regulaciones bastante particulares de etiquetado, ya que se deben de respetar ambos idiomas.

Asimismo, Canadá es un participante activo en la Cooperación Internacional para las Regulaciones de Cosméticos (www.iccrnet.org), una organización voluntaria compuesta por un grupo internacional de autoridades regulatorias del sector cosmético que se reúne periódicamente para discutir temas como la seguridad cosmética y las regulaciones.

Finalmente, si un cosmético es etiquetado como orgánico, Salud Canadá cuenta con procedimientos relacionados a la publicidad de estos productos en el mercado canadiense. Las siguientes páginas proporcionan información sobre este tema: www.hc-sc.gc.ca/dhp-mps/advert-publicit/pol/guide-ldir_consom_consum-eng.php

Los importadores usualmente tienen conocimiento de las regulaciones y requisitos que conciernen a los nuevos exportadores en el mercado canadiense y de manera usual, aconsejan sobre todo

Lo que es requerido. La información acerca de la seguridad de los productos/ingredientes como pruebas o exámenes, si son aplicables, pueden ser solicitados por los compradores en Canadá. Esto depende del producto y del uso para el cual es destinado.

Los importadores que también formulan productos en Canadá, también usan las Buenas Prácticas de Manufactura (use Good Manufacturing Practices - GMP), diseñado por Salud Canadá para el control de la calidad y consistencia. La información sobre este programa puede encontrarse en:

www.hc-sc.gc.ca/dhp-mps/compli-conform/gmp-bpf/index-eng.php

Adicionalmente a las regulaciones oficiales, cada importador utiliza las muestras comerciales para hacer sus propias pruebas y exámenes de los aceites para su control de calidad (QC) y para detectar la presencia de ciertos elementos como pesticidas y otros químicos residuales. Existen guías canadienses sobre el uso de aditivos, preservantes, antioxidantes, pesticidas y químicos residuales que tanto los importadores y exportadores deben de conocer.

Para los exportadores que producen aceites, además de las regulaciones mencionadas en este informe, es importante notar que Canadá es signatario de la INCI Nomenclatura Internacional de Ingre-

dientes Cosméticos (INCI, por sus siglas en inglés, un sistema para la designación de nombres de ceras, aceites, colorantes, químicos y otros ingredientes para jabones, cosméticos y otros productos basados en nombres científicos. Para que un ingrediente sea aceptado en Canadá, tiene que contar con un nombre INCI basado en su composición y estructura química. Las aplicaciones son manejadas solamente por el Comité INCI por un monto a través del Consejo de Cuidados Personales. Para mayor información sobre este tema visitar la siguiente página web: www.personalcarecouncil.org.

Transporte y logística

A menos que los exportadores envíen muestras, enviar el producto vía aérea no es una opción viable para los aceites esenciales. Si las muestras son aceptadas, el importador podría ordenar un pedido de prueba al proveedor y el cargamento sería enviado por vía marítima.

Los envíos de aceites esenciales por vía marítima es la mejor opción para los exportadores peruanos. Lo que concierne a las rutas, si el envío es para Vancouver, los barcos viajan por la costa del Pacífico (a veces vía Los Ángeles). Si el envío es a Montreal o Toronto, la ruta más común es vía el Canal de Panamá. Usualmente el cargamento toma entre 4 a 6 semanas para cada caso. También se pueden enviar cargamentos vía algunas

ciudades americanas (Miami, Filadelfia, Wilmington (Delaware), o Nueva York). Sin embargo, los importadores entrevistados mencionaron que los costos de enviar cargamentos por camión desde los Estados Unidos resultan excesivos. Adicionalmente, mientras el cargamento sea menos manipulado, son mínimas las probabilidades que éste se dañe en su transporte a Canadá. Si los productos son transportados en camión en depósito bajo fianza (In bond) desde los Estados Unidos, esto representa costos adicionales de transporte para el importador. Los aceites esenciales normalmente son enviados en barriles de metal de 180 kg.

Métodos de pago

Los términos de pago varían de acuerdo a cada importador. En general, las estimaciones deben de ser FOB (Free on Board) al puerto extranjero, incluyendo empacado, pero podría requerir CIF (Cost, Insurance and Freight) a una bodega conocida. Los pagos de importaciones de proveedores tradicionales son generalmente efectivos contra entrega de documentos. La mayoría de los importadores canadienses no trabajan con cartas de crédito; no obstante, podrían escoger otras formas y términos de crédito que convengan a ambas partes. El exportador debe usar el sistema bancario, ya que este sistema brinda opciones para las transferencias monetarias que protegen ambas partes. Las tarjetas de crédito no son usadas

normalmente como forma de pago entre importadores y exportadores.

Los contratos a menudo incluyen cláusulas que estipulan que los productos deben inspeccionarse a su salida del país de origen por el comprador o el agente de aduanas antes de su embarque. El importador usualmente solicita una garantía, incluida en el contrato, que cubra cualquier defecto de calidad no identificado. Una vez el producto importado tenga establecida una reputación de alta calidad, debe adoptarse una marca. Este tipo de identificación de marca es importante para que el consumidor pueda reconocer fácilmente el producto y saber que el mismo representa una buena calidad. Una vez que la relación de negocios entre el exportador y el importador se desarrolle, los términos usualmente se vuelven más flexibles.

Proceso de importación

El proceso de importación general (no específico a los aceites esenciales pero que aplica a importaciones en general) puede simplificarse en las siguientes etapas:

1. Se establece contacto entre el productor/exportador y el cliente potencial (el importador).
2. Se prepara y envía una cotización.
3. Se envían muestras comerciales que

03

son analizadas por el importador.

4. Se hacen cambios y ajustes cuando es necesario.

5. Se finalizan los detalles de cotizaciones, logística, documentación y pago.

6. Se aprueba el calendario de envíos.

7. Se realiza la orden de compra.

8. La documentación es enviada al importador.

9. El cargamento es enviado.

10. El cargamento llega a su destino, es retirado de aduanas (posiblemente será inspeccionado).

11. El importador recibe el cargamento.

CBSA proporciona documentación útil dirigida a los importadores canadienses para que puedan entender completamente los requisitos de importación. Aunque no están desarrolladas específicamente para los exportadores extranjeros que desean exportar a Canadá, la información y guías son extremadamente útiles y se recomienda sean leídas para que los exportadores peruanos tengan un mejor entendimiento del proceso que los importadores deben de seguir para

importar exitosamente los productos. Uno de estos documentos es: "Importando Productos Comerciales a Canadá" (Importing Commercial Goods into Canada), el cual proporciona excelente información de fondo sobre estos requisitos. La Guía de Importación brinda todos los pasos a seguir y es una herramienta valiosa, como se mencionó anteriormente.

La documentación básica que es requerida a los importadores para sus productos importados incluye los siguientes puntos:

- » Factura comercial (Commercial Invoice) - usualmente 2 copias.
- » Certificado de origen (Certificate of Origin) - en caso sea necesario.
- » Documento de control de cargamento (Cargo Control Document) - usualmente el Formulario ABA (B); comúnmente 2 copias.
- » Formulario de aduanas codificado (The Canada Customs Coding Form) - Formulario B3
- » Bill of lading (BL)
- » Lista de embalaje (Packing List)
- » Certificado orgánico (Organic Certificate) (aplicable)

Canales de Distribución y Comercialización

Los exportadores cuentan con opciones cuando se trata de decidir y seleccionar el canal de distribución apropiado para sus productos. Una opción es vender directamente a un importador (o distribuidor) en Canadá. Los importadores o distribuidores toman posesión física del producto importado y luego lo revenden a diferentes clientes en el mercado, ya sea por zona o en todo el país. Los importadores realizan los trámites necesarios para sacar el producto del puerto de entrada, y si aplica, los almacena antes de distribuirlos.

Otra opción es vender a través de un agente. Contrario a los importadores o distribuidores, los agentes no toman posesión del producto y en lugar de ello hacen que el envío del producto llegue directamente al cliente. Los agentes, usualmente, cobran un porcentaje de comisión sobre el valor de la venta.

El siguiente gráfico muestra la estructura general de la distribución en Canadá para el caso de los aceites esenciales:

Gráfico N°1: Estructura general de la distribución de aceites esenciales en Canadá



Cabe resaltar que la participación de un agente en este caso específico no es frecuente, ya que implica mayores costos para el importador. El importador, por lo general, contacta directamente al exportador o productor de aceites esenciales con quien realiza la transacción comercial. Una vez que el producto llega a las instalaciones del importador, el producto

es purificado, rectificado o modificado para luego ser distribuido a empresas fabricantes de cosméticos.

El importador o distribuidor usualmente vende a dos tipos de clientes: formuladores personalizados quienes típicamente "formulan" o recrean productos usando mezclas de ingredientes diferentes; o a

04

Información Adicional

manufactureros o procesadores, quienes transforman los ingredientes en productos finales. Usualmente estos grupos desarrollan los productos finales con marcas propias o marcas para sus clientes. Estos luego distribuyen el producto final a los vendedores al por menor con quienes realizan negocios, y que a su vez, venden el producto al consumidor final.

En lo que concierne la concentración del mercado, el sector comercial de los ingredientes para cosméticos canadienses está altamente concentrado. La mayoría de las compañías cuentan con centros para almacenar y redistribuir sus bienes por todo el país, principalmente en Toronto y Montreal. La consolidación de cargamentos en estas ciudades es común y los productos son luego distribuidos a otros puntos en Canadá.

4.1. Datos de contacto de importadores

Los volúmenes de ventas y demás información específica de compañías puede obtenerse a través de un informe específico por compañía en el sitio web Dun and Bradstreet (DNB) (www.dnb.ca en Canadá o www.dnb.com para el resto del mundo).

Uno de sus productos, Hoover, es una de las mejores herramientas disponibles en el mercado para obtener la información más actualizada y las cifras de negocios de los compradores y clientes potenciales. Esta puede ser una herramienta de ventas

y mercadeo poderosa. Hay costos implicados en la obtención de estos informes, pero definitivamente es una inversión que vale la pena realizar si se considera que se realizarán negocios con clientes nuevos y que son desconocidos. DNB también ofrece otras herramientas para la administración de riesgos y crédito, que pueden ser de interés.

Las siguientes compañías son algunas de las mayores importadoras de aceites esenciales en el mercado de Canadá.

Tabla N° 14: Datos de contacto de importadores

Empresa	Ubicación	Teléfono/Otros	Web/E-mail
Alypsis Inc.	191 Hunter Street West Peterborough, Ontario Canada H9H 2L1	Tel: 705-749-1894	www.alypsis.ca
Atrium Innovations	3500 De Maisonneuve West, Suite 2405 Westmount, Quebec Canada H3Z 3C1	Tel: 514-205-6240	www.atrium-innovations.com
Cedarome Canada Inc.	21 Paul Gauguin Street Candiac, Quebec Canada J5R 6X1	Tel: 450-659-8000	www.cedarome.com
Debro Chemicals	1405 Route Transcanadienne Dorval, Quebec Canada H9P 1J8	Tel: 514-684-9775	www.debro.com
FPI Sales North America	12-1585 Cliveden Avenue Delta, British Columbia Canada V3M 6M1	Tel: 604-522-5130	www.fpi-america.com



Empresa	Ubicación	Teléfono/Otros	Web/Email
New Directions Aromatics Inc.	6781 Columbus Road Mississauga, Ontario Canada L5T 2G9	Tel: 905-362-1915	www.newdirectionsaromatics.ca
Plant's Power	3-2700 St. Claire Avenue West, Toronto, Ontario Canada M6N 1M2	Tel: 416-766-1254	www.plantpower.ca
Quadra Chemicals Limited	3901 F. X. Tessier Vaudreuil-Dorion, Quebec Canada J7V 5V5	Tel: 450-424-0161	www.quadrachemicals.com
Thera-Plantes	582 Orly Street Dorval, Quebec Canada H9P 1E9	Tel: 514-633-0303	www.thera-plantes.com
Young Living Essential Oils	7326 - 10th Street N.E. Suite 350 Calgary, Alberta Canada T2E 8W1	Tel: 403-295-4212	www.youngliving.com
Zayat Aroma Inc.	1275 Industriel Boulevard Granby, Quebec Canada J2J 2B8	Tel: 450-378-1555	www.zayataroma.com

4.2. Oficinas/Gremios en el mercado

No existen ferias comerciales específicas para aceites esenciales en Canadá. El evento más importante al que los importadores de aceites esenciales asisten es la conferencia organizada por la Federación Internacional de Aceites Esenciales y Comercio de Aromas (IFEAT, por sus siglas en inglés) que se lleva a cabo una vez al año en distintas ciudades alrededor del mundo.

Para mayor información se recomienda visitar el sitio web de la IFEAT (www.ifeat.org). Los importadores canadienses viajan por todo el mundo para escoger aceites esenciales de diferentes países y asisten a ferias comerciales de cosméticos y comida dependiendo del campo de su interés. Usualmente visitan ferias en Estados Unidos y Europa para conocer exportadores extranjeros.

Existen algunas ferias comerciales en Canadá relacionadas con la industria de belleza y cuidados personales, pero están enfocadas principalmente en productos finales y no en ingredientes. Algunas de estas ferias incluyen el Show de Asociaciones Aliadas de Belleza (Allied Beauty Association Shows) (www.abacanada.com), el Show Internacional de Estética y Spa (Esthétique Spa International Show) (www.spa-show.com) y el Día de Proveedores de la Sociedad de Químicos Cosméticos (The Society of Cosmetic Chemists supplier days) (www.sconline.org).

4.3. Ferias comerciales

- TFO Canada www.tfocanada.ca
Asistencia a PYMES de países en desarrollo para ayudarles exportar a Canadá
- Canada Border Services Agency (CBSA) www.cbsa-asfc.gc.ca
Información sobre importaciones y los requisitos de importación en el Mercado de Canadá. Directorio de las oficinas de CBSA en Canadá disponible en el sitio web.
- Canadian Cosmetic, Toiletry and Fragrance Association www.cctfa.ca

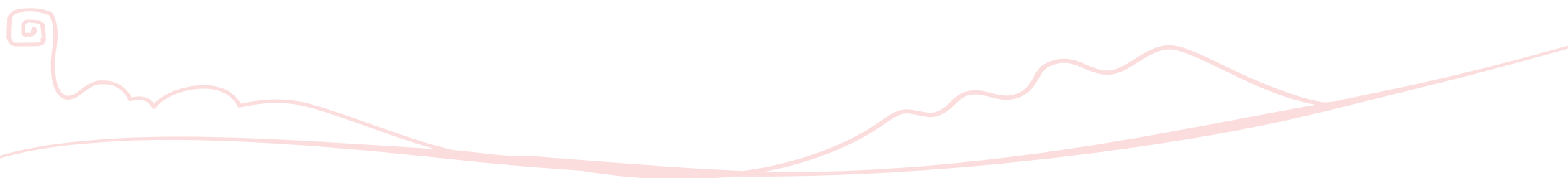
- Scented Products Education and Association of Canada www.cctfa.ca/scented
- Global Affairs Canada www.international.gc.ca
Para información sobre el Tratado de Libre Comercio entre Canadá y Perú
- Innovation, Science and Economic Development Canada www.ic.gc.ca/tdo
Para estadísticas comerciales (también: www.statcan.gc.ca)
- Health Canada www.hc-sc.gc.ca
- Society of Cosmetic Chemists www.sconline.org
(Ontario y Quebec)

Anexo

Dato histórico del tipo de cambio CAD – USD (2012 – 2015)

Las siguientes cifras obtenidas del Banco de Canadá pueden asistir al lector a comprender los períodos específicos dentro de los cuatro años analizados en este informe:

	2012	2013	2014	2015
Tasa de cambio monetario promedio	1 CAD = 1,0004 USD	1 CAD = 0,9709 USD	1 CAD = 0,9314 USD	1 CAD = 0,7820 USD
Tasa más baja anual	1 CAD = 0,9576 USD	1 CAD = 0,9314 USD	1 CAD = 0,8568 USD	1 CAD = 0,7141 USD
Tasa más alta anual	1 CAD = 1,0371 USD	1 CAD = 1,0188 USD	1 CAD = 0,9444 USD	1 CAD = 0,8562 USD



2016



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo