

2016



Aguaymanto Fresco y Procesado



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”.



Aguaymanto

Índice

Resumen Ejecutivo	6	1.4. Ventajas del producto peruano y competencia	25
Antecedentes	6	1.4.1. Sugerencias comerciales	25
Metodología de estudio	8	1.4.2. Análisis de la competencia	27
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	37
1.1.3. Importaciones canadienses	11	04. Información Adicional	39
1.1.4. Importaciones desde Perú	16	4.1. Datos de contacto de importadores	39
1.2. Características generales	18	4.2. Ferias comerciales	41
1.2.1. Usos y formas de consumo	18	4.3. Links de interés	42
1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación	18	Anexo	43
1.2.3. Auditoría en tiendas	20		
1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado	21		

Resumen Ejecutivo

Antecedentes

El aguaymanto está clasificado en dos grupos de productos separados en el Sistema Armonizado (SA): Subpartidas 0810.90.00.90 y 0813.40.00.90. Estos dos grupos son esencialmente categorías generales de productos y no hay información específica sobre el comercio de aguaymanto. La información cualitativa de este informe se obtuvo principalmente a través de entrevistas con importadores.

El sector del aguaymanto fresco en Canadá (con o sin cáscara) está dividido en dos sub sectores: aguaymanto importado en cartones o a granel para ser usado en la industria de servicios alimenticios (hoteles, restaurantes e instituciones) y el mercado de la venta al por menor para el consumidor. En ambos sectores no se han encontrado cifras, pero representan mercados nicho o pequeños. El aguaymanto procesado o deshidratado usualmente es importado a granel para ser empacado en Canadá antes de su consumo o es distribuido en tiendas que ofrecen productos a granel. Este formato usualmente es usado como ingrediente en mezclas de frutas y nueces o cereales y para meriendas saludables en barra (por ejemplo cubiertas de chocolate). Similarmente al aguaymanto fresco, el mercado de aguaymanto procesado es

pequeño, y apetece a grupos de consumidores no tradicionales, usualmente jóvenes y aquellos que se preocupan por su salud.

Algunos de los puntos a resaltar de las características del mercado canadiense específicamente relacionados con el sector de aguaymanto se describen a continuación:

- » La demanda de alimentos saludables está experimentando un gran crecimiento en Canadá;
- » La demanda de productos orgánicos está creciendo rápidamente;
- » Hay tendencias cada día más populares, conocidas a nivel internacional y estándares específicamente importantes para los exportadores de aguaymanto como: libre de GMO, libre de gluten y producto vegetariano;
- » La noción de conveniencia es de igual importancia en el mercado y está influyendo en los patrones de consumo, de preparación de comida y hábitos de compra;
- » Los canadienses son generalmente sofisticados en sus hábitos de comer, y;
- » La seguridad y la sostenibilidad forman parte integral y natural del proceso de compra en toda la cadena de abastecimiento.

Estas tendencias han propiciado un fuerte incremento en la cantidad de participantes activos en el segmento de los alimentos saludables, en el cual se encuentra el aguaymanto. Existen aproximadamente 30 importadores involucrados en la categoría de aguaymanto fresco que controlan el 80% de las importaciones de este grupo de productos. Cerca de 70 compañías están activamente involucradas en la importación de frutas secas o deshidratadas en la cual se encuentra el aguaymanto procesado o deshidratado, lo cual es más que el doble que la categoría de productos frescos. En consecuencia, se puede deducir que el mercado en Canadá es altamente competitivo en lo que se refiere a la cantidad de actores activos en el mercado. Además de formar parte de un mercado competitivo, una gran cantidad de otras frutas compiten con el aguaymanto y a menudo sirven como sustitutos fáciles: las frambuesas, los arándanos, los dátiles (Medjool o Deglett), las pasas y los arándanos rojos, que son frutas tradicionales que se encuentran en el mercado sin dificultad alguna. Existen también frutas más exóticas y menos conocidas que compiten con el aguaymanto como las bayas goji (goji berries) comúnmente provenientes de China.

Los importadores entrevistados estuvieron de acuerdo que el mercado de ambos productos es bastante pequeño. Si los beneficios en la salud que son propios del aguaymanto peruano fuesen mercadeados y promocionados con mayor intensidad para concientizar a los consumidores (y se diferenciara el aguaymanto fresco de Perú al de Colombia), entonces la demanda podría crecer significativamente. Pero a menos que estos esfuerzos de promoción no se realicen, no se espera que la demanda incremente significativamente. Aunque las estadísticas de las importaciones son generales y no proporcionan información específica del aguaymanto, los importadores entrevistados revelaron que la principal competencia de Perú es Colombia, seguido por Ecuador por un amplio margen.

No hay normas específicas para el aguaymanto. Existen varios sitios web que pueden guiar a los exportadores sobre las regulaciones principales que se relacionan con el etiquetado de alimentos, la información nutricional y otros requisitos generales a seguir que se pueden aplicar al aguaymanto (denominaciones orgánicas y otros).

01

El posicionamiento efectivo en el mercado canadiense será una tarea importante para los productores peruanos: primero y ante todo, deben diferenciarse de la competencia. A menos que el aguaymanto fresco y procesado o deshidratado pueda ser ofrecido de manera que se pueda diferenciar de los productos ya existentes en el mercado canadiense, no habría mucho

incentivo para entrar al mercado. Parecen haber más oportunidades de innovación para el aguaymanto procesado o deshidratado, posiblemente al mezclar la fruta seca con otros productos y/o ofrecer mezclas que sean distintas a las que ya se encuentran en el mercado, a través de programas que exalten el producto y creen conciencia de marca.

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 del informe contiene una descripción del mercado de aguaymanto fresco y procesado en Canadá, considerando la producción canadiense, las exportaciones y las importaciones desde el mundo

y específicamente del Perú. En la segunda parte, se encuentran las características generales del consumidor canadiense, tendencias y auditoría en tiendas. Luego, se 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 el aguaymanto fresco y procesado. 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

El mercado del aguaymanto fresco en Canadá (con o sin cáscara) está dividido en dos categorías. La primera es el aguaymanto importado en cartones o a granel para ser usado en la industria de servicios alimenticios (hoteles, restaurantes e instituciones) como decoración para platos en restaurantes o para la elaboración de conservas, jaleas y similares.

La segunda categoría es el aguaymanto destinado a la venta al por menor para el consumidor, producto aprovechado para la decoración, cubiertos de chocolate para postres (fondue de chocolate) y elaboración de jaleas, mermeladas o purés. En ambas categorías representan mercados nicho o pequeños segmentos.

En el caso del mercado correspondiente al aguaymanto procesado o deshidratado, este usualmente es importado a granel para ser empacado en Canadá antes de su consumo o es distribuido en tiendas que ofrecen productos a granel. Este formato de presentación del aguaymanto mayormente es usado como ingrediente en mezclas de frutas y nueces o cereales

para meriendas saludables en barra (por ejemplo, cubiertas de chocolate). Al igual que el aguaymanto fresco, el mercado de producto en su versión procesada es un nicho pequeño, y apetece a grupos de consumidores no tradicionales, principalmente jóvenes y personas preocupadas por su salud.

Clasificación arancelaria, alcance de estudio y descripción del producto

En la clasificación del Sistema Armonizado (SA), el aguaymanto fresco y procesado está clasificado en dos subpartidas¹:

- 1) 0810.90 – “Otras frutas frescas”. La subpartida a 10 dígitos en Canadá sería la 0810.90.00.90. Sin embargo, esta subpartida no menciona específicamente el aguaymanto, dado que es una partida bolsa, es decir, contiene una serie de productos.
- 2) 0813.40 – “Otras frutas secas”. La subpartida a 10 dígitos en Canadá sería la 0813.40.00.90. Esta subpartida tampoco menciona específicamente el aguaymanto.

¹ Se recomienda acceder en el Sistema de Referencia Automatizada de Importaciones de la Agricultura de Canadá, (Agriculture Canada's Automated Import Reference System - AIRS - <https://goo.gl/yPQLw6>) para determinar los requerimientos de entrada/importación para aguaymanto comprendidas en las subpartidas 0810.90 y 0813.40

El alcance de este informe se enfoca en estas dos categorías, que abarca las importaciones de aguaymanto fresco y procesado o deshidratado. Se usan distintos nombres para el aguaymanto peruano (physalis, tomatillo, "cape gooseberries", golden berries peruanos) y para efectos de este informe se usará el término aguaymanto. En el idioma francés, el aguaymanto se llama: cerises de terre, groseilles du cap o tomatillos.

A pesar de que las subpartidas a 6 dígitos y 10 dígitos son usadas en este informe, los exportadores deben de tomar nota que la subpartida a nivel de 10 dígitos de Perú es distinto a la subpartida de Canadá (los primeros 6 números de cualquier grupo es compartido (universal) en todos los países que usan el Sistema Armonizado (SA); mientras que los últimos 4 números quedan a discreción de cada país). Cuando se utilicen estadísticas de 10 dígitos en este informe, estas se refieren al sistema de clasificación en Canadá².

Aunque lo más seguro es que existen oportunidades en el sector de la industria de servicios alimenticios al igual que en el sector de venta al consumidor, no existen datos específicos relacionados a este sector. En consecuencia, este informe se enfoca sobre todo en el sector de la venta al por menor del mercado canadiense. Además, aunque existe una gran variedad de producto en forma procesada (jugos, concentrados de

jugo, jaleas, ingredientes para cosméticos y para la industria medicinal); este informe se enfoca exclusivamente en productos comestibles de aguaymanto fresco y procesado o deshidratado.

1.1. Tamaño de mercado

A continuación se analiza el tamaño del mercado del aguaymanto fresco y procesado en Canadá teniendo en cuenta su producción, exportaciones e importaciones totales, así como las importaciones provenientes desde Perú.

1.1.1. Producción canadiense

Canadá cosecha aguaymanto fresco en muchas de sus provincias incluyendo Quebec, Nueva Escocia, Ontario y las provincias de Alberta y Columbia Británica en el oeste del país, aunque no hay cifras exactas disponibles sobre dicha producción. La producción es escasa y los importadores contactados para este informe no estaban al tanto de ninguna producción de aguaymanto procesado o deshidratado en Canadá.

La producción doméstica de aguaymanto fresco se realiza durante el verano en Canadá (de junio a septiembre), debido a la severidad del clima en Canadá, de tal manera que en promedio 1 planta cosechada produce 100 frutas por temporada. Las semillas más populares son "Aunt

Molly" o Tía Molly provenientes de Polonia, principalmente, porque estas semillas son apropiadas para climas templados y maduran más rápido que otras variedades. Esta variedad tienen un sabor cítrico en comparación a la variedad "Cossack Pineapple" o Piña Cosaca. Otra variedad popular es la semilla Goldie que típicamente produce más frutas que la semilla Aunt Molly, pero toma más tiempo en madurar (Canadian Gardening-verano 2015).

1.1.2. Exportaciones canadienses

Canadá solamente exporta cantidades mínimas de esta categoría de fruta, con un valor aproximado de 11 000 kg, lo que representó USD 48 000 de enero a diciembre del 2015 (en un periodo de 12 meses).

1.1.3. Importaciones canadienses

En el transcurso de los años analizados para este informe, hubo un incremento gradual en el volumen y el valor de las importaciones de la subpartida 0810.90.00.90, en la cual se encuentra el aguaymanto fresco, como se ilustra en la tabla N° 1. Sin embargo, existe una disminución en las importaciones en los primeros 9 meses del año 2015, tanto en volumen como en valor; a tal punto que registró un valor importado que abarcaba el 43% de las cifras anuales (en USD) obtenidas en el año 2014.

A pesar de la disminución en volumen y valor, a lo largo del presente período (2012-2015), hubo un incremento de la proporción cantidad-precio, de USD 2,18 por kg en el año 2012 a USD 3,37 por kg en el año 2015. Las cifras específicas para aguaymanto no están disponibles. Las entrevistas preliminares con importadores revelan que no hay efectos mayores en las temporadas, lo que quiere decir que la demanda es constante en todo el año.

Asimismo, existen aproximadamente 30 importadores involucrados en la subpartida que contiene al aguaymanto fresco, y que controlan el 80% de las importaciones de este grupo de productos, según Innovación, Ciencias y Desarrollo Económico Canadá (ISED, por sus siglas en inglés) - la base de importadores canadienses (2014).

Igualmente, cerca de 70 compañías están activamente involucradas en la importación de frutas secas o deshidratadas, que incluye el aguaymanto procesado o deshidratado, lo cual refleja que existe más del doble de empresas importadoras respecto a productos deshidratados frente a frutos frescos. En consecuencia, se puede deducir que el mercado en Canadá es altamente competitivo en lo que se refiere a la cantidad de actores activos en el mercado.

² La versión completa de la Clasificación Arancelaria de Canadá puede ser encontrada en el sitio web de TFO Canadá (www.tfocanada.ca).

Tabla N° 1: Importaciones de otras frutas, frescas, n.e.s. ** (subpartida 0810.90.00.90), período 2012 - 2015

Importaciones a Canadá	2012	2013	2014	2015*
Volumen (en kg)	22 353 716	23 056 151	24 184 060	10 499 266
Valor (en USD)	48 635 206	55 251 604	61 959 444	35 379 479

Fuente: Estadísticas Canadá – Informe personalizado

*Enero – septiembre 2015.

** n.e.s.: no especificado en otra parte

Nota: no está disponible un desglose específico más detallado para el aguaymanto.

Las importaciones desde Estados Unidos representaron el 24% del total del valor de importaciones de los primeros 9 meses del 2015. Otros países proveedores importantes son Vietnam, China y México. Perú se encuentra cerca con 967 000 kg durante el mismo período.

Asimismo, durante los primeros 9 meses del 2015 más de 24 países exportaron cantidades mayores a USD 50 000 en relación a la subpartida a 10 dígitos en

este análisis. De manera interesante, se observa que hay aún más países exportando en esta misma categoría para el año 2014. La tabla N° 2 muestra la lista de los países exportadores mayores en esta categoría durante el 2015. No obstante, no se conoce la razón por la cual el número de países proveedores se ha reducido.

Tabla N° 2: Principales países exportadores de otras frutas frescas ***, n.e.s. ** (subpartida 0810.90.00.90) a Canadá, año 2015*

Países exportadores	Volumen (kg)	Valor (USD)
Estados Unidos	2 127 787	8 564 091
Vietnam	1 919 854	5 361 889
China	1 031 142	3 906 889
México	1 612 519	3 792 327
Perú	967 091	3 318 283
Tailandia	383 695	2 596 007
Colombia	317 991	1 777 450
Taiwán	308 262	942 107
Israel	318 784	939 082
Brasil	268 227	888 499
España	304 995	801 887
Chile	87 971	616 007
India	106 775	346 639
Costa Rica	232 601	289 058
Sudáfrica	28 866	200 696
Jamaica	77 892	144 219
República Dominicana	204 780	142 167
Malasia	15 737	127 830
Guatemala	19 407	96 331
Honduras	44 774	93 335
Sri Lanka	15 905	91 390
Ecuador	12 052	72 795
Nueva Zelanda	13 860	67 226
Italia	22 391	51 959

Fuente: Estadísticas Canadá – Informe personalizado

*Enero – septiembre 2015.

** n.e.s.: no especificado en otra parte

*** Cantidades y valores menores que 1 000 kg y USD 1 000

En la tabla N° 3, se observa el total de importaciones de frutas secas o deshidratadas (subpartida 0813.40.00.90), donde se puede apreciar que las importaciones se dispararon tanto en volumen y en valor en el 2015. De hecho, el volumen aumentó casi 40% en solo 9

meses del año 2015, comparado a 12 meses del año anterior (2014). Aunque no se puede determinar si este fenómeno puede ser considerado como un indicativo del impacto de las crecientes tendencias en el mercado canadiense de productos relacionados con la salud.

Tabla N° 3: Importaciones de otras frutas, procesadas o deshidratadas, n.e.s. (subpartida 0813.40.00.90) de Canadá, período 2012 - 2015**

Importaciones a Canadá	2012	2013	2014	2015 (YTD)*
Volumen (en kg)	3 292 807	2 916 460	2 901 702	4 024 315
Valor (en USD)	24 593 531	23 030 099	23 772 505	23 714 962

Fuente: Estadísticas Canadá – Informe personalizado

*Enero – septiembre 2015.

** n.e.s.: no especificado en otra parte

Para que se tenga una idea de cuán competitivo es el mercado en Canadá, 21 países exportaron más de USD 50 000 durante los primeros 9 meses del 2015, posicionando a Perú en el noveno lugar de importancia en valor de importaciones. Una vez más, los volúmenes y valores más importantes son de Estados Unidos. En tanto, Ecuador y Colombia exportaron cantidades significativamente más

pequeñas que Perú durante los primeros 9 meses del año 2015 como se muestra en la tabla N° 4. La presencia de Ecuador en el mercado de Canadá fue mucho más fuerte en el año 2014 cuando la tasa de cambio del dólar canadiense estaba más fuerte en relación al dólar americano, que es la moneda oficial de Ecuador.

Tabla N° 4: Principales países exportadores de otras frutas, procesadas o deshidratadas, n.e.s. (subpartida: 0813.40.00.90) a Canadá, año 2015***

Países exportadores	Volumen (kg)	Valor (USD)
Estados Unidos	2 767 294	12 047 148
China	393 498	4 651 696
Tailandia	206 410	1 435 338
Sudáfrica	323 541	1 022 265
Alemania	20 570	798 765
Chile	11 745	606 243
Turquía	44 438	602 450
Irán	40 277	373 455
Perú	37 788	254 981
Corea del Sur	10 205	247 243
Serbia	5 908	232 179
Afganistán	25 886	138 605
Hong Kong	18 778	100 023
Ecuador	5 991	99 955
Colombia	3 142	90 232
India	28 338	84 928
Vietnam	5 810	81 613
France	4 273	76 520
Mongolia	3 275	68 527
Filipinas	14 141	66 500
Grecia	21 750	64 299
Polonia	1 478	56 046

Fuente: Estadísticas Canadá – Informe personalizado

*Enero – septiembre 2015.

** n.e.s.: no especificado en otra parte

*** Cantidades y valores menores que 1 000 kg y USD 1 000

1.1.4. Importaciones desde Perú

La tabla N° 5 muestra el desempeño de este producto proveniente de Perú durante el período analizado. No es posible evaluar las exportaciones de Perú a Canadá de aguaymanto, debido a que no están incluidos en la categoría

general "otros". Sin embargo, la subpartida en general se ha incrementado significativamente en el período analizado, de USD 1,28 millones en el 2012 a USD 3,32 millones en los primeros 9 meses del 2015.

Tabla N° 5: Importaciones de otras frutas, frescas, n.e.s. ** (subpartida 0810.90.00.90) de Canadá provenientes desde Perú, período 2012 - 2015

Importaciones a Canadá provenientes de Perú	2012	2013	2014	2015 (YTD)*
Volumen (en kg)	423 432	618 757	1 124 619	967 091
Valor (en USD)	1 281 970	2 129 057	3 085 467	3 318 283

Fuente: Estadísticas Canadá – Informe personalizado

*Enero – septiembre 2015.

** n.e.s.: no especificado en otra parte

Es importante mencionar que, de acuerdo a los importadores entrevistados, Colombia es el proveedor más importante de aguaymanto en el mercado canadiense y, en consecuencia, el competidor más importante para Perú. Por lo tanto, si se considera que no hay otro producto fresco de importancia exportado por Colombia en esta subpartida, las cifras de la tabla N° 6 demuestran una aproximación razonable del volumen y valor de las importaciones de aguaymanto colombiano que ingresó al mercado canadiense, el cual fue un poco menos de 400 000 kg en el año 2014, lo

cual representó aproximadamente USD 2 millones en valor.

Asimismo, Ecuador es también un proveedor importante de aguaymanto fresco, pero su volumen y valor exportado es mucho menor, con 12 500 kg y USD 13 000, respectivamente, durante los primeros 9 meses del año 2015. Aunque, existen muchos otros países exportando productos en esta subpartida; no obstante, los importadores canadienses entrevistados no estaban al tanto de otros países exportadores de aguaymanto.

Tabla N° 6: Importaciones de otras frutas, frescas, n.e.s. ** (subpartida 0810.90.00.90) de Canadá provenientes desde Colombia, período 2012 - 2015

Importaciones a Canadá provenientes de Colombia	2012	2013	2014	2015 (YTD)*
Volumen (en kg)	252 727	334 296	395 246	317 991
Valor (en USD)	1 056 139	1 602 085	2 061 614	1 777 450

Fuente: Estadísticas Canadá – Informe personalizado

*Enero – septiembre 2015.

** n.e.s.: no especificado en otra parte

La provincia de Ontario es ampliamente la provincia más importante para las exportaciones de la subpartida (a nivel de 6 dígitos), representando 12,4 millones de kg (USD 29,8 millones) en el año 2014. Perú exportó un total de 890 000 kg (USD 2,4 millones) durante el mismo año; mientras que Colombia exportó 268 700 kg (USD 1,2 millones). La provincia de Columbia Británica es la segunda en importancia para esta categoría, seguido por Alberta y Quebec como lo muestra la tabla N° 7.

Cabe señalar que de los 30 mayores importadores para esta subpartida, que lograron abarcar cerca del 80% del mercado en Canadá en el año 2014, como se mencionó anteriormente; la mitad de aquellos están localizados en la provincia de Ontario. Un gran número de importadores más pequeños comparten el 20% restante de la cuota de importaciones, conforme a la base de datos canadiense - Importaciones por productos (subpartida 0810.90.00.90).

Tabla N° 7: Importaciones de otras frutas, frescas, n.e.s. * (subpartida 0810.90), por provincia canadiense seleccionada, año 2014

Provincia	Mundo		Perú		Colombia	
	kg	USD	kg	USD	kg	USD
Ontario	12 400 221	29 799 488	890 815	2 396 478	268 713	1 175 639
Columbia Británica	8 441 839	22 681 751	123 304	419 631	58 997	351 541
Alberta	2 059 158	6 011 792	1 131	14 012	30 830	246 712
Quebec	1 274 174	3 477 563	110 763	253 340	72 514	404 380

Fuente: Estadísticas Canadá – Cuadro 990-0008

*n.e.s.: no especificado en otra parte

El avance de las exportaciones de frutas secas o deshidratadas de Perú a Canadá es constante y ha aumentado rápidamente en años recientes como lo muestra

la tabla N° 8. El volumen proveniente de Perú ha incrementado más de 11 veces desde el año 2012 hasta el año 2015 (desde enero a septiembre).

Tabla N° 8: Importaciones de otras frutas, procesadas o deshidratadas, n.e.s. (subpartida 0813.40.00.90) de Canadá provenientes desde Perú, período 2012 - 2015**

Importaciones a Canadá provenientes de Perú	2012	2013	2014	2015 (YTD)*
Volumen (en kg)	3 245	5 113	24 265	37 788
Valor (en USD)	51 588	58 012	133 169	254 981

Fuente: Estadísticas Canadá – Informe personalizado

*Enero – septiembre 2015.

** n.e.s.: no especificado en otra parte

1.2. Características generales

1.2.1. Usos y formas de consumo

El aguaymanto es consumido usualmente en fresco, vendido en los anaqueles de las tiendas de conveniencia en contenedores plásticos de 100 gramos. Por otro lado, el aguaymanto procesado o deshidratado es consumido como parte de mezclas de frutas y nueces en empaques plásticos "pouches" fácil de volver a cerrar, o al por mayor.

Además de los empaques innovadores de tipo "pouche" para frutas secas y mezclas de frutas y nueces mencionados anteriormente, no hay otros conceptos innovadores que impacten directamente el aguaymanto.

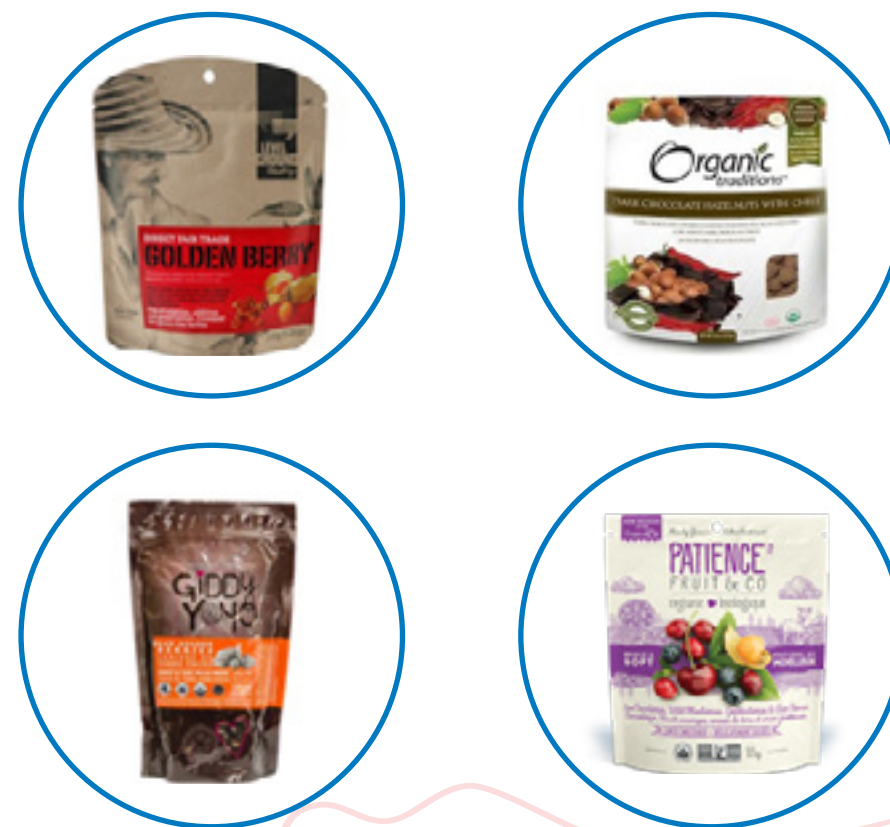
1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación

Como ya se ha mencionado, el empaque juega un papel muy importante en la imagen de los productos, como lo muestra la figura N° 1. Los empaques "pouches" al vacío y las meriendas de porciones individuales son relativamente nuevos en el mercado en comparación a los empaques más tradicionales en cartón o en bolsa que no se pueden volver a cerrar fácilmente.

Estos son percibidos como más atractivos por los consumidores finales ya que permiten que el producto se mantenga más fresco.

A continuación se muestran presentaciones del producto comúnmente encontrados en los anaqueles de tiendas de conveniencia en Canadá.

Figura N° 1: Diferentes empaques ofrecidos en los anaqueles de tiendas de conveniencia en Canadá



Fuentes: rawnutrition.ca, tenthousandvillages.ca, uraaw.ca, vitashop.ca

Nota: considerar que el tamaño de las presentaciones varían, y pueden ser de 100 g, 113 g, 150 g, 227 g y 454 g

1.2.3. Auditoría en tiendas

En el momento en que se elaboró este informe, el precio de venta al por menor de 100 gramos de aguaymanto fresco era de USD 2,50. Los precios obviamente varían durante el año de acuerdo a la disponibilidad del producto importado y de acuerdo a la producción. Las cadenas de supermercados como Sobeys (conocida como "IGA" en la provincia de Quebec), ofrecen el servicio de venta en línea y provee los precios de venta al por menor de muchos de los productos encontrados en sus anaqueles. Para mayor información visitar la siguiente página: www.iga.net.

La tabla N° 9 presenta resúmenes mensuales de los precios del aguaymanto determinado por los mayoristas para las tiendas al por menor en las ciudades de Toronto y Montreal, que son las dos ciudades más grandes en Canadá. La demanda es mayor en Toronto, por lo tanto ocasiona que los precios sean menores en contraste con la ciudad de Montreal. Estos precios deben servir únicamente como referencia, ya que el mercado de productos frescos cambia constantemente en cada temporada y de año en año.

Tabla N° 9: Resumen mensual de precios del aguaymanto fresco* de los mayoristas a las tiendas al por menor - 2015 (de enero a agosto)

Mes	Toronto		Montreal	
	Alto	Bajo	Alto	Bajo
	en USD		en USD	
Enero	17,00	17,00	21,15	19,00
Febrero	17,00	17,00	21,15	19,00
Marzo	18,50	17,00	21,15	19,00
Abril	18,50	17,00	21,15	19,00
Mayo	18,50	17,00	21,15	19,00
Junio	18,50	17,00	21,15	19,00
Julio	18,50	17,00	21,15	19,00
Agosto*	19,00	19,00	21,15	14,50
Septiembre*	19,00	17,00	18,50	15,50

*Cartón de 12 x 100 gr

Fuente: Agriculture and Agri-Food Canada – Informe Infohort

Debido a que el aguaymanto procesado o deshidratado es utilizado en una gran variedad de comidas, no existen comparativos de valor, ya que todo depende del producto final en sí y la cantidad de aguaymanto procesado o deshidratado que es usado. Cuando se observa el precio al por mayor disponible frente al precio de venta al por menor, este último variaba positivamente entre USD 3,40 y USD 3,70 por cada 100 gramos al momento de realizar esta auditoría. Una vez más, estos precios solo deben servir como referencia general.

1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado³

El crecimiento del segmento de los alimentos saludables (donde se encuentra el aguaymanto) en el mercado canadiense ha propiciado una mayor presencia de actores activos en dicho segmento.

Se detallan algunos de los puntos a resaltar de las características y tendencias del mercado canadiense específicamente relacionados con el mercado de aguaymanto:

» La demanda por alimentos saludables está experimentando un alto crecimiento en Canadá. El aguaymanto califica perfectamente en esta tendencia alimenticia y es considerado por los consumidores como una opción

saludable. En el mercado nicho al cual pertenece, esta fruta es apreciada por sus propiedades nutritivas, rico en vitamina A y C, así como en caroteno y bioflavonoides; por lo tanto, ayuda a reducir riesgos asociados a diferentes padecimientos de salud.

» Según la Revista Canadian Grocer (2014), estas propiedades son a menudo usadas en las campañas promocionales a nivel de venta al por menor y en los sitios web de los importadores de este tipo de productos. Una de las grandes tendencias que ha surgido con el incremento de la demanda de productos saludables es el hecho que en los años recientes ha habido un aumento fuerte en el consumo de meriendas saludables en varios formatos, como barras nutricionales, mezclas de frutas y nueces, y bebidas saludables, todo con la intención de proporcionar a los consumidores un sentimiento de bienestar al momento de consumir su comida y sus meriendas.

» La demanda de productos orgánicos está creciendo rápidamente. Una vez más, el aguaymanto pertenece a esta tendencia. El tamaño del mercado de productos orgánicos en Canadá se estima que está por encima de los USD 2 mil millones en ventas anuales. La Asociación Canadiense de Comercio de Productos Orgánicos reportó que el mercado para productos orgánicos

pre-empacados para almacenes ha crecido en promedio casi 20% anualmente en los años recientes.

- » La visibilidad y la presencia de los productos orgánicos en los anaqueles de los supermercados comunes es cada día más fuerte, tomando cada vez más espacio en los anaqueles de las cadenas de supermercados y tiendas especializadas. Aunque no se cuenta con las cifras actuales para el aguaymanto, los expertos estiman que el aguaymanto orgánico en la categoría de productos secos o deshidratados, ocupa una proporción mayor del mercado que el del aguaymanto no orgánico. Los importadores canadienses algunas veces tienden a solicitar adicionalmente a las certificaciones canadienses (ver logo a continuación) la certificación USDA Organic o las certificaciones ECO Cert.

- » Los siguientes logos corresponden a certificaciones cada día más populares en Canadá, conocidas a nivel internacional y estándares específicamente importantes, lo que reafirma su postura como tendencia, el cual debe ser considerado por los exportadores peruanos de aguaymanto.



El aguaymanto procesado o deshidratado una vez más, califica dentro de las categorías Producto Libre de Modificación Genética (GMO-free, por sus siglas en inglés), sin gluten y producto vegetariano. Para mayor información sobre el GMO, puede ingresar al siguiente link: www.nongmoproject.org

Asimismo, los exportadores peruanos pueden considerar la certificación "B Corporation o B Corp" siempre que la certificación esté dentro de la planificación estratégica de su empresa (B Corp es una certificación para las compañías comprometidas con el desarrollo de actividades sociales y ambientales, según el diario The Guardian). La certificación puede obtenerse contactando la Corporación B Lab. Para mayor información, puede ingresar al siguiente link: www.bcorporation.net

La certificación "Fair trade" o comercio justo, aunque no es particularmente un concepto bien establecido, también puede jugar un papel importante en el sector de frutas secas del mercado canadiense. Fair Trade Canada es una de las pocas organizaciones de certificación en el país que es miembro del Fairtrade Labelling Organizations International (FLO). Para mayor información, se recomienda visitar el sitio web de Fair Trade Canada: www.fairtrade.ca.

La certificación de comestibles, según la ley judía o Kosher (COR) también puede ser requerida por los importadores canadienses. Puede encontrar más información en www.cor.ca.

La lista completa de todos los programas de certificaciones puede encontrarse en la siguiente página web: www.ecolabelindex.com.

- » La noción de conveniencia es de igual importancia en el mercado y está influyendo en los patrones de consumo, de preparación de comida y hábitos de compra, ya sea en las meriendas de frutas procesadas listas para el consumo y las mezclas de nueces y frutas, como también en los productos con empaques innovadores de plástico, tales como las bolsas o "pouches" re-utilizables, así como los empaques fácil de abrir, apropiados para los consumidores de edad avanzada.

- » Los canadienses son generalmente sofisticados en sus hábitos alimenticios. El flujo de inmigrantes en el transcurso de los últimos cincuenta años ha influido notoriamente en el tipo de comida que se consume a diario en Canadá, alejándose del típico y básico plato de "carne y papas", y escogiendo en vez, una variedad de comida de distintas

culturas de todo el mundo. Además, los canadienses viajan mucho, lo cual ha influenciado en lo que comen y como se realiza el mercadeo de los productos. Para ilustrar este hecho, uno de los importadores entrevistados oferta sus productos exóticos de frutas y nueces, como la mezcla “Machu Pichu” (usando una ortografía adaptada para ser fácilmente pronunciada en inglés y francés), la cual contiene básicamente aguaymanto procesado o deshidratado.

- » La seguridad, la sostenibilidad y la trazabilidad forman parte integral y natural del proceso de compra en toda la cadena de abastecimiento, desde el productor hasta el consumidor final. La preocupación por el medio ambiente afecta la manera en que los canadienses comen y viven. Las cadenas de supermercados realizan esfuerzos para mantener informados a sus consumidores sobre sus productos sostenibles y ecológicamente responsables. Esto es usualmente publicado en la radio interna o parlante de los supermercados (Las cadenas grandes tienen sus propias estaciones de radio).

Estas tendencias han propiciado el aumento en la cantidad de marcas canadienses que incorporan aguaymanto fresco o procesado y las cuales son mercadeadas solas o como parte de mezclas de productos. La mayoría de los importa-

dores de este tipo de productos pueden ser considerados como una nueva generación o nueva clase de importador, que se enfoca mucho en mercadear y desarrollar marcas que incorporan estas tendencias.

Por otro lado, no existen cifras disponibles sobre las perspectivas específicas de demanda del aguaymanto fresco o procesado y ninguno de los importadores entrevistados para este informe conocía el tamaño del mercado para cada uno de estos grupos. Algunos proporcionaron estimaciones vagas en donde un supermercado movía entre 30 y 40 kg del producto por semana. Según una encuesta realizada por la revista Grocer Magazine (2013), en Canadá existen cerca de 20 500 tiendas de conveniencia de distintos tipos (independientes, cadenas de tiendas, entre otros) y que el mercado de aguaymanto fresco es muy pequeño, una estimación es que entre un 5 a 10% del total de tiendas de conveniencia venden aguaymanto, lo cual representa un aproximado de 1 000 a 2 000 tiendas en todo el país. Esta es una estimación bastante general, ya que la información disponible sobre este producto específico es limitada.

Dadas las tendencias de mercado descritas anteriormente, no habría alguna razón para creer que la demanda del mercado por lo menos continuará creciendo al mismo ritmo en el cual lo ha venido haciendo, o que aumentará a medida que las preocu-

paciones sobre la salud continúen teniendo una mayor influencia en la decisión de compra del consumidor canadiense. Sin embargo, todos los importadores entrevistados estuvieron de acuerdo en que el mercado de ambos productos es bastante pequeño; no obstante, coincidieron en que si los beneficios para la salud, que son propios del aguaymanto peruano fuesen mercadeados y promocionados con mayor intensidad, a fin de concientizar a los consumidores (y se diferenciara el aguaymanto fresco de Perú al de Colombia), entonces la demanda podría crecer significativamente; asimismo, advirtieron que de no realizarse estos grandes esfuerzos de promoción, no se espera que la demanda de aguaymanto incremente de manera considerable.

1.4. Ventajas del producto peruano y competencia

1.4.1. Sugerencias comerciales

En vista de los comentarios brindados por los importadores entrevistados para este perfil de producto, y de la limitada información cuantitativa disponible, los exportadores peruanos deben de considerar con cierta cautela el mercado de Canadá. El mercado del aguaymanto fresco es pequeño y la competencia está bien posicionada, por lo cual es clave comenzar a ofrecer este fruto de manera diferenciada

al producto que ya se encuentra en el mercado canadiense, sino no habría mucho incentivo para entrar al mercado.

Parecen haber más oportunidades de innovación para el aguaymanto procesado o deshidratado que para el producto en fresco, posiblemente al mezclar la fruta seca con otros productos y/o ofrecer mezclas que sean distintas a las que ya se encuentra en el mercado sería una alternativa distinta, a través de programas que exalten el producto y que creen conciencia de marca. Los exportadores con intenciones serias deben establecer su presencia en Canadá. Visitar una de las principales ferias comerciales (como por ejemplo SIAL) y exhibir en uno de estos eventos (posiblemente bajo la marca país de Perú) puede ser un buen paso para iniciar su presencia en el mercado canadiense. Pero un solo ejercicio no es suficiente para establecer una fuerte presencia, se debe adoptar un enfoque a largo plazo.

Canadá puede ser percibido también como un paso de acercamiento, aprendizaje y acumulación de experiencia y prestigio para aquellos exportadores que desean entrar al mercado de Estados Unidos, que es más grande y más exigente. Debido a su tamaño, a los hábitos de consumos sofisticados y saludables, Canadá puede ser un destino ideal para pymes antes de ingresar al mercado estadounidense.

Aunque este estudio es un punto de inicio válido para obtener una comprensión sobre el mercado de Canadá para el aguaymanto, es crucial que los exportadores investiguen de su parte a profundidad para asegurarse que están completamente listos para llenar las condiciones requeridas en el mercado canadiense. Para que los exportadores tengan éxito, deben de demostrar compromiso y dedicación en este mercado.

Mejores estrategias para el ingreso al mercado

El posicionamiento efectivo en el mercado canadiense será una tarea importante para los productores peruanos; primero y ante todo, deben de diferenciarse de la competencia, como se ha mencionado en reiteradas oportunidades.

En el caso del aguaymanto fresco, la oferta peruana debe de sobrepasar la oferta colombiana en términos de precio/calidad, al igual que ofrecer un producto diferente al que se puede encontrar actualmente en los anaqueles de Canadá. Si no lo hacen, la penetración en el mercado será complicada. Además, los exportadores también deben de buscar maneras de mejorar la logística relacionada con el transporte del producto en toda la cadena de abastecimiento, buscar maneras de maximizar la eficiencia y al mismo tiempo asegurar

el cumplimiento de las órdenes y de los pedidos en el tiempo acordado. También, pueden explorar la posibilidad de trabajar con productores de otras frutas consideradas como “exóticas” (es decir, productores que no cosechan en climas nórdicos) en Canadá para ofrecer proyectos conjuntos a los importadores. También se debe de evaluar el desarrollo de asociaciones a largo plazo con los importadores o los mayoristas canadienses, a fin de crear una relación de negocios que aumentará con el tiempo. La Oficina Comercial de Perú en Toronto puede asesorar y brindar asistencia en estos temas. Uno de los importadores entrevistados mencionó que Perú debería de contar con un sistema estándar o de cateo que facilite hacer único el aguaymanto peruano. Para ayudar a diferenciar el aguaymanto peruano del colombiano, los exportadores tal vez deben de considerar usar el nombre “physalis peruano” como parte de una marca peruana única al país.

Los exportadores de aguaymanto procesado o deshidratado deben de aprovechar las tendencias mencionadas anteriormente en este informe y asegurar que las mismas son consideradas para el desarrollo de las estrategias de entrada al mercado y en la creación de la oferta de productos nuevos atractivos (libres de GMO, vegetariano, libre de gluten, orgánicos, entre otros). De hecho, todos los productos peruanos deberían de contener algún logo mostrando

que Perú es un país proveedor de productos libre de GMO. También sería de beneficio enfocarse en importadores de la nueva generación que se interesan en los productos saludables (algunos pueden encontrarse al final de este informe). Uno de los importadores entrevistados mencionó que podría, si es financieramente conveniente, desarrollar un programa de muestras para propiciar la concientización de los consumidores. Además de ayudar a la educación de los consumidores, un programa de este tipo podría servir como incentivo para los importadores.

Mercadeo y publicidad

El mercado canadiense es altamente competitivo, debido a que está dentro de los países con los índices más altos de importaciones per cápita. Compañías de todo el mundo y en especial de Estados Unidos, quien es el mayor socio comercial de Canadá, están en constante competencia para obtener una cuota del mercado canadiense.

Para ser exitoso en este mercado, los exportadores necesitan ofrecer precios competitivos, una alta calidad, un servicio eficiente y empaques y etiquetas adecuados.

Los exportadores se enfrentan con dos opciones cuando consideran incursionar en el mercado canadiense a nivel de ventas al por menor; el primero consiste

en exportar bajo la marca del importador y el segundo se enfoca en introducir su propia marca, si la misma ya está bien establecida en Perú (o en otra parte).

Los importadores canadienses usualmente tienen sus propias marcas, y muy a menudo, importan sus frutas secas y preparan sus propias mezclas en Canadá. Esto es un factor adicional que hace que la mezcla final sea única y propia al importador y que trae como consecuencia una ventaja competitiva sobre los importadores de productos similares. Las estrategias individualizadas de mercadeo y tácticas frecuentemente usadas son discutidas con los importadores antes de iniciar las relaciones comerciales. Si el importador realiza actividades de publicidad a nivel de la venta al por menor, dichos costos son a veces compartidos entre el importador y el exportador.

1.4.2. Análisis de la competencia

Además de que el aguaymanto forma parte de un mercado competitivo, una gran cantidad de otras frutas compiten con el aguaymanto y a menudo sirven como sustitutos fáciles. Por un lado, se encuentran las frutas más comunes que se adquieren fácilmente en el mercado de Canadá como las frambuesas, los arándanos, los dátiles (Medjool o Deglett), las pasas y los arándanos rojos. Canadá es el segundo productor más importante de arándanos

rojos después de Estados Unidos. Contrario al aguaymanto, no solamente son usados como decoración, también son utilizados extensamente en la cocina tradicional canadiense, en repostería, en jugos y bebidas de frutas. Por otra parte, existen frutas más exóticas y menos conocidas que compiten con el aguaymanto como las bayas goji (goji berries) comúnmente provenientes de China (Centro Internacional del Comercio - Análisis de mercado de tres ingredientes naturales de Perú - 2013). Tanto los arándanos como las bayas goji son ampliamente usadas como ingredientes naturales que contienen propiedades saludables y, por lo tanto, compiten directamente con el aguaymanto en lo que se refiere a los beneficios para la salud.

El mercado canadiense es un mercado difícil de acceder y presenta desafíos obvios en la introducción de nuevos productos en su mercado.

El mayor desafío para el aguaymanto fresco es que tiene que competir con el producto proveniente de Colombia, que de acuerdo con los importadores entrevistados, cuenta con la mayor cuota del mercado y con una mejor infraestructura logística para exportar productos a Canadá. Además, Colombia ofrece precios competitivos, debido a que tiene ventajas de economía de escala, gracias a los altos volúmenes de su cosecha. Los costos de transporte también son más asequibles desde Colombia, por lo que se puede

concluir que la distancia entre Canadá y Perú representa otro reto.

Otra situación desafiante es convencer a los posibles compradores que los exportadores peruanos cuentan con la capacidad de proveer consistentemente la calidad y la cantidad de productos, y que pueden cumplir los estrictos requisitos de importación.

Asegurar el cumplimiento de los tiempos y entregar productos de acuerdo a los términos establecidos se convierte en otro desafío importante a superar y una prioridad a atacar para poder establecer relaciones de negocios viables con los importadores canadienses.

Se pueden mencionar tres desafíos para los proveedores peruanos de aguaymanto procesado o deshidratado; primero, la aparente falta de conocimiento sobre los beneficios del producto entre los consumidores canadienses; segundo, el sabor amargo del producto en comparación con otras frutas, lo cual implica la necesidad de tener consumidores con un paladar adquirido y dispuestos a probar el producto, lo que puede significar que otros productos sean seleccionados más fácilmente y por último, el aguaymanto es más caro comparado con otras frutas secas en venta en el mercado y en consecuencia, el precio podría dañar la entrada al mercado.

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

No existen aranceles para el aguaymanto fresco o procesado exportado desde Perú a Canadá.

Adicionalmente, ningún otro país exportador de las clasificaciones arancelarias analizadas en este perfil de producto paga impuestos de importación para productos que califican en las dos subpartidas arancelarias. Para obtener mayor información se puede visitar el sitio web de Asuntos Globales del Gobierno de Canadá (www.international.gc.ca) o la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá - CBSA (www.cbsa-asfc.gc.ca), donde está disponible el "Arancel Aduanero de Canadá". TFO Canadá también brinda una lista dinámica de aranceles aduaneros que es actualizada cada trimestre (www.tfocanada.ca).

Tener en cuenta que el impacto potencial de la nueva Regulación para Alimentos Seguros para Canadá (Safe Foods for Canadians Regulations), aún no ratificada en diciembre de 2015; pero, de aprobarse, podría ocasionar un gran impacto en el cumplimiento de los requisitos relacio-

nados a la seguridad de alimentos y otros requisitos en Canadá, y en consecuencia, volver más riguroso el cumplimiento de los requisitos aplicados en la actualidad. Este es un intento para asegurar que todos los productos manufacturados e importados a Canadá sean productos seguros.

2.2. Barreras, estándares y normas

No hay normas específicas para los empaques o etiquetado del aguaymanto. Existen, sin embargo, guías generales a seguir que se relacionan a todos los productos alimenticios empacados para consumo y la venta al por menor. La Agencia Canadiense de Inspección Alimenticia (Canadian Food Inspection Agency, CFIA - www.inspection.gc.ca) administra las regulaciones pertinentes a empaques y etiquetado de los productos. En resumen, todos los productos deben de contener la información específica, como el tamaño y descripción del producto, UPC o PLU (código de precio), país de origen, nombre del importador y dirección, entre otros, en los idiomas oficiales de Canadá (inglés y francés). La Agencia Canadiense de Inspección Alimenticia (Canadian Food

Inspection Agency, CFIA) cuenta con una lista para revisar las normas de etiquetado. El acceso al sitio web es el siguiente: www.inspection.gc.ca/food/labelling/food-labelling-forindustry/eng/1383607266489/1383607344939

Además de requerir la información en los dos idiomas, el contenido nutricional es obligatorio para cumplir con los requisitos del Gobierno canadiense, como se muestra a continuación. No solamente es necesaria la información en los dos idiomas, sino una presentación ordenada pre establecida. Para tener más información al respecto, se puede visitar en el sitio web de la Agencia Canadiense de Inspección Alimenticia (Canadian Food Inspection Agency, CFIA) lo referente a la "Información dentro del Cuadro de Nutrición" (Information within the Nutrition Facts Table). Los lectores deben de recordar que los requisitos nutricionales no son los mismos que los de Estados Unidos. A continuación se muestra un requisito nutricional en Canadá para productos alimenticios preparados para venta al por menor (en efecto a partir de diciembre 2015).

Figura N° 2: Contenido nutricional – etiqueta para comida

Nutrition facts Valeur nutritive	
Per 1 oz / par 28gr	
Amount Teneur	% Daily Value % Valeur quotidienne
Calories / Calories 82	
Fat / Lipides 1 g	2%
Saturated / Saturés 0 g	0%
+ Trans / Trans 0 g	
Cholesterol / Cholestérol 0 g	
Sodium / Sodium 10 mg	0%
Carbohydrate / Glucides 17 g	7%
Fibre / Fibres 5.5 g	25%
Sugars / Sucres 8 g	
Protein / Protéines 2 g	
Vitamin A / Vitamine A	40%
Vitamin C / Vitamine C	4%
Calcium / Calcium	1%
Iron / Fer	6%

Fuente: Agencia Canadiense de Inspección Alimenticia (Canadian Food Inspection Agency, CFIA)

Adicionalmente al ejemplo sobre el contenido nutricional que se acaba de mencionar, las etiquetas en inglés y en francés deben de contener la siguiente información en el envase: cantidades netas en unidades del sistema métrico, la lista de ingredientes (incluyendo ingredientes alergénicos), las fechas de expiración (si es menor a 90 días), los nombres comunes del producto, nombre y dirección del productor/importador (imported by/importé par), tamaño específico, según las regulaciones y país de origen. Para mayor detalle, puede ingresar al siguiente portal web: www.inspection.gc.ca.

Todos los productos importados en Canadá deben de cumplir con la legislación canadiense, incluyendo las Leyes y Regulaciones Canadienses de Alimentos y Drogas y las Leyes y Regulaciones de Empaque y Etiquetas para el Consumo. Su cumplimiento es responsabilidad del importador canadiense y se espera que esté al tanto de todos los riesgos involucrados en la importación de alimentos y los controles necesarios para demostrar que los alimentos importados son seguros y cumplen con la legislación canadiense. Los importadores canadienses también deben tener acceso a la documentación necesaria que pruebe que los productores extranjeros de estos productos alimenticios cuentan e implementan los controles necesarios. En ese sentido, el Gobierno de Canadá está trabajando para eventual-

mente contar con HACCP y Global GAP (para productos frescos) como requisitos de introducción estándar. Además, hay un interés creciente en Canadá en adoptar la Iniciativa de Seguridad Alimenticia Global (Global Food Safety Initiative, GFSI), administrada globalmente por el Foro de Productos de Consumo, para mejorar y estandarizar los sistemas de seguridad alimenticia GFSI, que actualmente se utilizan en más de 150 países. Algunas de las grandes cadenas en Canadá (Loblaws por ejemplo) usan GFSI como requisito para sus proveedores. Más información sobre GFSI puede encontrarse en la siguiente página web: www.mygfsi.com.

Otra agencia gubernamental canadiense que proporciona información valiosa acerca de cómo importar a Canadá es la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (Canada Border Services Agency, CBSA). La CFIA trabaja en conjunto con la CBSA y el Departamento de Asuntos Globales de Canadá para regular la importación de alimentos. El Memorandum D-11 (encontrado en el sitio web de CBSA) también contiene información detallada sobre las Reglas de Origen que son bastantes rigurosas y particularmente complejas en Canadá, aunque no especialmente concerniente al aguaymanto. Se recomienda fuertemente a los exportadores visitar el sitio web de CBSA y consultar estos requisitos en www.cbsa-asfc.gc.ca.

El Gobierno de Canadá también cuenta con las Regulaciones para Productos Orgánicos (Organic Products Regulations), que requiere certificaciones obligatorias del Estándar Nacional de Orgánicos (National Organic Standard) para productos agrícolas que son presentados como orgánicos en el comercio internacional e inter-provincial, o que cuentan con el sello de producto agrícola orgánico federal o el logo federal. La CFIA es la entidad principal responsable de asegurar que las importaciones cumplan con los requisitos adecuados concernientes a su descripción y declaraciones. La CFIA también proporciona una lista de agencias acreditadas en certificación con las cuales trabaja en todo el mundo. El sitio web de la CFIA es el siguiente: www.inspection.gc.ca.

Las regulaciones del Régimen Orgánico Canadiense (Canadian Organic Regime, COR), estipulan que tanto el etiquetado del producto a granel como del producto empacado para el consumidor final debe de tener información específica. Esta información puede encontrarse en el sitio web del CFIA. Como se ha mencionado antes, la CFIA también ofrece el Sistema Automatizado de Referencia para Importaciones o Automated Import Reference System (AIRS), para asistir a los importadores y exportadores a determinar permisos específicos, documentación y otros requisitos de aduanas para alimentos. AIRS básica-

mente es una base de datos disponible en línea, actualizada con los requisitos más recientes de la CFIA para la importación de comida, plantas y animales. Es recomendado por el CFIA como la primera referencia concerniente a los requisitos para importación/exportación. El sitio de la AIRS solicita a los usuarios el código del Sistema Armonizado (HS) del producto, el país de origen, la provincia de destino en Canadá y el uso final, y así genera una lista de los requerimientos aplicables.

Transporte y logística

Enviar el producto vía aérea no es una opción viable para el aguaymanto procesado o deshidrato, excepto cuando los exportadores envían muestras comerciales; sin embargo, sí es una alternativa viable para el fresco. Los cargamentos aéreos para este tipo de productos puede realizarse a través de empresas americanas (American Airlines, Delta Airlines, United Airlines), Air Canadá o Lan Perú. No obstante, a menos que los exportadores cuenten con envíos muy regulares vía aérea, garantizar un espacio en la sección de carga de una aeronave no es nunca una tarea fácil. Si se envían cargamentos con una empresa estadounidense, los productos pasaran por los Estados Unidos y luego serán enviados a Canadá vía aérea o terrestre. Si los productos son transportados en camión en depósito bajo fianza ("in bond") desde

Estados Unidos, como suele realizarse en este país, esto sumará sustancialmente los costos de transporte. De acuerdo con los exportadores de la industria, el puerto de Miami no se recomienda como puerto de transbordo, debido a que el mercado de aguaymanto es pequeño, en consecuencia, los importadores usualmente consolidan los envíos con otros productos de similares características (dirigidos a nichos de mercado).

Enviar cargamento vía marítima es la opción más sensata para el aguaymanto procesado o deshidratado. En cuanto a las rutas, si el envío es para Vancouver, los barcos navegaran a través de las costas del Pacífico (a veces vía Los Ángeles). Si el destino es Montreal o Toronto, la ruta más común es vía el Canal de Panamá. El tiempo en cada caso es de 4 a 6 semanas. Los envíos también pueden hacerse vía ciudades americanas, como Miami, Filadelfia, Wilmington (Delaware) o Nueva York. Sin embargo, es importante recalcar que los importadores entrevistados mencionaron que los costos del transporte en camión desde los Estados Unidos pueden ser altamente onerosos, por lo cual representan una carga adicional.

Además, se debe tener en cuenta que entre menos se manipule la mercancía hacia su destino en Canadá, habrá menos probabilidades de que el producto sea dañado.

Métodos de pago

Si las muestras son aceptadas, el importador podría ordenar un pedido de prueba al proveedor. Si algunos ajustes son requeridos, el importador solicitará nuevas muestras que cumplan con los cambios solicitados. Una vez las muestras cumplan con lo solicitado, un pedido de prueba bajo un calendario de entrega acordado, será enviado a Canadá. El importador hace las recomendaciones al proveedor sobre las características de productos que se venden bien en Canadá y sobre las condiciones dentro de la cuales debe llegar a Canadá. El importador usa muestras para examinar el interés de los mayoristas y minoristas que ya venden este tipo de producto.

Los términos de pago varían de acuerdo a cada importador individual. 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. La forma de pago para proveedores tradicionales es generalmente efectiva contra entrega de documentos.

La mayoría de los importadores canadienses no trabajan con Cartas de Crédito, pero podrían escoger otras formas y términos de crédito que convengan a ambas partes. El exportador debe de usar el sistema bancario, ya que este brinda opciones para las transferencias monetarias que protegen a ambas partes.

Los contratos a menudo incluyen cláusulas que estipulan que los productos deben de ser inspeccionados y firmada por el comprador o el agente antes de su embarque en el país de exportación. El importador usualmente solicita una garantía incluida en el contrato que cubra cualquier defecto de calidad no identificado. Una vez que el producto importado tenga establecida una reputación de alta calidad en Canadá, el siguiente paso es adoptar una marca.

Este tipo de identificación de marca es importante para que el consumidor canadiense pueda reconocer fácilmente el producto y saber que él 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 al aguaymanto 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 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 acuerda y aprueba un 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 sacado 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 por los importadores para sus productos importados incluye los siguientes puntos:

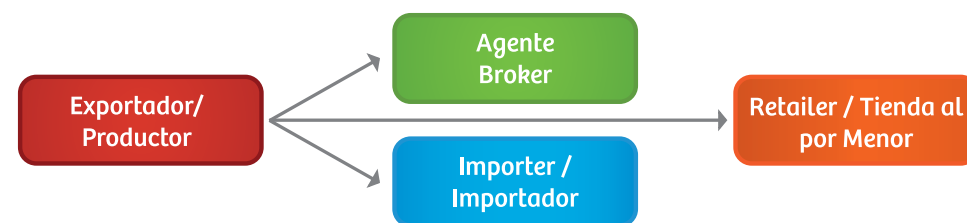
- Factura comercial (Commercial Invoice) (usualmente 2 copias son requeridas)
- Certificado de origen (Certificate of Origin) (en caso necesario)
- Documento de Control de Cargamento (Cargo Control Document) - usualmente el Formulario ABA (B) (usualmente 2 copias son requeridas)
- Formulario de Aduanas Codificado (The Canada Customs Coding Form) – Formulario B3
- Bill of Lading (BL)
- Lista de embalaje (Packing List)
- Certificado Orgánico (Organic Certificate) (siempre que sea solicitado por el comprador)



03

Canales de Distribución y Comercialización

Gráfico N° 1: Canales de Distribución y Comercialización



Elaboración: Mincetur

Los exportadores tienen varias opciones cuando se trata de decidir el canal de distribución y comercialización para sus productos. A continuación se exponen las principales:

Canal minorista:

Una opción es la venta directa a los principales minoristas en Canadá (solamente las grandes cadenas tienen la capacidad económica de importar directamente). Si bien esta opción generalmente es atrac-

tiva, ya que es vista como una manera en que el exportador/productor en Perú y el minorista eliminan a los "intermediarios" de la cadena de suministro, ésta presenta desventajas que no deben de ignorarse. Una de ellas es que estas cadenas que compran directamente de los productores, cuentan con reglas sumamente rigurosas de compra y prácticas que los vendedores deben de cumplir. Los exportadores que no cuenten con una presencia física en Canadá para tratar con su cliente minorista podrían estar en desventaja y

04

Información Adicional

encontrar dificultad en cumplir con estas reglas y prácticas. Además, estos minoristas usualmente compran cantidades mayores lo cual puede sumar estrés a nuevos exportadores.

Canal mayorista:

Una segunda opción, a menudo la más común y preferida, es de tratar con un importador que compre el producto directamente del productor/exportador y distribuya el producto de manera total o parcial en el país. Este importador toma posesión física del producto, realiza los trámites de aduanas y almacena el producto para su posterior distribución a los minoristas o compradores en el sector de servicios alimenticios. El sector de servicios alimenticios representa un poco menos de la mitad de todas las ventas de alimentos en el mercado canadiense y por ende, puede ser una opción atractiva para el exportador, en especial para el aguaymanto fresco.

Agente/Intermediario:

Una tercera opción es la contratación de un agente intermediario (usualmente escogido en base regional), quien no toma posesión física del producto, pero que toma un porcentaje como comisión de las ventas

realizadas a los distribuidores y minoristas, dependiendo del caso. Los agentes usualmente encuentran los clientes en nombre de los exportadores, quienes luego envían directamente sus productos a los compradores. Una vez más, esta podría ser una opción atractiva para los productores de aguaymanto fresco, que pueden empaclar el producto o no, en formatos de diferentes tamaños y revender el producto al por mayor sin procesamiento adicional. Sus clientes pueden ser típicamente mayoristas que a su vez empaclar de nuevo y venden la fruta bajo su propia marca, o minoristas que venden en contenedores al por mayor o bajo sus propias marcas de tiendas (marcas privadas). Otros tipos de clientes podrían ser las compañías de servicios alimenticios, quienes compran el producto para posteriormente empaclar o para venderlo sin procesarlo en restaurantes, cadenas de hoteles, entre otros.

En términos de la concentración del mercado, el comercio alimenticio canadiense está altamente concentrado. La mayoría de las compañías tienen centros de almacenes y de redistribución de productos en todo el país, principalmente localizados en Toronto, Montreal y Vancouver. La consolidación de cargamentos a estas ciudades es común, para posterior distribución en otros puntos de 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 defi-

nitivamente 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 del mercado de Canadá.

Puede ser que actualmente importen aguaymanto o no, pero podrían hacerlo si una oferta atractiva que llene sus necesidades se les presenta.

Tabla N° 10: Datos de contacto de los importadores

Empresa	Ubicación	Contacto	Página Web	Categoría de productos
Canadawide Fruit Wholesalers Inc.	1370 de Beauharnois Street West Montreal, Quebec H4N 1J5.	Tel : 514-382-3232	www.canadawidefruits.com	Fruta y verdura fresca
Courchesne Larose	9761 Boulevard des Sciences Montreal, Quebec H1J 0A6.	Tel: 514-525-6381	www.courchesnelarose.com	Fruta y verdura fresca
Hector Lariué	313 Benjamin-Hudon Ville St-Laurent, Quebec H4N 1J1.	Tel: 514-389-8500	—	Fruta y verdura fresca

Empresa	Ubicación	Contacto	Página Web	Categoría de productos
Left Coast Naturals	4612 Dawson Street Burnaby, British Columbia V5C 4C3	Tel: 604-879-9100	www.leftcoastnaturals.com	Procesado o deshidratado
Entrepôt Fruigor Inc.	8700 Place Ray-Lawson Montreal, Quebec H1J 1Z2	Tel: 514-355-7541	www.fruigor.com	Fruta y verdura fresca
Level Ground Trading	Unit B – 1970 Keating Cross Road Victoria, British Columbia V8M 2A6	Tel: 250-544-0932	www.levelground.com	Procesado o deshidratado
Loblaw Co. Ltd.	1 President's Choice Circle, Brampton, Ontario L6Y 5S5	Tel: 905-459-2500 Fax: 905-861-2387	www.loblaw.ca	Fruta y verdura fresca, minorista
Manley Sales	250 Nugget Avenue Scarborough, Ontario M1S 3A7	Tel: 416.412-6188	www.manleysales.ca	Fruta y verdura fresca
Metro Inc.	11011, Boul. Maurice-Duplessis Montreal, Quebec H1C 1V6	Tel: 514-643-1000	www.corpo.metro.ca	Fruta y verdura fresca, cadena de tiendas al por menor
Nature's Path Foods Inc.	9100 Van Horne Way, Richmond, British Columbia V6X 1W3	Tel: 604-248-8777	ca-en.naturespath.com	Empresa de cereal, fruta procesada o deshidratada
Prana	1440 Jules Poitras Boulevard Montreal, Quebec H4N 1X7	Tel: 514-276-4864	www.prana.bio	Procesado o deshidratado
Tootsi Impex	8800 Henri-Bourassa Boulevard West Ville St-Laurent, Quebec H4S 1P4	Tel: 514-381-9790	www.tootsiimpex.com	Procesado o deshidratado

4.2. Ferias comerciales

Los importadores canadiense, los agentes intermediarios (brokers) y algunos mayoristas visitan todos los años al menos una de las ferias de alimentos internacionales principales, como la Feria Anuga en Alemania (www.anuga.com) y Sial en Francia (www.sialparis.com), así como eventos especializados como el Fancy Food Show (el evento de invierno es en San Francisco, en enero, y el evento de verano es en Nueva York, en junio – www.specialtyfood.com). Similarmente, la industria de frutas y verduras frescas se reúne en Alemania para el evento Fruit Logistica que se realiza en febrero (www.fruitlogistica.de). Dentro de Canadá, el evento más grande es SIAL, el cual se realiza cada año en abril o mayo y que alterna de lugar entre Montreal y Toronto. En el 2016, SIAL se realizó en Montreal del 13 al 15 de abril del 2016, y se realizará en Toronto, del 2 al 5 de mayo del 2017.

Otro evento que podría ser de interés es Grocery Innovations Canada, el cual es organizado por La Federación Canadiense de Comerciantes Independientes. Los detalles relacionados con este evento pueden encontrarse en el sitio web incluido en la lista a continuación. La Asociación Canadiense de Alimentos Saludables (Canadian Health Food Association) también organiza pequeños eventos en el oeste de Canadá (CHFA Oeste), en Toronto (CHFA Este) y en la provincia de Quebec (CHFA Quebec). Estos eventos son más pequeños que SIAL pero están focalizados en alimentos especializados y saludables. Para productos frescos, los exportadores deben de considerar visitar la Convención Anual y Feria Comercial CPMA. Esta feria es normalmente realizada en diferentes ciudades cada año. La edición del 2016 se realizó en Calgary, Alberta, del 12 al 14 de abril. La edición del 2017 será en Toronto del 9 al 11 de mayo.

Tabla N° 11: Ferias comerciales

Ferias	Descripción	Página Web
SIAL Canadá	La feria comercial más internacional de comida y bebidas que se realiza cada primavera, alternando entre Montreal y Toronto.	www.sialcanada.com
Canadian Health Food Association	--	www.chfa.ca
Grocery Innovations Canadá	--	www.cfig.ca/index.asp
Canadian Produce Market Association	--	www.cpma.ca

Anexo

4.3. Links de interés

» TFO Canadá

Asistencia a PYMES de países en desarrollo para ayudarles a exportar a Canadá.
www.tfocanada.ca

» Global Affairs Canadá

Para información sobre el Tratado de Libre Comercio entre Canadá y Perú.
www.international.gc.ca

» Canadá Border Services Agency (CBSA)

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.
www.cbsa-asfc.gc.ca

» Innovation, Science and Economic Development Canadá

www.ic.gc.ca/tdo

» Statistics Canada

www.statcan.gc.ca

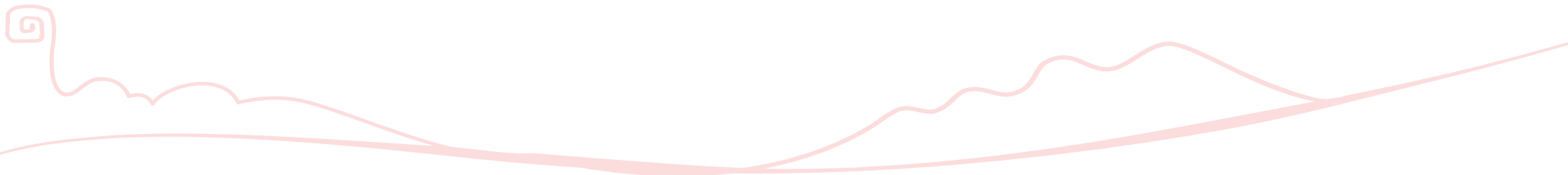
» Canadian Food Inspection Agency

Requisitos sobre productos orgánicos y no-orgánicos.
www.inspection.gc.ca

Evolución del tipo de cambio del dólar canadiense us el dólar americano (2012 – 2015)

Las siguientes cifras obtenidas del Banco de Canadá pueden contribuir al lector a conocer la evolución del tipo de cambio en el período 2012 - 2015:

	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	1 CAD = 1,0188 USD	1 CAD = 0,9444 USD	1 CAD = 0,8562 USD



2016

@Perú



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo