

2016



# Aceite y Grano Tostado de Sacha Inchi



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



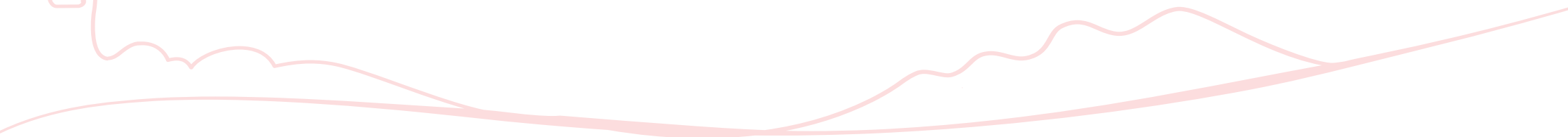
“Este perfil de producto ha sido realizado en el mercado por la Oficina de Facilitación de Comercio de Canadá (TFO Canadá), utilizando fuentes primarias y secundarias. El trabajo realizado por la consultora ha sido supervisado por la OCEX Toronto, contando con la colaboración de la Dirección de Desarrollo 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”.



## Aceite y Grano Tostado de Sacha Inchi

# Índice

Resumen Ejecutivo	6	1.4. Ventajas del producto peruano y competencia	27
Antecedentes	6	1.4.1. Sugerencias comerciales	27
Metodología de estudio	9	1.4.2. Análisis de la competencia	29
<b>01. Mercado - Descripción del Sector</b>	<b>10</b>	<b>02. Condiciones de Acceso</b>	<b>31</b>
1.1. Tamaño de mercado	11	2.1. Aranceles y otros	31
1.1.1. Producción canadiense	11	2.2. Barreras, estándares y normas	31
1.1.2. Exportaciones canadienses	12	<b>03. Canales de Distribución y Comercialización</b>	<b>38</b>
1.1.3. Importaciones canadienses	14	<b>04. Información Adicional</b>	<b>40</b>
1.1.4. Importaciones desde Perú	17	4.1. Datos de contacto de importadores	40
1.2. Características generales	19	4.2. Ferias comerciales	42
1.2.1. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación	19	4.3. Links de interés	43
1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado	21	Anexo	44



# Resumen Ejecutivo

## Antecedentes

En Canadá, el aceite de sacha inchi está clasificado en la subpartida nacional 1515.90.99.90; mientras que las semillas están clasificadas en la subpartida nacional 2008.19.90.90. Estos dos son esencialmente grupos generales de productos de la categoría "otros" y no se cuenta con cifras comerciales específicas disponibles sobre el producto en sí. La información cualitativa en este informe se obtuvo a través de entrevistas con importadores.

El mercado canadiense de aceites comestibles, incluyendo los aceites para cocinar, se divide en dos categorías. La primera categoría contiene a los aceites tradicionales, los cuales incluyen el aceite de oliva y de canola. En segunda categoría se encuentran los aceites de lujo y especiales, que comprenden una gran variedad de aceites encargados de satisfacer a una gran variedad de paladares. La mayor tendencia en este mercado se orienta hacia los aceites no tradicionales o no convencionales de aceites vegetales y de semillas, como el coco, el aguacate o de semilla de uva.

El número de los diferentes tipos de aceites comestibles en los anaqueles, así como la variedad dentro del mismo tipo de aceite está creciendo rápidamente. El mercado de Canadá para las semillas básicamente sigue el mismo patrón. Estas son usadas

principalmente como meriendas, en barras nutricionales (por ejemplo, cubiertas de chocolate) y en cereales. Las semillas usualmente son importadas a granel, y son empacadas en Canadá antes de su consumo o son distribuidas a granel a los vendedores al detalle que ofrecen productos a granel en sus tiendas.

Las principales características del mercado canadiense de aceites y semillas de sacha inchi se describen a continuación:

- La demanda de alimentos saludables está experimentando un gran crecimiento en Canadá.
- La demanda de productos orgánicos está creciendo rápidamente.
- Existen tendencias y estándares cada vez más conocidas a nivel internacional, específicamente relevantes para los exportadores peruanos de sacha inchi. La principal tendencia consiste en exportar sacha inchi libre de los organismos genéticamente modificados (GMO). Además, también se valoran los productos libre de gluten, producto vegetariano, entre otros.
- La noción de conveniencia es de igual importancia en el mercado y está influ-

yendo los patrones de consumo, de preparación de comida y hábitos de compra.

- Los canadienses son generalmente sofisticados en sus hábitos de comer.
- La seguridad, la sostenibilidad y la trazabilidad forman parte integral y natural del proceso de compra en toda la cadena de abastecimiento.

Estas tendencias han propiciado un sólido incremento en la cantidad de actores activos en el segmento de los alimentos saludables. Existen aproximadamente veintisiete importadores involucrados en la categoría del aceite de sacha inchi, los cuales controlan el 80% de las importaciones de este grupo de productos. Cerca del mismo número de compañías están activamente involucradas en la importación de semillas, en la cual se encuentra la semilla de sacha inchi, por lo que se puede deducir que el mercado en Canadá es altamente competitivo en relación a la cantidad de actores activos en el mercado. Además de formar parte de un mercado competitivo, una gran cantidad de otros aceites y semillas, que son sustitutos fáciles, compiten directamente con el sacha inchi. Asimismo, hay varios aceites a base de

semilla en el mercado que compiten con el aceite de sacha inchi, ya que son igualmente ricos en nutrientes naturales. Por ejemplo, el aceite de oliva es el aceite líder para cocinar y preparar comida, pero cada día existen más aceites que son percibidos como saludables por ser bajos en grasa saturada y altos en contenidos omega, como el aceite de canola (Canadá es un gran productor de este producto), el aceite de aguacate, el aceite de semilla de uva, de girasol, de cártamo y de nuez, los cuales están ganando campo y son competidores directos del aceite de sacha inchi. Además, estos aceites vienen en una gran variedad de sabores y aromas, ya que son usados en la preparación de comida y en los aderezos de ensaladas, lo cual hace la competencia aún más difícil. También, existen aceites menos conocidos y que forman parte de un mercado nicho más segmentado que está ganando cada vez más mayor popularidad, entre los principales productos destacan el aceite de semillas de cáñamo, de linaza y de lino.

Las semillas que compiten con el sacha inchi en el mercado canadiense son las semillas de chía, la quinua, las semillas de calabaza, la linaza (linseeds) y las semillas de lino (flax seeds), así como otras semillas con altos nutrientes que se usan para la producción de cereales, mezclas de nueces

y semillas, meriendas y bebidas saludables, como los batidos y licuados. Los importadores que ofrecen mezclas de estas semillas incluyen las semillas de sacha inchi, aunque en cantidades limitadas.

Dadas las tendencias de mercado descritas anteriormente y considerando que una difusión del producto sea realizada, no hay ninguna razón para creer que la demanda en el mercado por lo menos continuará creciendo al mismo ritmo en el cual lo ha venido haciendo, o que aumentará a medida que las preocupaciones sobre la salud continúen teniendo una mayor influencia en la decisión de compra.

Particularmente, para los productores de sacha inchi el desafío más grande no es crear conciencia de una marca, sino crear conciencia del producto en sí. En ese sentido, se puede decir con seguridad que el consumidor canadiense no conoce la existencia del aceite de sacha inchi y aún menos sobre las semillas. Por lo tanto, a pesar que el producto contiene muchos beneficios importantes para la salud, éstos no son conocidos en Canadá, y solos no son suficientes para posicionar el producto en el mercado.

Aunque Canadá no es productor de semillas o de aceite de sacha inchi, el país es un excelente productor de aceites a base de semilla y a base vegetal. Es una indus-

tria desarrollada de gran importancia que funciona como motor económico en el sector agrícola, con cerca de 70 000 productores de aceite a base de semilla en todo el país, incluyendo productores de semillas, procesadores de aceite de semilla, proveedores de la industria alimenticia y productores de comida a base de aceite de semilla. Las principales semillas para aceite en Canadá son la canola, la soya, las semillas de girasol y la linaza. En consecuencia, también existe competencia de parte de los aceites y semillas producidas en Canadá además de los aceites y semillas importadas ya mencionados.

No hay regulaciones específicas para el aceite o las semillas de sacha inchi. Existen sitios web que brindan una guía general sobre las regulaciones principales pertinentes a empaques y etiquetado de los productos alimenticios, la información nutricional y otros requisitos que aplican a estos productos (certificados orgánicos y otros).

El posicionamiento efectivo en el mercado canadiense es una ardua tarea para los productores peruanos, primero, deben diferenciarse de la competencia, debido a que el precio para el aceite de sacha inchi es percibido por los canadienses como alto; por consiguiente, los productores podrían considerar opciones para reducir costos con el objetivo de ofrecer precios

más bajos, lo que permitiría incrementar ventas en el mercado canadiense. Como estrategia para Canadá, se recomienda comercializar el aceite como un aceite de lujo o "premium", y resaltar las ventajas y características que se han mencionado a lo largo de este informe.

## 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. En la primera parte se realiza una descripción del mercado de aceite y semilla de sacha inchi en Canadá, considerando la producción canadiense, las exportaciones y las importaciones desde el

Los exportadores de semillas de sacha inchi deben de aprovechar las tendencias mencionadas en este informe y asegurar que éstas sean consideradas para desarrollar la estrategia de entrada y crear una oferta atractiva del producto, aprovechando estas tendencias.

mundo y específicamente del Perú. La segunda parte del trabajo detalla las características generales del consumidor canadiense, tendencias y auditoría en tiendas. La tercera parte contiene 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 y semillas de sacha inchi. Finalmente, se ofrece información de interés del exportador; la cual debe tener presente a la hora de ingresar al mercado de Canadá.

# 01

## Mercado - Descripción del sector

El mercado canadiense de aceites comestibles para cocinar o no, se divide en dos categorías, que son los aceites tradicionales, que abarcan esencialmente al aceite de oliva y de canola; y los aceites de lujo y especiales, los que incluyen una gran variedad de aceites que apetecen a muchos paladares diferentes.

El crecimiento del mercado canadiense ha propiciado un fuerte incremento en el número de actores activos en el segmento de los alimentos saludables, en el cual se encuentra el aceite y las semillas de sacha inchi.

Según el departamento de Innovación, Ciencias y Desarrollo Económico de Canadá - Base de importadores canadienses - 2014 del Gobierno de Canadá, existen aproximadamente veintisiete importadores involucrados en la categoría del aceite de sacha inchi, los cuales controlan el 80% de las importaciones de este grupo de productos. Un número igual de compañías están activamente involucradas en la importación de nueces y semillas, en la cual se encuentran las semillas de sacha inchi, controlando también un 80% del mercado de importaciones. Por lo tanto, se puede decir que el

mercado de aceites y semillas en Canadá se encuentra concentrado en pocos actores activos.

Es importante mencionar que además de formar parte de un mercado competitivo, una gran cantidad de otros aceites y semillas, que a menudo sirven como sustitutos fáciles, compiten con la semilla y el aceite de sacha inchi.

### Clasificación arancelaria, alcance de estudio y descripción del producto

En la clasificación del Sistema Armonizado (SA), el aceite sacha inchi está clasificado en 2 grupos de productos separados:

» 1515.90 – “Otras grasas vegetales y aceites y sus derivados, refinados o no, pero que no han sido alterados químicamente”. En el caso de la subpartida a diez dígitos en Canadá correspondiente al aceite de sacha inchi es la 1515.90.99.90 - “Otros”. Se debe considerar que esta subpartida de 10 dígitos no menciona al aceite de sacha inchi específicamente, ya que engloba a un conjunto de productos por ser una partida bolsa.

» 2008.19 – “Frutas, nueces y otras partes de plantas comestibles, pudiendo estar preparadas o procesadas, pudiendo contener azúcar u otros agentes para endulzar o licor, no estando especificado o incluido en otra parte, incluyendo en mezclas”. La subpartida a diez dígitos en Canadá al cual pertenece la semilla de sacha inchi la 2008.19.90.90 - “Otros”. Esta subpartida no menciona a la semilla de sacha inchi específicamente.

El alcance de este informe se enfoca en estas 2 subpartidas, que comprenden las importaciones de aceite de sacha inchi comestible y las semillas. Aunque las subpartidas a nivel de 6 dígitos y de 10 dígitos son usados en este informe, los exportadores deben de tomar nota que la subpartida de 10 dígitos correspondiente en Perú es diferente a la subpartida de 10 dígitos usado en Canadá (los primeros 6 números de cualquier subpartida es compartido en todos los países que usan el Sistema Armonizado; mientras que los últimos 4 dígitos quedan a discreción de cada país). Cuando se utilicen estadísticas de 10 dígitos en este informe, éstas se refieren al sistema de clasificación arancelaria en Canadá<sup>1</sup>.

Este informe se enfoca en el sector de la venta al por menor del mercado canadiense para aceites comestibles y semillas, y no incluye el mercado de productos saludables y naturales, ni el de la industria de los cosméticos, ya que es preferible que se elaboren estudios por separado.

### 1.1. Tamaño de mercado

A continuación se analiza el tamaño del mercado de aceite y semilla de sacha inchi en Canadá teniendo en cuenta la producción, exportaciones e importaciones totales, así como las importaciones provenientes del Perú.

#### 1.1.1. Producción canadiense

Aunque Canadá no es productor de semillas o de aceite de sacha inchi, el país es un productor de aceites a base de semilla vegetal. Es una industria con un gran dinamismo, con cerca de 70 000 productores de aceite a base de semilla en todo el país, incluyendo, procesadores de aceite de semilla, proveedores de la industria alimenticia y productores de comida a base de aceite de semilla.

<sup>1</sup> Una versión completa de los aranceles aduaneros canadienses puede encontrarse en el sitio web de TFO Canadá ([www.tfoCanada.ca](http://www.tfoCanada.ca)).

De acuerdo a la enciclopedia canadiense “Los Cultivos de Semilla para Aceite”, para el año 2013, las principales semillas para aceite en Canadá son la canola, la soya, las semillas de girasol y la linaza. La soya requiere un tiempo relativamente largo de crecimiento (100-140 días) y un clima cálido, por lo que la producción canadiense está concentrada en la Provincia de Ontario. En contraste, la semilla de girasol tolera un clima más templado y requiere una temporada más corta de cultivo (100-120 días), la mayoría de la producción se encuentra en la provincia de Manitoba. La linaza y la canola están adaptadas a temporadas cortas y al clima templado de las praderas de las provincias de Manitoba, Saskatchewan y Alberta; una gran parte de la producción se realiza en este territorio. El gran tamaño de esta área y el desarrollo de variedades de una calidad mejorada han convertido a la canola en uno de los mayores cultivos de semilla para aceite comestible en el país.

El total de la producción de semillas para aceite en Canadá se estimó en 22,4 toneladas (2011-2012 año/cultivo<sup>2</sup>), con el aceite de canola representando 65% de la producción, seguido por la soya (aproximadamente 20%) y la linaza. Durante ese año/cultivo, la contribución total de la canola a la economía canadiense fue valorada en USD 19 mil millones. Hay

nuevas semillas para aceite que están emergiendo, como la borraja (tradicionalmente usada para comida y ahora usada para fines terapéuticos y cosméticos), camelina (usada para cocina y como suplemento nutricional) y las semillas de cáñamo. Canadá utiliza tecnología avanzada para incrementar el valor nutricional de los aceites y sus componentes, y reduciendo las grasas saturadas y trans a fin de convertir los aceites en más saludables para beneficio de los consumidores, según la revista “Canadian Food Insight”: “El Futuro de la Industria de Semillas para Aceite en Canadá(2013)”.

### 1.1.2. Exportaciones canadienses

Además de proveer al mercado doméstico, Canadá también lidera en las exportaciones de aceite comestible y de semillas para aceite destinadas a distintos países, lo cual se evidencia durante la última década, período en que Canadá se ha convertido en un exportador mayor de este tipo de productos.

La tabla N° 1 muestra las exportaciones canadienses de aceites selectos y sus derivados para el período analizado. En cada caso, Estados Unidos es el comprador más importante de las exportaciones de semillas para aceites canadienses.

Tabla N° 1: Exportaciones canadienses de aceites selectos y de semillas, período 2012 – 2015, en USD

Subpartida SA – Producto	2012	2013	2014	2015	Los mercados más importantes para exportaciones
SA 1507.90 - Soya-Aceite de frijol y sus derivados- Refinados pero no modificados químicamente	62 148 348	88 278 926	69 122 295	86 948 783	- Estados Unidos (97%) - Otros más pequeños: Trinidad & Tobago, Cuba, Corea del Sur
SA 1515.90 – Aceite y grasas vegetales, n.e.s. y sus derivados, Refinados o no, pero no modificados químicamente	11 644 831	16 321 435	19 968 049	18 765 953	- Estados Unidos (85%) - Otros más pequeños: Alemania, Japón, Corea del Sur
SA 2008.19 – Nueces y semillas n.e.s. (incl. Mezclas) - Preparadas, Con o sin azúcar, endulzantes o licores.	29 274 413	35 997 874	59 113 346	114 514 978	- Estados Unidos (96%) - Otros más pequeños: Corea del Sur, China, Japón
SA 1514.19 Canola o aceite de colza – Bajo ácido erúico - no crudo & SA 151499 Canola, colza o aceite de mostaza n.e.s.* - No crudo	1 430 601 447	1 289 247 540	1 281 264 498	1 493 008 881	- Estados Unidos (91%) - Otros más pequeños: México, Hong Kong, China

Fuente: Innovación, Ciencia y Desarrollo Económico Canadá – Cifras del comercio electrónico.  
\*n.e.s.: no especificado en otra parte.

<sup>2</sup> Últimas cifras disponibles.

### 1.1.3. Importaciones canadienses

En el transcurso de los años analizados en este informe, como lo describe la tabla N° 2, se ha registrado un fuerte incremento en el valor de la subpartida concerniente al aceite de sacha inchi<sup>3</sup>. Particularmente, el volumen disminuyó desde el año 2013 en adelante, siendo de 10,2 millones de kg en dicho año para luego llegar a casi

la mitad (4,9 millones de kg) en el año 2015. A lo largo de este período, también existió un incremento significativo del precio-cantidad promedio, de USD 4,70 por kg en el año 2012 a USD 9,94 por kg en el año 2015, en gran parte a la disminución en volumen.

Tabla N° 2: Importaciones de otras grasas y aceites vegetales fijos y sus derivados, refinados o no, pero no químicamente modificados (subpartida nacional: 1515.90.99.90) de Canadá, período 2012-2015

Importaciones a Canadá	2012	2013	2014	2015
Volumen (en kg)	3 868 446	10 153 300	6 292 448	4 999 711
Valor (en USD)	18 164 268	28 554 686	31 766 223	49 682 828

Fuente: Estadísticas Canadá – informe personalizado

Las importaciones de China representan el 31% del total del valor importado por Canadá en el año 2015. Otros países proveedores importantes son Italia, México y Estados Unidos. En cuanto al volumen, Italia proporcionó la cantidad más grande en esta subpartida durante el año 2015 (más de 2 millones de kilogramo), seguido por México, Estados Unidos y China.

En el año 2015, más de ochenta países exportaron productos de la subpartida 1515.90.99.90 a Canadá, de los cuales veintitrés exportadores superaron el valor de USD 100 000. La tabla N° 3 muestra la lista de los mayores países exportadores del año 2015. En total, durante ese año más de cuarenta y cinco países exportaron productos clasificados en esta subpartida. Se desconoce la razón por la cual la cantidad de países se redujo en comparación con años anteriores.

Tabla N° 3: Principales países exportadores de otras grasas y aceites vegetales fijos y sus derivados, refinado o no, pero no químicamente modificados (subpartida nacional: 1515.90.99.90) a Canadá, año 2015

Países exportadores	Volumen (kg)	Valor (USD)
China	555 252	15 598 703
Italia	2 073 725	9 289 033
México	1 067 040	9 282 349
Estados Unidos	690 720	8 811 724
España	151 088	749 676
Francia	56 819	606 257
Alemania	71 266	581 202
Países Bajos	20 633	460 865
Reino Unido	25 090	453 176
Sudáfrica	15 843	445 407
Perú	21 346	424 297
Brasil	8 941	286 474
Israel	4 630	275 826
Japón	8 266	273 461
Chile	19 526	255 743
Marruecos	7 827	227 846
India	20 258	222 649
Australia	10 082	198 275
Ghana	14 506	175 275
Turquía	38 753	164 934
Nueva Zelanda	16 152	150 762
Otros	101 948	748 894
<b>Total</b>	<b>4 999 711</b>	<b>49 682 828</b>

Fuente: Estadísticas Canadá – informe especializado

<sup>3</sup> Cabe indicar que no se cuenta con una subpartida que presente un desglose específico para el aceite de sacha inchi.



En la tabla N°4, se observa el total de importaciones de los grupos de productos que conforman la subpartida (2008.19.90.90), al cual pertenece la semilla de sachá inchi; estas importaciones han aumentado significativamente en el período 2012

– 2015, aunque el volumen ha permanecido igual, llegando a un aproximado de 17 millones kilogramos en el año 2015. Por otro lado, el valor por kg ha subido casi un 60% en el período 2012 - 2015.

**Tabla N° 4: Importaciones de nueces y semillas, incluidas las mezclas (subpartida nacional: 2008.19.90.90) de Canadá, período 2012-2015**

Importaciones a Canadá	2012	2013	2014	2015
Volumen (en kg)	16 609 011	15 834 827	18 575 160	16 887 252
Valor (en USD)	45 323 772	44 431 826	63 978 291	73 141 603

Fuente: Estadísticas Canadá – informe personalizado

A pesar que Perú cuenta con una baja cuota del mercado de importaciones para esta subpartida (posicionado en el trigésimo segundo lugar de importancia en valor en el año 2015), el mercado es particularmente competitivo, con veintitrés países, exportando más de USD 200

000 a Canadá en el año 2015 respecto a esta subpartida. Una vez más, las importaciones provenientes de Estados Unidos son las más importantes tanto en volumen como en valor. Tailandia, el Líbano, China y Turquía también son actores fuertes en este mercado, como lo indica la tabla N° 5.

**Tabla N° 5: Principales países exportadores de nueces y semillas, incluidas las mezclas (subpartida nacional: 2008.19.90.90) a Canadá, año 2015**

Países exportadores	Volumen (kg)	Valor (USD)
Estados Unidos	3 408 120	28 467 499
Tailandia	7 015 904	14 202 155
Líbano	1 541 578	6 580 214
China	904 716	4 708 891
Turquía	370 146	3 874 684
Filipinas	540 361	2 658 734
Bélgica	133 365	2 007 708
India	446 181	1 284 518
Sri Lanka	288 520	1 112 335

Países exportadores	Volumen (kg)	Valor (USD)
Nigeria	394 239	1 014 893
Vietnam	460 219	955 772
Grecia	144 808	744 277
Indonesia	257 149	712 312
Israel	152 216	708 572
Alemania	233 786	698 378
Hong Kong	99 768	592 392
Polonia	90 078	343 283
Italia	27 744	325 613
Federación Rusa	75 538	303 415
Taiwán	33 936	270 458
Malasia	29 071	215 853
Japón	31 180	210 983
España	17 298	204 932
Otros	191 331	943 732
<b>Total</b>	<b>16 887 252</b>	<b>73 141 603</b>

Fuente: Estadísticas Canadá – informe especializado  
n.e.s.: no especificado en otra parte.

### 1.1.4. Importaciones desde Perú

Perú se encuentra entre los mayores países exportadores de la subpartida 1515.90.99.90, pero con volúmenes considerablemente menores en el año 2015, registrando un total aproximado de 21 000 kilogramos. La tabla N° 6 muestra el desempeño de Perú en esta subpartida durante el período 2012 - 2015.

Se asume que el sachá inchi es uno de los pocos productos que Perú provee bajo la presente subpartida, lo cual evidencia que el crecimiento es relativamente fuerte, particularmente, desde el año 2013, ya que antes de tal año prácticamente tanto el valor como el volumen obtenido eran casi inexistentes.

**Tabla N° 6: Importaciones de otras grasas y aceites vegetales fijos y sus derivados, refinados o no, pero no químicamente modificados (subpartida nacional: 1515.90.99.90) provenientes de Perú hacia Canadá, período 2012-2015**

Importaciones a Canadá provenientes de Perú	2012	2013	2014	2015
Volumen (en kg)	107	12 184	17 588	21 436
Valor (en USD)	2 918	228 545	341 098	424 297

Fuente: Estadísticas Canadá – informe personalizado

Columbia Británica es la provincia de Canadá más importante para las exportaciones correspondientes a la subpartida (a nivel de seis dígitos), representando USD 24,1 millones en el año 2015. En contraste, Perú exportó un total de 34 305 kilogramos (USD 781 109 millones) durante el mismo año. La provincia de Ontario es la segunda en importancia para esta subpartida, seguida por Quebec como lo muestra la tabla N° 7. De acuerdo a la sección **Ambiente Competitivo** presentada en este informe, en el 2014 habían veintisiete

importadores principales que controlaban cerca del 80% del mercado en Canadá, de los cuales aproximadamente 1/3 están localizados respectivamente en las provincias de Columbia Británica, Ontario y Quebec. Un gran número de importadores pequeños comparten el 20% restante de la cuota de mercado de importaciones, conforme a la base de datos de importaciones canadienses por producto de la subpartida 1515.90.

**Tabla N° 7: Principales países exportadores de otras grasas y aceites vegetales fijos y sus derivados, refinados o no, pero no químicamente modificados (subpartida: 1515.90) provenientes de Perú a Canadá, por provincia**

Provincia	2012		2013	
	Volumen (kg)	Valor (en USD)	Volumen (kg)	Valor (en USD)
Columbia Británica	1 986 887	24 095 801	32 429	741 184
Ontario	2 573 665	22 086 152	883	24 100
Quebec	1 404 894	17 161 156	396	6 683
Alberta	451 518	2 173 728	19	564
Saskatchewan	84 090	1 285 705	--	--
Otros	51 599	566 782	578	8 578
<b>Total</b>	<b>6 552 653</b>	<b>67 369 324</b>	<b>34 305</b>	<b>781 109</b>

Fuente: Estadísticas Canadá – Cuadro 990-0015

Las exportaciones a Canadá provenientes de Perú fueron inconsistentes durante los años examinados, como se puede observar en la tabla N° 8,, tanto en volumen como en valor las figuras son altas al principio

del período y sustancialmente más bajas en el año 2014 y el año 2015. Las cifras reflejan que la presencia de las semillas de sacha inchi en el mercado canadiense es prácticamente casi inexistente.

**Tabla N° 8: Importaciones de nueces y semillas (subpartida nacional: 2008.19.90.90) provenientes de Perú a Canadá, período 2012-2015**

Importaciones a Canadá provenientes de Perú	2012	2013	2014	2015
Volumen (en kg)	31 428	16 244	1 749	2 969
Valor (en USD)	391 834	211 658	20 474	44 800

Fuente: Estadísticas Canadá – informe especializado

## 1.2. Características generales

### 1.2.1. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación

La forma como se presenta 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 para semillas 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 de manera más atrac-

tiva por los consumidores finales, ya que permiten que el producto se mantenga y se conserve más fresco.

Los ejemplos en la figura N° 1 muestran presentaciones del producto comúnmente encontrados en los anaqueles de tiendas de conveniencia y en el comercio electrónico o en línea.

**Figura N° 1: Diferentes empaques ofrecidos en los anaqueles de tiendas de conveniencia en Canadá y en el comercio electrónico.**



Fuentes: [well.ca](http://well.ca), [ecoideas.ca](http://ecoideas.ca) y [rainforestherbal.com](http://rainforestherbal.com).

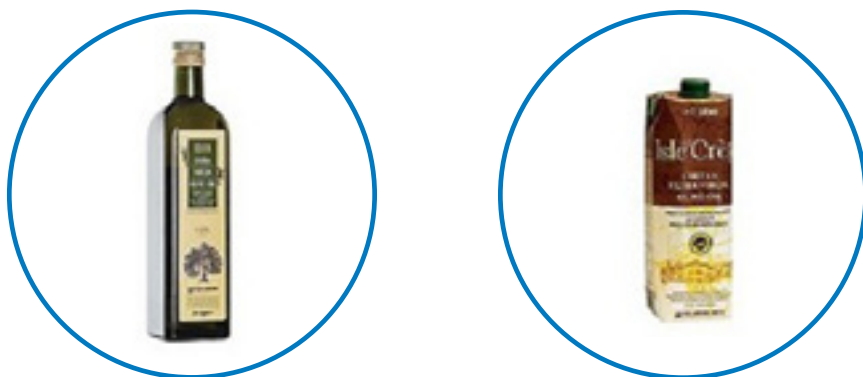
**Nota:** considerar que el tamaño varía, según la forma de presentación, las cuales pueden ser de 100g, 150g, 350g y 350mL.

Además de los empaques innovadores de tipo “pouch” o bolsa para frutas secas y mezclas de frutas y nueces, no hay otros conceptos innovadores que impacten directamente el sachá inchi.

Con respecto a los aceites, los envases tradicionales de vidrio verde o café son

usados a menudo para toda clase de aceites comestibles. Los empaques en cartón “tetra pak” son utilizados particularmente para el aceite de olivo, ver Figura N° 2, lo cual disminuye el riesgo de que se quiebren.

Figura N° 2: Ejemplo de envases de aceite de olivo y de Tetra Pak.



Fuente: [www.auril.ca](http://www.auril.ca)

### Precios del aceite y semillas de sachá inchi

Los precios para el aceite de sachá inchi varían entre los USD 17 y USD 20 (botella de 250 ml), lo cual lo convierte en un aceite costoso y lo posiciona como un producto nicho o de especialidad.

Los precios para las semillas en empaques de 150 kg pueden variar entre USD 7 y USD 14, dependiendo de la marca y de la mezcla (cubierto de chocolate o no). Los formatos más pequeños de 100 g también son disponibles, aunque el precio no es considerablemente más bajo que el de 150 g.

### 1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado

La mayor preferencia en el mercado es hacia los aceites vegetales no tradicionales o no convencionales, aceites a base de vegetales y de semillas, como el coco, el aguacate o de semilla de uva. El número de los diferentes tipos de aceites comestibles en los anaqueles, así como la variedad dentro del mismo tipo de aceite está creciendo rápidamente. Muchos de estos aceites no convencionales, dentro del cual se encuentra el aceite de sachá inchi, cuentan con sabores interesantes y únicos. Estas características proporcionan una razón para que los consumidores los prueben antes de adoptarlos como un alimento de opción cotidiana.

Al término del año 2015, se prevé que las ventas al por menor en Canadá de aceites y grasas comestibles (un mayor desglose de aceites comestibles no es disponible) lleguen a los USD 1,8 mil millones, lo cual significa un crecimiento aproximado del 3% en relación al año 2014. De igual modo, se estima un crecimiento del 1% en volumen para el mismo período, lo cual también se refleja en el crecimiento de la población de Canadá, según al informe de Euromonitor International (2015). Otro aspecto importante que afecta el tipo de aceite consumido en Canadá es la preocupación por la salud de los consumidores, la cual continúa

jugando un rol cada vez mayor en la toma de decisiones de los canadienses.

De acuerdo al informe de Euromonitor International (2015), las semillas también siguen las mismas tendencias y son usadas principalmente como meriendas, en barras nutricionales (por ejemplo, cubiertas de chocolate) y en cereales. Las semillas usualmente son importadas a granel y empaçadas en Canadá antes de su consumo o son distribuidas a granel a los vendedores al detalle que ofrecen productos al por mayor en sus tiendas.

Algunos de los puntos a resaltar de las características y tendencias del mercado canadiense específicamente relacionados con el aceite de sachá inchi y las semillas comestibles para meriendas se describen a continuación:

- » Según el estudio las “Tendencias Alimenticias Canadienses para el 2020: una perspectiva a largo plazo”<sup>4</sup>, elaborado por el departamento Agriculture and Agri-Food Canada, aunque no existen cifras específicas disponibles, la demanda por alimentos saludables está experimentando un alto crecimiento en Canadá. Las características saludables propias de los productos de sachá inchi califican perfectamente en esta tendencia alimenticia y son considerado por los consumidores como opciones saludables en este mercado nicho. Si bien estos productos no se bene-

<sup>4</sup> Para mayor información sobre el estudio Canadian food trends to 2020: a long range consumer Outlook, por sus siglas en inglés, puede ingresar al siguiente link: [stayactiveeathealthy.ca/sites/default/files/resources/Canadian\\_Food\\_Trends\\_2020.pdf](http://stayactiveeathealthy.ca/sites/default/files/resources/Canadian_Food_Trends_2020.pdf)

fician de ser conocidos por las masas de consumidores, son percibidos como una gran fuente de ácidos grasos esenciales, fibra y proteína, en adición a ser libres de soya, libres de gluten y de lactosa, libres de nueces de árbol y libres de GMO. Estas propiedades son usadas a menudo en las campañas promocionales a nivel de ventas al por menor en tiendas de productos y de alimentos naturales, y en los sitios web de importadores especializados en productos saludables destinados a consumidores y vendedores.

Agri-Food Canada, la demanda de productos orgánicos está creciendo rápidamente. Una vez más, el sachá inchi pertenece a esta tendencia. De acuerdo con La Asociación Canadiense de Comercio de Productos Orgánicos (Canadian Organic Trade Association, COTA), el tamaño del mercado de productos orgánicos en Canadá se estimó por encima de los USD 2 832 miles de millones en ventas anuales en el 2012 (según las cifras disponibles más recientes, que incluyen bebidas, comida y productos naturales saludables). Asimismo, COTA reportó que el mercado para productos orgánicos pre-empacados para almacenes crece en un promedio de casi 20% anualmente.

La visibilidad y la presencia de los productos orgánicos en los anaqueles de los supermercados tradicionales es cada día más dinámico, tomando cada vez más espacio en los anaqueles de las cadenas de supermercados y tiendas especializadas en productos saludables. Aunque no se cuenta con las cifras actuales para productos de sachá inchi, los expertos estiman que el segmento ocupa una proporción mayor del mercado que el segmento no orgánico. Los importadores canadienses tienden a solicitar adicionalmente a las certificaciones canadienses (ver logo a continuación) algunas veces solicitarán la certificación USDA Orgánica o las certificaciones ECO Cert.

- » De acuerdo a la Revista Canadian Grocer (2014), una gran tendencia ha surgido en la demanda de productos saludables en los años recientes, dado que ha habido un aumento significativo en el consumo de meriendas saludables en varios formatos, tales como barras nutricionales, mezclas de frutas y nueces, bebidas saludables, entre otros; todo con la intención de proporcionar a los consumidores un sentimiento de bienestar al momento de consumir su comida y sus meriendas. A pesar de que actualmente no existen muchas semillas de sachá inchi en Canadá, este tipo específico de mezcla de semillas debería ser de interés particular para los productores de semillas en Perú.

- » Según el estudio las "Tendencias Alimenticias Canadienses para el 2020: una perspectiva a largo plazo"<sup>5</sup>, elaborado por el departamento Agriculture and

<sup>5</sup> Para mayor información sobre el estudio Canadian food trends to 2020: a long range consumer Outlook, por sus siglas en inglés, puede ingresar al siguiente link: [stayactiveeathealthy.ca/sites/default/files/resources/Canadian\\_Food\\_Trends\\_2020.pdf](http://stayactiveeathealthy.ca/sites/default/files/resources/Canadian_Food_Trends_2020.pdf)



- » Los siguientes logos corresponden a certificaciones que están marcando tendencias cada día más populares, conocidas a nivel internacional y están-

dares específicamente importantes, por lo cual debe ser considerado por los exportadores peruanos de aceite y semilla de sachá inchi.



El sachá inchi 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](http://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](http://www.bcorporation.net)

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](http://www.cor.ca).

Adicionalmente, el comercio justo, aunque no es particularmente un concepto bien establecido, también puede jugar un papel importante en el mercado nicho en Canadá. Fair Trade Canadá es una de las pocas organizaciones de certificación en el país que es miembro de FLO (Comercio Justo Internacional, Fair Trade International). Más información puede obtenerse al visitar el sitio web de Fair Trade Canadá ([www.fairtrade.ca](http://www.fairtrade.ca)).

La lista completa de todos los programas de certificaciones puede encontrarse en la siguiente página web: [www.ecolabelindex.com](http://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. Estas tendencias han dado lugar al surgimiento de nuevos productos o nuevas presentaciones, como las meriendas listas para el consumo, los productos con empaques innovadores de plástico, tales como las bolsas o “pouches” re-utilizables, así como los empaques que se abren fácilmente, convenientes para los consumidores de edad avanzada.

» Los canadienses son usualmente sofisticados en sus hábitos de comer y están dispuestos a probar productos y sabores distintos, en especial si son saludables. El flujo de inmigrantes en el transcurso de los últimos cincuenta años ha influido considerablemente en el tipo de comida que se consume a diario en Canadá, alejándose del típico y básico plato de “carne y papas”, y escogiendo así una variedad de comida de distintas culturas de todo el mundo. Además, los canadienses viajan con frecuencia, lo cual ha influenciado en sus hábitos alimenticios y el mercadeo de los productos. Por ejemplo, es común encontrar una gran variedad de aceites especiales en las tiendas.

Tabla N° 9: Aceites comestibles (orgánicos y no orgánicos), según supermercados tradicionales y tiendas especializadas

En supermercados tradicionales o comunes	En tiendas especiales de comida saludable
Oliivo	Camenila
Canola	Almendra
Semilla de uva	Sésamo
Nuez	Coco
Auellana	Oliivo
Aguacate	Girasol
Coco	Nuez
Trufa	Canola (colza)
Sésamo	Argán
Girasol	Maní
Limón/oliivo	Mezcla canola/oliivo
Albaca/oliivo	Auellana
Maní	Cártamo
Pimientos “Espelette”	Semilla de uva
Tomillo	Almendra Dulce
Naranja	Pimientos “Espelette”
Ajo/oliivo	Nuez de macadamia
Linaza	Palmera
Cáñamo	Lino
Maíz	Salvado de arroz (rice bran)
Cártamo	

» 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 alimentación y la vida de los canadienses. Las cadenas de supermer-

cados 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 que difunden en sus tiendas).

Estas tendencias han propiciado el aumento en la cantidad de marcas canadienses que han incorporado el sacha inchi en sus propios productos o como parte de mezclas de productos. La mayoría de los importadores 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. Muchos de estos importadores se detallan en una lista al final de este informe.

De acuerdo a datos de Euromonitor International (2015), para el año 2020, se espera que el mercado canadiense de aceites comestibles llegue a USD 20 millones. No existen cifras disponibles sobre las perspectivas específicas de demanda del aceite de sacha inchi y ninguno de los importadores entrevistados para este informe conocía el tamaño del mercado para cada uno de estos grupos. Sin embargo, dadas las tendencias de mercado descritas anteriormente y suponiendo que se realizará la promoción adecuada para aumentar el conocimiento de los productos entre los consumidores, no hay razón alguna para creer que la demanda por lo menos continuará creciendo al mismo ritmo al cual lo ha venido haciendo, o que aumentará a medida que las preocupaciones sobre la salud continúen teniendo una mayor influencia en la decisión de compra de los canadienses.

De relevancia particular para este tipo de producto es la importancia del grupo de consumidores “millennials” en Canadá, el cual abarca a canadienses entre las edades de quince y treinta y cinco años y que, entre otras características demográficas, son generalmente consumidores preocupados por su salud, sus hábitos alimenticios y su estilo de vida. Estos generalmente tienden a comprar cantidades menores de productos pero con valores más altos. Esta tendencia se aplica típicamente a los aceites especiales y semillas. Este grupo de consumidores es la generación más grande de trabajadores en Canadá y en el año 2015 representó aproximadamente 35% de los trabajadores o 6 300 000 canadienses (estimado en 18 000 000 en Canadá) de acuerdo al Censo de Estadísticas Canadá (Negocios Canadá, 2015).

Los importadores entrevistados concordaron que el mercado para ambos productos es bastante pequeño, y el mercado de las semillas de sacha inchi es aún más pequeño. A menos que se realicen grandes esfuerzos de promoción, no se espera mayor crecimiento en las perspectivas en la demanda.

## 1.4. Ventajas del producto peruano y competencia

### 1.4.1. Sugerencias comerciales

Los exportadores peruanos no deben considerar al mercado de Canadá como un mercado de fácil acceso, a menos que se realicen esfuerzos de promoción para dar a conocer el producto y para incrementar la pequeña cuota de mercado del aceite y semillas de sacha inchi que actualmente posee. El mercado es pequeño y cuenta con una variedad de productos que compiten por una cuota del mercado de productos especiales y de lujo o “premium”. A menos que los productos peruanos se diferencien de los productos que actualmente se encuentran en el mercado de Canadá, no habrá la posibilidad de incrementar la cuota de mercado.

Parece haber más oportunidades de innovación en las mezclas de semillas y sabores para ofrecer productos que sean distintos a los ya existentes en el mercado. Por ejemplo, la forma de hacer único el producto podría ser a través de mezclas con frutas o nueces, por medio de programas que exalten el producto y que creen conciencia de la marca. La nueva clase de importadores especializados en el sector alimenticio saludable podría estar dispuesta a asistir en la búsqueda de opciones para diferenciar los productos.

Si bien este estudio es un punto de inicio válido para obtener una comprensión sobre el mercado de Canadá para los productos de sacha inchi, es crucial que los exportadores investiguen detalladamente para asegurarse de que están completamente listos para ingresar al mercado canadiense y para que los exportadores peruanos tengan éxito, deben de mostrar compromiso y dedicación.

### Mejores estrategias para el ingreso al mercado

El posicionamiento efectivo en el mercado canadiense es una tarea importante para los productores peruanos. Ante todo, deben de diferenciarse de la competencia, debido a que el precio para el aceite de sacha inchi es percibido por los canadienses como alto, los productores podrían considerar otras opciones para reducir costos para tratar de ofrecer precios más bajos, lo que permitiría incrementar ventas en el mercado canadiense. Se recomienda ofrecer el aceite como un aceite de lujo o “premium”, y resaltar las ventajas y características que se han mencionado a lo largo de este informe como estrategia para Canadá.

Los exportadores de semillas de sacha inchi deben de aprovechar las tendencias mencionadas antes en este informe y asegurar que éstas sean consideradas

para desarrollar la estrategia de entrada y crear una oferta atractiva del producto que contenga estas tendencias (producción libre de GM, vegetariano, libre de gluten, orgánico, entre otros). Todos los productos peruanos deberían de contener algún logo que demuestre que Perú es un país proveedor de productos libre de GMO. También sería beneficioso 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 los importadores podrían, si es financieramente conveniente, desarrollar un programa de muestras para propiciar la concientización de los consumidores. Adicionalmente de ayudar a educar a los consumidores, un programa de este tipo podría servir como incentivo para los importadores.

### Mercadeo y publicidad

La creación de conocimiento del producto es el trabajo más importante a realizar en Canadá para ganar campo y penetrar en el mercado de aceites y de semillas. Este trabajo se puede realizar en conjunto con los importadores en Canadá. Existen muchas maneras diferentes de crear conciencia del producto: probablemente una de las más eficientes es la planificación de participaciones en programas de degustación y pruebas en tiendas especializadas de venta al por menor. Asimismo participar en eventos públicos, una vez más,

apoyados de los importadores canadienses para proporcionar degustaciones al consumidor final que puede ser un componente de valor de cualquier plan de promoción para entrar el mercado canadiense.

Para promocionar y crear conocimiento del producto se debe de resaltar los beneficios y ventajas que tienen el aceite y las semillas de sacha inchi sobre los productos de la competencia, adicionalmente a las características que caben muy bien dentro de las crecientes tendencias saludables relacionadas a los productos libres de gluten, libres de lactosa, libres de soya, vegetarianos, orgánicos y libre de GMO:

- » Ventajas en la cosecha: tiempo de cosecha más largo comparado con otros cultivos y puede cosecharse a lo largo del año.
- » Ventajas en el procesamiento: más aceite puede ser extraído en comparación a otros aceites y no necesita refinamiento
- » Ventajas en la salud: alta concentración de ácidos grasos, de Omega 3 y de proteínas.

Los consumidores en Canadá gustan de los productos que cuenten con una historia interesante y que ayude a vender el producto. Una de las características inherentes del sacha inchi, y una muy importante que debe de ser promovida, no es solamente su origen en la

Amazonía, sino su imagen como producto tradicional peruano que data de miles de años. Estas características únicas deben de mercadearse e incluirse en la propuesta del producto para que se pueda diferenciar de la oferta actual que existe en Canadá.

Algunos de los minoristas que fueron entrevistados consideraron el sabor de las semillas cubiertas de chocolate no muy popular entre los consumidores, sugiriendo que se deberían de hacer cambios para aumentar los volúmenes de ventas. Otro minorista indicó que vendía un tipo de aceite de sacha inchi y una marca de semillas, pero que no lo distribuye más debido a la falta de popularidad sumado a la falta de conocimiento del producto. En consecuencia, se puede decir que además de promocionar los beneficios y ventajas, es necesario que el producto genere interés en su sabor.

### 1.4.2. Análisis de la competencia

Existen varios aceites a base de semilla en el mercado, muchos de ellos compiten con el aceite de sacha inchi, ya que son igualmente ricos en nutrientes naturales.

En este contexto, destaca el aceite de oliva, que es el aceite líder para cocinar y preparar comida, pero cada día hay más aceites que son percibidos como saludables (bajos en grasa saturada y altos en contenidos omega), como por ejemplo, el aceite de canola (Canadá es reconocido por ser un gran productor de este tipo de

producto), el aceite de aguacate, el aceite de uva, de girasol, de cártamo y de nuez, están ganando campo y son competidores del aceite de sacha inchi.

Además, estos aceites, usados en la preparación de comida como en los aderezos de ensaladas, vienen en una gran variedad de sabores y aromas, lo cual genera que la competencia sea aún más difícil. Ahora bien, existen aceites menos conocidos y que forman parte de un nicho mercado de aceites que también están ganando popularidad, como el aceite de semillas de cáñamo, de linaza y de lino.

Las semillas que compiten con el sacha inchi en el mercado canadiense son las semillas de la chía, la quinoa, las semillas de calabaza, la linaza (linseeds) y las semillas de lino (flax seeds), así como otras semillas con altos nutrientes que se usan para la producción de cereales, mezclas de nueces y semillas, meriendas y bebidas saludables, como los batidos y licuados. Los importadores que ofrecen mezclas de estas semillas incluyen las semillas de sacha inchi aunque en cantidades limitadas.

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

Particularmente para los productores de sacha inchi, el desafío más grande no es crear conciencia de una marca, sino crear conciencia del producto. Podemos decir

## 02

## Condiciones de Acceso

con seguridad que el consumidor canadiense desconoce la existencia del aceite de sachá inchi y conoce aún menos las semillas de sachá inchi. Por lo tanto, a pesar que el producto de sachá inchi contiene muchos beneficios importantes para la salud, éstos no son conocidos en Canadá, lo que no permite posicionar el producto en el mercado. En un reciente evento para el consumidor dedicado a productos saludables llamado “Manger Santé”, realizado en Montreal en marzo del año 2016, ni un solo producto de sachá inchi fue exhibido en ninguno de los doscientos cincuenta espacios de exhibición. El evento contó con una variedad de productos saludables, muchos con propiedades similares al sachá inchi. Este, ejemplo, indica que se necesita un esfuerzo mayor de mercadeo y de concientización general sobre el producto en sí (aceite y semilla) que se debe de realizar antes de hacer cualquier proyecto de mercadeo de marca.

Varios distribuidores entrevistados indicaron que el precio elevado del aceite de sachá inchi podría ser un factor negativo para que la demanda creciera sustancialmente. Con la gran cantidad de aceites compitiendo en el mercado, que a menudo cuentan con precios más accesibles, se vuelve más difícil que los consumidores prueben el producto a pesar de su agradable sabor.

Otro desafío importante relacionado en general con todos los productos comesti-

bles provenientes de Perú, es convencer a los posibles compradores que los exportadores peruanos cuentan con la capacidad de proveer consistentemente la calidad y la cantidad de productos. Muchos de los importadores entrevistados expresaron preocupación sobre este aspecto.

Cumplir con que los cargamentos lleguen a tiempo y de acuerdo al calendario establecido, representa un problema recurrente con los proveedores peruanos en general. Por lo tanto, 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.

Finalmente, el cambio desfavorable del dólar canadiense en relación al dólar americano (USD 1 = CAD 1,30 en mayo del año 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).

### 2.1. Aranceles y otros

No existen aranceles para el aceite de sachá inchi si se cumple con todos los requisitos estipulados en el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Canadá y Perú (requisitos exigidos por el país importador, como las Reglas de Origen, fijado en el capítulo 3 del TLC Perú - Canadá, ingresando a la página web: <https://goo.gl/rGXLuw>). Si no cumple, el arancel NMF que se aplica al aceite de sachá inchi clasificado bajo la subpartida nacional de Canadá 1515.90.99.90 es de 11% (Arancel de Aduanas de Canadá). De manera similar, las semillas de sachá inchi pueden entrar libres de gravamen si cumplen con los requisitos del TLC antes mencionado. Si no cumple, el arancel de importación para las semillas de sachá inchi clasificadas bajo la subpartida nacional de Canadá 2008.19.90.90 es de 6% (Arancel de Aduanas de Canadá). Se puede obtener información adicional en el sitio web del Departamento de Relaciones Globales de Canadá ([www.international.gc.ca](http://www.international.gc.ca)) o la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá, CBSA ([www.cbsa-asfc.gc.ca](http://www.cbsa-asfc.gc.ca)) donde los “Aranceles Aduaneros” son disponibles. TFO Canadá también brinda una lista dinámica de aranceles aduaneros que es actualizada cada trimestre ([www.tfocanada.ca](http://www.tfocanada.ca)).

Ahora bien, la nueva Regulación para Alimentos Seguros para Canadá (Safe Foods for Canadians Regulations), todavía no ratificada en diciembre del año 2015; de ser aprobado significaría un gran impacto en los requisitos relacionados a la seguridad de alimentos y otros requisitos en Canadá, y en consecuencia, elevaría aún más el nivel de rigurosidad para cumplir con los requisitos que se aplican en la actualidad. Este es un intento para asegurar que todos los productos manufacturados e importados a Canadá sean seguros.

Se puede obtener información adicional en el sitio web del Departamento de Relaciones Globales de Canadá ([www.international.gc.ca](http://www.international.gc.ca)) o la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá - CBSA ([www.cbsa-asfc.gc.ca](http://www.cbsa-asfc.gc.ca)) donde los “Aranceles Aduaneros” se encuentran disponibles. TFO Canadá también brinda una lista dinámica de aranceles aduaneros que es actualizada cada trimestre ([www.tfocanada.ca](http://www.tfocanada.ca)).



## 2.2. Barreras, estándares y normas

### Especificaciones técnicas, regulaciones de importación y normas de ingreso

No hay normas específicas para los empaques o etiquetado de sachas inchi (aceites y semillas). Existen; sin embargo, guías generales a seguir que se aplican 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](http://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 (tamaño, 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 CFIA cuenta con la “lista de requisitos para revisar las normas de rotulación” (Labelling Requirements Checklist), disponible en el sitio web.

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, también se debe presentar en un orden y secuencia pre establecido. Para mayor información al respecto se puede revisar en el sitio web de la Agencia Canadiense de Inspección Alimenticia (Canadian Food Inspection Agency, CFIA)

en “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 del año 2015).

**Figura N° 3: Ejemplo de contenido nutricional – etiqueta para los productos alimenticios**

<b>Nutrition facts</b>	
<b>Valeur nutritive</b>	
Per 1oz / par 28gr	
Amount	% Daily Value
Teneur	% Valeur quotidienne
Calories / Calories 82	
Fat / Lipides 1 g	2%
Saturated / Saturés 0 g + Trans / trans 0 g	0%
Cholesterol / Cholestérol 0 mg	
Sodium / Sodium 10 mg	0%
Carbohydrates / Glucides 17 g	7%
Fibre / Fibras 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: [www.inspection.gc.ca](http://www.inspection.gc.ca)

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 contenedor de envío: 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 ([www.inspection.gc.ca](http://www.inspection.gc.ca)).

Aunque la venta a granel es común, cuando los minoristas ofrecen productos secos como frutas deshidratadas y mezclas de nueces y semillas, los empaques individuales vendidos al por menor son usualmente de ciento cincuenta gramos. Los empaques atractivos, apropiados y apetecedores son de importancia a nivel de venta al por menor y los proveedores deben de consultar a los compradores canadienses sobre este tema. Se debe de presentar suficiente espacio en las etiquetas de todos los empaques para venta al por menor para poder cumplir con los requisitos canadienses de etiquetado y para incluir los códigos de identificación. Los exportadores deben de tomar nota que Canadá esta gradualmente cambiando de sistema de código de UPC, Código Universal de Productos (Universal Product Code), a GTIN, Número

Ítem de Comercio Global, (Global Trade Item Number), que eventualmente será usado en todo el mundo para facilitar el comercio global. Los expertos en Canadá pueden proveer los diseños, el arte, las traducciones y enviar dichos gráficos a Perú para su impresión, ya que puede ser más económico que imprimir en Canadá. Los importadores usualmente asisten en estos temas.

Todos los productos importados en Canadá deben 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 son requeridos a tener acceso a la documentación que pruebe que los productores extranjeros de estos productos alimenticios cuentan e implementan los controles necesarios. En este sentido, el Gobierno de Canadá está trabajando para eventualmente contar con Punto Crítico de Control de Análisis de Riesgos, HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points) y otros estándares internacionales para alimentos como requisitos de introduc-

ción. Por lo tanto, los proveedores deben de considerar seriamente invertir en sistemas para el manejo práctico, como el HACCP, que les ayude a identificar los peligros potenciales de salud y de seguridad en sus procesos de producción para que puedan actuar y corregir estos riesgos cuando sean detectados.

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 ciento cincuenta países. Algunas de las grandes cadenas en Canadá (Loblaws, por ejemplo) usan GFSI como requisito para sus proveedores. Para mayor información sobre el GFSI puede encontrarse en [www.mygfsi.com](http://www.mygfsi.com)

Otra agencia gubernamental canadiense que proporciona información valiosa acerca de como 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 Relaciones Globales de Canadá (Global Affairs Canada) para regular la importación de alimentos. El Memorándum D-11 (encontrado en el sitio web de CBSA, [www.cbsa-asfc.gc.ca](http://www.cbsa-asfc.gc.ca).) también contiene

información detallada sobre las Reglas de Origen que son bastantes rigurosas y particularmente complejas en Canadá, aunque no especialmente concerniente al sachá inchi. Se recomienda fuertemente a los exportadores visitar el sitio web de CBSA y consultar estos requisitos.

El Gobierno de Canadá también cuenta con las Regulaciones para Productos Orgánicos (Organic Products Regulations, COR). Una vez más, la Agencia Canadiense de Inspección Alimenticia, CFIA, es la entidad principal responsable de supervisar y asegurar el cumplimiento de estas regulaciones. Bajo COR, las entidades de certificación son acreditadas y designadas por la CFIA. Los detalles sobre el Régimen Orgánico Canadiense, COR, puede encontrarse en el siguiente sitio:

<http://www.inspection.gc.ca/food/labelling/food-labelling-for-industry/organic-claims/eng/1389725994094/1389726052482>

La CFIA también proporciona una lista de agencias acreditadas en certificación con las cuales trabaja en todo el mundo. Una lista de las agencias certificadas en Perú por la CFIA puede encontrarse en:

<http://www.inspection.gc.ca/food/organic-products/certification-and-verification/certification-bodies/outside-canada/eng/1327862136347/1327862268980>

La CFIA también ofrece el Sistema Automatizado de Referencia para Importaciones (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 básicamente 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, la información se encuentra en:

<http://www.inspection.gc.ca/plants/imports/airs/eng/1300127512994/1300127627409>

La base de datos de AIRS 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 requintos aplicables

## Transporte y logística

A menos que los exportadores envíen muestras comerciales, enviar el producto vía aérea no es una opción viable para el aceite o las semillas de sachá inchi. Si las muestras son aceptables, el importador podría pedir una orden de prueba al proveedor y el cargamento sería enviado vía marítima.

Enviar cargamento vía marítima es la opción más adecuada para los exportadores de aceite y semillas de sachá inchi. En cuanto a las rutas, si el envío es para Vancouver (ciudad localizada en las costas del Pacífico al oeste de Canadá), los barcos navegaran a través de las costas del Pacífico (a veces vía Los Ángeles). Si el destino es Montreal o Toronto (en el este del país), la ruta más común es vía el Canal de Panamá. El tiempo en cada caso es de cuatro a cinco semanas. Los envíos también pueden hacerse vía ciudades norteamericanas como Miami, Filadelfia, Wilmington (Delaware) o Nueva York. Sin embargo, los importadores entrevistados mencionaron que los costos de transportar mercancía de los Estados Unidos en camión pueden ser altamente onerosos. Además, mientras menos veces el producto sea manipulado hacia su destino en Canadá, menos probabilidades que el producto sea dañado. El transportar mercadería en camiones en depósito bajo fianza ("in bond") desde los Estados Unidos representa una carga adicional, según los importadores entrevistados para este informe.

## Métodos de pago

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 de las importaciones de proveedores tradicionales es generalmente efectivo 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 usar el sistema bancario puesto que este sistema brinda opciones para las transferencias monetarias que protegen ambas partes.

Los contratos a menudo incluyen cláusulas que estipulan que los productos deben de ser inspeccionados y firmada su salida en el país por el comprador o el agente antes de su embarque. 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, una marca debe adoptarse. 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 para los productos de sachu inchi pero que aplica a las importaciones) 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 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 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 a los importadores para sus productos importados incluye:

- Factura comercial (Commercial Invoice) (usualmente, 2 copias son requeridas).
- Certificado de origen (Certificate of Origin) (en caso sea necesario).

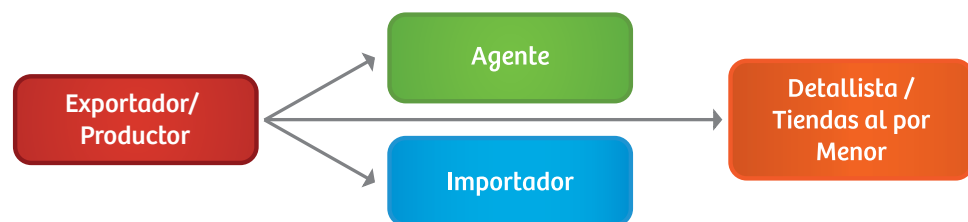
- Documento de control de cargamento (Cargo Control Document) - usualmente el Formulario ABA (B) (usualmente, 2 copias son requeridas).
- Formulario de aduanas codificado (The Canada Customs Coding Form) – Formulario B3.
- Bill of Lading (BL).
- Lista de embalaje (Packing List).
- Certificado orgánico (Organic Certificate) (si aplica).



## 03

## Canales de Distribución y Comercialización

Gráfico N° 1: Canales de distribución



Elaboración: Mincetur

Los exportadores tienen varias opciones cuando se trata de decidir el canal de distribución para sus productos. Una opción es la venta directa a los principales minoristas en Canadá (solamente las grandes cadenas tienen la capacidad económica de importar directamente). Sin embargo esta opción generalmente es atractiva ya que es vista como una manera en que el exportador/productor peruano 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 cuentan con una presencia física en Canadá para tratar con su cliente minorista podrían estar en desventaja y encontrar dificultad en cumplir con estas reglas y prácticas. Además, estos minoristas usualmente compran en grandes cantidades lo cual puede sumar estrés a los nuevos exportadores. El esfuerzo requerido para crear conciencia o conocimiento del producto para los proveedores de productos de sachá inchi puede hacer esta opción menos factible en el corto plazo.

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 en todo o en parte del país. Este importador toma posesión física del producto, realiza los trámites de aduanas y almacena el producto para su posterior distribución a los minoristas y compra el producto a granel o pre-empacado. Adicionalmente a distribuir a minoristas, los productos también pueden ser vendidos a tiendas del sector de ventas por internet o comercio electrónico (e commerce) o en línea, que cuentan con una base de consumidores en todo Canadá. En algunos casos, los consumidores canadienses también compran de tiendas en línea de Estados Unidos.

Una tercera opción es la contratación de un agente intermediario (usualmente

escogido en base regional) o una casa comercial. Estos no toman posesión física del producto, pero toman un porcentaje como comisión de las ventas realizadas a los distribuidores y minoristas, dependiendo del caso. El porcentaje puede variar entre 10% a 15%. Los agentes usualmente encuentran los clientes en nombre de los exportadores, quienes luego envían directamente sus productos a los compradores.

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.



## 04

## Información Adicional

### 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](http://www.dnb.ca) en Canadá o [www.dnb.com](http://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 realicen 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 aceite y semillas de sachá inchi o no, pero podrían hacerlo si una oferta atractiva que llene sus necesidades se les presenta.

Tabla N° 10: Datos de contacto de importadores

Empresa	Ubicación	Contacto	Página Web
Bioriginal Food and Science Corporation	102 Melville Street Saskatoon, Saskatchewan S7J 0R1	Tel: 306-975-1166	<a href="http://www.bioriginal.com">www.bioriginal.com</a>
Ecoideas Innovations Inc.	50 Mural Street, Unit 1 Richmond Hill, Ontario L4B 1E4	Tel: 905-475-5060	<a href="http://www.ecoideas.ca">www.ecoideas.ca</a>
Left Coast Naturals	4612 Dawson Street Burnaby, British Columbia V5C 4C3	Tel: 604-879-9100	<a href="http://www.leftcoastnaturals.com">www.leftcoastnaturals.com</a>
Nature's Path Foods Inc. Nota: Compañía especializada en cereales	9100 Van Horne Way, Richmond, British Columbia V6X 1W3	Tel: 604-248-8777	<a href="http://ca-en.naturespath.com/">ca-en.naturespath.com/</a>

Empresa	Ubicación	Contacto	Página Web
Prana	1440 Jules Poitras Boulevard Montreal, Quebec H4N 1X7	Tel: 514-276-4864	<a href="http://www.prana.bio">www.prana.bio</a>
Rainforest Herbal Products	415 Horner Avenue, Suite 7 Etobicoke, Ontario M8W 4W3	Tel: 416-252-7246	---
Sequel Naturals	101-3001 Wayburne Drive Burnaby, British Columbia V5G 4W3	Tel: 604-473-3734	<a href="http://www.myuega.com">www.myuega.com</a>
Tootsi Impex	8800 Henri-Bourassa Boulevard West Ville St-Laurent, Quebec H4S 1P4	Tel: 514-381-9790	<a href="http://www.tootsiimpex.com">www.tootsiimpex.com</a>
UHTCO Corporation	2378 Sequoia Way Oakville, Ontario L6M 4V5	Tel: 905-616-4265	<a href="http://www.uhtco.ca">www.uhtco.ca</a>

Una referencia adicional para los exportadores son las tiendas en línea o de comercio electrónico, para que puedan tener una idea de los productos que actualmente se ofrecen en internet. Estos sitios muestran, entre otros, algunos de los productos de sachá inchi. Los exportadores deben de tomar nota que generalmente estas tiendas en línea típicamente compran sus productos en Canadá, usualmente de importadores o distribuidores que ya venden el producto, y en consecuencia, contactar estas tiendas en

línea no debe de ser parte de la estrategia de los exportadores:

- [www.vitasave.ca](http://www.vitasave.ca)
- [www.rocketrobin.ca](http://www.rocketrobin.ca)
- [www.vitamart.ca](http://www.vitamart.ca)
- [well.ca/](http://well.ca/)
- [www.upyanaturals.com/](http://www.upyanaturals.com/)
- [www.advantagehealthmatters.com](http://www.advantagehealthmatters.com)

## 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](http://www.anuga.com)) y Sial en Francia ([www.sialparis.com](http://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. Para más información, visitar la siguiente página web: [www.specialtyfood.com](http://www.specialtyfood.com)). Similarmente, la industria de frutas y verduras frescas se reúne en Alemania para el evento Fruit Logística que se realiza en febrero ([www.fruitlogistica.de](http://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 realizará en Toronto, del 2 al 5 de mayo del 2017. Existen otros eventos especializados en productos saludables que podría ser de interés particular para la promoción de los productos de sachá inchi. Estos son organizados por la Asociación Canadiense de Alimentos Saludables (Canadian Health Food Association) 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 mezclas de productos especializados y en productos saludables y naturales.

### » SIAL Canadá

[www.sialcanada.com](http://www.sialcanada.com)

La feria comercial más internacional de comida y bebidas que se realiza cada primavera, alternando entre Montreal y Toronto.

### » Asociación Canadiense de Alimentos Saludables (Canadian Health Food Association)

[www.chfa.ca](http://www.chfa.ca)

-CHFA Oeste: Vancouver (Mayo 12-15, 2016)

-CHFA Este: Toronto (Septiembre 15-18, 2016)

-CHFA Quebec: Montreal (Febrero 10-11, 2017)

En colaboración con un importador en Canadá, el exportador peruano podría realizar programas conjuntos de promoción y exhibir en alguno de los eventos en Canadá destinados al consumidor final enfocado en productos alimenticios saludables. Existen varios de estos eventos en Canadá:

Tabla N° 11: Ferias comerciales

Ferias	Ubicación	Fecha	Página Web
Feria Vida Verde (Green Living Show)	Toronto	Abril	<a href="http://www.greenlivingshow.ca">www.greenlivingshow.ca</a>
Feria Salud Total (Total Health Show)	Toronto	Abril	<a href="http://www.totalhealthshow.com">www.totalhealthshow.com</a>
Expo Comer Saludable (Expo Manger Santé)	Vancouver	Margó	<a href="http://www.thehealthshows.com">www.thehealthshows.com</a>
Show de Salud (The Health Show)	Calgary	Febrero	<a href="http://www.thehealthshows.com">www.thehealthshows.com</a>

No se recomienda participar sin colaborar con un importador establecido en Canadá.

## 4.3. Links de interés

### » TFO Canada

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

[www.tfocanada.ca](http://www.tfocanada.ca)

### » Canada 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](http://www.cbsa-asfc.gc.ca)

### » Canadian Food Inspection Agency

Requisitos sobre productos orgánicos y no-orgánicos.

[www.inspection.gc.ca](http://www.inspection.gc.ca)

### » Global Affairs Canada

Para información sobre el Tratado de Libre Comercio entre Canadá y Perú.

[www.international.gc.ca](http://www.international.gc.ca)

### » Innovation, Science and Economic Development Canada

[www.ic.gc.ca/tdo](http://www.ic.gc.ca/tdo)

### » Vegetable Oil Industry of Canada

[www.voic.ca](http://www.voic.ca)

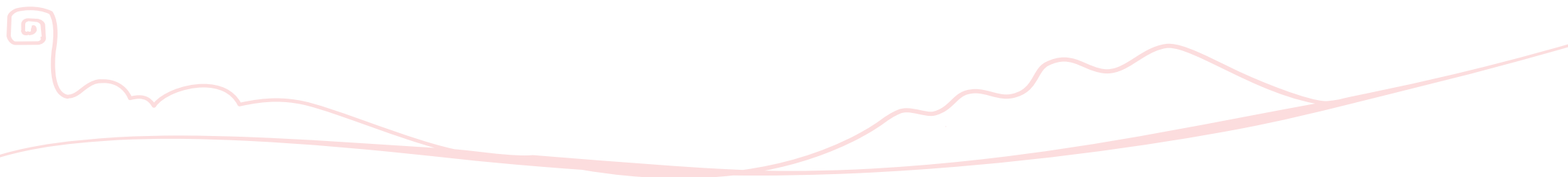
### » Canada Organic Trade Association

[www.ota.com/canada-ota](http://www.ota.com/canada-ota)

# Anexo

Las siguientes cifras obtenidas del Banco de Canadá pueden asistir al lector a comprender los periodos 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	1 CAD = 1,0188 USD	1 CAD = 0,9444 USD	1 CAD = 0,8562 USD



# 2016

@Perú



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo