



# PRO ECUADOR

*Negocios sin fronteras*



Estudio de mercado

# Productos para el cuidado de la piel en Canadá 2018



# Producto

Según Health Canadá, los cosméticos son ítems que se utilizan para mantener o incrementar la apariencia física y la higiene personal, tales como:

- Jabones
- Champú
- desodorantes
- lociones
- Desmaquillantes,
- bálsamos para labios
- y maquillaje (sombras, rímel, etc.)

Partidas	Descripción
3304	Productos de belleza para cara y cuerpo
3401	Jabones



De acuerdo a la reglamentación de Canadá, estos productos forman parte del grupo de productos de cuidado personal, **siempre y cuando no necesiten prescripción médica.**

Es importante mencionar, que **no existen partidas diferenciadas para productos con certificación orgánica**, por lo que las estadísticas mostrarán todo el universo de las mencionadas partidas.

# Información de mercado

## Producción nacional



- **248 negocios** relacionados a la manufactura de productos de belleza.
- **16% de incremento** del ingreso de la industria en el 2016.
- **10 empresas importantes** controlan casi el 60% del mercado.

## Segmentación del mercado

### Principales consumidores



**Baby Boomers**  
50-60 años

Buscan productos que atenúen los signos del envejecimiento. Ej.: cremas antiarrugas, tratamientos reafirmantes, etc.



**Millennials**  
18-34 años

Buscan productos que les ahorren tiempo y dinero, es decir, productos con doble funcionalidad. Ej.: cremas alfabéticas (BB, CC), cremas hidratantes, etc.



Las provincias que más gastan en productos de cuidado personal, específicamente maquillaje, cuidado de la piel, productos para las manos y jabones de cuerpo son **Quebec y Ontario**.

# Información de mercado

## Consumo

**Gasto Anual Familiar**  
**84,489 CAD\***



Se destina a:

Cuidado de la salud  
2,500 CAD

Cuidado Personal  
1,311 CAD

- Los productos para el **cuidado del rostro ocupan el primer lugar de ventas** en la industria de cosméticos, con alrededor del 25.4% de participación, seguidos por productos para el cuidado del cabello (19.3%), maquillaje (18%), cuidado dental (11,2%) y fragancias (9%).
- El consumo de productos de belleza se ve marcado por la **creciente demanda de ingredientes naturales** que tengan propiedades beneficiosas o curativas, acompañado del deseo de tener fragancias exóticas en los cosméticos.



# Información de mercado



## Tendencias de consumo

El consumo de productos de cuidado personal en Canadá continúa siendo un **“híbrido”**: una combinación entre natural y sintético.

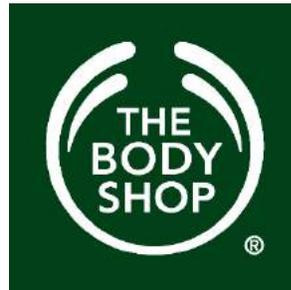
Sin embargo, el crecimiento exponencial de la demanda de bio-cosméticos se está dando como resultado de que **los productos naturales dejen de ser exclusivos a un nicho** y se estén convirtiendo poco a poco en la principal fuerza de mercado.

L'ORÉAL

Adquirió a



CLARINS



Adquirió a



# Información de mercado

## Tendencias de consumo

El mercado de productos de cuidado personal está alimentado por dos grandes tendencias: **bienestar interno (salud) y bienestar externo (sustentabilidad).**



### Bienestar Interno



Productos naturales con beneficios propios de la madre naturaleza.



Productos que tengan propiedades para reducir tiempo de maquillaje (tiempo) y contengan ingredientes naturales.



Productos para reducir las muestras del envejecimiento.



Productos para spas: crecimiento de spas exponencial.

### Bienestar Externo



Preocupados por el empaque (empaques con certificación o de material reciclado).



Preocupados por cómo se producen y compran los ingredientes de sus productos: por eso sellos orgánicos, comercio justo, "cruelty free" se convierten en importantes.



Preocupados por el medio ambiente: fuerte tendencia de comprar productos realizados localmente (en perchas se observa fuerte presencia de marcas canadienses).

# Información de mercado



## Tendencias de consumo

Existen ingredientes empleados en la fabricación de productos de belleza que presentan mayor potencialidad que otros, entre ellos se destacan los siguientes:



**Extractos de plantas y frutas.**



**Aceites esenciales:** mercado con fuerte demanda debido al crecimiento de productos de aromaterapia, jabones y productos de cuidado para la piel para los spas y el mercado minorista.



**Sales minerales:** con menor demanda y utilizados para productos de alta gama.



**Ingredientes activos:** derivados de plantas y frutas “raros”, especialmente de las áreas de la Amazonía.

# Información de mercado

## Competidores

Canadá es un mercado abierto al comercio internacional. Cuenta con **11 tratados de libre comercio y arancel 0 a una gran cantidad de productos** de los países con los cuales tiene acuerdos firmados.

### Proveedores de Canadá “Productos de Belleza”



### Proveedores de Canadá “Jabones”



Además de los países exportadores de cosméticos por excelencia, los competidores del Ecuador en este rubro son: **México, Sudáfrica, Ghana y Colombia** que tienen una mayor participación, pero muy por debajo del 1%. Los cosméticos de estos países se concentran en los mercados étnicos.

# Información del producto

## Diferentes usos del producto

- Los productos de belleza tales como cremas, maquillajes y jabones tienen diferentes usos: **limpieza, hidratación, exfoliación, cubrimiento de imperfecciones, efectos reparadores / rejuvenecedores de la piel, etc.**

## Empaque

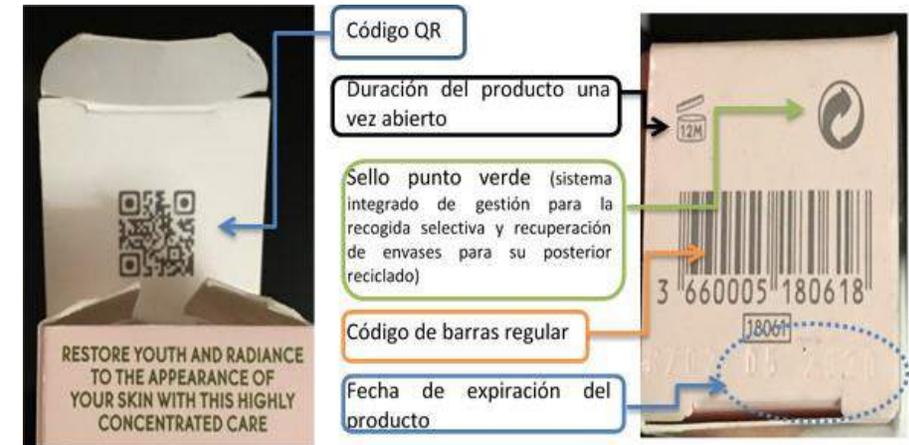
- Tienden a ser hechos a base de **materiales reciclados, biodegradables o con cartón**, con sello FSC / Rainforest Alliance.

## Envase

- La tendencia es utilizar **botellas, contenedores plásticos reciclados, contenedores metálicos y contenedores que permiten rellenar producto.**

## Etiquetado

- La etiqueta debe estar en **inglés y francés** con la lista de los **ingredientes** y que mencione si el producto podría tener **alérgenos**.



# Comercio exterior

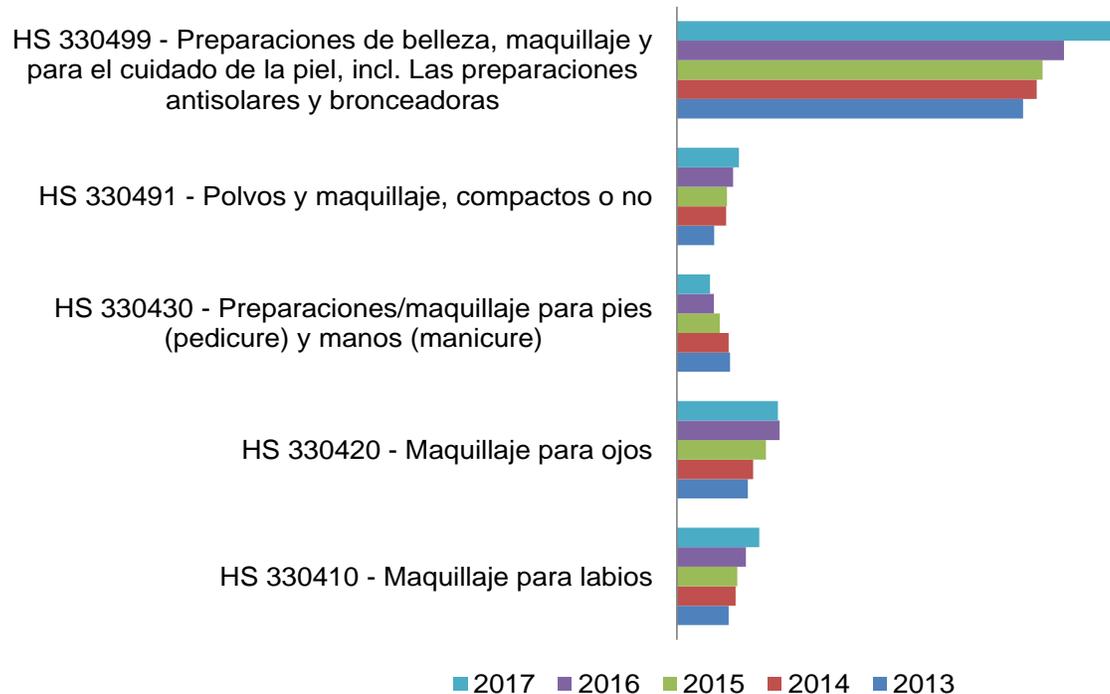
## Importaciones

- El mercado de productos de belleza y jabones está **creciendo exponencialmente debido a las tendencias de los baby-boomers y millennials.**
- Si bien la compra de productos de cuidado personal no responde a una necesidad básica, cada vez **los hogares canadienses están destinando más ingresos a comprar este tipo de productos.**
- Es importante mencionar que al ser Canadá un mercado muy maduro y saturado, **el precio que el importador pueda obtener por un determinado producto es decisivo**, ya que los productos de cuidado personal tienen una demanda elástica.
- Los **periodos de compra más altos son Navidad** (de noviembre a diciembre), **San Valentín, Día de la Madre y Día del Padre** (acorde a las tendencias estacionales : otoño/invierno y primavera/verano)
- Los importadores y fabricantes de productos de cuidado personal **planifican sus compras de 9 a 12 meses de anticipación** para cumplir con los calendarios de compra de los minoristas (retailers).

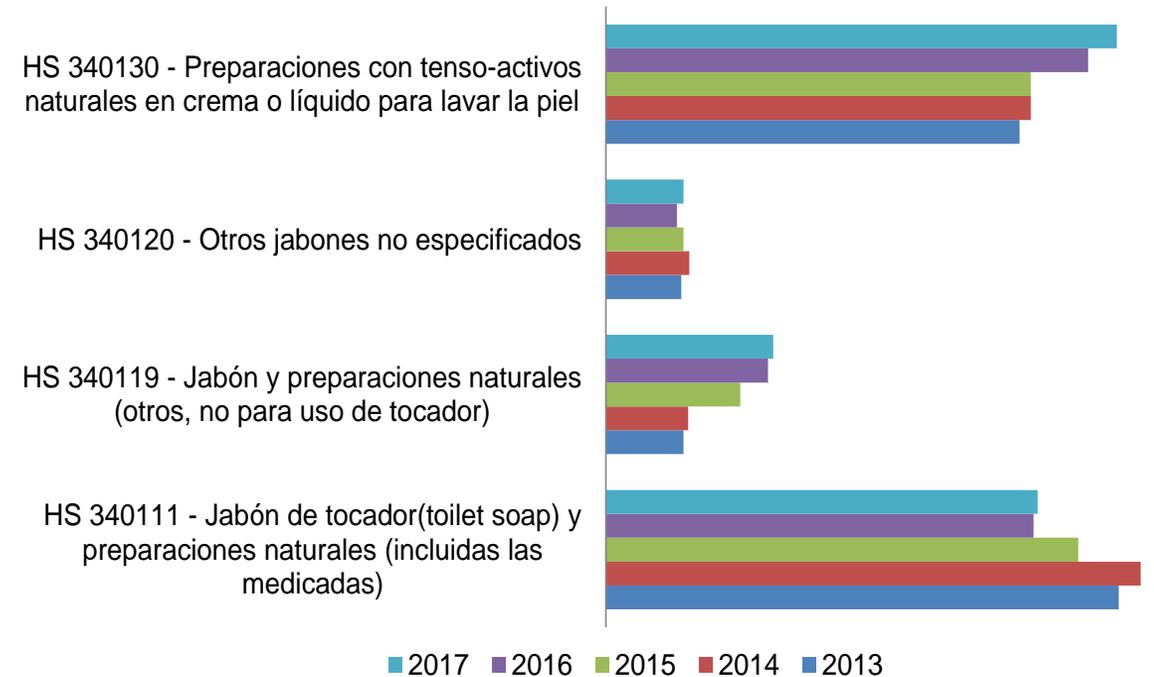
# Comercio exterior

## Importaciones

Evolución de importaciones de productos de belleza en Canadá (2013-2017)



Evolución de importaciones de jabones en Canadá (2013-2017)



Fuente: Statistics Canada

Elaborado por: Oficina Comercial del Ecuador en Canadá, PRO ECUADOR

# Canales de distribución y comercialización

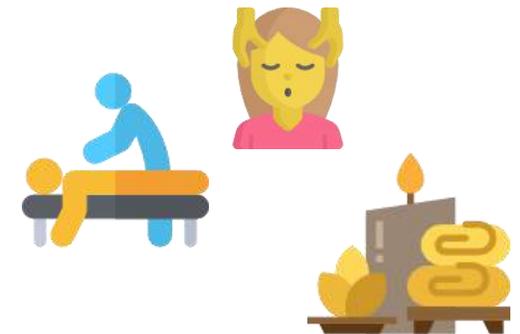
- Los supermercados y droguerías (farmacias) son **los canales más habituales** para la compra de productos de belleza; con el **50% del total de las ventas**.
- Los grandes **almacenes (Costco, Walmart)**, que acaparan un 11% de las ventas, también están mejorando sus secciones de belleza, haciéndolos más atractivos.
- Otros retailers especializados en cosmética también han mostrado una **gran expansión en Canadá en los últimos años**.
- Otro canal de distribución son los **spas y salones de belleza profesional**. En este canal, los productos son de **mayor calidad y con precios más altos**, ya que buscan un target más especializado.
- La **venta online** es otro canal de distribución, especialmente de las marcas fabricadas en Canadá. Sin embargo, **los consumidores canadienses aún prefieren comprar el producto en tiendas** debido a que tienen la posibilidad de **testear el producto por anticipado**.



50%



11%



# Canales de distribución y comercialización

- Entre las cadenas de supermercados más relevantes para productos orgánicos se puede mencionar:



- También existen tiendas propias de marcas canadienses, como:



- Los importadores de productos de belleza son principalmente multinacionales, como:



ESTÉE LAUDER

L'ORÉAL



REVLON®

VICTORIA'S  
SECRET

# Certificaciones



- Health Canadá es el ente que regula el ingreso y venta de productos de cuidado personal en Canadá.
- No se exige una certificación específica para productos de cuidado personal, sin embargo, sin la autorización de este ente no se puede vender ningún cosmético en Canadá.
- Por otro lado, las certificaciones y/o sellos son cada vez más importantes en los productos naturales. Entre las más demandadas están: Ecocert (orgánicos), Cruelty free, GMO free, sello verde, sello de reciclado, comercio justo, 100% natural.



# Barreras arancelarias y no arancelarias

## Barreras arancelarias

PRODUCTO/PAÍS-ARANCEL	ECUADOR	ESTADOS UNIDOS	FRANCIA	ITALIA
330410- Maquillaje para labios	6.5%	0%	0%	0%
330420- Maquillaje para ojos	6.5%	0%	0%	0%
330430- Preparaciones/maquillaje para pies (pedicure) y manos (manicure)	6.5%	0%	0%	0%
330491- Polvos y maquillaje, compactos o no	6.5%	0%	0%	0%
330499- Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, incl. las preparaciones antisolares y las bronceadoras (exc. Medicamentos)	0-6.5%	0%	0%	0%
340111- Jabón de tocador (toilet soap) y preparaciones naturales (incluidas las medicadas)	0%	0%	0%	0%
340119- Jabón y preparaciones naturales (otros, no para uso de tocador)	6.5%	0%	0%	0%
340120- Otros jabones no especificados	0-6.5%	0%	0%	0%
340130- Preparaciones con tenso-activos naturales en crema o líquido para lavar la piel	6.5%	0%	0%	0%



Ecuador se encuentra en desventaja frente a sus competidores, debido a que **no cuenta con un acuerdo comercial con Canadá** que lo beneficie de rebajas arancelarias.

Fuente: Arancel de Canadá

Elaborado por: Oficina Comercial del Ecuador en Toronto, PRO ECUADOR

# Barreras arancelarias y no arancelarias

## Barreras no arancelarias

- Los importadores **no identifican expresamente alguna barrera**; sin embargo mencionan que **las regulaciones que establece Health Canadá**, sirven para proteger al consumidor canadiense.
- Para que un cosmético pueda ser vendido en Canadá debe ser **manufacturado, preparado, preservado, empacado y almacenado en condiciones sanitarias**.
- Los cosméticos deben cumplir con las regulaciones establecidas por el **Food and Drugs Act, por el Reglamento de Cosméticos y todos los reglamentos que sean aplicables**.
- Health Canadá **incentiva a los fabricantes de cosméticos a que se adhieran al programa de Buenas Prácticas de Manufacturas**, a fin de que cumplan con los requisitos de sanidad y calidad requeridos.
- Previo a la adquisición del producto, **el comprador solicitará muestras del mismo para entregar a un inspector de Health Canadá**, quien realizará los exámenes y análisis respectivos.
- Es muy importante que el fabricante **revise periódicamente la lista de ingredientes prohibidos** en cosméticos en Canadá denominada “the hot list”, a fin de evitar utilizar alguno de estos durante la fabricación del producto.

# Barreras arancelarias y no arancelarias

## Barreras no arancelarias

- Finalmente, es importante indicar que **no existe una diferenciación entre cosméticos realizados con productos sintéticos o cosméticos con ingredientes naturales**. Health Canadá los trata con las mismas regulaciones. Sin embargo, **existe una unidad de Productos Naturales que regula los productos que contienen ingredientes naturales terapéuticos**, que se utilizan para cosméticos que declaran tener beneficios terapéuticos.

En los siguientes enlaces se puede hallar información más completa y detallada de las reglamentaciones para el ingreso a Canadá:

### -Reglamento de cosméticos

[http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C.,\\_c.\\_869/page-1.html#h-4](http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C.,_c._869/page-1.html#h-4)

### -Información reglamentaria para vender cosméticos en Canadá:

<https://www.canada.ca/en/health-canada/services/consumer-product-safety/cosmetics/regulatory-information.html>

### -Lista de ingredientes para cosméticos prohibidos (hot list):

<https://www.canada.ca/en/health-canada/services/consumer-product-safety/cosmetics/cosmetic-ingredient-hotlist-prohibited-restricted-ingredients.html>

# Precios

SUPERMERCADO	PRODUCTO	MARCA	FOTOGRAFÍA	EMPAQUE	PESO	ORIGEN	PRECIO (CAD)	PRECIO (USD)	CERTIFICACIÓN	INFORMACIÓN ADICIONAL
	CREMA PARA EL CUERPO	ALBA BOTANICA		EMPAQUE PLÁSTICO RECIKLADO	180g	USA	10.49	8.18	CRUELTY-FREE, 100% VEGETARIANO	HECHA CON EXTRACTO DE PAPAYA Y MANGO.
	JABÓN PURO VEGETAL - HIPOALERGÉNICO	LE SAVON DES ANTILLES		CAJA DE CARTÓN	100g	FRANCIA	3.49	2.72	INGREDIENTES CERTIFICADOS ORGÁNICOS	HECHA A BASE DE MANTECA DE KARITÉ Y ACEITE DE COCO
	MANTECA DE KARITÉ	KARIDERM		EMPAQUE PLÁSTICO	15ml	CANADÁ	5.49	4.28	ORGÁNICA - COMERCIO JUSTO	-
	BÁLSAMO PARA MANOS	BURT'S BEES		EMPAQUE METÁLICO	85g	USA	13.49	10.52	-	100% NATURAL
	CREMA DE MANOS	BLEU LAVANDE		EMPAQUE PLÁSTICO	250ml	CANADÁ	23.99	18.71	NO PROBADO EN ANIMALES	-
	JABÓN ENERGIZANTE	YVES ROCHER		ENVOLTURA EN PAPEL	80g	FRANCIA	4	3.12	-	FÓRMULA BIODEGRADABLE
	GEL DE DUCHA HAMAMÉLIS	YVES ROCHER		EMPAQUE PLÁSTICO	300ml	FRANCIA	6.3	4.91	-	INGREDIENTES ORGÁNICOS
	MANTECA DE KARITÉ	YVES ROCHER		BOTELLA DE PLÁSTICO RECIKLADO	390ml	FRANCIA	16	12.48	-	MÁS DEL 96 % DE INGREDIENTES DE ORIGEN NATURAL-LIBRE DE PARABENOS Y DE ACEITES MINERALES
	JABÓN DE CARA	LUSH		SIN ENVOLTURA	100g	CANADÁ	11.95	9.32	NO PROBADO EN ANIMALES	100% VEGETARIANOS-HECHOS A MANO - SIN ENVOLTURA
	MANTECA DE CUERPO	LUSH		SIN ENVOLTURA	90g	CANADÁ	9.95	7.76	NO PROBADO EN ANIMALES	INGREDIENTES ORGÁNICOS - COMERCIO JUSTO-100% VEGETARIANOS-HECHOS A MANO - SIN ENVOLTURA
	CREMA LIMPIADORA	MONT ECHO		BOTELLA DE PLÁSTICO RECIKLADO	100ml	CANADÁ-QUEBEC	26.99	21.05	NO PROBADO EN ANIMALES	INGREDIENTES ORGÁNICOS LOCALES

Fuente: Tiendas y supermercados en Montreal

Elaborado por: Oficina Comercial del Ecuador en Toronto, PRO ECUADOR

Nota: precios sin impuestos (15% en Quebec)

Tipo de cambio: 1.28 CAD / USD (17/05/2018)

# Conclusiones y recomendaciones

- El mercado canadiense es un mercado **maduro y consolidado** para el mercado de productos de cuidado personal por lo que el poder ingresar al mismo estará determinado por el **precio** y la **innovación del producto**.
- Existen oportunidades interesantes para el producto ecuatoriano, especialmente el **poder convertirse en proveedor** de ingredientes naturales exóticos y de altas propiedades curativas.
- Se recomienda que el exportador ecuatoriano se **enfoque en promocionar productos innovadores** como multifunción (cremas BB, CC) y productos para el nicho masculino.
- Debido al arancel que paga el producto ecuatoriano es importante encontrar ventajas competitivas tales como:
  - ✓ Incursionar con nuevos ingredientes
  - ✓ Poseer sellos orgánicos, de comercio justo, cruelty free
  - ✓ Aplicar nuevas modalidades de empaque
  - ✓ Indicar acciones a favor de la reducción de la huella de carbono y su aporte a la sociedad
  - ✓ Presentar al producto como Premium



# Servicios



## SERVICIOS Y ASESORÍA AL EXPORTADOR

- Asesoría al emprendedor y exportador regular.
- Formación y capacitación técnica.
- Programas y proyectos para el fortalecimiento del exportador.
- Fomento y promoción de comercio justo y sustentable.



## PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

- Eventos de promoción comercial.
- Asesoría especializada.
- Desarrollo de contactos de negocios.
- Articulación interinstitucional.



## INTELIGENCIA COMERCIAL

- Estudio de mercado sobre productos potenciales.
- Estadísticas y análisis de comercio internacional.
- Guías y estrategias de accesos a mercados.
- Información nacional de comercio e inversiones por sector.



## PROMOCIÓN DE INVERSIONES

- Información del clima de negocios, incentivos y oportunidades de inversión.
- Agendas especializadas y acompañamiento con actores públicos y privados.
- Asistencia durante el proceso de inversión.
- Atención de requerimientos de información específica.



# GRACIAS



PRO ECUADOR



@Pro\_Ecuador



proecuador



INSTPROECUADOR

