

Estudio de mercado para la exportación de cosméticos orgánicos producidos por la fundación Chankuap hacia Alemania, Países Bajos, España y Canadá.

Market research for export of organic cosmetics produced by Chankuap foundation to Germany, the Netherlands, Spain and Canada.

Dayanna Katherine Pilco-Labre

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH)

dayanna.pilco@epoch.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-6218-4277>

Juan Carlos Pomaquero-Yuquilema

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH)

jpomaquero@epoch.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-0952-943X>

José Fernando López-Aguirre

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH)

josef.lopez@epoch.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-9706-5115>

Resumen

El consumo de cosméticos tanto a nivel nacional e internacional ha ido evolucionando junto con los gustos de los consumidores, hoy en día se otorga más valor a productos que posean características de tipo orgánica. El presente artículo tiene como objetivo recopilar información actual referente a los mercados de interés



Imaginario Social
Entidad editora
REDICME (reg-red-18-0061)

e-ISSN: 2737-6362 julio-diciembre
2022 Vol. 5-2-2022

<http://revista-imaginariosocial.com/index.php/es/index>

Recepción: 05 de mayo de 2022

Aceptación: 18 de junio 2022

62-73

Atribución/Reconocimiento-NoComercial- CompartirIgual 4.0 Licencia Pública Internacional — CC

BY-NC-SA 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.es>

donde la fundación Chankuap quiere incursionar. La metodología aplicada para su desarrollo fue mediante el método inductivo y analítico con la ayuda de diversas herramientas. En los resultados se muestra el valor de las importaciones de los mercados en unidades monetarias correspondientes a los años 2019 y 2020 incluyendo información sobre el consumo y las tendencias dentro de cada uno de los mercados de interés.

Palabras clave: Estudio de mercado, Exportación, Cosméticos orgánicos.

Abstract

Cosmetic products consumption at both national and international level has been evolving along with the tastes of consumers, today more value is given to products that have organic characteristics. This article aims to gather current information regarding the markets of interest where Chankuap foundation wants to venture. The methodology applied for its development was through the inductive and analytical method with help of several tools. The results show the value of market imports in monetary units for the years 2019 and 2020, including information on consumption and trends within each of the markets of interest.

Keywords: Market Research, Export, Organic Cosmetics

Introducción

El consumo de cosméticos, tanto a nivel nacional como internacional, ha observado un alto interés por parte de los consumidores a la tendencia del cuidado personal con productos que posean la característica de ser orgánicos y responsables con el entorno. Dentro de los países con mayores niveles de consumo e importación de este tipo de productos están países pertenecientes a Europa, Asia y fundamentalmente los Estados Unidos.

En nuestro país se encuentra la fundación Chankuap que es una organización que trabaja con varias comunidades originarias de la amazonia ecuatoriana, elaborando una extensa línea de productos entre alimentos, artesanías, cosméticos, insumos,

aceites esenciales, especias, plantas aromáticas, fitofármacos y demás productos naturales con materia prima originaria de la zona.

Actualmente, la fundación desea expandir su mercado extranjero, por ende, necesita conocer la oferta y demanda de los mercados canadiense, español, alemán y de Países Bajos con el fin de mejorar y expandir su actividad comercial en el exterior con la exportación de aceites esenciales, jabones sólidos y cremas orgánicas dando prioridad a dichos mercados. Con lo anteriormente mencionado podemos distinguir que su principal objetivo se reduce a un estudio de mercado que como Malhotra en su libro *Investigación de Mercados* lo define como la personalización, selección, análisis, transmisión y uso de la información con la intención de optimizar la toma de decisiones relacionadas con el marketing, enfatizando en la tipificación y solución de problemas y oportunidades. (Malhotra, 1997)

Metodología

Para la elaboración del presente trabajo se aplicarán los métodos inductivo y analítico. El método inductivo corresponde fundamentalmente al estudio y observación de hechos o experiencias específicas con la intención de alcanzar conclusiones que consigan provocar, o faciliten la derivación de ello en las bases y fundamentos de una teoría. (Prieto Castellanos , 2017) De la misma manera, el método analítico el cual es un procedimiento donde para alcanzar un resultado, se lo hace por intermedio de la disgregación de un evento en los elementos que lo componen. (Lopera y otros, 2010) Finalmente, con el fin de favorecer el estudio de los elementos que componen la información más relevante en relación al consumo e importación de cosméticos con la denominación orgánica dentro de los mercados de interés, se complementará con instrumentos investigativos tales como el análisis documental y la investigación electrónica, mismos que ofrecen información de aspectos relevantes de los objetivos de análisis, siendo las principales herramientas para recabar información Trade Map y el instituto de promociones de exportaciones PROECUADOR.

Resultados

Información Básica de los mercados

Tabla 1: Canadá

Habitantes	38.246.108
Idioma oficial	Inglés y francés
Moneda	Dólares canadienses (1 EUR=1,4484 CAD)
Superficie	9.879.750 km ²
Capital	Ottawa (1.408.000 habitantes)
Ciudad más poblada	Toronto (6.254.571 habitantes)
Clima	4 estaciones
Pertenece a	G20, G7, G8, FMI, TLCAN, OTAN, OEA, ACDE, ANU, OSCE
Salario mínimo	\$2.367,7 o €1,622
Deuda pública	1.692.725 millones de euros

Fuente: Datosmacro.com

Tabla 2: España

Habitantes	47.394.223
Idioma oficial	El español es la lengua oficial, junto con el aranés, gallego, euskera y catalán
Moneda	Euro
Superficie	505.957 km ²
Capital	Madrid (3.334.730 habitantes)
Ciudad más poblada	Madrid (3.334.730 habitantes) y Barcelona (1.664.182 habitantes)
Clima	Oceánico, mediterráneo, subtropical y de montaña
Pertenece a	CoE, Zona Euro, EEE, FMI, OTAN, OCDE, ONU, OSCE, UE
Salario mínimo	€1,125,8
Deuda pública	1.345.784 millones de euros

Fuente: Datosmacro.com

Tabla 3: Alemania

Nombre oficial:	República Federal de Alemania
Superficie:	357.020,70 km ²
Situación Geográfica:	Situada en el Centro de Europa. Limita con Francia, Suiza y Austria por el sur; Bélgica, Holanda y Luxemburgo por el oeste; Dinamarca por el Norte y Polonia y la República Checa por el este
Población:	83,2 millones de habitantes (2019)
Densidad:	233 hab/km ²
Capital:	Berlín (3.669.491 habitantes)

Principales ciudades:	Hamburgo (1,8 millones) Múnich (1,5 millones), Colonia (1 millón), Frankfurt (747.848)
Clima:	Moderado (Julio 21.8°C-12.3°C/enero 2.1°C—2.8°C)
Idioma:	Alemán
Moneda:	Euro (1 euro =1,12 dólares)
Esperanza de vida:	83,6 años mujeres y hombres 78,9

Fuente: MAEUEC, 2020

Tabla 4: Países Bajos

Nombre oficial:	Reino de los Países Bajos
Superficie:	41.500 km ² , adicional 500 Km ² de las islas caribeñas de Bonaire, Saba y San Eustaquio
Situación Geográfica:	Localizados al Oeste del continente Euroasiático, con 52° de latitud Norte y 5° de longitud Este. Colindan con Bélgica al Sur, Alemania al Este y el mar del Norte por el Norte y el Oeste
Población:	17.481.214 habitantes (enero 2021)
Capital:	Ámsterdam (872.757 habitantes, enero 2021)
Principales ciudades:	Róterdam (651.157 hab.), Utrecht (357.597 hab.), Eindhoven (234.394 hab.) (enero 2021)
Clima:	Moderado (Julio 21.8°C-12.3°C/enero 2.1°C—2.8°C)
Idioma:	Lengua germánica propia: el neerlandés y en la provincia de Frisia se habla el frisón.
Moneda:	Euro (1 euro =1,12 dólares)
Forma de gobierno:	Monarquía parlamentaria

Fuente: MAEUEC, 2021

Oferta

Kotler y Armstrong definen en su libro “Fundamentos del Marketing” a la oferta como la mezcla de bienes, servicios, datos o prácticas que se ofrecen en un mercado específico para cubrir una necesidad o algún deseo identificado con anticipación. (Armstrong & Kotler, 2013)

En relación únicamente a la importación de productos por parte de cada país y tomando en cuenta características similares a las de los productos elaborados por Chankuap, se presenta la siguiente información.

Tabla 5: Empresas importadoras

País	Categoría de productos	Número de empresas importadoras
Canadá	Perfumes, cosméticos y demás productos de tocador	157
España	Productos de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel	154
Alemania	Productos con descripciones similares	28
Países Bajos	Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel	415

Fuente: Trade Map

Tabla 6: Importaciones en unidades monetarias de aceites esenciales

País	Valor importado en 2019	Valor importado en 2019
Canadá	123.481	114.940
España	135.641	149.779
Alemania	380.443	362.754
Países Bajos	185.256	198.968

Fuente: Trade Map

Tabla 7: Importaciones en unidades monetarias de cremas orgánicas

País	Valor importado en 2019	Valor importado en 2019
Canadá	543.856	498.450
España	831.117	720.557
Alemania	1.791.663	1.593.337
Países Bajos	776.543	784.933

Fuente: Trade Map

Tabla 8: Importaciones en unidades monetarias de jabones sólidos

País	Valor importado en 2019	Valor importado en 2019
Canadá	180.183	193.088
España	46.529	43.376
Alemania	217.772	246.382
Países Bajos	93.678	90.178

Fuente: Trade Map

Marcas que venden en los mercados de interés frente a Chankuap (comparación de precios)

Es importante mencionar que los valores correspondientes a los productos de Chankuap son FOB, es decir, no está sumado su costo de exportación, por lo tanto, los precios de Chankuap en estas tablas no son fijos, sino van aumentando en proporción al dato de costo solicitado.

Canadá

ACEITES ESENCIALES			
	CHANKUAP	AROMA EASY	YOUNG LIVING
Precio	\$13,50	De \$ 50,00 a \$150,00	De \$ 100,00 a \$350,00
Volumen	50 ml	50 ml	50 ml

CREMAS ORGÁNICAS			
	CHANKUAP	ALBA BOTÁNICA	NASAANI
Precio	\$5,00 y \$9,50	\$8,18	\$12,00 y \$29,00
Volumen	50 ml y 210 ml	180 ml	50 ml y 117 ml

JABONES SÓLIDOS			
	CHANKUAP	YOUNG LIVING	LUSH
Precio	\$2,20	De \$ 14,00 y \$17,00	De €5,50 a €16,95
Volumen	100 gr	100 gr	100 gr

España

ACEITES ESENCIALES			
	CHANKUAP	CAL MARGARIT	PRANAROM
Precio	\$13,50	De \$ 35,00 a \$49,00	De \$ 30,00 a \$80,00
Volumen	50 ml	50 ml	50 ml

CREMAS HIDRATANTES			
	CHANKUAP	CERAVE	CAL MARGARIT
Precio	\$5,00 y \$9,50	€14,50	€12,95
Volumen	50 ml y 210 ml	454 ml	100 ml

JABONES SÓLIDOS			
	CHANKUAP	CAL MARGARIT	LUSH
Precio	\$2,20	€3,00	De €5,50 a €16,95

Volumen	100 gr	50 gr	100 gr
----------------	--------	-------	--------

Alemania

JABONES SÓLIDOS				
	CHANKUAP	alviana Naturkormetik	WELEDA	CDM Naturkosmetik
Volumen	100 g	100 g	100 g	100 g
Precio (EU)	\$2,20	1,39	4,99	3,89

ACEITES ESENCIALES				
	CHANKUAP	ESOGEM	VOLANT	NEUMOND
Volumen	1 kg	10ml	10ml	100ml
Precio (EU)	\$270,00	1,50-11	12-39	39,90-99,50

CREMAS ORGÁNICAS FLUIDAS				
	CHANKUAP	AMADOU	WELEDA	Lavera
Volumen	210 ml	100 ml	100 ml	100 ml
Precio (EU)	\$9,50	\$49,80	13,32	£ 5,30

CREMAS ORGÁNICAS NUTRITIVAS			
	CHANKUAP	Dr. Hauschka	MasterLin
Volumen	50 g	100 g	60 g
Precio (EU)	\$5,00	£ 18,62	€ 70,00

Países Bajos

JABONES SÓLIDOS			
	CHANKUAP	WERFZEEP	LA SAVONNERIE
Volumen	100 g	100 g	110 g
Precio (EU)	\$2,20	5,95-9,45	4,00 €

ACEITES ESENCIALES				
	CHANKUAP	Essencials	MIAROMA	Tamanu & Oils
Volumen	1 kg	10ml	10 ml	15 ml

Precio (EU)	\$270,00	5,95 €	5,00-13,00	12,15-53,50
--------------------	----------	--------	------------	-------------

CREMAS ORGÁNICAS FLUIDAS				
	CHANKUAP	Volcanic Earth	Vegan Body desserts	KRAYNA
Volumen	210 ml	135 ml	250 ml	50 ml
Precio (EU)	\$9,50	22,50 €	24,99 zł	39,99 €

CREMAS ORGÁNICAS NUTRITIVAS		
	CHANKUAP	Vegan Body desserts
Volumen	50 g	250 ml
Precio (EU)	\$5,00	4.99zł

Fuente: autores, 2022

Demanda

Gregory Mankiw en su libro “Principios de la Economía” nos presenta que la demanda es la suma de un bien que los mercados están dispuestos y que cuentan con la capacidad de adquirir. (Mankiw, 2012)

Tendencia de consumo

Comprende los lineamientos del individuo en relación a diferentes elementos que comprenden el consumo, hoy en día se habla de términos como el consumo socialmente responsable el cual según Priscilla Reyes comprende una sinfonía de elevados contenidos verdes suscitando iniciativas al igual que prácticas ecológicas que estimulan al mundo haciendo que quienes consumen adopten un rol más amistoso y comprometido con nuestro planeta. (Reyes, 2020)

Unión Europea

El mercado europeo de productos ecológicos igualmente está en el pináculo con una representación del 19% de exportaciones a nivel mundial, de los cuales menos del 50% de las mismas cuentan con atributos libres de impuestos y/o aranceles, factores de alta relevancia que lo colocan como principal socio comercial y estratégico de varios países. (Molano Cruz, 2019)

Según datos obtenidos por PROECUADOR, Alemania corresponde ser el mayor mercado para productos con características orgánicas de Europa con el 30%, subsiguiente Francia con el 18% y finalmente Reino Unido con el 9%. En el 2014, los mercados europeos situados al norte encabezan el sector con Alemania como el mercado más significativo totalizando 7.910 Mill €. Suiza preside el consumo per cápita con 221€ por persona al año y Dinamarca, la cual presenta la mayor inserción en relación a la adquisición de productos de tipo alimenticio con un 7,6%.

(PROECUADOR, 2021)

Dentro del mercado alemán, de acuerdo con la ICEX, entre sus canales de distribución sobresalen las farmacias, con una participación del 40% del mercado, subsecuente las tiendas de productos naturales especializadas con un 15% y los Reformhaus que engloban a tiendas de dietética y herboristería con un 10%. (PROCOMER, 2018)

Los mercados europeos se caracterizan por presentar una serie de requisitos, que lo encasillan como un mercado exigente, por ejemplo, los productos deben ser de buena calidad en toda la cadena productiva a precios asequibles, debe garantizar la salud y seguridad del consumidor, presentación y acabados, priorizan el desarrollo de comunidades y regiones y sobre todo valoran la protección del medio ambiente, la diversidad y el desarrollo sostenible.

Canadá

Se lo considera un consumidor exigente, que prefiere informarse del detalle del producto compara la calidad, su origen, composición y precio; por lo general valora mucho el producto europeo, priorizan como más importante todo lo relacionado con bienestar y confort. (PROECUADOR, 2020)

Respecto a la importación de productos denominados cosméticos, presenta regulaciones legales. Estas regulaciones son: la ley de Alimentos y Medicamentos de Canadá junto a la ley de Regulaciones Cosméticas de Canadá. (COSMERE)

Entre los requisitos más destacados está la prohibición de ciertos ingredientes, los productos deben incluir un etiquetado claro y específico la cual debe estar en sus dos idiomas oficiales inglés y francés.

Conclusión

Si bien es cierto los mercados en los que se desea incursionar presentan elevados niveles de consumo de productos cosméticos con la denominación orgánica, resultando ampliamente atractivos. Dicho esto, se debe considerar el comportamiento dentro del territorio, por lo cual se debe identificar medios con el propósito de observar la reacción del mercado hacia los productos que se ofrecen.

Respecto a los precios de cada producto con los de la competencia, estos varían dependiendo de sus componentes y materia prima, por lo que los productos de Chankuap pueden ganar valor y reconocimiento no únicamente por su calidad y procesos sino también por los valores y principios con los que trabaja en toda su cadena de producción.

Posterior al estudio de mercado se recomienda realizar un estudio de factibilidad mismo que permita determinar los canales de distribución apropiados y eficientes facilitando a los consumidores el acceso a los productos de la manera más adecuada, es decir, fijando su perspectiva sobre la ubicación.

De igual manera es necesario coordinar actividades entre la fundación Chankuap y el instituto de promoción de exportaciones PROECUADOR para que se garanticen mejores relaciones comerciales entre nuestro país y el mercado extranjero.

Referencias

Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). Fundamentos de marketing . Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

COSMEREGL. (s.f.). Regulaciones Cosméticas en Canadá. Recuperado el 22 de diciembre de 2021, de <https://cosmereg.com/regulaciones-cosmeticas-encanada/?lang=es>

Lopera , J., Ramírez , C., Zuluaga, M., & Ortiz, J. (2010). EL MÉTODO ANALÍTICO COMO MÉTODO NATURAL. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/NOMA/article/viewFile/NOMA1010140327A/25986>

- MAEUEC. (2020). FICHA PAÍS-ALEMANIA. Obtenido de https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/ae_fichaspais/es_def/adjuntos/Alemania.pdf
- MAEUEC. (2021). FICHA PAÍS-PAÍSES BAJOS. Obtenido de http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/paisesbajos_ficha%20pais.pdf
- Malhotra. (1997). Investigación de mercados con un enfoque práctico. Prentice-Hall Hispanoamericana.
- Mankiw, N. G. (2012). Principios de economía. Cengage Learning Editores,.
- Molano Cruz, G. (2019). La política comercial de la Unión Europea. Obtenido de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/anpol/article/view/79796/70847>
- Prieto Castellanos , B. (2017). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencia digital. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuco/v18n46/0123-1472-cuco-18-46-00056.pdf>
- PROCOMER. (21 de Mayo de 2018). Crece el mercado de cosmética natural en Alemania. Obtenido de https://www.procomer.com/alertas_comerciales/crecmercado-de-cosmetica-natural-en-alemania/
- PROECUADOR. (06 de Agosto de 2020). Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/tag/canada/>
- PROECUADOR. (18 de Agosto de 2021). Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/tag/espana/>
- Reyes, P. (2020). Buen vivir, cuidado de la casa común y reconciliación. Obtenido de https://javeriana.edu.co/unesco/buenvivir/contenido/ponencias/tema3/pdf/ponencia_09.pdf

TRADEMAP. (2020). Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx>