



Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica
Dirección de Inteligencia Comercial



Jugo de Frutas en Canadá

Ronald Arce
Luis Carlos Vargas
Analistas Económicos

Febrero, 2009

EE-IM-34-08

Tabla de Contenido

Resumen Ejecutivo	3
I. El consumidor canadiense	4
a. Tendencias en el sector de alimentos	5
b. Nichos de Mercado	6
II. El mercado de jugos y bebidas de frutas	8
a. Tendencias en jugos y bebidas de frutas	9
b. Industria	10
III. Comercio Exterior	13
a. Importaciones Canadienses	13
- Jugo de Naranja	15
- Jugos Mixtos	17
- Jugo de Uva	18
- Otros jugos de frutas	19
- Jugo de Piña	19
b. Exportaciones Canadienses	23
IV. Oferta Costarricense	25
V. Condiciones de Acceso	27
a. Aranceles de Importación	27
b. Embalaje	28
c. Otros requisitos	28
d. Distribución	28
VI. Consideraciones Finales y Recomendaciones	30
VII. Fuentes	31

Resumen Ejecutivo

- El consumidor canadiense gasta aproximadamente un 14% de sus ingresos en alimentación, esto sin considerar gastos adicionales en restaurantes y lugares de entretenimiento.
- En la actualidad el consumidor canadiense está siendo influenciado por diferentes cambios en el estilo de vida lo cual hace que cambie sus patrones de consumo. Dentro de las tendencias que están provocando estos cambios se encuentran: la diversidad cultural; la búsqueda de productos saludables; conveniencia, calidad y variedad.
- Las tendencias señaladas anteriormente así como algunas características propias de la sociedad canadiense hacen que las empresas creen productos destinados a atender las necesidades de diferentes grupos, tales como: las personas mayores; las familias de doble ingreso sin hijos. Además existen nichos transversales, es decir, que pueden ser comunes a los diversos segmentos de consumidores por ejemplo productos gourmet; étnicos; innovadores; orgánicos; así como la preocupación por la frescura de los mismos.
- El mercado canadiense de jugos y bebidas de frutas es considerado como un mercado maduro con uno de los consumos por persona más altos del mundo.
- A pesar de ser un mercado maduro, no es un mercado estático, el cambio en los gustos y preferencias de los consumidores hacen que éstos se trasladen entre diferentes productos generando nuevas oportunidades.
- El consumidor canadiense prefiere el producto 100% jugo, este tipo de productos representó el 65.8% de las ventas de jugos y bebidas de frutas en el 2007, seguido por las bebidas de frutas con una participación de mercado de 20.7% mientras que el porcentaje restante corresponde a los néctares.
- El jugo de naranja, manzana y uva son los sabores más comprados por los consumidores canadienses. A pesar de esto, el mercado cada vez ofrece más jugos mezclados, lo cuales incorporan ingredientes exóticos como el mango, banano, maracuyá, etc. y se venden a un precio mayor.
- Entre el año 2002 y el 2007 las importaciones de jugos de frutas realizadas por el mercado canadiense crecieron en un 73%, al pasar de US\$386.4 millones a US\$668.4 millones. El aumento es consecuencia de un mayor precio de importación de los productos, así como de un mayor volumen, especialmente en el jugo de naranja.
- El principal producto importado por Canadá dentro de la categoría de jugos de frutas es el jugo de naranja, le sigue el jugo mixto de frutas, el jugo de uva, entre otros.
- Los aranceles aplicados por Canadá a la importación de jugos es cero para la mayoría de tipos, y en los casos en que este país impone un arancel, en virtud del acuerdo comercial entre Costa Rica y Canadá estos quedan exonerados de dicho pago.

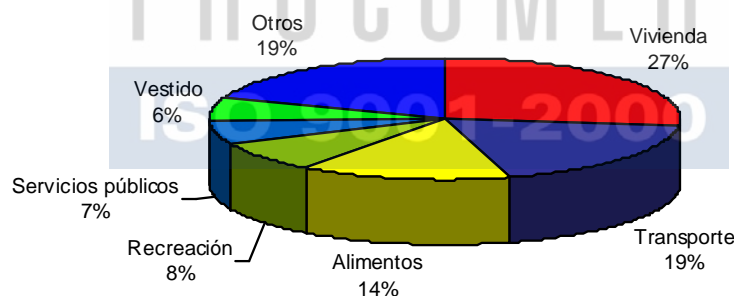
I. El consumidor canadiense

Canadá es uno de los países más ricos del planeta, y en consecuencia posee consumidores con elevados niveles de ingreso y altamente sofisticados al compararse con otros países de menor desarrollo relativo.

Los hogares canadienses se encuentran en un proceso de cambio: las familias se reducen en número de miembros, son más frecuentes los hogares sin hijos y con ambos miembros de la familia trabajando. Además, aumentan el número de hogares unipersonales, la población envejece, etcétera. Todos estos cambios repercuten sobre los patrones de consumo así como la disponibilidad de ingresos de las familias.

En términos generales el ingreso por familia después de impuestos se ubica alrededor de los CA\$60,000 (aproximadamente es el mismo monto en US\$) al año. Dicho ingreso es utilizado por las familias principalmente para cubrir las necesidades de vivienda, transporte y alimentación de sus miembros. A diferencia de países más “pobres” los rubros de alimentos y vestido no son la principal fuente de gasto de los consumidores ya que una vez satisfechas estas necesidades, el consumidor destina su ingreso en otros aspectos como el pago y mantenimiento de las viviendas y automóviles.

Canadá: Distribución del Gasto de Consumo (2006)

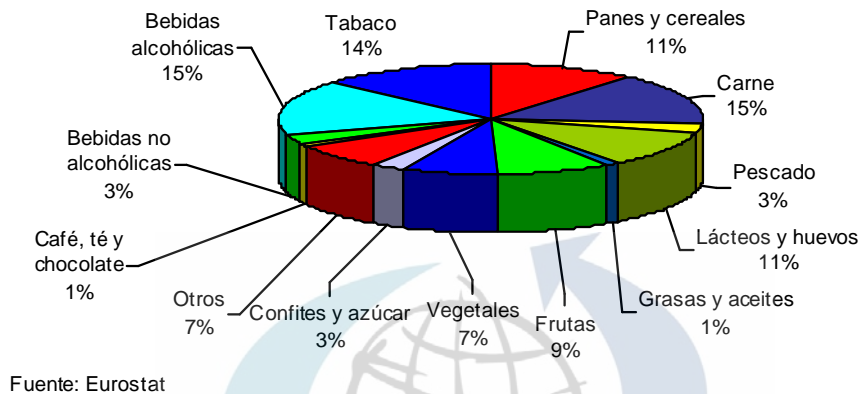


Fuente: Statcan

Durante el año 2006, el gasto en alimentos, bebidas y tabaco representó cerca del 14% del gasto total de los hogares. En el año 2007, este gasto alcanzó cerca de CA\$9,000, cifra que aumento en 19% entre los años 2002 al 2007.

Dentro de los gastos en alimentación, los mayores gastos se registran en tres tipos de productos: carnes, bebidas alcohólicas y tabaco, los cuales en conjunto representaron el 44% del gasto total durante el año 2007. Sin embargo es importante señalar que estos gastos se miden como el consumo en el hogar y no incluye los gastos del consumidor en lugares como restaurantes u otros sitios de comida. Así, considerando que como se registra en el gráfico anterior, el 8% del gasto en consumo se destina en actividades recreativas que pueden incluir comidas fuera del hogar, el 14% apuntado anteriormente podría elevarse de manera importante.

Canadá: Distribución del Gasto en Alimentos (2007)



Por su parte de la categoría de bebidas (incluyendo los jugos de frutas) representaron menos del 3% del gasto en alimentos, esto es aproximadamente CA\$250 por hogar por año.

a. Tendencias en el sector de alimentos

Son múltiples las tendencias que afectan a los consumidores canadienses, mismos que se reflejan en la demanda de nuevos productos o requerimientos adicionales nuevos a los productos conocidos u existentes. Algunas de estas tendencias tienen mayor impacto que otras sobre el mercado de jugos y bebidas de frutas, sin embargo, en menor o mayor medida tendrán repercusión sobre la industria y la forma en como la percibe el consumidor.

A continuación se presenta una síntesis breve de algunas características del mercado canadiense que inciden, sin lugar a dudas en la demanda por jugos y bebidas de frutas:

- **Diversidad cultural:** una de las características de la sociedad canadiense es su diversidad cultural debido a la presencia no solo de importantes poblaciones de origen anglosajón, francés, sino también de orientales, a lo cual se suman las constantes migraciones de diferentes partes del mundo aumentando así la diversidad existente. Esta diversidad genera una amplia variedad de platos étnicos que cada vez más pasan a formar parte del gusto del consumidor, pero que a su vez requieren de ingredientes que muchas veces deben ser importados.
- **Productos saludables:** el consumidor canadiense muestra cada vez más interés en alimentos o ingredientes que generen beneficios a la salud, incluyendo aquellos que ayuden a prevenir enfermedades. Esto ha implicado una nueva variedad de productos tanto en la industria alimenticia como farmacéutica que incorpora cada vez más los ingredientes como frutas o productos de origen vegetal y animal con características especiales.
- **Productos exóticos:** la variedad de productos exóticos en el mercado, especialmente de frutas y verduras, es cada vez más amplia, lo cual ha sido favorecido por las dos

tendencias anteriores: las propiedades saludables de muchos de estos productos y el gusto cada vez más amplio y diverso en la cocina canadiense.

- **Calidad, conveniencia y variedad:** son algunas de las exigencias que tiene el consumidor canadiense sobre los productos que compra. Así, se tiene que el canadiense demanda productos que deben tener una alta calidad y adaptados al ritmo de vida acelerado.

b. Nichos de Mercado

Debido a las características de la población canadiense, sus gustos y preferencias, capacidad de compra se han desarrollado una serie de segmentos dentro del mercado de productos alimenticios tal como se describe a continuación:

- **Productos para personas mayores:** el envejecimiento de la población canadiense, así como el tamaño más reducido de los hogares han aumentado las exigencias de productos en presentaciones más pequeñas (aptos para hogares compuestos por un matrimonio sin hijos), con empaques de fácil manejo y etiquetas que faciliten la lectura (para facilitar la lectura por parte de las personas mayores), además de incorporar ingredientes nutritivos que permitan mejorar la calidad de vida de los consumidores.
- **Productos de conveniencia y alimentos fuera del hogar:** cada vez más los hogares cuentan con dos ingresos, por lo que el mayor ingreso contribuye a la demanda de alimentos fuera del hogar o de productos convenientes en su preparación, servicio y almacenaje que faciliten el trabajo de preparación por parte de los consumidores.
- **Productos gourmet:** los productos gourmet y los productos caros son vistos como pequeñas indulgencias que el consumidor se permite.
- **Productos étnicos:** los productos étnicos se encuentran en crecimiento y se espera que en los próximos años ingresen productos congelados que impulsen el volumen de ventas.
- **Productos innovadores:** la búsqueda de productos con esta característica se centra especialmente en productos que faciliten la vida a los consumidores, por ejemplo leche para bebés vendida en botellas desechables pre-empaquetadas. Adicionalmente se espera aumento en las ventas de alimentos tales como las cajas de merienda o alimentos listos para consumir.
- **Productos Orgánicos:** la percepción de que los productos orgánicos son mejores y la disposición a pagar un sobrepago por ellos, ha hecho que las empresas estén cada vez más interesadas en este tipo de productos. En consecuencia ventas se encuentran creciendo aceleradamente.
- **Productos Frescos:** la frescura es otra de las características demandadas por el consumidor, lo cual se refleja en un aumento en las ventas de los productos que requieren refrigeración tanto de producto preparado como de productos agrícolas.

Finalmente es necesario señalar la influencia que tiene el mercado de los Estados Unidos en Canadá, donde tendencias que se desarrolla en el primer mercado luego son adoptadas por los canadienses, esto facilita la incorporación de productos que se han desarrollado pensando el mercado estadounidense, así como la utilización de canales de comercialización que suplen ambos mercados.

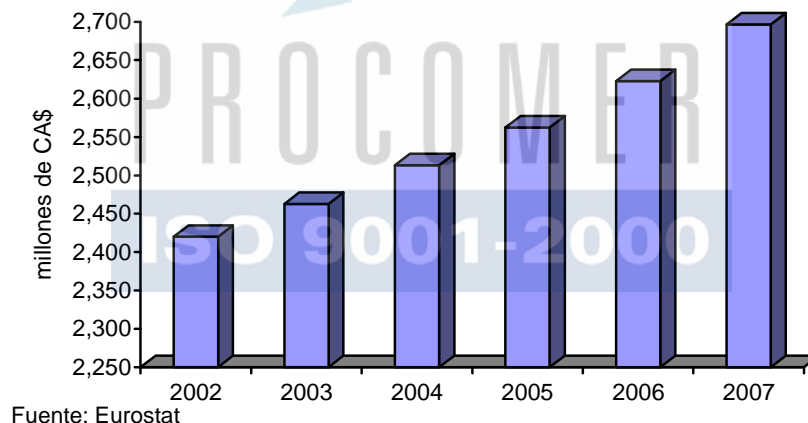


II. El mercado de jugos y bebidas de frutas

El mercado canadiense de jugos y bebidas de frutas es considerado como un mercado maduro con uno de los consumos por persona más altos del mundo, lo cual da poco margen de crecimiento. Sin embargo, el cambio en los gustos y preferencias de los consumidores hacen que éstos se trasladen entre diferentes categorías de productos con lo que algunas crecen de forma acelerada mientras otras se encuentran en una situación de estancamiento o decrecimiento.

En total, durante el año 2007, las ventas de jugos de frutas y vegetales en puntos de venta como supermercados, tiendas de conveniencia, y similares¹ alcanzaron un valor cercano a los CA\$2,700 millones (aproximadamente US\$2,500 millones), cifra que creció en 11,4% con respecto al año 2004. Este crecimiento fue producto de un aumento en el precio de los productos, ya que el volumen del mercado más bien decreció en 3.3% en ese mismo período.

**Canadá: Valor de las ventas *off trade* de jugos
(millones de CA\$)**



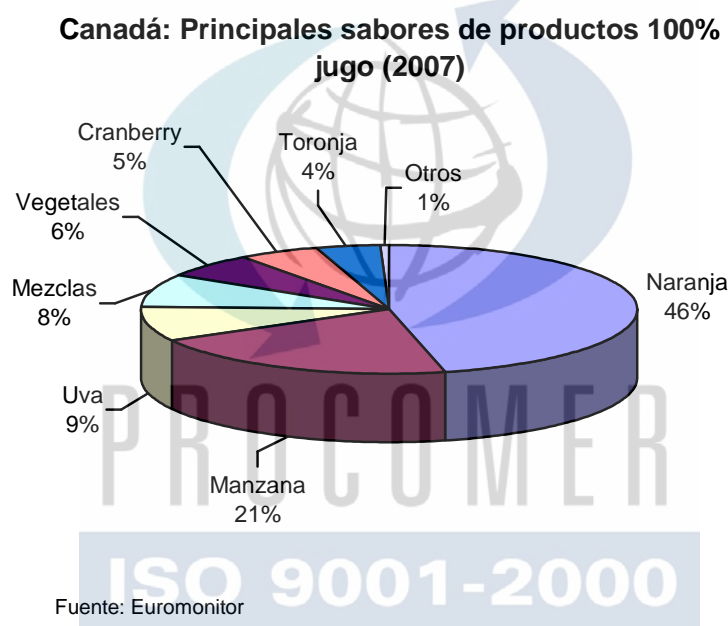
Se espera que entre los años 2007-2012, el volumen del mercado de jugos crezca en aproximadamente un 7% mientras que el valor del mercado se incrementaría en aproximadamente 8%.

El mercado de jugos y bebidas de frutas en Canadá está compuesto por tres categorías básicas de productos: 100% jugo, néctares (con un contenido de jugos entre el 25-99%) y las bebidas de jugos (con un contenido máximo de jugo de 24%). De estas tres categorías el consumidor canadiense prefiere la de 100% jugo, situación que se refleja en las ventas en tiendas detallistas (sin incluir restaurantes, cafeterías, etc.) donde este tipo de productos representó el 65.8% de las ventas de jugos y bebidas de frutas en el 2007, seguido por las bebidas de frutas con una participación de mercado de 20.7%. El porcentaje restante corresponde a los néctares.

¹ Puntos de venta conocidos como off-trade

Dentro de la categoría de productos 100% jugos, los jugos reconstituidos² son los de mayor importancia en el mercado canadiense ya que representaron el 43.5% del volumen de este tipo de productos mientras que el jugo 100% puro aportó cerca del 30%. Los productos congelados aportaron el 26.5% restante.

Por sabores dentro de los productos 100% jugos el de mayores ventas (en valor) es el jugo de naranja, el cual en el año 2007 representó el 46.3% del volumen vendido por las tiendas al detalle. Seguido a este producto se ubicó el jugo de manzana con una participación de mercado de 20.5% y las otros tipos de jugo representando menos del 10%.



Debe tomarse en cuenta que si bien los principales productos son los mismos desde hace varios años, sabores tradicionales para el consumidor como la manzana y la uva han perdido importancia dentro del mercado. En el año 2002, el jugo de manzana representaba el 22% del mercado, cifra que ha disminuido a menos del 21% mientras que el jugo de uvas tenía una participación superior al 10% en el año 2002.

Otros productos por su parte han aumentado su importancia en el mercado canadiense entre ellos el jugo de naranja, así como la mezcla de frutas, los vegetales y el jugo de *cranberry*. Estos cambios son en parte reflejo de las tendencias que se muestran en el consumidor.

a. Tendencias en jugos y bebidas de frutas

Las preferencias de los consumidores se están trasladando de las bebidas de frutas hacia los productos 100% jugo. Adicionalmente los productos jugo 100% puro fueron la categoría de mayor crecimiento (9%). Esto es congruente con las preferencias señaladas del consumidor que busca productos más saludables y naturales.

² Los jugos reconstituidos son aquellos elaborados a partir de la adición de agua a los concentrados de frutas

Los jugos refrigerados (no de concentrado y los reconstituidos) también se encuentran ganando importancia dentro de los consumidores canadienses. En el 2002 representaban el 72% del volumen de ventas mientras que para el año 2007 alcanzaron el 75% de participación de mercado. Una de las causas de este fenómeno es la tendencia a consumir productos saludables de los consumidores. Debido a que los productos no elaborados a partir de concentrados se deben mantener en refrigeración para evitar su deterioro, los consumidores los asocian con productos saludables y pureza.

Los productores de bebidas de frutas y de néctares están utilizando envases similares (cartones de 1.89 litros) y poniendo sus productos en refrigeración con el objetivo de que sean relacionados con los productos 100% jugo y desligarse de los productos elaborados a partir de concentrados.

Esta tendencia hacia productos saludables se espera que se mantenga en el futuro. Euromonitor proyecta un crecimiento de 14.8% en las ventas de productos 100% jugo entre el año 2007 y 2012, mientras que las bebidas de jugos (con un contenido en fruta menor al 24%) más bien decrecerán en 17%.

Los sabores tradicionales para el consumidor canadiense como el jugo de manzana y de uva están siendo remplazados por productos con mejores características nutricionales y complejas mezclas de vegetales y frutas. Por lo general las mezclas de jugos incluyen productos tropicales tales como el banano, papaya o mango, productos más caros que los tradicionales. La ganancia en participación de mercado de dichas mezclas de jugos refleja una tendencia hacia los productos *premium* en Canadá.

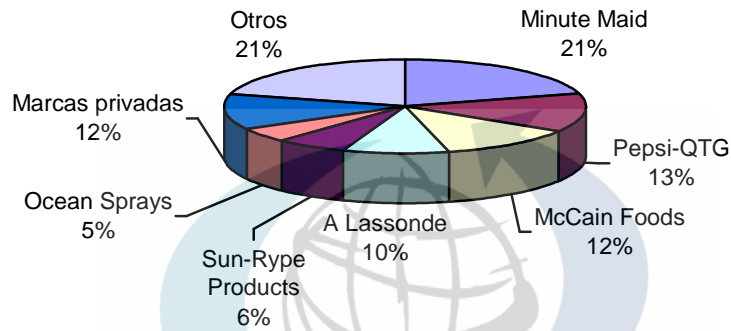
b. Industria

Para el año 2003, según cifras de la Oficina Canadiense de Estadísticas (Statcan), la industria de las bebidas suaves y fabricación de hielo estaba constituida por cerca de 200 empresas.

Si bien no se cuenta con información más actualizada respecto al número de empresas que constituyen esta industria, se sabe que el mercado canadiense en la actualidad está dominado por compañías de amplia reconocimiento internacional. El líder de mercado, según la empresa Euromonitor, es *Minute Maid Co of Canada* con una participación de más de 20% tanto en volumen como en valor.

También se debe considerar que hay ciertas empresas que mantienen un liderazgo importante en algunas categorías. Por ejemplo Tropicana (de la empresa Pepsi-QTG), domina el mercado de jugos no provenientes de concentrado, lo cual la ha posicionado dentro de los consumidores como la opción más saludable.

Canadá: Participación en el mercado de jugos de frutas y vegetales según empresa (2007)



Fuente: Euromonitor

Dentro de la intensa competencia que se vive en el mercado canadiense, el lanzamiento de nuevos productos es visto como una opción de crecimiento.

Durante el 2007, la empresa Minute Maid lanzó una nueva línea de productos llamada *Minute Maid Fruit Solutions*, que tiene como característica la mezcla de frutas que ofrece uno o más beneficios a la salud (por ejemplo la línea de productos anti oxidantes). También la empresa Lassonde con su línea *Oasis Health Break* desarrolló la mezcla de Piña-Banano-Naranja con fibra.

ISO 9001-2000



Línea de productos Minute Maid Fruit Solutions

Fuente: www.minutemaids.ca



Línea de productos Oasis Health Break

Fuente: www.oasishealthbreak.com

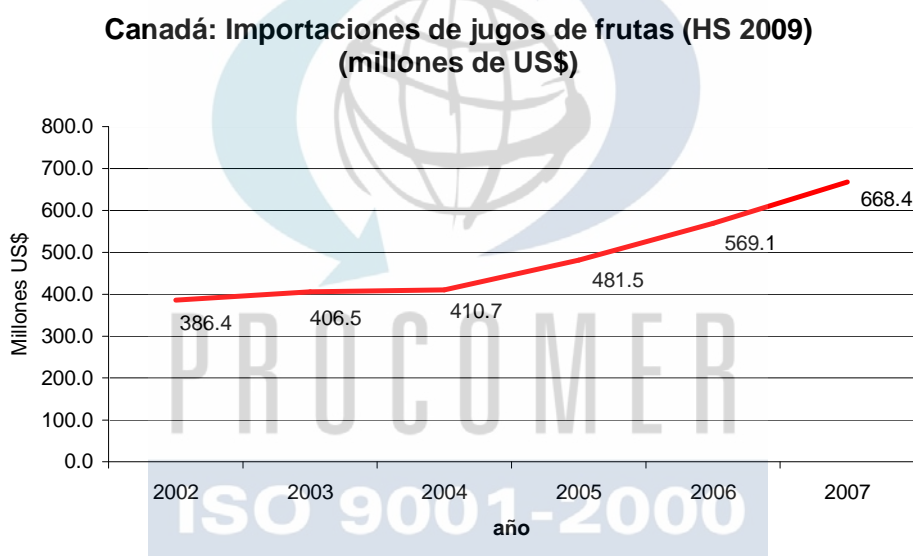
Este tipo de producto no solamente satisface la necesidad del consumidor de productos más saludables, sino que también representa una respuesta a la mayor demanda por productos *premium* que se observa en el mercado.



III. Comercio Exterior

a. Importaciones Canadienses

Entre el año 2002 y el 2007 las importaciones de jugos de frutas³ realizadas por el mercado canadiense crecieron en un 73%, al pasar de US\$386.4 millones a US\$668.4 millones, lo cual representó una tasa promedio anual de un 12%. El crecimiento más importante se observa a partir del 2004, de manera tal que entre el 2004 y el 2007 la tasa de crecimiento promedio anual fue de un 18%.



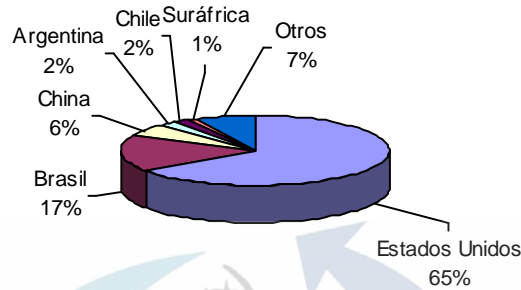
Fuente: Statcan

El aumento en las importaciones de jugos realizadas por Canadá se explica básicamente por los aumentos en las importaciones de jugo de naranja (que tal como se mencionó antes ha ganado participación de mercado), las cuales crecieron un 48% en dicho periodo, con una participación promedio de un 50% en los tres últimos años.

Según datos de Statcan, de los US\$668.4 millones de importaciones de jugos de frutas realizadas por Canadá durante el 2007, US\$ 434.9 millones fueron productos originarios de los Estados Unidos, lo cual representó un 65%, seguidos por US\$113.6 millones de jugos brasileños (17%), y US\$37.5 millones desde China (6%). Cabe destacar que las importaciones para dicho año de producto costarricense ascendieron a US\$147mil, ubicándose en el puesto 39 de acuerdo al valor de importación.

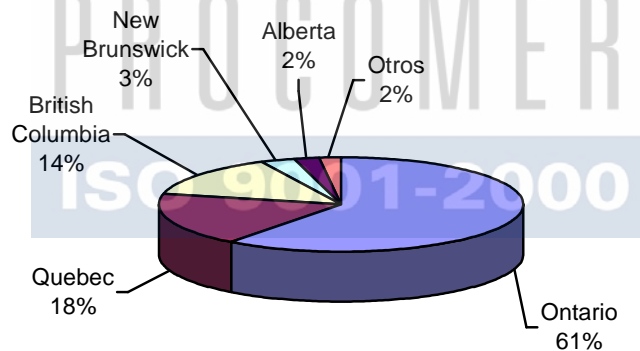
³ Se incluyen productos de la partida arancelaria 2009: Jugos de frutas, frutos o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de azúcar u otro edulcorante

Canadá: Origen de las importaciones de jugos de frutas (HS 2009)



Fuente: Statcan

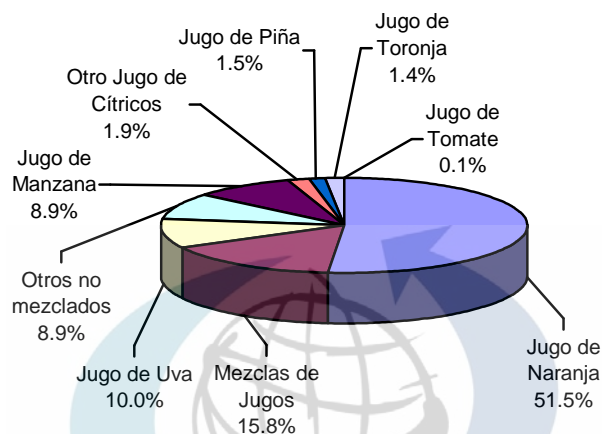
Las importaciones canadienses de jugos de frutas se concentran principalmente en tres provincias: Ontario, Quebec y British Columbia, estas en conjunto representan el 93% de las importaciones, a su vez en estas provincias se encuentran los principales centros de consumo y producción como lo son las ciudades de Toronto, Montreal y Vancouver.



Fuente: Statcan

El principal producto importado por Canadá dentro de la categoría de jugos de frutas es el jugo de naranja. Para el año 2007 se realizaron importaciones por un monto de US\$ 344 millones, lo cual representó un 51.5%; le sigue el jugo mixto de frutas con US\$ 105 millones (15.8%), el jugo de uva con US\$ 67 millones (10%) y los "otros jugos no mixtos" US\$ 60 millones (8.9%), entre otros.

Canadá: Distribución de las importaciones de jugos de frutas, 2007. (HS 2009)



Fuente: Statcan

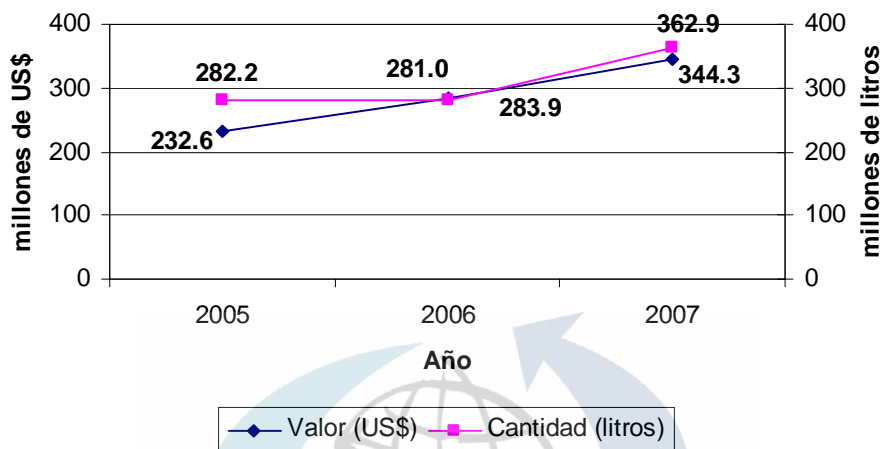
En lo que se refiere al desenvolvimiento de las importaciones en los últimos años, resalta el hecho de que el jugo de piña mostró un crecimiento sobresaliente entre el 2006 y el 2007, al pasar de US\$7.7 millones a US\$10 millones, lo que representó un incremento de un 30% (efecto del aumento en la cantidad importada).

- Jugo de Naranja

Las importaciones del jugo de naranja, crecieron un 21% entre el 2006 y el 2007 (de US\$ 283 millones a US\$ 344 millones), con un crecimiento en valor absoluto de US\$ 60 millones durante el 2007.

En términos de volumen, las importaciones de este tipo de jugo pasaron de 282.2 millones de litros a 362.9 millones de litros, entre el 2005 y el 2007, lo cual representó un incremento de un 28.6%

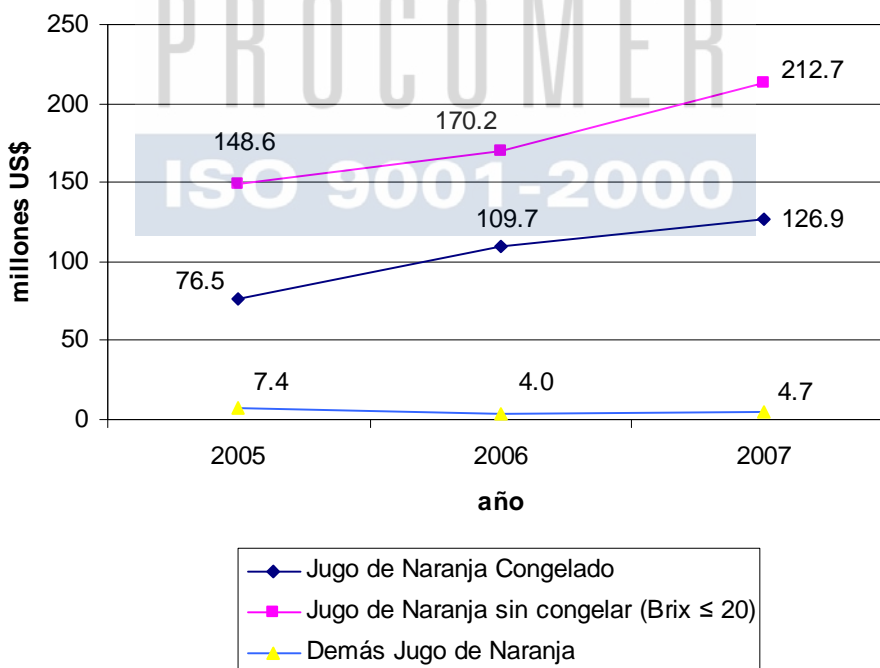
Canadá: Importaciones de jugos de naranja



Fuente: Statcan

Según las variedades de jugos de naranja el más importante es el jugo sin congelar con un valor brix menor o igual a 20, el cual representó un 61.7% del total de jugo de naranja importado.

Canadá: Valor de las importaciones de jugos de naranja, según variedad.



Fuente: Statcan

Al calcular los precios promedio de las importaciones (de acuerdo al valor CIF), notamos una diferencia de 3.4 veces entre el jugo congelado y el sin congelar, con un crecimiento entre el 2005 y el 2007 de un 65% en el jugo congelado, alcanzando un valor de US\$ 2.37 por litro.

Canadá: Precio CIF del jugo de naranja

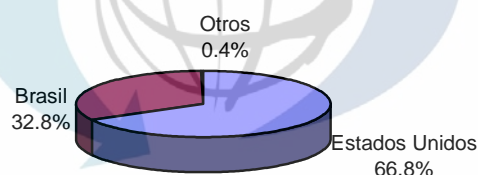
US\$ / Litro

Producto	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Jugo de Naranja Congelado	1.39	1.43	1.11	1.44	2.11	2.37
Jugo de Naranja sin congelar (menos de 20 grados Brix)	0.58	0.65	0.68	0.67	0.74	0.69

Fuente: Statcan

Existe una alta concentración en el origen del jugo de naranja importado por Canadá ya que entre Estados Unidos y Brasil se abarca casi la totalidad (99.6%), siendo el primero el más importante con un 66.8%. Esta relación se ha mantenido en los últimos tres años de una forma casi constante.

Canadá: Origen de las importaciones de jugo de naranja según valor, 2007. (HS 20091)

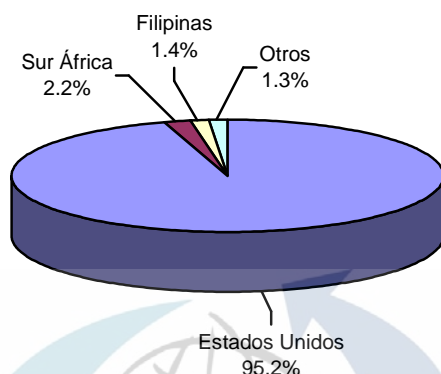


Fuente: Statcan

- Jugos Mixtos

Para el caso de los jugos mixtos la concentración es aún más marcada, ya que en el 2007 Canadá importó de Estados Unidos un monto de US\$ 100 millones, lo que representó el 95.2% de los US\$ 105 millones importados en total.

Canadá: Origen de las importaciones de jugos mixtos según valor, 2007. (HS 200990)



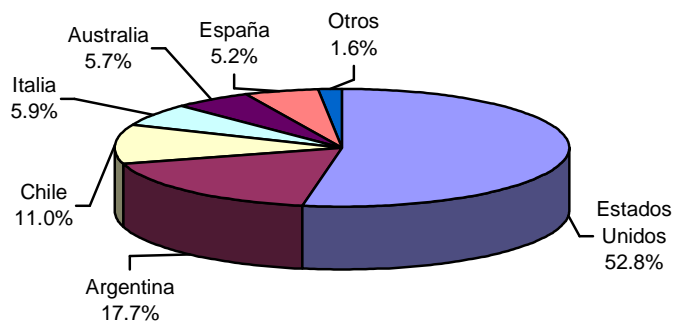
Fuente: Statcan

Entre el 2005 y el 2006 se presentó un importante crecimiento en las importaciones canadienses de jugos mixtos de frutas, al pasar de US\$ 78.5 millones a US\$ 95.0 millones, lo que representó un crecimiento de un 21%, mientras que para el 2007 el crecimiento fue de un 11%, manteniéndose la importancia de los Estados Unidos como suplidor de dichos jugos, siempre alrededor del 95%.

- Jugo de Uva

Al analizar la tercera categoría de jugos para el mercado canadiense en nivel de importancia según valor (jugo de uva), notamos una mayor diversidad de oferentes (siempre manteniéndose la importancia de los Estados Unidos). El valor importado creció en un 18.8% entre el 2005 y el 2007, al pasar de US\$ 56 millones a aproximadamente US\$ 67 millones.

Canadá: Origen de las importaciones de jugos de uva según valor, 2007. (HS 20096)



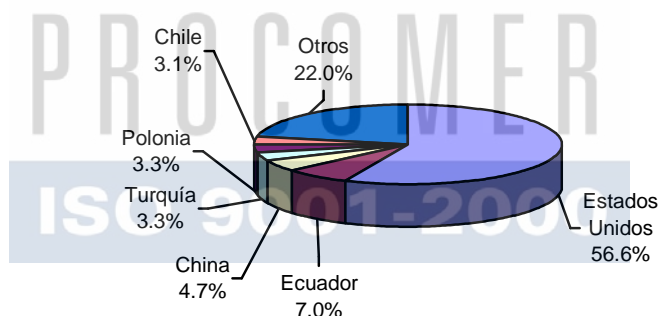
Fuente: Statcan

- Otros jugos de frutas

Al igual que en el caso anterior los niveles de concentración de los orígenes de los “otros jugos sin mezclar” son menores a los mostrados en los jugos de naranja o los jugos mixtos. Sin embargo, continúa existiendo una alta participación de los Estados Unidos como proveedor.

Las importaciones en los últimos tres años (2005-2007) pasaron de US\$ 44.5 millones a aproximadamente US\$ 60 millones (crecimiento del 34%). Sobresaliendo el desenvolvimiento de Ecuador que pasó de US\$ 1.7 millones a US\$ 4.2 millones (crecimiento de un 44% en tres años).

Canadá: Origen de las importaciones de otros jugos sin mezclar según valor, 2007. (HS 200980)



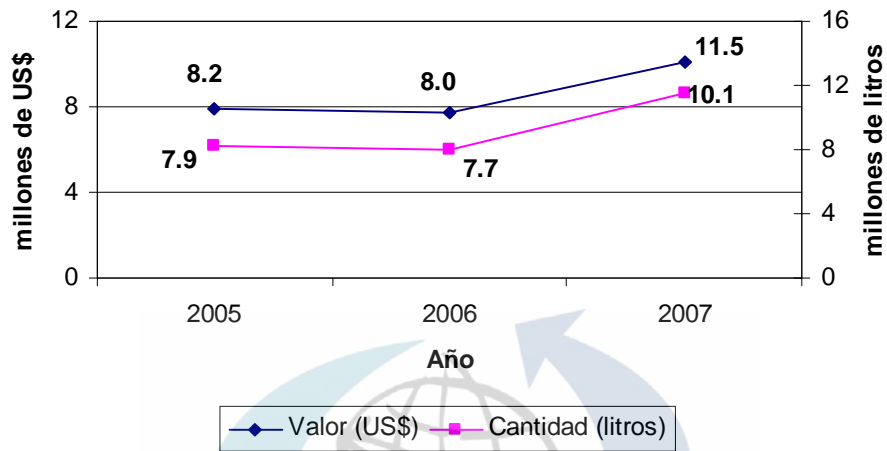
Fuente: Statcan

- Jugo de Piña

Las importaciones de jugo de piña representan un 1.5% de las importaciones totales de jugos de frutas realizadas por Canadá. En otras palabras equivalen a un monto de US\$10 millones de dólares, suplidos básicamente por cuatro países (Filipinas, Estados Unidos, Tailandia e Indonesia) los cuales abarcaron un 92% de las importaciones canadienses.

Como se mencionó anteriormente, el crecimiento en el valor importado por Canadá de jugo de piña entre el 2006 y el 2007 fue de un 30%, lo cual es explicado básicamente por el aumento en la cantidad de un 44%, ya que además si observamos el notaremos el decrecimiento del precio promedio del “demás jugo de piña” (principal producto importado).

Canadá: Importaciones de jugo de piña



Fuente: Statcan

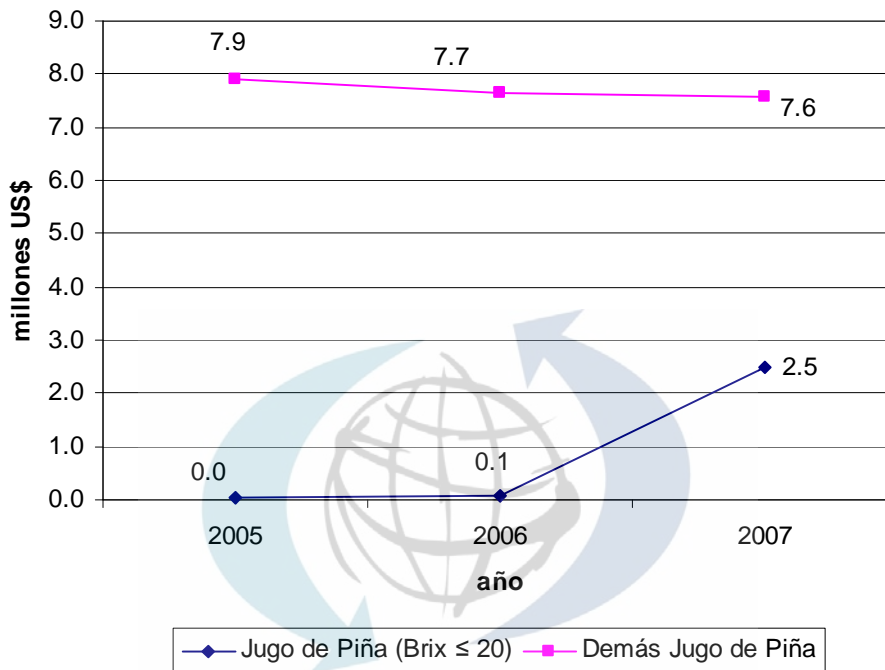
Canadá: Precio CIF del jugo de piña (US \$/Litro)

Producto	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Jugo de piña (menos de 20 grados Brix)	0.70	0.98	1.01	0.87	0.91	1.12
Los demás jugos de piña	1.14	1.16	1.13	0.96	0.97	0.82

Fuente: Statcan

Entre el 2006 y el 2007 se presenta un surgimiento de las importaciones de jugo de piña con un valor brix inferior o igual a 20 y un ligero decaimiento del “demás jugo de piña”. Esto medido en términos de valor, ya que ambas categorías presentan una tendencia creciente en la cantidad importada, y en el caso del producto con menos de 20 grados Brix, en el 2007 se produce un aumento en las importaciones provenientes de Estados Unidos que es la causa del aumento en las importaciones medidas en términos monetarios.

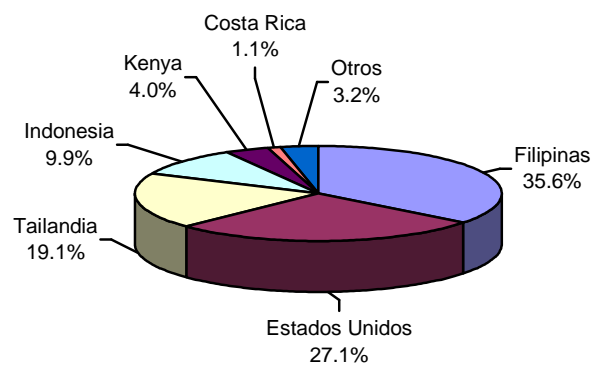
Canadá: Valor de las importaciones de jugo de piñas según variedad



Fuente: Statcan

Costa Rica aparece dentro de las estadísticas canadienses de importaciones de jugos de piña con un monto de US\$ 111 mil para el año 2007, lo cual representa un 1.1% del total importado por ese país en ese año. Es de resaltar el hecho de que en los años 2005 y 2006 no hubo importaciones de origen costarricense, por lo que se muestra una nueva incursión en el mercado.

Canadá: Origen de las importaciones de jugo de piña según valor, 2007. (HS 20094)

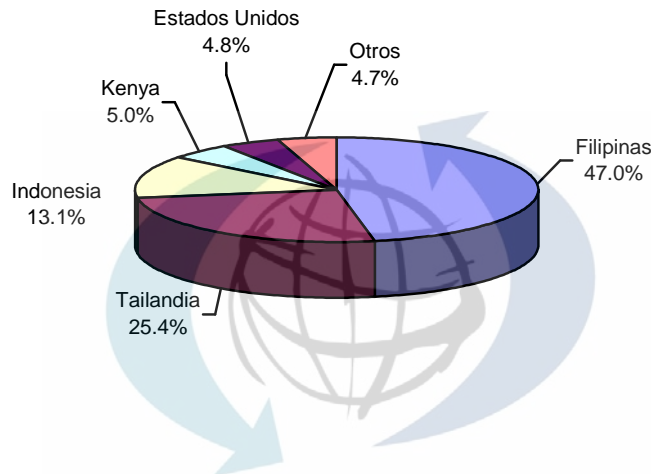


Fuente: Statcan

El principal tipo de jugo de piña importado por Canadá es el que tiene un valor brix mayor a 20 o el denominado como los “demás jugos de piña”, durante el 2007 el valor de las importaciones

alcanzaron los US\$ 7.5 millones, correspondientes a 9.3 millones de litros, los cuales se importaron principalmente desde Filipinas, Tailandia e Indonesia.

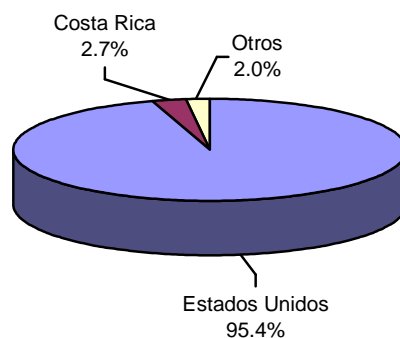
Canadá: Origen de las importaciones del Demás jugo de piña (según valor), 2007. (HS 20094)



Fuente: Statcan

Durante el 2007 las importaciones de jugo de piña con un valor brix inferior o igual a 20, ascendieron a un valor de US\$ 2.5 millones y una cantidad de 2.2 millones de litros, representando un 25% del valor total importado de jugo de piña, siendo Estados Unidos el principal origen de dicho producto con un 95.4%, seguido por Costa Rica con un 2.7%.

Canadá: Origen de las importaciones de jugo de piña con un valor brix \leq 20 (según valor), 2007. (HS 20094)

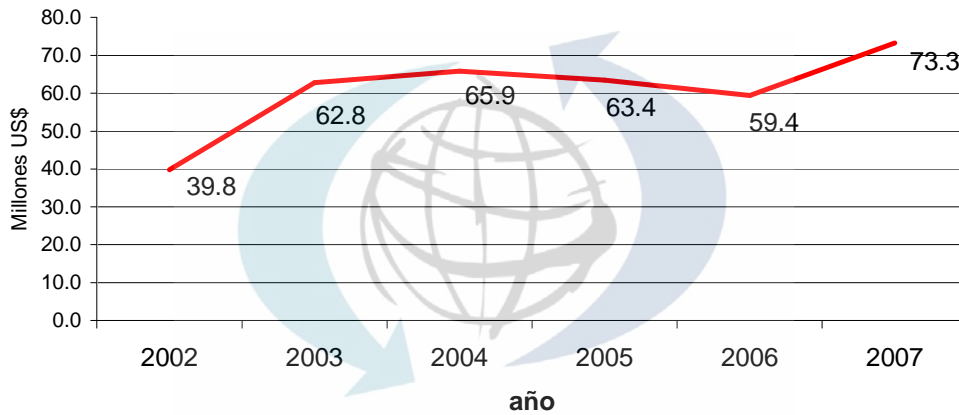


Fuente: Statcan

b. Exportaciones Canadienses

Las exportaciones canadienses de jugos de frutas pasaron de US\$ 39.8 millones a US\$ 73.3 millones en los últimos seis años, sobresaliendo el crecimiento entre el 2002 y el 2003 el cual ascendió a un 58%, seguido por ligeros decrecimientos entre el 2004 y el 2006 y una recuperación en el 2007.

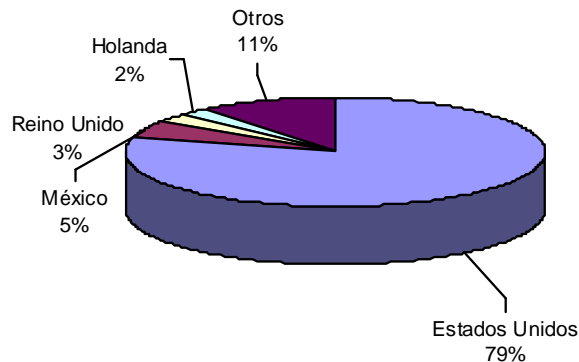
Canadá: Exportaciones de jugos de frutas (HS 2009)



Fuente: Statcan

El principal destino de dichas exportaciones es Estados Unidos con un 79%, seguido por México con un 5%, entre otros.

Canadá: destino de las exportaciones de jugos de frutas según valor, 2007 (HS 2009)

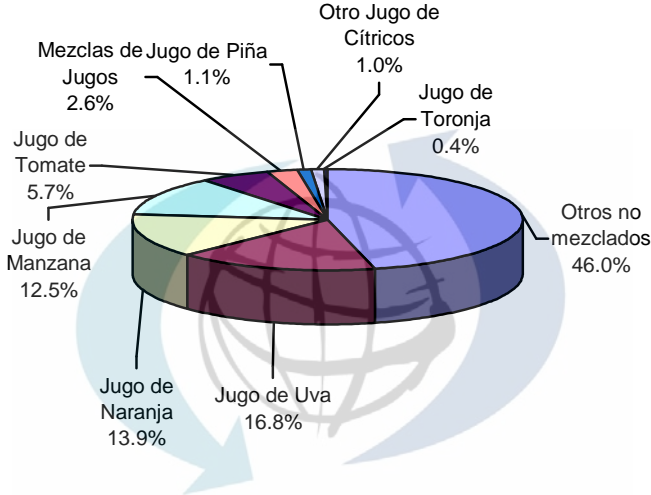


Fuente: Statcan

Los principales tipos de jugos exportados por Canadá se clasifican los "Otros jugos no mezclados", el jugo de uva y el jugo de naranja. Dentro de la categoría de otros jugos no

mezclados se clasifican también otros productos como el jugo de arándano (cranberry) o frambuesa (raspberry).

Canadá: Distribución de las exportaciones de jugos de frutas según valor, 2007. (HS 2009)



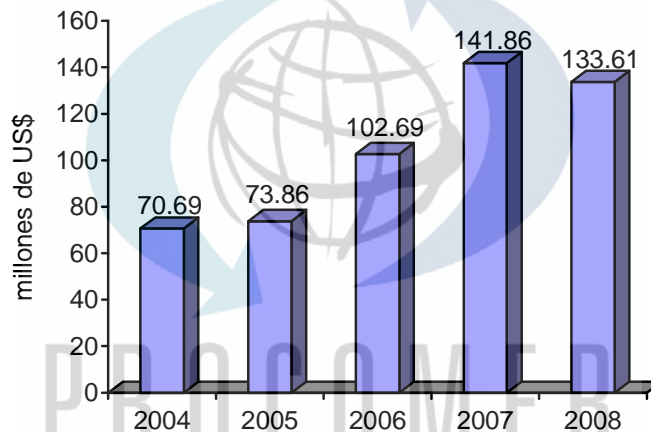
Fuente: Statcan



IV. Oferta Costarricense

El sector de jugos de frutas es uno de los sectores más dinámicos en la agroindustria costarricense. En términos generales, las exportaciones de jugos crecieron 89% entre el 2004 y el 2008 según el valor exportado mientras que el volumen creció en 93% durante el mismo período. En total las exportaciones de jugos alcanzaron los US\$133.6 millones en el año 2008.

**Costa Rica: Exportaciones de Jugos de Frutas (HS-2009)
(millones de US\$)**



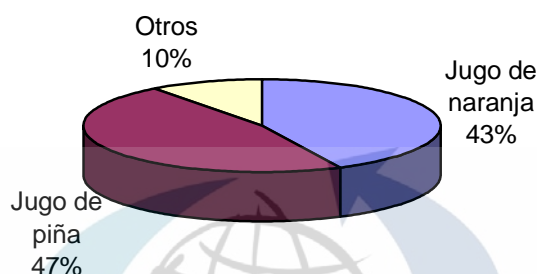
Fuente: PROCOMER

El crecimiento en este sector, obedece principalmente a dos factores, un aumento en los precios de exportación de jugo de naranja así como el volumen exportado del mismo y un aumento acelerado del volumen exportado de jugo de piña.

La oferta costarricense tanto en jugo de naranja como en jugo de piña cuenta con producto disponible de forma concentrada, así como también productos con menos de 20 grados Brix. Durante el año 2008, las exportaciones de ambos productos fueron mayores en el tipo de jugos concentrados, sin que esto signifique que otras presentaciones de productos no se exportaron.

El jugo de piña pasó de representar el 27% del total exportado de jugos de frutas en el año 2004 a un 47% de dicha categoría en el año 2008, por su parte el jugo de naranja redujo su importancia relativa de un 58% a un 43% en el mismo período.

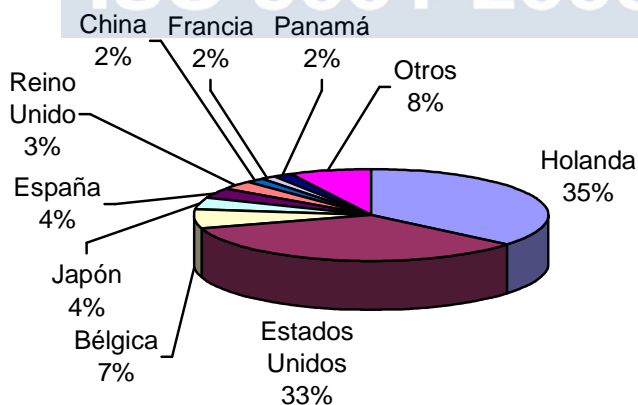
**Costa Rica: Exportaciones de Jugos de Frutas (HS-2009)
según Tipo de Producto (2008)**



Fuente: PROCOMER

Actualmente las exportaciones de jugos de frutas tienen en Holanda su principal destino, seguido de Estados Unidos, estos dos mercados en conjunto representaron cerca del 70% de las exportaciones del año 2008. Actualmente el mercado canadiense es de poca importancia como destino de las exportaciones, en el año 2008 se exportaron menos de US\$20,000 y se ubicó como destino número 32 en importancia para este producto.

**Costa Rica: Exportaciones de Jugos de Frutas (HS-2009)
según Destino (2008)**



Fuente: PROCOMER

V. Condiciones de Acceso

a. Aranceles de Importación

Los aranceles aplicados por Canadá a la importación de productos clasificados en la partida 2009 del Sistema Armonizado que incluye jugos de frutas u hortalizas es cero para la mayoría de los productos. La única excepción es el jugo de manzana, al cual se le aplica un 11.5%, y al jugo de tomate, con un 12.5%.

Para los casos en los que Canadá aplica un arancel diferente de cero, las importaciones de los productos originarios de algunos países menos desarrollados, y algunos países del Caribe (concesiones unilaterales), así como a los productos originarios de México, Estados Unidos, Chile, Israel y Costa Rica (al amparo de los acuerdos bilaterales suscritos entre esos países y Canadá) no deben cancelar el impuesto establecido.

Lo anterior significa que los exportadores costarricenses de jugos de frutas están libres del pago de impuestos aduanales para ingresar al mercado canadiense.

Canadá: Aranceles aplicados a la importación de jugos de frutas (HS 2009).

	Nación más favorecida	Acuerdos Comerciales*
Jugo de Naranja	0.0%	0.0%
Mezclas de Jugos	0.0%	0.0%
Jugo de Uva	0.0%	0.0%
Otros no mezclados	0.0%	0.0%
Jugo de Manzana	11.5%	0.0%
Otro Jugo de Cítricos	0.0%	0.0%
Jugo de Piña	0.0%	0.0%
Jugo de Toronja	0.0%	0.0%
Jugo de Tomate	12.5%	0.0%

* Tarifa preferencial para: Países menos desarrollados, "Comunidad del bienestar de Caribe", México, Estados Unidos, Chile, Israel y Costa Rica.

Fuente: Market Access Map

Para más información sobre el tema de los aranceles que aplica Canadá se puede consultar la siguiente página de Internet:

<http://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/menu-eng.html>

b. Embalaje

En términos generales los embalajes en Canadá deben escribirse en inglés y en francés con la siguiente información:

Nombre del producto y tipo	Nombre y dirección del exportador
Peso en libras y kilogramos, y número de artículos por recipiente	UPC/UPL o código de barras
Número de orden de compra	Número de lote
Tamaño de la caja	Orientación (distintivo de arriba)
País de origen	
Fecha de producción y de consumo	

En el caso de que los productos estén destinados al consumo final (empacados al consumidor) deben cumplir con los requisitos establecidos por la Agencia de Inspección de Alimentos de Canadá. Para más información sobre este tema:

<http://www.inspection.gc.ca/english/fssa/labeti/guide/tab11e.shtml>

c. Otros requisitos

Los exportadores de jugos de frutas deben cumplir con los procedimientos establecidos en el sistema de Análisis de Puntos Críticos de Control (HACCP por sus siglas en inglés) como una forma de ingresar al mercado canadiense. Existe en la agencia de inspección de alimentos un programa especializado que establece los requerimientos básicos que deben seguir las empresas productoras de alimentos para consumo humano. Para más información:

<http://www.inspection.gc.ca/english/fssa/polstrat/haccp/haccpe.shtml>

Adicionalmente esta agencia mantiene un sistema donde se pueden ubicar los requisitos para cada producto alimenticio que va a ser importado en Canadá, este sistema se puede consultar en:

http://airs-sari.inspection.gc.ca/Airs_External/Decisions.aspx

d. Distribución

Los canales de distribución varían en función del cliente al que se desea acceder. En el caso de ofrecerse materias primas a empresas locales, se puede optar por la venta directa a la empresa canadiense, la cual agregará la parte final del proceso y se encarga de la distribución.

Hay que considerar que el importador canadiense es sumamente exigente en las compras que realiza, y el producto debe ser consistente en calidad a través del tiempo, ya que si esto no se logra las posibilidades de que el negocio perdure en el largo plazo son limitadas.

Otra opción que se utiliza en el caso de los negocios entre empresas son los *brokers*. Estas figuras funcionan como encargados de buscar clientes para el producto, y no toman posesión

del mismo. También son utilizados por las empresas importadoras cuando tienen necesidad de buscar proveedores.

La empresa exportadora también puede optar por contar con representantes en el mercado, los cuales permiten tener un contacto más cercano con los clientes. De acuerdo a la estrategia que siga la empresa deberá escoger el lugar óptimo para ubicar sus representantes. En términos generales la ciudad de Toronto es el punto de partida inicial para la mayor parte de las empresas ya que esta ciudad es el principal centro económico y comercial del país.

En esta ciudad se encuentra la oficina de promoción comercial de PROCOMER la cual brinda diferentes servicios de apoyo a los exportadores costarricenses. Para mayor información se puede escribir al siguiente correo electrónico: canada@procomer.com



VI. Consideraciones Finales y Recomendaciones

- El mercado canadiense es uno de los principales consumidores de jugos de frutas del mundo, lo cual puede ser aprovechado por los exportadores costarricenses para penetrar en un mercado nuevo ya que actualmente no se ha hecho y considerando el alto consumo de este mercado se podrían generar altos volúmenes de compra.
- El mercado canadiense se encuentra influenciado por una serie de tendencias tales como la diversidad y el gusto por lo exótico, además existen una serie de nichos que podrían permitir el ingreso de productos costarricenses considerados exóticos tales como jugos de maracuyá, tamarindo, entre otros que actualmente se producen en pequeña escala en Costa Rica y que podrían tener cabida en este mercado.
- Otra opción con que cuenta el exportador costarricense es el desarrollar productos de alto valor para el consumidor y sus posibles clientes industriales como puede ser la mezcla de jugos para así obtener productos novedosos o ahorros de costos en mezclas de jugos de conocidos en el mercado.
- Finalmente se debe realizar investigación con frutas que actualmente no se estén comercializando en jugos o que se hace en baja escala que puedan generar beneficios a la salud ya que este tipo de abriría opciones de ingresar a segmentos de nivel alto con productos diferenciados y exclusivos lo cual puede traducirse en una mayor rentabilidad.

ISO 9001-2000

VII. Fuentes

Datamonitor. **Juices in Canada**. Industry Profile. Marzo, 2008

Global Trade Information Services. World Trade Atlas: Canada Edition. con información de Statcan. 2008

Euromonitor International. **Fruit / vegetable Juice – Canada**. Market Report. Mayo, 2008

Euromonitor International **Consumer Lifestyles – Canada**. Country Report. Mayo, 2006

PROCOMER. Sistema Integrado de Comercio Exterior. 2008

Trade Facilitation Office Canada. **Tendencias y estadísticas del mercado canadiense: alimentos frescos y procesados**. Disponible en: www.tfoCanada.ca

Trade Facilitation Office Canada. **Beverages 2007**. Disponible en: www.tfoCanada.ca



PROCOMER

ISO 9001-2000