

CANADA

PERFIL DE MERCADO

BERRIES CONGELADOS
FRUTILLAS, FRAMBUESAS.

**Documento elaborado por : Oficina Comercial de Chile en Toronto, Canada.,
Toronto, Abril 2006**

Tabla de Contenido

1. PRODUCTO	
1.1. Código Sistema Armonizado Chileno Sach.....	3
1.2. Código Sistema Armonizado Canadiense	3
2. SITUACION ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA	
2.1. Arancel General.....	4
2.2. Arancel Preferencial a Chile.....	5
2.3. Otros Países con Ventajas Arancelarias.....	5
2.4. Otros Impuestos.....	6
2.5. Requisitos y Barreras de Ingreso.....	7
2.6. Barreras Para-Arancelarias.....	7
2.7. Normativas sobre el Transporte de Bienes Congelados.....	9
3. ESTADISTICAS – IMPORTACIONES.....	10
4. POTENCIAL DEL PRODUCTO.....	15
5. PRECIOS DE REFERENCIA	
5.1. Valores Medios de Importación.....	16
5.2. Precios Retail.....	18
6. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCION UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA.....	20
7. CANALES DE COMERCIALIZACION Y DISTRIBUCION.....	20
8. CARACTERISTICAS DE PRESENTACION DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA.....	22
9. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES SOBRE LA ESTRATEGIA DE PENETRACION , MANTENCION Y/O CONSOLIDACION DEL PRODUCTO.....	23
10. FERIAS Y EVENTOS LOCALES.....	25
11. OTRA INFORMACION RELEVANTE Y FUENTES DE INFORMACION EN INTERNET....	26

ANEXOS

I. CERTIFICADO DE ORIGEN – TLC CHILE-CANADA.....	29
II. RELACION DE PAISES CON VENTAJAS ARANCELARIAS PARA EL INGRESO DE SUS PRODUCTOS EN CANADA.....	30
III. DESCRIPCION DE LA CATEGORIA MINIMA DEL PRODUCTO O NORMAS DE IDENTIFICACION.....	32
IV GUIA DE ETIQUETADO PARA FRUTAS Y VERDURAS PROCESADAS.....	36

PRODUCTO

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH Y DESCRIPCIÓN

A continuación se enumeran y describen la sección, partidas y subpartidas de los productos alimenticios objeto de este estudio:

08 Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), de melones o de sandías

0811 Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante

0811.1000 Fresas "frutillas"

0811.2000 Frambuesas

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL

La nomenclatura aduanera de Canadá, al igual que la chilena, se rige por el sistema armonizado de designación y codificación de mercancías, más conocido como "Sistema Armonizado" (*Harmonized System o H.S.*). Este sistema reemplaza al *Customs Tariff Schedule, Canadian International Trade Classification y Export Commodity Classification*. Una de las características principales es que los bienes son clasificados por 6 dígitos, que aumentan a 8 dígitos con fines de exportación y hasta 10 dígitos en el caso de bienes importados. La agencia aduanera nacional estipula que todo producto importado deberá ser identificado en todo momento mediante los 10 dígitos del sistema HS. A continuación se indican la sección, el capítulo, las partidas y las sub-partidas objeto de este estudio:

Sección II del Código: Productos Vegetales

Capítulo 8: Frutas y frutos comestibles, cortezas de agrios (cítricos) o de melones

0811 Frutas y frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, con o sin adición de azúcar u otro agente edulcorante

081110 Fresas (frutillas)

081110.1000 para procesado

081110.9000 las demás

081120 Frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas, pasas de corinto y pasas blancas, grosellas

0811200010 Frambuesas

Fuente: Canada Border Services Agency (CBSA) <http://www.cbsa-asfc-gc.ca>

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL

Conforme el arancel aduanero canadiense la partida 0811 (correspondiente a frutas y frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, con o sin adición de azúcar u otro agente edulcorante) y sus subpartidas están sujetas a aranceles que fluctúan entre el 0 y el 12,5%, dependiendo del producto. Las partidas objeto de este estudio están gravadas por los siguientes aranceles:

Partida	Descripción	Arancel General
081110	Fresas (Frutillas)	
081110.1000	para procesado	5,62 centavos por kilo, sin bajar del 8,5%
081110.9000	las demás	12,5%
081120.00	Frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas, y grosellas	6%
081120.0010	Frambuesas	6 %

Fuente: Canada Border Services Agency (CBSA)

http://www.cbsa-asfc.gc.ca/general/publications/customs_tariff-e.html

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO

En virtud de las resoluciones del Tratado de Libre Comercio Chile-Canadá suscrito en julio de 1997, los productos chilenos pertenecientes a las partidas enumeradas más arriba están liberados del pago de arancel para su ingreso en Canadá.

Para bienes comerciales valorados en 1.600 dólares canadienses o más, la empresa exportadora deberá proporcionar a su(s) socio(s) canadiense(s) un Certificado de Origen, de manera que se pueda aplicar el tratamiento arancelario preferencial a dichos bienes. No es preciso adjuntar este certificado a los documentos administrativo-contables, pero deberá estar en posesión de la empresa importadora, quien lo presentará a las autoridades aduaneras. En la página web del *Canada Border Services Agency* (<http://cbsa-asfc.gc.ca>) se pueden encontrar los Certificados de Origen específicos a cada tratado de libre comercio. Desde la página principal, hay que dirigirse a "Publications and Forms". En el caso de Chile el nombre específico del formulario es: B240S Acuerdo de Libre Comercio Canada-Chile - Certificado de Origen.

En el ANEXO I encontrará copia del formulario en español.

En el caso de bienes comerciales de valor inferior a 1.600 dólares canadienses no es necesario rellenar el Certificado de Origen. La empresa exportadora deberá adjuntar a la factura comercial una declaración manuscrita, sellada o escrita a máquina declarando el país de origen de los bienes. Dicha declaración de origen no forma parte de la factura, sino que se deberá adjuntar a la misma individualmente para cada envío.

OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS

Para las partidas objeto de este estudio los siguientes países y organizaciones están sujetos al mismo arancel del 0% del que goza Chile:

- Estados Unidos de América, México, y Costa Rica, que son países con los que Canadá mantiene Acuerdos de Libre Comercio semejantes al firmado con Chile. En el caso de las berries congeladas esto cobra especial relevancia, ya que Estados Unidos y México son países productores y exportadores de berries congeladas, posicionándose así como competidores directos de Chile.
- Mercado Común de Naciones del Caribe
- Países de menor desarrollo

El ANEXO II ofrece una relación de los países que se engloban dentro de cada una de dichas categorías.

Además, en el caso de la partida 081120.0010 (Frambuesas), los siguientes países tienen una reducción del arancel:

- Australia: arancel reducido del 6 al 3,5%
- Nueva Zelanda: arancel reducido del 6 al 3,5%

OTROS IMPUESTOS

Son principalmente de dos tipos: el GST o Impuesto Federal sobre Bienes y Servicios (*Goods and Services Tax*) y el PST o Impuesto Provincial sobre Servicios (*Provincial Services Tax*). En algunas provincias en lugar de gravar cada impuesto por separado se aplica un impuesto combinado, suma del GST y del PST, denominado HST o Impuesto Armonizado de Servicios (*Harmonized Service Tax*).

El GST es el mismo en todas las provincias y asciende al 7%. Se aplica sobre el valor de los bienes y servicios tras cancelar todos los derechos e impuestos aduaneros. Las frutas y frutos congelados están totalmente exentos del pago del GST. Esto ocurre con la mayoría de los productos alimenticios básicos, productos agrícolas, animales de granja, productos y aparatos médicos, todos los cuales entran dentro de la categoría "zero-rated (0%) goods and services".

El PST varía entre el 0 y el 10% dependiendo de las provincias (véase desglose por provincia en el cuadro que figura a continuación). Al igual que el GST, su base imponible es el valor de los bienes y servicios tras cancelar todos los derechos e impuestos aduaneros. Sin embargo, en las provincias de Québec y Prince Edward Island el valor del PST se calcula en base a precios que ya incluyen GST, de ahí que el valor del impuesto total sea significativamente más alto que en otras provincias.

Valores de PST por provincia

Provincia	Valor PST	Provincia	Valor PST
Alberta	0%	Nunavut	0%
British Columbia	7%	Ontario	8%
Manitoba	7%	Prince Edward Island*	10%
New Brunswick	8%	Quebec*	7,5%
Newfoundland	8%	Saskatchewan	7%
Northwest Territories	0%	Yukon Territory	0%
Nova Scotia	8%		

Es de resaltar que Canadá se reserva el derecho de imponer aranceles compensatorios a todo tipo de bienes importados que puedan perjudicar a la industria canadiense por recibir subsidios en el país de origen. También se aplicarían *anti-dumping duties* en el caso de que los bienes se exportaran a Canadá a precios más bajos de los alcanzados en el país de origen. Todo ello se encuentra regulado en el *Special Import Measures Act* de la Agencia Canadiense de Aduanas (Canada Border Services Agency - <http://cbsa-asfc.gc.ca/import/>)

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

Los productos comestibles agrícolas, ya sean frescos o procesados (enlatados, conservados, secos o congelados) están regulados por las disposiciones de la *Canadian Food Inspection Agency (CFIA)*. En su página web¹ se encuentra toda la información referente a requisitos de importación, inspección, normativas fitosanitarias y reglamento para el envasado y el etiquetado de alimentos. A continuación se detallan los reglamentos que se aplican específicamente a los productos comestibles agrícolas:

- **Canada Agricultural Products Act**
Regula la categoría de los productos y el tamaño de los envases. Dentro de la legislación general para todos los productos comestibles agrícolas, de especial relevancia en el caso de frutas congeladas son las disposiciones del *Processed Products Regulations*. <http://laws.justice.gc.ca>
- **Food and Drug Act and Regulations**
Regula los aditivos, conservantes y otras sustancias autorizadas en el caso de productos de alimentación comestibles. De especial relevancia es el capítulo 11 dedicado a las Frutas, las Verduras y sus Derivados. El artículo B.11.102 especifica las provisiones relativas a la preparación de fruta congelada <http://laws.justice.gc.ca/en/F-27/C.R.C.-c.870/index.html>
- **Consumer Packaging and Labeling Act and Regulations**
Sólo se podrán utilizar en los productos importados aquellas etiquetas que estén conformes con las disposiciones vigentes en Canadá en materia de etiquetado. Los

¹ <http://www.inspection.gc.ca/english/toce.shtml>

exportadores deberán consultar con el comprador local los datos que deberán incluir en las etiquetas, y obtener su aprobación antes de imprimirlas. La CFIA cobra una cantidad por examinar las etiquetas si así lo solicitan las empresas. Si faltara algún dato en las etiquetas de los exigidos por las autoridades canadienses se prohibiría la venta del producto. Se puede obtener información sobre las normas de envasado y etiquetado exigidas por las autoridades canadienses en las siguientes páginas web:

<http://laws.justice.gc.ca/en/C-38/index.html>

El sistema de la *Canadian Food Inspection Agency (CFIA)* denominado *Automated Import Reference System (AIRS)*, disponible en internet en

http://airs-sari.inspection.gc.ca/AIRS/airs_decisions.asp?l=E , entrega información actualizada y exacta sobre los requerimientos de importación basados en el Código del Sistema Armonizado del producto, su origen, destino y uso final.

BARRERAS PARA ARANCELARIAS

A diferencia de otros productos de alimentación, los productos comestibles procesados no están sujetos ni a cuotas ni a permisos de importación. A nivel federal no se exige que la empresa importadora tenga que solicitar licencias de importación ni realizar ningún trámite de carácter oficial previo a la importación de la mercancía, aunque la *Canadian Food Inspection Agency (CFIA)* no descarta que se exija este requisito en un futuro no muy lejano. Los proveedores debieran chequear con el importador acerca de estas medidas para asegurar su cumplimiento ante requerimientos actualizados.

Tampoco estos productos estarán sujetos a inspecciones por parte de las autoridades oficiales, aplicándose esto no sólo a productos comestibles procesados importados del extranjero, sino también a los que viajan de una provincia a otra en el interior del país. No obstante, la CFIA se reserva del derecho de realizar inspecciones al azar y sin mediar aviso para comprobar que dicho producto alimenticio cumple con los requisitos mínimos en materia de composición, etiquetado, envasado y sanidad. Aquellos productos procedentes del extranjero que no pasen la inspección serán expulsados del país.

Los alimentos procesados deben ser sanos, saludables, aptos para el consumo humano, fabricados a partir de materia prima en buen estado y envasados con garantías sanitarias. Una vez cumplidos dichos requisitos, mas las tres normativas mas abajo señaladas, lo único que se necesita es que una Declaración de Importación (*Import Declaration*) acompañe el envío por duplicado. Esta declaración deberá ser cumplimentada por el importador o su representante. En las páginas web de la *Canadian Food Inspection Agency (CFIA)* se puede descargar una copia de la declaración. El enlace es:

<http://www.inspection.gc.ca/english/for/pdf/c4560e.pdf>

La empresa importadora deberá abonar una cuota por cada envío en concepto de verificación de la declaración de importación. En junio de 2005 esta cuota ascendía a \$14 por envío.

El exportador chileno deberá tener en cuenta las tres normativas abajo enumeradas a la hora de exportar sus productos a Canadá. Aquellos productos que no reúnan dichas condiciones sólo podrán ser importados en Canadá si la empresa importadora así lo solicita por escrito a la CFIA y recibe autorización previa al envío de la mercancía. Esta autorización se denomina "excepción ministerial" (*ministerial exception*) y sólo se concede cuando la producción local no es suficiente para satisfacer la demanda.

También conviene mencionar que los envíos inferiores a 20 Kg. (en el caso de muestras, principalmente) no están sujetos a las normativas en materia de categoría, envasado y etiquetaje. Tampoco se aplican las reglas en el caso de productos importados para una feria o evento local, siempre y cuando el envío no sobrepase los 100 kg. de peso y que la mercancía no esté destinada a la venta.

- **Categoría Mínima del Producto o Normas de Identificación**

El documento titulado *Schedule I of the Processed Products Regulations (PPR)* <http://laws.justice.gc.ca/en/C-0.4/C.R.C.-c.291/index.html> describe la categoría, o grado, que se debe aplicar a cada producto agrícola procesado, cuando es aplicable. Por ejemplo, las frutillas congeladas pueden ser clasificados como categoría "Canada A" o "Canada B" dependiendo de si cumplen o no determinadas características. Sólo se podrán importar en Canadá aquellos productos que cuando menos cumplan con la categoría mínima para la cual existe descripción. Es decir, si para un producto dado sólo existen descripciones para la categoría A y B sólo se podrán importar artículos que pertenezcan a una de las dos categorías y nada que sea inferior a la categoría B podrá entrar en el país.

Los productos importados que se vendan en Canadá en los envases originales en los que fueron importados sólo deberán mencionar la categoría A, B o C, eliminando la palabra "Canada" y agregando la palabra "Grade".

El ANEXO III ofrece una descripción en inglés de la categoría correspondiente a los siguientes productos:

- Fresas "frutillas" enteras congeladas
- Fresas "frutillas" en trozos congeladas

- **Normas de Envasado**

Las normas de envasado se rigen por las especificaciones detalladas en la columna I, Tabla II, Schedule III, *Processed Products Regulations (PPR)*. Los tamaños de los envases normativos se refieren al tamaño exacto de los envases metálicos o a la cantidad neta del producto a envasar. En el caso de la fruta congelada, incluidas las berries y las frutas con adición de azúcar y de jarabe (sirope), las especificaciones son las siguientes:

Las medidas han de darse por peso en kilogramos o en gramos. Los envases normativos son: 225 gr.; 425 gr.; 1 kg.; 1,25 kg.; 1,5 kg.; 1,75 kg.; 2 kg.

- **Normas de Etiquetado**

Los productos envasados en la manera que serán vendidos al consumidor final deben seguir las normas de etiquetado definidas en Canadá. El organismo responsable de velar por el cumplimiento de estas normas es la *Canadian Food Inspection Agency (CFIA)*.

En el ANEXO IV se reproduce la guía de etiquetado para las frutas y vegetales congelados. De igual forma puede consultar la normativa completa para productos procesados en la *Guide to Food Labelling and Advertising* en la página web de la CFIA <http://www.inspection.gc.ca>, desde la página principal debe dirigirse a "Labelling/Retail Food" y luego a "2003 Guide to Food Labelling and Advertising"

Algunos de los requerimientos básicos a ser exhibidos en la etiqueta en Ingles y Frances son:

- Nombre Común
- Declaración de cantidad Neta
- Nombre y dirección del Distribuidor/Importador
- Lista de ingredientes
- Tabla de nutrientes
- Fecha de duración

NORMATIVA SOBRE EL TRANSPORTE DE BIENES CONGELADOS

La temperatura de los alimentos congelados deberá ser -18° C o menor y éstos deberán ser transportados en todo momento en unidades móviles con aparatos de control de la temperatura. No se juzgarán aptos para la venta aquellos productos congelados que en un momento determinado hayan estado sometidos a temperaturas superiores a los -9° C. Es importante mantener un registro durante un tiempo prudencial de las temperaturas a las que ha estado sometido un producto desde el momento de su elaboración hasta el de su venta al consumidor final.

ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES

Nota: Todas las cifras de importación aquí mencionadas son FOB en US\$

H.S. 081110 – Importación de Fresas (Frutillas) para procesado o no

Canadá – Importaciones Totales de Fresas (“Frutillas”) Congeladas desde todo el mundo

CIFRAS FOB EN MILLONES DE US\$

H.S.	Descripción	Años (de enero a diciembre)			% de Participación			% de Cambio
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	2005-2004
TODO EL MUNDO		240,285.6	274,319.7	313,552.6	100	100	100	14.3
0811	Frutas y frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, con o sin adición de azúcar u otro agente endulcorante	64.96	73.70	88.14	0.03	0.03	0.03	19.59
081110	Fresas (Frutillas)	22.65	21.26	23.88	34.87	28.84	27.1	12.35
081110 1000	para procesado	17.40	14.43	15.89	76.82	67.89	66.53	10.11
081110 9000	las demás	5.25	6.83	7.99	23.19	32.11	33.47	17.1

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

H.S. 081110.1000 – Fresas (Frutillas), Congeladas, para procesado

Canadá – Importaciones De Los Principales Países de la Sub-Partida 0811101000 CIFRAS FOB EN MILLONES DE US\$

Rango	Descripción /Procedencia	Años (de enero a diciembre)			% de Participación			% de Cambio 2005-2004
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	
	TODOS EL MUNDO	17.40	14.43	15.89	100	100	100	10.11
1	México	8.26	6.01	7.69	47.45	41.67	48.38	27.86
2	Estados Unidos	5.81	4.98	4.18	33.4	34.49	26.32	-15.98
3	Chile	1.17	1.62	1.89	6.74	11.24	11.89	16.47
4	China	1.07	1.08	1.47	6.16	7.51	9.28	35.93
5	Yugoslavia	0.16	0.21	0.32	0.93	1.45	2.02	53.46
6	Argentina	0.46	0.44	0.21	2.65	3.05	1.33	-51.98

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

Canadá – Total de Importaciones de la Sub-Partida 0811101000 CANTIDADES EXPRESADAS EN KILOGRAMOS

Rango	País de Origen	Años (de enero a diciembre)			% de Cambio 2005-2004
		KG. 2003	KG. 2004	KG. 2005	
	TODOS EL MUNDO	16,238,032	12,363,142	13,897,585	12.41
1	México	6,890,843	4,878,680	6,251,980	28.15
2	Estados Unidos	5,240,835	4,125,804	3,067,203	-25.66
3	China	1,818,717	1,385,119	2,378,440	71.71
4	Chile	1,169,198	1,296,566	1,601,954	23.55
5	Argentina	468,262	442,576	289,966	-34.48
6	Yugoslavia	92,680	117,099	158,345	35.22

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

Canadá – Desglose por Provincia de las Importaciones de la Sub-Partida 0811101000 CIFRAS FOB EN MILLONES DE US\$

Rango	Provincia de Destino	Años (de enero a diciembre)			% de Participación			% de Cambio 2005-2004
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	
	TOTAL PROVINCIAS	17.40	14.43	15.89	100	100	100	10.11
1	Ontario	10.55	8.49	11.66	60.65	58.85	73.39	37.3
2	British Columbia	2.62	1.58	1.92	15.08	10.95	12.09	21.6
3	Quebec	3.76	3.80	1.82	21.59	26.36	11.47	-52.09
4	Nova Scotia	0.24	0.51	0.46	1.37	3.51	2.91	-8.72
5	Alberta	-	0.03	0.02	0	0.18	0.12	-27.29

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

H.S. 081110.9000 – Fresas (Frutillas), congeladas, las demás

Canadá – Importaciones De Los Principales Países de la Sub-Partida 0811109000

CIFRAS FOB EN MILLONES DE US\$

Rango	Descripción	Años (de enero a diciembre)			% de Participación			% de Cambio
	/Procedencia	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2005-2004
TODO EL MUNDO		5.25	6.83	7.99	100	100	100	17.1
1	Estados Unidos	4.29	5.25	5.83	81.74	76.96	72.99	11.07
2	Chile	0.01	0.04	0.70	0.23	0.62	8.7	1556.32
3	China	0.75	0.97	0.69	14.21	14.21	8.67	-28.54
4	México	0.03	0.39	0.48	0.48	5.72	6.04	23.72
5	Argentina	-	0.03	0.21	0	0.5	2.6	510.72
6	Polonia	0.14	0.00	0.05	2.65	0	0.57	0

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

Canadá – Total de Importaciones de la Sub-Partida 0811109000

CANTIDADES EXPRESADAS EN KILOGRAMOS

Rango	País de Origen	Años (de enero a diciembre)			% de Cambio
		KG. 2003	KG. 2004	KG. 2005	2005-2004
TODO EL MUNDO		4,468,656	4,688,088	5,056,952	7.87
1	Estados Unidos	3,271,716	3,032,996	3,032,124	-0.03
2	China	1,051,803	1,190,474	925,260	-22.28
3	Chile	7,217	24,980	500,242	1,902.57
4	México	18,289	305,971	371,006	21.26
5	Argentina	-	21,126	170,756	708.27
6	Polonia	84,000	13	39,841	n/a

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

Canadá – Desglose por Provincia de las Importaciones de la Sub-Partida 0811109000

CIFRAS FOB EN MILLONES DE US\$

Rango	Provincia Destino	de	Años (de enero a diciembre)			% de Participación			% de Cambio
			2003	2004	2005	2003	2004	2005	2005- 2004
TOTAL PROVINCIAS			5.25	6.83	7.99	100	100	100	17.1
1	Ontario		2.10	2.75	2.69	39.92	40.24	33.65	-2.08
2	British Columbia		1.43	2.22	2.65	27.16	32.55	33.18	19.37
3	Quebec		0.94	1.14	1.48	17.8	16.72	18.52	29.71
4	Alberta		0.40	0.35	0.70	7.54	5.09	8.77	101.73
5	Manitoba		0.38	0.34	0.39	7.14	4.91	4.83	15.21
6	Saskatchewan		-	-	0.06	0	0	0.75	0

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

H.S. 081120 – Importación de Frambuesas, Zarzamoras, Moras y Moras-frambuesas, Pasas de Corinto y Pasas Blancas, Grosellas

Canadá – Importaciones Totales de todo el mundo

CIFRAS FOB EN MILLONES DE US\$

H.S.	Descripción	Años (de enero a diciembre)			% de Participación			% de Cambio
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	2005-2004
TODO EL MUNDO		240,285.6	274,319.7	313,552.6	100	100	100	14.3
0811	Frutas y frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, con o sin adición de azúcar u otro agente endulcorante	65.0	73.7	88.1	0.03	0.03	0.03	19.59
081120	Frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas, pasas de corinto y pasas blancas, grosellas	10.4	14.5	16.5	15.96	19.74	18.77	13.71
081120 0010	Frambuesas	7.9	12.6	13.5	76.49	86.29	81.67	7.63
081120 0090	Zarzamoras, etc..	2.4	2.0	3.0	23.51	13.71	18.33	51.95

H.S. 081120.0010 – Frambuesas congeladas

Canadá – Importaciones De Los Principales Países de la Sub-Partida 0811200010

CIFRAS FOB EN MILLONES DE US\$

Rango	Descripción	Años (de enero a diciembre)			% de Participación			% de Cambio
	/Procedencia	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2005-2004
TODO EL MUNDO		7.93	12.55	13.51	100	100	100	7.63
1	Chile	3.29	6.58	8.30	41.5	52.41	61.43	26.17
2	Estados Unidos	3.60	2.67	3.29	45.34	21.3	24.33	22.98
3	Yugoslavia	0.16	1.16	0.81	2.04	9.24	6.03	-29.8
4	China	0.46	0.45	0.29	5.78	3.55	2.16	-34.52
5	Polonia	0.01	0.12	0.27	0.09	0.94	2.02	132.42
6	Canadá	0.02	0.46	0.15	0.23	3.66	1.09	-67.94

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

Canadá – Total de Importaciones de la Sub-Partida 081120.0010

CANTIDADES EXPRESADAS EN KILOGRAMOS

Rango	País de Origen	Años (de enero a diciembre)			% de Cambio
		KG. 2003	KG. 2004	KG. 2005	
	TODO EL MUNDO	5,156,902	7,129,723	7,476,951	4.87
1	Chile	2,147,548	3,851,213	4,744,604	23.2
2	Estados Unidos	2,251,109	1,303,826	1,406,563	7.88
3	Yugoslavia	103,548	752,696	480,914	-36.11
4	China	443,626	280,266	351,050	25.26
5	Polonia	4,000	79,591	211,572	165.82
6	Bélgica	11,675	385,599	80,000	-79.25

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

Canadá – Desglose por Provincia de las Importaciones de la Sub-Partida 0811200010

CIFRAS FOB EN MILLONES DE US\$

Rango	Provincia de Destino	Años (de enero a diciembre)			% de Participación			% de Cambio
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	
	TOTAL PROVINCIAS	7.93	12.55	13.51	100	100	100	7.63
1	British Columbia	2.99	5.20	5.20	37.76	41.45	38.5	-0.03
2	Quebec	2.34	4.41	4.82	29.46	35.15	35.72	9.37
3	Ontario	2.43	2.50	2.90	30.67	19.95	21.44	15.65
4	Nova Scotia	0.11	0.43	0.53	1.4	3.41	3.96	24.86
5	Manitoba	-	-	0.04	0	0	0.27	0
6	Alberta	0.04	0.00	0.01	0.52	0.02	0.08	378.48

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

POTENCIAL DEL PRODUCTO.

El mercado canadiense de frutas y verduras procesadas no ha dejado de crecer durante la última década, al mismo tiempo que ha aumentado significativamente la variedad de frutas y verduras de venta en los comercios. La Canadian Food Inspection Agency (CFIA) estima que el consumo per cápita anual de frutas y verduras procesadas fue de 49 Kg entre el 2003-2004. Este alto nivel es atribuido principalmente a la creciente conciencia del consumidor canadiense de los beneficios a la salud asociados con el consumo de frutas y vegetales (por ejemplo, estudios muestran que los berries contienen antocianina, un antioxidante natural beneficioso para combatir enfermedades al corazón y cáncer); la creciente calidad, textura, sabor y conveniencia de estos alimentos procesados; y programas tales como la iniciativa nacional “5 a 10 al día por una mejor salud” (5 to 10 a day for Better Health)

(<http://www.5to10aday.com>) que promueve el consumo diario de cinco a diez porciones de frutas y vegetales.

En general, las importaciones de fruta y de verdura procesada han incrementado sensiblemente, atribuyéndose este hecho como decíamos al interés creciente de la población canadiense por los alimentos sanos y nutritivos. Dentro de la categoría de frutas y verduras procesadas, la categoría que mayor crecimiento ha experimentando es la de frutas y verduras congeladas, muy por encima de los niveles de importación de frutas y verduras en conserva, deshidratadas o enlatadas. En general, el mercado doméstico para productos comestibles de preparación fácil y rápida está en plena expansión, lo que representa oportunidades significativas para la importación de fruta y frutos congelados.

Los datos de venta de fruta congelada demuestran el gran potencial que tiene este producto en Canadá. Las ventas no han dejado de aumentar en los últimos 5 años, aunque el gran despliegue de este producto se está produciendo en estos momentos y todavía se consiguen cifras de crecimiento de 2 dígitos.

DATOS DE VENTA RETAIL DE FRUTA CONGELADA EN CANADÁ (CIFRAS EN MILES DE DÓLARES CANADIENSES)							
2003	% de cambio	2002	% de cambio	2001	% de cambio	2000	% de cambio
44.979.440	16	38.814.491	19	32.600.579	15	28.349.823	2

Fuente: AC Nielsen Canada for the Food Value Chain Bureau <http://www.agr.gc.ca>

En el caso de frutas “frutillas” congeladas la oportunidad se hace evidente cuando se observan los datos de consumo doméstico y se comparan con los de producción local.

DATOS DE CONSUMO Y PRODUCCIÓN LOCAL DE FRESAS “FRUTILLAS” (CANTIDADES EN TONELADAS MÉTRICAS)			
	2002	2003	2004
Producción de Fresas Frutillas Congeladas en Canadá	2.600	2.700	2.700
Consumo de Fresas Frutillas Congeladas en Canadá	20.392	22.200	24.700

Fuente: AC Nielsen Canada for the Food Value Chain Bureau www.agr.gc.ca

Todo esto representa un potencial de mercado importante para las frutas congeladas chilenas, siempre y cuando tengan en cuenta los siguientes parámetros a la hora de exportar sus productos:

-- Se prevé un aumento de la demanda de frutas y verduras debido a la gran campaña de sensitización que está llevando a cabo el Ministerio de la Salud (Health Canada) para que la población incremente su consumo de estos productos. De hecho, los datos de consumo del Food Value Chain Bureau (<http://www.agr.gc.ca>), organismo dependiente del Ministerio de Agricultura y Alimentación, muestran que el consumo de snacks presenta una tendencia a la baja, mientras que el consumo de fruta tanto fresca como congelada va en aumento.

-- Los canadienses dedican menos tiempo que otras nacionalidades a la compra y preparación de los alimentos. Los consumidores se ven atraídos hacia aquellos productos que son cómodos, fáciles y rápidos de preparar. La gran ventaja de la fruta congelada respecto a su homóloga fresca es que se conserva por más tiempo y requiere pues de menos viajes al supermercado, comodidad ésta muy apreciada por los canadienses.

-- Cada vez hay una mayor exigencia en la calidad de los alimentos. Esto se traduce en una mayor disposición a pagar precios más elevados por productos de mayor calidad. La aparición reciente de tiendas de alimentación especializadas es una consecuencia de este hecho.

-- El gran competidor de Chile en este mercado son los EEUU, cuyas empresas son capaces de ofrecer productos más baratos debido al menor costo del transporte, envíos más rápidos, mayor capacidad de reacción a cambios en el mercado y mecanismos de pago simplificados. Además, los exportadores de EEUU suelen conocer a fondo el mercado canadiense, las regulaciones para la importación de productos agroalimentarios y las normas comerciales, y por ello suelen ser socios comerciales preferenciales de las empresas canadienses. A esto se une la creciente competitividad de México, país quien junto a EEUU han suscrito un Tratado de Libre Comercio con Canadá conocido como el NAFTA, y quien se está perfilando como un productor mundial de fresas "frutillas" congeladas. Para desbancar a ambos competidores es necesario que las empresas chilenas sean capaces de ofrecer un producto o bien de mayor calidad, o con mayores garantías fitosanitarias, o con envases más cómodos o novedosos, o de mejor precio. China también es otro competidor de peso, especialmente por lo que se refiere a las fresas "frutillas". Sin embargo, las estadísticas de importación del apartado anterior demuestran la gran aceptación que el producto chileno está teniendo a expensas de sus competidores internacionales.

PRECIOS DE REFERENCIA

Tradicionalmente, los márgenes de los mayoristas están alrededor del 30% del precio mayorista, mientras que los retailers generalmente operan con un margen entre el 30-40%.. los márgenes de los importadores son generalmente de un 10%. En el caso de un problema con la carga, puede ser cobrada una comisión previamente negociada y que está entre el rango de un 12.5% a 18.5% del precio de venta. El exportador puede ser solicitado de una rebaja como resultado de una calidad pobre del producto, daños sufridos antes y durante el embarque o por envío tardío.

VALORES MEDIOS DE IMPORTACIÓN

Las tablas que figuran a continuación recogen los valores medios de importación que alcanzaron los diversos frutos congelados objeto de este estudio. Los valores estimados son un promedio resultante del monto y volumen del producto (según partida arancelaria) importado por Canadá por países de origen.

A los valores medios de importación que figuran a continuación habrán de añadirse los siguientes costes para fijar los precios mayoristas de los productos: gastos de inspección, impuestos provinciales (PST), gastos de mediación, seguros y envío, costes de publicidad y del desarrollo del producto, transporte, gastos fijos, comisión del importador, etc.

SUB-PARTIDA 081110.1000**VALOR MEDIO DE IMPORTACIÓN DE FRESAS (FRUTILLAS), CONGELADAS, PARA PROCESADO****PRECIOS EXPRESADOS EN US\$**

Rango	Procedencia	Años (de enero a diciembre)			% de Cambio
		KG. 2003	KG. 2004	KG. 2005	2005-2004
	PRECIO MEDIO POR KILO	1.07	1.17	1.14	-2.56
1	Yugoslavia	1.75	1.79	2.03	13.41
2	Estados Unidos	1.11	1.21	1.36	12.4
3	México	1.2	1.23	1.23	0
4	Chile	1	1.25	1.18	-5.6
5	Reino Unido	0.54	1.15	1.16	0.87
8	Argentina	0.99	1	0.73	-27
10	China	0.59	0.78	0.62	-20.51

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

SUB-PARTIDA 081110.9000**VALOR MEDIO DE IMPORTACIÓN DE FRESAS (FRUTILLAS), CONGELADAS, LAS DEMÁS****PRECIOS EXPRESADOS EN US\$**

Rango	Procedencia	Años (de enero a diciembre)			% de Cambio
		KG. 2003	KG. 2004	KG. 2005	2005-2004
PRECIO MEDIO POR KILO		1.18	1.46	1.58	8.22
1	Canadá	0	4.23	3.87	-8.51
2	Francia	1.06	1.8	3.26	81.11
3	Estados Unidos	1.31	1.73	1.92	10.98
4	Chile	1.71	1.68	1.39	-17.26
5	México	1.38	1.28	1.3	1.56
6	Argentina	0	1.61	1.22	-24.22
7	Polonia	1.66	1.22	1.15	-5.74
9	China	0.71	0.81	0.75	-7.41

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

SUB-PARTIDA 0811200010**VALOR MEDIO DE IMPORTACIÓN DE FRAMBUESAS CONGELADAS****PRECIOS EXPRESADOS EN US\$**

Rango	Procedencia	Años (de enero a diciembre)			% de Cambio
		KG. 2003	KG. 2004	KG. 2005	2005-2004
PRECIO MEDIO POR KILO		1.54	1.76	1.81	2.84
1	Francia	1.63	2.03	3.28	61.58
2	Estados Unidos	1.6	2.05	2.34	14.15
3	Canadá	2.01	2.1	2.27	8.1
4	Nueva Zelanda	0	0	2.23	
5	Chipre	0	0	2.03	
7	Chile	1.53	1.71	1.75	2.34
8	Yugoslavia	1.56	1.54	1.69	9.74
11	Polonia	1.74	1.48	1.29	-12.84
14	China	1.03	1.59	0.83	-47.8

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

PRECIOS RETAIL

Los siguientes son precios medios al consumidor obtenidos tras observación directa de precios durante el mes de marzo en 4 de los supermercados más importantes de Toronto (Ontario)². Los precios están expresados en dólares canadienses.

Fresas (Frutillas)

Enteras, congeladas, Categoría A, Bolsa plástica con cierre hermético de 600 gr. (zip-lock) Procedencia: Chile	\$1,032 por 100 gr.
Enteras, congeladas, Categoría A, Bolsa plástica con cierre hermético de 600 gr. (zip-lock) Procedencia: Chile	\$0,915 por 100 gr.
Enteras, congeladas, Categoría B, Bolsa plástica transparente de 2.75 Kg Procedencia: EEUU	\$0.476 por 100 gr.
Enteras, congeladas, marca propia, Categoría B, Bolsa plástica de 600 gr. Procedencia: EEUU	\$0,798 por 100 gr.
Fresas cortadas en jarabe (sirope ligero), Categoría A, Contenedor vaso plástico de 425 gr. Procedencia: EEUU	\$0,704 por 100 gr.

Frambuesas

Frambuesas en jarabe (sirope ligero), Categoría A Contenedor vaso plástico de 425 gr. Procedencia: EEUU	\$0,704 por 100 gr.
Enteras, congeladas, Categoría A, Bolsa plástica con cierre hermético de 600 gr. (zip-lock) Procedencia: Chile	\$1,032 por 100 gr.
Enteras, congeladas, Categoría A, Bolsa plástica con cierre hermético de 600 gr. (zip-lock) Procedencia: Chile	\$0,915 por 100 gr.

Macedonia o Ensalada de Berries (*Mixed Berries*)

Ensalada de 6 tipos de berries, <i>marca propia</i> , Contenedor vaso plástico de 600 gr. Procedencia: EEUU	\$0.832 por 100 gr.
---	---------------------

² AP Dominion, Loblaw's, Sobey's y Longo's. El período de observación cubre Marzo de 2006.

Ensalada de 4 tipos de berries, Categoría A, \$1.032 por 100 gr.
Bolsa plástica con cierre hermético de 600 gr. (zip-lock)
Procedencia: Chile

Ensalada de 3 tipos de berries, Categoría A, \$0,579 por 100 gr.
Bolsa plástica transparente de 2 kg.
Procedencia: EEUU

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA.

Canadá es uno de los países del mundo con la más alta importación per cápita. La importancia de este dato radica en que productores de todo el mundo compiten por exportar sus productos a este mercado, lo que significa que para tener éxito en sus esfuerzos exportadores las empresas chilenas deben ofrecer o bien un producto totalmente novedoso o desbancar a un competidor existente. Para ello es necesario ofrecer un producto más atractivo, ya sea relativo a la calidad, al servicio, al precio, al etiquetado o al envasado.

Una característica del mercado canadiense de frutas y verduras congeladas es la proliferación de marcas propias en los supermercados y grandes superficies de alimentación. De hecho, constituye una de las tendencias más destacables del sector agroalimentario y sus consecuencias son variadas. Estos productos son propiedad del minorista, quien es responsable de su desarrollo y comercialización, al tiempo que encarga su producción a empresas externas. Por tanto, los minoristas ahora se hayan realizando funciones que con anterioridad llevaban a cabo empresas procesadoras, tales como el desarrollo del producto, el diseño del envase y las etiquetas, actividades de marketing y campañas de promoción.

La gran ventaja de las marcas propias es que resulta más fácil mantener la lealtad de los consumidores, además de que al eliminar elementos de la cadena de distribución, suelen resultar más baratas. Se espera que la proporción de marcas propias en el mercado se estabilice alrededor del 30%, aunque en la actualidad no exceden el 20% y están pues en plena expansión.

Aunque no es de carácter obligatorio ni se espera que lo sea en un futuro cercano, la CFIA ha propuesto un programa, denominado *Food Safety Enhancement Program*³, a fin de intentar conseguir que los alimentos comercializados en Canadá sean lo más seguros posibles. Los compradores canadienses tienden a dar prioridad a los exportadores extranjeros que están familiarizados con este programa, en concreto con el *Hazard Analysis Critical Control Points (HACCP)*, cuyo objetivo es ayudar a los procesadores de alimentos a que revisen todos los peligros potenciales para la salud y la seguridad que pudieran existir en sus plantas. El foco central es conseguir controlar aquellas áreas que resultan claves para la seguridad y salubridad del producto terminado. Varias empresas exportadoras estadounidenses han sabido capitalizar su conocimiento de este programa, adoptando sus logos y símbolos a fin de captar el interés de los compradores canadienses. Todo material promocional y de marketing utilizado por las empresas chilenas debería incluir descripciones detalladas, incluyendo fotos, de los procesos utilizados en la congelación de los productos y de los altos niveles de salubridad e higiene observados por los procesadores chilenos. También convendría incluir reseñas sobre los requisitos exigidos a nivel nacional por la industria chilena de la alimentación y de cómo los productos en cuestión satisfacen, e incluso sobrepasan, dichos requisitos.

³ Información detallada de este programa se puede conseguir en las páginas web de la CFIA:
<http://www.inspection.gc.ca>

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Canadá tiene 31 millones de habitantes, 90% de los cuales reside en un radio de 100 millas de la frontera con los Estados Unidos. La población se concentra en grandes centros urbanos repartidos en las zonas centro y oeste del país. Las ciudades más importantes son:

- Toronto (4.88 millones)
- Montreal (3.51 millones)
- Vancouver (2.09 millones)
- Ottawa-Hull (1.11 millones)
- Edmonton (0.97 millones)

Los principales mercados se encuentran en Toronto, Montreal y Vancouver. Una característica del sistema de distribución canadiense es que se suelen concentrar los envíos a estos tres núcleos urbanos. Con frecuencia se utilizan Toronto y Vancouver para realizar una exploración inicial del mercado, ya que son considerados por los importadores y agentes como buenos predictores del comportamiento del resto del país.

La concentración del mercado de la importación de fresas “frutillas” y frambuesas congelados es bastante notoria. Tanto para las fresas “frutillas” congeladas como para las frambuesas congeladas los exportadores chilenos se toparán con un mercado bastante concentrado en el cual 6 empresas fueron el 2004 responsables de más de la mitad de todas las importaciones de este producto y 13 empresas dieron cuenta del 80% del total de importaciones.

Las ventas a compañías canadienses son manejadas a través de un relativamente corto canal de comercialización, y en muchos casos los productos se mueven directamente desde el productor al usuario final.

La cadena de distribución más típica es del productor/exportador al importador/agente, quien distribuye a un mayorista o usuario industrial, quien a su vez distribuye a los comerciantes y éstos a los consumidores. A continuación se describen las características más destacadas de los principales actores de la cadena de distribución:

Importadores y Agentes: Los importadores y agentes poseen un gran conocimiento de los canales de comercialización y son responsables directos de la mayor parte de las importaciones del extranjero. Los importadores y agentes suelen estar más dispuestos a correr los riesgos asociados con comercializar con nuevos proveedores por primera vez. Sin embargo, también son más proclives a realizar un concienzudo examen de nuevos proveedores extranjeros antes de decidirse a entrar en tratos comerciales. Suelen requerir referencias detalladas y sopesar la experiencia exportadora del proveedor, su situación financiera, etc. Es importante tener preparada toda esta información, incluyendo datos de contacto de las empresas dadas como referencia, antes de ponerse en contacto con importadores o agentes. Los importadores y agentes suelen conocer a fondo todos los requisitos exigidos por las autoridades canadienses en materia de calidad y pueden ayudar al exportador a adaptar sus productos o a elaborar etiquetas que se conformen a los reglamentos y gustos locales.

Mayoristas y Usuarios Industriales: Los mayoristas distribuyen los productos a través de varios canales de comercialización tipo grandes cadenas de supermercados, tiendas de alimentación especializada y a otros distribuidores de instituciones como hoteles y restaurantes. Los usuarios industriales suelen procesar de nuevo las frutas congeladas a fin de elaborar productos listos para el consumo. También se encargan de envasar y etiquetar de nuevo para el comercio minorista aquellos productos congelados importados en grandes cantidades.

Grandes Superficies (Cadenas de Supermercados): La mayoría de los canadienses compran la comida en grandes superficies. Este tipo de supermercados ofrece todo tipo de productos, incluyendo una gran variedad de fruta fresca, congelada y preparada. Aunque algunas cadenas de supermercados compran directamente a los exportadores, la mayoría se resiste a hacerlo así por la mayor burocracia que conlleva y por la inseguridad respecto a las fechas de entrega y la calidad de los productos. Debido a esto, la mayor parte de los supermercados se abastece a través de importadores locales.

Tiendas de Alimentación Especializada y Comercios Independientes: Las tiendas especializadas en la venta de frutas y verduras también representan un gran volumen de ventas, aunque por lo general se especializan en productos frescos más que congelados. Las ventas en este tipo de comercio han aumentado rápida y consistentemente, presentando por tanto una buena oportunidad para los exportadores. Por lo general adquieren los productos a través de importadores o mayoristas. Suelen ser más exigentes con la calidad de los productos y de la presentación que los grandes supermercados, aunque también comandan precios más altos.

Una última mención va dedicada al sector de la alimentación al por mayor (*warehouse club* en inglés), tipo Costco o Sam's Club. Este sector hace hincapié en el valor de los alimentos, obtiene sus productos directamente de los productores, contribuye en gran medida a la proliferación de las marcas propias y, en general, ejerce presión para que los productores reduzcan sus precios. Este sector se encuentra en expansión en Canadá.

CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

En el apartado de precios retail de este estudio se describen los envases más frecuentes de presentación de las frutas y frutos congelados en los 4 supermercados más importantes de Toronto⁴. Los envases varían desde bolsas plásticas transparentes, hasta contenedores de plástico rígido con dibujos del producto en vez de fotografías. Un tipo de envase de reciente introducción y que está ganando adeptos rápidamente es la bolsa plástica opaca decorada con fotografías ampliadas del producto que se haya en su interior. Lo que hace tan novedoso este tipo de envase es la alta calidad de la fotografía y que viene dotado de un cierre hermético de plástico en la parte superior, tipo cremallera sin dientes, permitiendo así la retirada de una parte del producto. Así el resto se puede volver a meter en el congelador en la bolsa nuevamente cerrada. Este tipo de envase resulta especialmente adecuado para el consumidor canadiense, que demanda porciones pequeñas de productos fáciles de preparar y consumir, y que requiere ahorrar tiempo visitando menos veces el supermercado.

Respecto a peso, las cantidades más favorecidas por el consumidor canadiense son los paquetes de 4.25 y 600 gr., aunque en los almacenes de venta al por mayor (tipo Costco, Sam's Club y otros Warehouse Clubs), y también pero en menor medida en supermercados tradicionales, la presentación más común son las bolsas plásticas transparentes de 2 kg. de peso.

Una de las presentaciones que mayor aceptación tiene es la de mezclar distintos frutos y frutas congeladas en el mismo paquete, todo en aras de la facilidad en la preparación y la conveniencia en los alimentos que tanto demanda el consumidor canadiense. Así los amantes de los frutos y frutas congelados no tienen que comprar varios paquetes, sino uno sólo, y mejor si se puede volver a cerrar herméticamente de manera a retirar

⁴ AP Dominion, Loblaw's, Sobey's y Longo's. El período de observación cubre de mayo a junio de 2005.

porciones individuales del producto. Las mezclas más populares suelen ser las de 4 berries (fresas, frambuesas, arándanos dulces y moras), aunque también se encuentran mezclas de berries con otro tipo de fruta, como los duraznos, uvas o los cítricos.

La importancia de utilizar etiquetas atractivas cobra especial relevancia en el sector de las frutas congeladas. De las 5 marcas que se encuentran normalmente en los supermercados sólo una emplea fotografías de calidad en el envase y colores vivos y alegres, lo que hace que se reconozcan rápida y fácilmente sus productos. Las demás marcas, en su mayoría marcas propias, no han invertido suficiente esfuerzo en presentar sus productos en envases atractivos. Esto podría representar una oportunidad para empresas chilenas, que podrían utilizar materiales de marketing (incluidos el diseño gráfico de los envases) con fotografías atractivas del producto. También podrían incluirse sugerencias de presentación: servido en un plato con nata, guindas, helado, en salsa, etc. o recetas fáciles de preparar para pocas personas en las cuales el producto fuera uno de los principales ingredientes. La mayoría de los productos presentes en el mercado vienen con recetas.

SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA LA PENETRACIÓN O COLOCACIÓN, MANTENCIÓN Y/O CONSOLIDACIÓN DEL PRODUCTO CHILENO.

Según un estudio realizado por la *Trade Facilitation Office (TFOC)*, Canadá es uno de los países del mundo con la más alta importación per cápita. La importancia de este dato radica en que productores de todo el mundo compiten por exportar sus productos a este mercado, lo que significa que para tener éxito en sus esfuerzos exportadores las empresas chilenas deben ofrecer o bien un producto totalmente novedoso o ser capaz de desbancar a un competidor existente. Para ello es necesario ofrecer un producto más atractivo, ya sea relativo a la calidad, al servicio, al precio, al etiquetado o al envasado. La clave del éxito en la explotación del mercado Canadiense es el desarrollo de una estrategia organizada de marketing, requiriendo prioritaria atención lo siguiente:

- Rápida movilidad en la producción de muestras;
- Respuesta en el mismo día (por e-mail, fax o teléfono) a cada comunicación;
- Envíos a tiempo, cualquier demora debe estar acordada previamente con el importador;
- Envío de los productos que corresponde exactamente a las especificaciones acordadas o a las muestras, cualquier cambio debe haber estado previamente acordado con el comprador;
- Continuidad en el abastecimiento
- Mantención de una alta calidad a un precio competitivo;
- Apropiado material de empaque para envíos de ultramar;
- Adecuadas facilidades de almacenamiento y manejo.
- Promoción, especialmente en productos nuevos;
- Conocimiento de los términos de pago.

Entrar a un nuevo mercado puede ser intimidante, pero con un bien definido plan de marketing, los beneficios resultantes demostrarán que habrán bien valido la pena los esfuerzos gastados.

A la hora de encontrar un comprador varias estrategias son posibles. Una de ellas es dirigirse a ProChile (info@prochile.cl; fono: 676 5700) y acceder a la información y servicio a disposición del exportador a través de su Oficina Comercial en Canadá. También es conveniente asistir a ferias relacionadas con temas de la alimentación, no sólo las que se celebran en Canadá y que se enumeran en el siguiente apartado, sino también a las

importantes ferias internacionales del sector que se celebran en otros países y a las que suelen asistir compradores canadienses, especialmente las realizadas en su vecino país EEUU. En caso de que no pudieran asistir a estos eventos, sería conveniente conseguir un directorio de empresas participantes.

En el apartado 11 de este informe se detallan las asociaciones relevantes en el sector de la alimentación, muchas de las cuales publican un directorio de sus miembros que se puede consultar para obtener nombres y direcciones de importadores y de agentes intermediarios.

Para la mayoría de los importadores, los exportadores tienen una sola oportunidad para causar una buena primera impresión. Utilice esta oportunidad para mostrar lo que usted está vendiendo. La información inicial de la compañía debe incluir fotografías, precios, especificaciones y certificaciones de calidad/seguridad alimentaria de sus productos. También puede incluir fotografías de sus instalaciones productivas. Estos certificados pueden ser necesarios para exhibir conformidad con los requerimientos canadienses de salud y seguridad alimentaria.

Estrategias probadas de marketing a la hora de interesar a los compradores incluyen hacer amplio uso de las nuevas tecnologías de la comunicación a la hora de comunicarse con las empresas canadienses. El uso del correo electrónico está totalmente difundido y es el medio de comunicación preferido entre las empresas. Sea concreto en su comunicación, si usted no exhibe en forma inmediata y concreta lo que es capaz de hacer el comprador pierde interés.

También cuenta con probado éxito a la hora de interesar a los compradores el contar con una atractiva, fácil de navegar e informativa página web con links de contacto al e-mail del encargado de las ventas al exterior.

Asegúrese de responder en el mismo día la información que le sea solicitada, ello mostrará al potencial comprador, quien recibe muchas de estas ofertas cada semana, de lo que usted es capaz. Siempre incluya links a su página web en cualquier comunicación con el comprador.

Las empresas importadoras dan mucha importancia a las referencias y prefieren proveedores extranjeros con probada experiencia exportadora. Suelen comprobar las referencias dadas y tomarse su tiempo examinando el historial exportador y la situación financiera de todo nuevo proveedor. No hay que tomarlo como una muestra de desconfianza, sino de precaución. También esperan que los proveedores extranjeros se hayan interesado por conocer la situación del mercado canadiense. Demostrar que se conocen las estadísticas de importación, las agencias gubernamentales involucradas y los requisitos de envasado y de etiquetado, entre otros, son factores claves a la hora de establecer una relación comercial duradera. Investigación, planificación y seriedad son atributos importantes para forjarse una buena reputación comercial en este país.

La consistencia en la calidad y en la entrega del producto y la conformidad con las especificaciones acordadas resultan de vital importancia para mantener el producto chileno en Canadá. La capacidad continua de abastecimiento es un factor decisivo para que el importador/agente, mayorista o detallista decida comercializar el producto en el país. Envíos esporádicos e infrecuentes perjudicarán la reputación del exportador y sus oportunidades de éxito comercial en este mercado.

Es de uso común pedir el envío de muestras del producto antes de decidir realizar un pedido. Si este es el caso, resulta de la mayor importancia enviar la muestra dentro de los plazos y términos establecidos. El importador canadiense interpretará la capacidad del exportador chileno para enviar la muestra (respeto de la legislación existente, cumplimentado de la documentación necesaria, elección de empresa transportadora, envasado de la muestra,

calidad del producto, etc.) como una medida de su verdadera capacidad. Por eso es de resaltar la importancia de tomar el envío de la muestra con seriedad, profesionalidad y dedicación, aunque lleve tiempo y dinero. Debido a la altísima competitividad del mercado rara vez se concede una segunda oportunidad a un exportador cuyos primeros pasos fueron en falso. Los envíos posteriores deberán ser de la misma calidad que la muestra. No se suelen tolerar demoras en el envío, especialmente si no han sido anunciadas y negociadas de antemano.

Las muestras deberán ser acompañadas de una Declaración de Importación debidamente cumplimentada (Import Declaration Form)⁵ y de los \$14 por envío en concepto de pago por la verificación de la declaración. Una vez en Canadá la muestra será examinada para determinar su conformidad con las regulaciones fitosanitarias, sabor y nivel de calidad. Se examinarán tanto el producto como los envases. Este examen se hace de manera totalmente independiente del que pueda llevar a cabo el comprador para ver si el producto responde a sus expectativas y a los términos acordados con el exportador.

De preferencia la comunicación deberá ser en inglés (o en francés en Québec). El español es un idioma muy poco hablado en Canadá, especialmente si se compara con los EEUU o Europa. Información sobre valores y precios deberá darse en dólares USA o canadienses.

Si el comprador solicita los derechos exclusivos de un producto, es conveniente incluir una cláusula en el contrato especificando la cantidad mínima de compra por año. También es conveniente poner por escrito todo acuerdo verbal.

FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS

Existen 5 ferias principales y eventos relacionados con la alimentación a la que asisten importadores, agentes y distribuidores de todo el país. Estas ferias son las siguientes:

- o *The Canadian/International Food and Beverage Show* (<http://www.fbshow.com>)
Se celebra todos los años en Toronto en el mes febrero. Participan proveedores internacionales, nacionales y locales de productos de alimentación especializados, delicatessen y de uso corriente. La última edición contó con 9.000 visitantes.
Organizada por: Canadian Restaurant and Foodservices Association
316 Bloor Street West
Toronto, Ontario, Canada M5S 1W5
Tel.: (416) 923-8416
In Canada: 1-800-387-5649
Fax: (416) 923-1450
Pagina Web: <http://www.crfa.ca>
- o *SIAL* (<http://www.sialmontreal.com/home.ch2>)
Es una feria internacional de alimentación, bebidas, vino y licores que se celebra en Montreal en el mes de abril. Está exclusivamente reservada a los profesionales del sector de la alimentación.

300 Leo-Pariseau Street, Suite 1100
P.O. Box 159, Place du Parc
Montréal, Québec, Canada H2X 4A4

⁵ <http://www.inspection.gc.ca/english/for/pdf/c4560e.pdf>

Tel.: (514) 289-9669
Fax: (514) 289-1034

- o *Grocery Innovations Canada* (<http://groceryinnovations.com>)
Se celebra en Toronto en el mes de octubre. Su fin es apoyar y promocionar la industria nacional de la alimentación. La última edición contó con la participación de más de 10.000 representantes de las principales empresas detallistas y mayoristas del sector de la alimentación en Canadá.
Organizada por: The Canadian Federation of Independent Grocers (CFIG)
2235 Sheppard Avenue East, Suite 902
Willowdale, Ontario, Canada M2J 5B5
Tel: 1-800-661-2344 / 416-492-2311
Fax: 416-492-2347
Pagina Web: <http://www.cfig.ca>
- o *Grocery Showcase West* (<http://cfig.ca/gsw.asp>)
Se celebra en Vancouver en el mes de marzo. La última edición contó con la participación de 4.000 empresas detallistas y mayoristas, líderes en el sector de la alimentación en la zona oeste del país.
Organizada por: The Canadian Federation of Independent Grocers (CFIG)
2235 Sheppard Avenue East, Suite 902
Willowdale, Ontario, Canada M2J 5B5
Tel: 1-800-661-2344 / 416-492-2311
Fax: 416-492-2347
Pagina Web: <http://www.cfig.ca>
- o *Canadian Health Food Association; Expo West, Expo East, Expo Québec* (<http://www.chfa.ca/default.asp?action=article&ID=63>)
Se celebran anualmente en Vancouver (abril), Toronto (septiembre) y Montreal (febrero). Está orientada a productos/alimentos naturales y orgánicos, suplementos alimenticios, vitaminas,...
Organizada por: Canadian Health Food Association (CHFA)
550 Alden Road, Suite 205
Markham, Ontario, Canada L3R 6A8
Tel.: (905) 479-6939
In Canada: 1-800-661-4510
Fax: (905) 479-1516
Internet: <http://www.chfa.ca>

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

1. CANADIAN FOOD INSPECTION AGENCY (CFIA): <http://www.inspection.gc.ca>
Agencia gubernamental encargada de la inspección y regulación en materia de importación de productos alimenticios.
2. CANADA BORDER SERVICES AGENCY: <http://www.cbsa-asfc.gc.ca/menu-e.html>
Agencia gubernamental de servicios de aduana. En su página web encontrará información sobre las partidas arancelarias y aranceles de importación. Su link directo es: http://www.cbsa-asfc.gc.ca/general/publications/customs_tariff-e.html
3. FOOD VALUE CHAIN BUREAU: <http://www.agr.gc.ca/misb/fb-ba>
Agencia gubernamental que, en colaboración con los gobiernos provinciales y las asociaciones del sector de la alimentación, es el principal centro de información del sector de la alimentación perteneciente al Ministerio de la Agricultura y la

Alimentación. Ofrece información detallada sobre la industria del procesado de comida y bebida y del sector de la distribución y el comercio.

4. TRADE FACILITATION OFFICE CANADA: <http://www.tfoc.ca>
Organismo gubernamental con la misión de ayudar a países en desarrollo y con economías en vías de transición a exportar sus productos en Canadá. La TFOC es la primera fuente de información sobre el mercado de la importación en Canadá
5. CANADIAN ASSOCIATION OF IMPORTERS AND EXPORTERS: <http://www.caie.ca>
Entre sus publicaciones se encuentra un directorio de miembros por tipo de industria y sector de actividad, y una guía titulada "Importar en Canadá", explicando paso a paso toda la reglamentación para importar todo tipo de bienes en el país.
6. INDUSTRY CANADA: <http://www.strategis.ic.gc.ca>
Páginas web del Ministerio de la Industria en el que se ofrecen perfiles de mercado para todo tipo de productos, estudios en profundidad de varios tópicos que afectan a la industria canadiense y diversos sectores de actividad, perfiles de empresas, enlaces a los distintos tópicos y estadísticas de comercio internacional.
7. FOOD NET: <http://foodnet.fic.ca>
La Food Processors of Canada (FPC) es una asociación empresarial de reputación mundial y que se ocupa principalmente de asuntos relacionados con el comercio, intercambio de bienes y fabricación. Por lo general, sus miembros poseen o dirigen empresas de procesado de alimento en Canadá.
8. FOOD IN CANADA: <http://www.foodincanada.com>
Revista líder en alimentación a nivel nacional que publica informes sobre industrias específicas varias veces por año.
9. CANADIAN FOOD BROKERS/SALES AND MARKETING ASSOCIATION:
<http://www.asmc.org>
Esta asociación ayuda a los exportadores del sector de la alimentación a encontrar agentes mediadores (brokers) a través de sus páginas web o mediante la compra del directorio que publica. Algunos de sus miembros son puramente brokers, mientras que otros son compañías de marketing que ofrecen información específica sobre la mejor manera de comercializar productos alimenticios en el mercado canadiense. La ASMC categoriza a sus miembros según diversos criterios (ubicación geográfica, industria primaria, categorías de productos, tipo de comercio: mayorista, detallista o broker), lo que permite a los productores-fabricantes la rápida localización de la empresa adecuada.
10. CANADIAN GROCER: <http://www.cdngrocer.com>
Es la única revista a nivel nacional para temas de comercio de comestibles en Canadá. Anualmente publica 10 números, que suelen contener informes de la industria alimentaria, temas de actualidad para los supermercados, perfiles de tiendas y un análisis de una categoría de alimentos como pasta, cereales, etc.
11. FRUIT AND VEGETABLE DISPUTE RESOLUTION CORPORATION: <http://www.fvdrc.com>
La DRC es una organización privada, sin fines de lucro, de compañías de frutas y hortalizas que comercian en América del Norte, y está dedicada a ofrecer servicios de solución de controversias.

12. AGRICULTURE AND AGRI-FOOD CANADA: <http://www.agr.gc.ca>
Dependiente del Ministerio de Agricultura canadiense, entrega variada informacion del sector y mercado agricola canadiense.
13. CANADIAN HORTICULTURAL INDUSTRY: <http://www.agr.gc.ca/misb/hort/>
14. INFOHORT: <http://infohort.agr.gc.ca/index.cfm?action=dspHome&lang=eng>
Contiene una serie de informacion respecto a la horticultura canadiense, en particular provee los precios a nivel mayorista de los principales vegetales y frutas comercializados en Canada.
15. CANADIAN ORGANIC GROWERS : <http://www.cog.ca>
16. COMMITTEE ON ORGANIC AGRICULTURE :
http://www.pwgsc.gc.ca/cgsb/032_310/intro-e.htm
17. FOOD PROCESSORS OF CANADA : <http://www.foodprocessors.ca>

ANEXO I CERTIFICADO DE ORIGEN – TLC CHILE-CANADA

http://www.prochile.cl/nexos/canada_cert_origen.pdf

ANEXO II

RELACIÓN DE PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS PARA EL INGRESO DE SUS PRODUCTOS EN CANADÁ

Fuente: Canada Border Services Agency
<http://www.cbsa-asfc.gc.ca>

Naciones Más Favorecidas

Albania	Ireland, Republic of	Puerto Rico
Andorra	Isle of Man	San Marino
Australia	Italy	Saudi Arabia
Austria	Japan	Slovak Republic
Belgium	Latvia, Republic of	Slovenia, the Republic of
Burma	Liechtenstein	Spain
Channel Islands	Lithuania, Republic of	Sultanate of Oman
Cyprus	Luxembourg	Sweden
Czech Republic	Malta	Switzerland
Denmark	Monaco	Taiwan, China
Estonia, Republic of	Netherlands	United Kingdom of Great Britain and
Finland	New Zealand	Northern Ireland
France	Norway	United States of America
Germany, Federal Republic of	Poland	Vatican City (The Holy See)
Greece	Portugal	West Indies, French
Hungary	Portuguese Adjacent Islands	Yugoslavia, the Federal Republic of
Iceland	Portuguese Overseas Provinces	

Países del Sistema Generalizado Preferencial

Algeria †	Egypt †	Marshall Islands †	Singapore †
Antilles, Netherlands †	El Salvador †	Mauritius †	South Africa, Rep. of †
Argentina †	Emirates, United Arab †	Mexico †	Southern and Antarctic
Ascension †	Falkland Islands †	Moldova, Republic of †	Territories
Armenia, Republic of †	Fiji †	Mongolia †	French †
Azerbaijan, Republic of †	Gabon †	Morocco †	Sri Lanka †
Bahrain †	Georgia, Republic of †	Namibia †	Suriname †
Belarus, Republic of †	Ghana †	Nauru †	Swaziland †
Bolivia †	Gibraltar †	New Caledonia and	Syrian Arab Republic †
Bosnia & Herzegovina, Rep. of	Guam †	Dependencies †	Tadjikistan, Republic of
Botswana †	Guatemala †	Nicaragua †	Thailand †
Brazil †	Honduras †	Nigeria †	Tokelau Islands †
British Indian Ocean Territory †	Hong Kong †	Niue †	Tonga †
Brunei Darussalam †	India †	Norfolk Island †	Tristan Da Cunha †
Bulgaria †	Indonesia †	North Africa, Spanish †	Tunisia †
Cameroon †	Iran, Islamic Republic of †	Pakistan †	Turkey †
Caroline Islands †	Iraq †	Panama †	Turkmenistan †
Chile †	Israel †	Papua New Guinea †	Ukraine †
China, People's Republic of †	Jordan †	Paraguay †	Uruguay †
Christmas Island †	Kazakhstan, Republic of †	Peru †	Uzbekistan, Republic of
Cocos (Keeling) Islands †	Kenya †	Philippines †	Venezuela †
Colombia †	Korea, Republic of (South) †	Pitcairn †	Vietnam †
Congo †	Kuwait †	Polynesia, French †	Virgin Islands, U.S.A. †
Cook Islands †	Kyrgyzstan, Republic of †	Qatar †	Zimbabwe †
Costa Rica †	Lebanon †	Romania †	
Côte d'Ivoire †	Macao †	Russian Federation †	
Croatia, the Republic of †	Macedonia, the Former	St. Helena and	

Cuba †
Dominican Republic †
Ecuador †

Yugoslav Republic of †
Malaysia †
Mariana Islands †

Dependencies †
Seychelles †
Samoa, American †

Mercado Común de Naciones del Caribe

Anguilla † *
Antigua and Barbuda † *
Bahamas † *
Barbados † *
Belize † *
Bermuda † *
Cayman Islands † *
Dominica † *
Grenada † *
Guyana † *

Jamaica † *
Montserrat † *
St. Christopher (St. Kitts) and
Nevis † *
St. Lucia † *
St. Vincent & the Grenadines † *
Trinidad and Tobago † *
Turks and Caicos Islands † *
Virgin Islands, British † *

Países de Menor Desarrollo

Afghanistan † ‡
Angola † ‡
Bangladesh † ‡
Benin † ‡
Bhutan † ‡
Burkina Faso † ‡
Burundi † ‡
Cambodia † ‡
Cape Verde † ‡
Central African Republic † ‡
Chad † ‡
Comoros † ‡
Democratic Republic of the Congo † ‡
Djibouti † ‡
Equatorial Guinea † ‡
Eritrea † ‡

Ethiopia † ‡
Gambia † ‡
Guinea † ‡
Guinea-Bissau † ‡
Haiti † ‡
Kiribati † ‡
Laos † ‡
Lesotho † ‡
Liberia † ‡
Madagascar † ‡
Malawi † ‡
Maldives † ‡
Mali † ‡
Mauritania † ‡
Mozambique † ‡
Nepal † ‡

Niger † ‡
Rwanda † ‡
Samoa, Western † ‡
Sao Tome and Principe † ‡
Senegal † ‡
Sierra Leone † ‡
Solomon Islands † ‡
Somalia † ‡
Sudan † ‡
Tanzania, United Republic of † ‡
Togo † ‡
Tuvalu † ‡
Uganda † ‡
Vanuatu † ‡
Yemen, Republic of † ‡
Zambia † ‡

ANEXO III

DESCRIPCIÓN DE LA CATEGORÍA MÍNIMA DEL PRODUCTO O NORMAS DE IDENTIFICACIÓN

Fuente: *Canada Agricultural Products Act - Processed Products Regulations, Schedule I, Table II*

Website: Department of Justice Canada <http://laws.justice.gc.ca>

Apartado "Consolidated Statutes and Regulations"

Link directo: <http://laws.justice.gc.ca/en/C-0.4/C.R.C.-c.291/index.html>

GRADES FOR FROZEN FRUITS AND VEGETABLES

- 1.** (1) Frozen fruit shall be fruit preserved by freezing, with or without
 - (a) sugar, invert sugar, dextrose or glucose, in dry or liquid form; or
 - (b) ascorbic acid or erythorbic acid to prevent discolouration.
- (2) Frozen vegetables shall be vegetables subjected to a blanching treatment before freezing and may be packed with or without the addition of salt.
- (3) Bacteria count in frozen vegetables shall not exceed
 - (a) 250,000 viable aerobic mesophiles per gram of product; and
 - (b) 100 aerobic thermophilic spores per gram of product if the frozen vegetable is intended for remanufacturing purposes.
- (4) Bacterial standards for frozen vegetables shall be applied only at the plant level on domestic production and at the time of entry into Canada in the case of imported frozen vegetables.
- (5) The methods for bacteriological analyses shall be those approved by the Laboratories Directorate of the Agency.

SOR/78-170, s. 7; SOR/2000-184, s. 26.

- 2.** For the purposes of the grades in this table,
 - (a) the grades for frozen fruits shall be determined after complete thawing in unopened small packages or when samples are drawn from large containers, and the product shall be sufficiently free from ice crystals to permit handling of the fruit as individual units;
 - (b) the grades for frozen vegetables shall be determined in the following manner:
 - (i) such factors as colour, uniformity of size, condition and absence of defects shall be considered immediately after thawing to the extent that the product is substantially free from ice crystals and can be handled as individual units, and
 - (ii) such factors as flavour, degree of tenderness and freedom from fibre shall be considered after the product is cooked for the required length of time.

FROZEN WHOLE STRAWBERRIES

(1) Canada A is the name for the grade of frozen whole strawberries that possess similar varietal characteristics; that possess a good flavour typical of well-ripened strawberries and a practically uniform good colour; that are practically uniform in size; that are in good condition and are practically free from small cap stems, sepal-like bracts or portions thereof, green or dried berries and other defects.

(2) Canada B is the name for the grade of frozen whole strawberries that possess similar varietal characteristics; that possess a good flavour typical of well-ripened strawberries and a fairly uniform good colour; that are fairly uniform in size; that are in fairly good condition and are fairly free from small cap stems, sepal-like bracts or portions thereof, green or dried berries and other defects.

DEFINITIONS OF TERMS

(3) For the purposes of this section,

“fairly free from defects” means that for each 20 ounces of net contents there may be present

(a) not more than four uncapped berries with stems or sepal-like bracts attached as a result of poor hulling;

(b) not more than six green-tipped berries and two dried berries,

(c) not more than three pieces of leaf exceeding 1/4 square inch,

(d) not more than 10 per cent by count of berries showing any visible mechanical or insect injury, or

(e) a combination of the defects described in paragraphs (a) to (d),

but if any two defects described in paragraphs (a) to (d) are present in the maximum quantity permitted by this definition, no other defects shall be present; (*passablement exemptes de défauts*)

“fairly good condition” means not more than five berries or 10 per cent by count (whichever is greater) of the berries in a container may be partly or entirely broken down and mushy; (*passablement bon état*)

“fairly uniform good colour” means that the colour of the berries is a pink to red, characteristic of well-ripened strawberries of one or more like varieties and that not more than 10 per cent by count of the berries stand apart from the others in colour; (*bonne couleur passablement uniforme*)

“fairly uniform in size” means that 75 per cent by count of the berries in a container shall not vary in size more than plus or minus 1/8 inch in diameter measured cross-wise at the greatest width; (*grosseur passablement uniforme*)

“good condition” means not more than two berries or five per cent by count (whichever is greater) in any one container shall be partly or entirely broken down and mushy; (*bon état*)

“good flavour” means that the product has a good characteristic, normal flavour and odour, and is free from any objectionable flavours or objectionable odours of any kind; (*bonne saveur*)

“practically free from defects” means that for each 20 ounces of net contents there may be present

(a) not more than two uncapped berries with stems or sepal-like bracts attached,

(b) not more than three green-tipped berries and one dried berry,

(c) not more than two pieces of leaf exceeding 1/4 square inch, or

(d) not more than five per cent by count of the berries showing any visible mechanical or insect injury,

but if any two of the defects described in paragraphs (a) to (d) inclusive reach the allowable maximum tolerance, all other defects must be absent; (*à peu près exemptes de défauts*)

“practically uniform good colour” means that the colour of the berries is a bright pink to red, characteristic of well-ripened strawberries of one or more like varieties and that not more than five per cent of the berries stand apart from the others in colour; (*bonne couleur à peu près uniforme*)

“practically uniform in size” means that 90 per cent by count of the berries in a container shall not vary in size more than plus or minus 1/8 inch in diameter measured cross-wise at the greatest width; no berries under 7/8 inch in diameter shall be packed for Canada A grade; (*grosseur à peu près uniforme*)

“similar varietal characteristics” means that the berries have the colour, shape and other characteristics of one or more like varieties. (*caractéristiques variétales analogues*)

SOR/89-242, ss. 2, 3.

FROZEN SLICED STRAWBERRIES

(1) Canada A is the name for the grade of frozen sliced strawberries that possess a good flavour typical of well-ripened, properly prepared strawberries and a practically uniform good colour; slices that possess good character and are in fairly good condition; that are practically free from small cap stems, sepal-like bracts or portions thereof, blemishes, dried berries and other defects.

(2) Canada B is the name for the grade of frozen sliced strawberries that possess a good flavour typical of well-ripened, properly prepared strawberries and a fairly uniform good colour; slices that possess fairly good character and are in reasonably good condition; that are fairly free from small cap stems, sepal-like bracts or portions thereof, blemishes, dried berries and other defects.

DEFINITIONS OF TERMS

(3) For the purposes of this section,

“fairly free from defects” means that for each 15 ounces of net contents there may be present

(a) not more than four stems, including not more than one stem exceeding 1/2 inch in length;

(b) an area of not more than 1/2 square inch of harmless extraneous material such as leaves, caps, and loose sepal-like bracts, or

(c) not more than a total of five per cent by weight of blemished, dried or damaged berries,

but, if any two of the defects described in paragraphs (a), (b) and (c) reach allowable maximum tolerance, the other defects must be absent; (*passablement exemptes de défauts*)

“fairly good character” means that the strawberry slices are reasonably firm and that the appearance and eating quality of the product are not seriously affected by disintegration or seediness of the fruit; (*caractère passablement bon*)

“fairly good condition” means that not more than 20 per cent by weight in any one container may consist of broken down and mushy strawberries; (*passablement bon état*)

“fairly uniform good colour” means that the colour is a fairly uniform pink to red, characteristic of fairly well-ripened strawberries, and not more than 20 per cent of the slices may show white centres in which less than one-half the surface area is a good characteristic pink to red colour; (*bonne couleur passablement uniforme*)

“good character” means that the strawberry slices are fairly firm and that the appearance and eating quality of the product are not materially affected by disintegration or seediness of the fruit; (*bon caractère*)

“good flavour” means that the product has a good characteristic normal flavour and odour and is free from objectionable flavours and objectionable odours of any kind; (*bonne saveur*)

“practically free from defects” means that for each 15 ounces of net contents there may be present

(a) not more than two stems, including not more than one stem exceeding 1/2 inch in length,

(b) an area of not more than 1/4 square inch of harmless extraneous material such as leaves, caps and loose sepal-like bracts, or

(c) not more than a total of three per cent, by weight of blemished, dried or damaged berries,

but, if any two of the defects described in paragraphs (a), (b) and (c) reach allowable maximum tolerance, the other defects must be absent; (*à peu près exemptes de défauts*)

“practically uniform good colour” means that the colour is a bright pink to red, characteristic of well-ripened strawberries, and not more than 10 per cent of the slices may show white centres in which less than one-half of the surface area is a good characteristic pink to red colour; (*bonne couleur à peu près uniforme*)

“reasonably good condition” means that not more than 30 per cent by weight in any one container may consist of broken down and mushy strawberries. (*raisonnablement bon état*)

(4) For the purposes of this section, any frozen strawberries cut into halves shall be considered as frozen sliced strawberries and may be labelled “Strawberry Halves”.

SOR/89-242, ss. 2, 3.

ANEXO IV

1 Chapter 11 - Labelling Guide for Processed Fruits and Vegetables

Chapter 11: [Sections 11.1-11.12](#) | [Summary Tables](#)

Chapter 11 explains in detail the basic labelling requirements for processed fruits and vegetables subject to the *Processed Products Regulations* (PPR) under the *Canada Agricultural Products Act* (CAPA). This Act and the Regulations made thereunder apply to companies who engage in interprovincial trade and imports and exports of foods subject to these regulations. The products covered by the PPR are listed in Table 11-1 of this *Chapter*.

Processed fruits and vegetables subject to the PPR are also subject to the following Acts and Regulations:

- *Food and Drugs Act* (FDA);
- *Food and Drug Regulations* (FDR);
- *Consumer Packaging and Labelling Act* (CPLA)*
- *Consumer Packaging and Labelling Regulations* (CPLR).*

*For prepackaged products for retail sale.

1.1 11.1 Common Name

When the composition of a product corresponds to a standard in the PPR, the common name should be as set out in the standard prescribed for that product, for example "apple juice", "peach nectar" [31(f)(1), PPR]. If it is not prescribed by the PPR, the common name must be the name used to designate the food, for example: "hearts of palm" [10 CPLA; B.01.001, B.01.006].

1.1.1 11.1.1 Location

The common name must be shown on the principal display panel of the label or of the packaging [42(1), PPR; B.01.006(1); 12, CPLR]. The principal display panel is that part of the label applied to all or part of the principal display surface (with the exception of an ornamental container or packaging which includes a display card) [2(2), CPLR].

The principal display surface of a packaging is the surface of a container that is displayed or visible under normal or customary conditions of sale or use.

1.1.2 11.1.2 Type Size

The common name must be shown in letters not less than 1.6 mm in height based on the lower-case letter "o" [14, 15, CPLR].

1.1.3 11.1.3 Language

The common name must be shown in English and French [32, PPR; B.01.012(2); 6(2), CPLR].

1.2 11.2 Net Quantity Declaration

1.2.1 11.2.1 Manner of Declaring Net Quantity

Depending on the product, the quantity is shown by volume, weight or count. Metric units must be used or, metric units and any other equivalent unit of measurement, provided that the metric units are displayed more prominently. [31(f), PPR; 21, 22, CPLR]

When the quantity is given in metric and Canadian units, this information must be grouped together, while leaving sufficient space between them to prevent any confusion.

The declaration of net quantity in Canadian units must be shown in fluid ounces (fl oz) for volume, in ounces (oz) and pounds (lb) for weight. Metric units must be shown in millilitres (mL) or litres (L) for volume, and in grams (g) or kilograms (kg) for weight.

Indicating the net quantity in brackets is not permitted. For conversion purposes:

1 U.S. fl oz = 1.04084 Cdn. fl oz = 29.57353 mL
1 fl oz (Canadian) = 28.413 mL
1 oz = 28.350 g

Certain products are sold in containers which already indicate a declaration of capacity (e.g.: letters molded into glass containers, etc.). In this case, the net quantity must nonetheless be shown on the label.

When the container offers a quantity of product as a bonus, the net quantity of product shown on the label must be the total quantity of the product. Example: 500 mL + 250 mL bonus, the net quantity declared must be 750 mL. In addition, this new net quantity must still comply with the standardized formats (if applicable), see 11.2.2 below.

1.2.2 11.2.2 Standardized Containers

Standardized container sizes are prescribed by the PPR for certain processed fruits and vegetables. These foods are listed in Table 11-1 of this chapter. To determine the standardized formats, refer to Schedule III of the *Processed Products Regulations*.

1.2.3 11.2.3 Location

The net quantity must be shown on the principal display panel of the label; it must be clearly and prominently displayed, easily legible and in distinct contrast to any other information shown on the label [42, PPR; 4(2), CPLA; 12, CPLR].

1.2.4 11.2.4 Type Size

The minimum height of the type must be 1.6 mm for all the information contained in the declaration of net quantity, **except for the numerals**, which must be shown in bold face type of the height shown in the following table [36, PPR; 14, CPLR]:

Principal Display Surface of the Packaging		Minimum Height for Numerals and Grade	
square centimetres	square inches	millimetres	inches
≤ 32	≤ 5	1.6	1/16
> 32 to ≤ 258	> 5 to ≤ 40	3.2	1/8
> 258 to ≤ 645	> 40 to ≤ 100	6.4	1/4
> 645 to ≤ 2580	> 100 to ≤ 400	9.5	3/8
> 2580	> 400	12.7	1/2

1.2.5 11.2.5 Language

The net quantity must be shown in English and French [32, PPR; 6(2), CPLR]. All the symbols for metric units are considered bilingual (and must not be followed by a period):

g - grams **ml**, **mL**, or **ml** - millilitres

kg - kilograms **l**, **L**, or **l** - litres

*** The units "fl oz", "oz", and "lb" are also considered bilingual.**

1.3 11.3 Grade

1.3.1 11.3.1 Use of Grade Names [37, 38, PPR]

Grades are used on the following conditions:

- **For products listed in Table I or II of PPR Schedule I: * indicating the grade is either mandatory (for example: "apple juice", "canned peaches") or optional, i.e. at the discretion of the company (for example "tomato paste");**
- **The product meets the composition specified by the standard (whether the grade is declared or not); and**
- **The product was manufactured or graded and repackaged in a registered establishment, or is imported and sold in its original container.**

*** Foods which require a grade are also listed in Table 11-1 of this Chapter.**

Note: It is not permitted to indicate a Canadian grade on a product for which the *Regulations* do not prescribe any grade standard [38, PPR]. For foreign grades, refer to Section 11.3.3 of this *Guide*.

1.3.2 11.3.2 Declaration of Grades [31(e), 37, PPR]

Products packed in a registered establishment in Canada must indicate grade beginning with "CANADA".

Products imported and sold in their original container must indicate grade as follows: "Grade ..." (for frozen products) or "...Grade " (for canned products).

	Products for Which Grades are Established
Canadian Product	Canned: CANADA FANCY - CANADA DE FANTAISIE Frozen: CANADA A
	Canned: CANADA CHOICE - CANADA DE CHOIX Frozen: CANADA B
	Canned: CANADA STANDARD - CANADA RÉGULIER Frozen: CANADA C
	Canned or frozen: SUBSTANDARD - SOUS-RÉGULIER
Imported Product (sold in original container)	Canned: FANCY GRADE - CATÉGORIE DE FANTAISIE Frozen: GRADE A - CATÉGORIE A
	Canned: CHOICE GRADE - CATÉGORIE DE CHOIX Frozen: GRADE B - CATÉGORIE B
	Canned: STANDARD GRADE - CATÉGORIE RÉGULIÈRE Frozen: GRADE C - CATÉGORIE C

Note that the substandard grade is not permitted for imported products. Therefore, to import a product, the minimum grade (i.e. standard grade) must be met.

Products imported in bulk, processed or graded and repackaged in Canada in a registered establishment must indicate the grade beginning with "CANADA".

Example: cherries from France imported into Canada in bulk, repackaged and graded in a registered establishment must be marked "CANADA CHOICE / CANADA DE CHOIX"

Example: apples are imported from the United States. These apples are processed into apple sauce in a registered establishment. The apple sauce will therefore be labelled "CANADA FANCY / CANADA DE FANTAISIE".

1.3.3 11.3.3 Foreign Grades

A number of countries also have grade standards for foods. Indicating the foreign grade is permitted on the label of the imported product when it is sold in its original container. This practice is permitted even when Canada does not prescribe a grade for the product in question. The indication of the foreign grade must, however, clearly identify the country that prescribed the standard. The indication must not lead to confusion with Canadian grades.

Example: "Mandarin Oranges from Morocco". Morocco has grade standards for this product. It is permitted to indicate "Morocco #1" on the label, even if no grade standard is prescribed in Canada for this product. However, the indication "Grade #1" would not be permitted since consumers might believe that the product meets Canadian grade standards when there are none.

It is also possible to indicate, on the same label, grades of various countries, for example; "Fancy Grade - U.S.A Grade A - Spain #1".

1.3.4 11.3.4 Location

The grade designation must be shown on the principal display panel of the label [42, PPR].

1.3.5 11.3.5 Type Size [36, PPR]

The height of the letters used for the grade declaration is based on the principal display surface (*see the table in Section 11.2.4 of this Guide*).

1.3.6 11.3.6 Language

The grade must be shown in English and French [32, PPR].

1.4 11.4 Size Grade [31(g), 40, PPR]

1.4.1 11.4.1 Use of Size Grades

Certain products listed in the PPR must be graded by size, giving an indication of the size of the vegetable; these vegetables are listed below:

- Canned or frozen beans (green or wax)
- Whole canned white potatoes
- Canned or frozen peas
- Canned or frozen lima beans
- Canned or frozen asparagus (tips or spears)
- Frozen carrots, cut carrots - baby whole style, cut carrots - whole style, diced, sliced, whole, whole baby carrots.

Note: The size grade is optional for Brussels sprouts

1.4.2 11.4.2 Declaration of Size Grades

The declaration of size grade of vegetables must be shown on the label in one of the following ways:

- The number designation, its equivalent optional word designation or the word designation specified in the PPR (*Tables I to V and VII of PPR Schedule VI*).
- When the product is a combination or blend of any two or more sizes, the wording "ASSORTED SIZES" or "MIXED SIZES" is used to designate the size grade.
- When the product is not graded by size, the label must state "UNGRADED AS TO SIZE" (does not apply to Brussels sprouts) [40(1)(c), PPR].

Note: It is not permitted to combine the declaration of the country of origin with the declaration of grade. Example: "Product of Canada A" / "Produit du Canada A"

1.4.3 11.4.3 Location

The size grade may be shown on any panel of the label, except on the bottom of the container [42(2), PPR].

1.4.4 11.4.4 Type Size

The size grade must be shown in letters not less than 1.6 mm in height based on the lower-case letter "o" [36(1), PPR].

1.4.5 11.4.5 Language

The size grade must be shown in English and French [32, PPR].

1.5 11.5 Name and Address

1.5.1 11.5.1 Definition

The legal name as well as the address of the principal place of business of the person (individual, corporation, business, distributor, importer) for whom or by whom the product was manufactured for resale must be shown on the label [31.(a), PPR; B.01.007(1.1)(a); 10(b)(i), CPLA].

The name and address must be complete enough to allow consumers to communicate in writing with the party responsible. The address must include:

- For Canadian addresses:

city, province, postal code **or** city, Canada, postal code

- For foreign addresses:

country and all other information necessary to forward the mail

- When the name and address declared are those of the *first dealer*, wording such as: "**Packed for...**\Emballé pour...", "**Imported by ...**\Importé par..." or "**Imported for ...**\Importé pour..." is **mandatory** and must precede the name and address, and the registration number of the operator or his identifying code mark shall appear on the label or be embossed on the container.
- When the name and address declared are those of the *manufacturer*, the wording: "**Packed by ...**\Emballé par.." is **optional**.

The address shown on the label may be that of the head office of a business. Providing the place of manufacture and telephone number is at the discretion of the responsible party.

1.5.2 11.5.2 Location

The name and address of the responsible party may be shown anywhere on the label, except on the bottom of the packaging [42(2), PPR; B.01.005; B.01.007(1.1)(a); 13, CPLR].

1.5.3 11.5.3 Type Size

The letters must be at least 1.6 mm in height based on the lower-case letter "o" [36(1), PPR; 14,15, CPLR].

1.5.4 11.5.4 Language

The name and the address can be shown in English, French or both. [32, PPR; B.01.012 (9); 6(2), CPLR].

1.6 11.6 Country of Origin

"Country of origin" means the last country in which a food product undergoes processing that changes the nature of the food product before it is offered for sale.

1.6.1 11.6.1 Indication of the Country of Origin

When processed fruits and vegetables are **imported**, the country where the product was packed must be shown clearly and conspicuously on the label, either as a part of the name and address of the foreign operator or as a separate declaration indicating the origin of the product [41, PPR].

The abbreviation "USA" may be used because it is recognized around the world. However, all other abbreviations are not permitted because they could cause confusion among consumers, and thus, the name of the country of origin must be written out in full.

- ***Products completely prepared in Canada from fruits and vegetables grown and processed in Canada***

Indicating "**Product of Canada/** Produit du Canada" is **optional** for the purposes of marketing in Canada and export.

- ***Processed fruit and vegetable products wholly manufactured * in a country other than Canada.***

The declaration of the country of origin is **mandatory**. Section 41(1) of the PPR applies to all imported food products whether they are sold in their original containers or repackaged in Canada. The country of origin can be declared as part of the name and address of the foreign packer (processor) or as a separate declaration, for example:

- as part of the name and address of the foreign packer (processor):

"ABC Cannery, Cleveland, Ohio, USA"

Manufactured by or Packaged by: Mauna Loa Macadamia Nut Corp., Hilo, Hawaii 96720, USA

- as a separate declaration indicating the country of origin:

Product of Morocco, Product of the United States.

* A product is "***wholly manufactured in a country other than Canada...***" when it has not undergone any processing in Canada and its nature remains the same. For example, repackaging and labelling a product does not change the nature of the product.

Examples:

- (i) Frozen carrots are imported from Belgium and repackaged in Canada; the nature of the product is not modified in the packaging operation. It is therefore necessary to indicate: "**Product of Belgium/ Produit de Belgique**"
- (ii) Olives are imported from Spain and repackaged in Canada in their **original brine**; they remain a "**Product of Spain/ Produit d'Espagne**".

- **Processed fruit and vegetable products prepared in Canada from imported fruits or vegetables**

Indicating the country of origin is **optional**. The processing steps which are carried out in Canada modify the nature of the product (addition, removal, combination of one or more ingredients, physical or chemical processing, canning, freezing, including grinding and mixing).

A Canadian packer who wishes to declare its product as being of Canadian origin must be careful to avoid giving misleading information to consumers. The *Competition Act*, the *Consumer Packaging and Labelling Act* as well as the *Food and Drugs Act* provide relevant information.

According to the Canadian position set out in the policy adopted by the *Competition Bureau*, the analysis of a declaration concerning the country of origin involves two aspects:

- it is necessary to determine whether the product "**was created**" in Canada, i.e. whether the last substantial transformation of the goods was carried out in Canada, thereby resulting in a recognizably new final product, a product significantly different in appearance from the ingredients taken individually; AND
- it is necessary to evaluate the extent to which the final product is composed of Canadian materials and manufactured by Canadians. The added value, meaning the total cost of direct Canadian labour and/or Canadian material must represent **at least 51 %** of the cost of production of the new product.

These **two conditions must be met** in order to consider the product as being Canadian and, if desired, to be able to be declared as "Product of Canada" / "Produit du Canada".

Examples:

- (i) Apples are imported in bulk from the United States and are processed into apple sauce in Canada. The name and address of the Canadian processor or of the first dealer are required and the product becomes a Canadian product only if the cost of Canadian direct labour and of the packaging materials represents at least 51% of the production cost of the final products.
- (ii) Frozen peas from Canada are mixed with frozen carrots from Belgium. The mixture will be a Canadian product only if the 51% rule is satisfied.
- (iii) Olives imported from Spain, in bulk, which are repackaged in Canada in a **new brine** become a "Product of Canada" / "Produit du Canada" (assuming that the 51% rule is satisfied).
- (iv) Fresh beans are imported from USA and are canned in Canada. The product may be declared as a "Product of Canada" / "Produit du Canada" only if the 51% rule is satisfied.

Note: According to CPLR section 31(3), it is **mandatory** to write "imported by" or "Imported for" if the country of origin is not on the label, for a product wholly manufactured outside Canada.

1.6.2 11.6.2 Location

The country of origin may be shown anywhere on the label, except on the bottom of the packaging [42.(2), PPR].

1.6.3 11.6.3 Type Size

When imported processed fruit and vegetable products are prepared for a Canadian importer under his private label, the country of origin must be declared clearly and conspicuously on the label, in lettering not less than 1/4 inch or 6.4 mm high for containers over 10 ounces (283.5 g) and at least 1/8 inch or 3.2 mm for containers 10 ounces (283.5 g) and under [41.(2), PPR]. Nonetheless, when the country of origin is declared as part of the name and address of the foreign packager, the minimum height of the letters of the declaration of country of origin is 1/16 inch or 1.6 mm. [41.(1), PPR].

1.6.4 11.6.4 Language

The designation of the country of origin must be shown in English and French, for example "Product of Spain / Produit d'Espagne" [32, PPR] unless the country of origin is part of the name and address of the foreign company, for example "Company ABC ..., Spain".

1.7 11.7 Registration Number

1.7.1 11.7.1 Definition

Products regulated by the PPR and marketed in interprovincial trade or exported or marked with a Canadian grade must be prepared in a registered establishment. Establishments registered with the *Canadian Food Inspection Agency* have a unique registration number.

1.7.2 11.7.2 Declaration

The registration number (of the establishment where the product was prepared) must be shown on the label, or embossed on the container, when the name and address of the responsible party are those of the distributor or the first dealer [33, PPR].

The registration number assigned to an establishment must not be applied to a prepackaged product or to a shipping container of a product prepared or packaged in another establishment [47, PPR].

Products imported and sold in their original container do not carry a registration number since they were not prepared or packaged in an establishment registered by the *Canadian Food Inspection Agency*.

1.7.3 11.7.3 Location

The registration number may be shown anywhere on the label, including the bottom of the packaging. However, it is recommended that the registration number be shown near the name and address of the party responsible.

1.7.4 11.7.4 Type Size

The letters must be at least 1.6 mm in height based on the lower-case letter "o" [36(1), PPR].

1.8 11.8 Production Code

1.8.1 11.8.1 Declaration

Each can (low-acid food products or marked with a grade) must be identified with a code. This code can be embossed or marked with indelible ink on the can.

A low-acid food product designates a product one of whose components has a pH greater than 4.6 and a water activity (A_w) greater than 0.85, after thermal processing [2.(1) PPR; B.27.001].

The code for **canned products for which a grade standard is prescribed** by the *Regulations* [31(aa), PPR] must identify:

- The establishment where the product was thermally processed;
- The date of manufacture (day, month and year or day and year depending on the type of code used).

The code for **low-acid food products** [30.3(d), PPR] must identify:

- The establishment where the product was thermally processed;
- The date of manufacture (day, month and year or day and year depending on the type of code used);
- The product itself.

Notwithstanding these regulatory requirements, it should be noted that in order to ensure an effective recall procedure, it is strongly recommended that a code be identified on **all products and shipping containers**.

1.9 11.9 List of Ingredients

1.9.1 11.9.1 Manner of Declaring Ingredients

Ingredients and components must be shown in decreasing order of their respective proportion by weight [B.01.008(3), (5)]. [See Section 2.8 of this Guide](#).

1.9.2 11.9.2 Location

The list of ingredients may be shown anywhere on the label, except on the bottom of the packaging [42(2), PPR; B.01.005].

1.9.3 11.9.3 Type Size

The letters must be at least 1.6 mm in height based on the lower-case letter "o" [36(1), PPR].

1.9.4 11.9.4 Language

The list of ingredients must be shown in English and French [32, PPR; B.01.012(2)].

1.10 11.10 Nutrition Labelling

Amendments to the *Food and Drug Regulations* will make nutrition labelling mandatory for most prepackaged products by December 12, 2005. Small companies with revenues from the

sale of food of less than \$1 million in Canada for the 12 months prior to December 12, 2002 have a five year transition period. These regulations affect processed products. More details on the requirements for nutrition labelling can be found in Chapters 5 and 6 of this *Guide*.

1.11 11.11 Nutrient Content Claim and Diet-related Health Claims

Nutrient content claims and diet-related health claims can be made on some processed products. For more information on the conditions for making these claims, refer to Chapters 7 and 8 of this Guide respectively.

1.12 11.12 Special Label Wording

There are several types of mandatory special label wording that must be indicated on the labels of processed fruits and vegetables. For full details on these wordings, please refer to Table 11-2 below.

1.13 11.13 Shipping Containers

For full details concerning the labelling of shipping containers, please refer to Table 11-3 below.

1.14 11.14 Registration or Approval of Labels

Any product covered by the PPR and packaged in a registered establishment must have its label registered [44, PPR]. Labels are registered (and applications for modification processed) by the Label Registration Unit. The company must submit an application in writing, accompanied by three (3) copies of the label. The Director then registers the label or indicates any modifications necessary to meet the applicable requirements. [See Section 1.4.3 of this Guide.](#)

Canada-Chile Free Trade Agreement
CERTIFICATE OF ORIGIN
(Instructions on reverse)

-

Accord de libre-échange Canada-Chili
CERTIFICAT D'ORIGINE
(Instructions au verso)

-

Acuerdo de Libre Comercio Chile-Canada
CERTIFICADO DE ORIGEN
(Instrucciones al reverso)

Please Print or Type - Veuillez écrire en majuscules ou à la machine - Llenar a máquina o con letra de molde

1 Exporter's Name and Address: Nom et adresse de l'exportateur : Nombre y domicilio del exportador:	2 Blanket Period: Période globale : Período que cubre: From Du De D - J M Y - A To Au A D - J M Y - A
Tax Identification Number Numéro d'identification aux fins de l'impôt Número de Rol Único Tributario	
3 Producer's Name and Address: Nom et adresse du producteur : Nombre y domicilio del productor :	4 Importer's Name and Address: Nom et adresse de l'importateur : Nombre y domicilio del importador :
Tax Identification Number Numéro d'identification aux fins de l'impôt Número de Rol Único Tributario	Tax Identification Number Numéro d'identification aux fins de l'impôt Número de Rol Único Tributario

5	6	7	8	9	10
Description of Good(s) - Description des produits - Descripción del (los) bien(es)	HS Tariff Classification # N° de classement tarifaire SH Clasificación arancelaria	Preference Criterion Critère de préférence Criterio para trato preferencial	Producer Producteur Productor	RVC TVR VCR	Country of Origin Pays d'origine País de origen

11

I certify that:

— the information on this document is true and accurate and I assume the responsibility for proving such representations. I understand that I am liable for any false statements or material omissions made on or in connection with this document;

— I agree to maintain, and present upon request, documentation necessary to support this Certificate, and to inform, in writing, all persons to whom the Certificate was given of any changes that would affect the accuracy or validity of this Certificate;

— the goods originated in the territory of one or more of the Parties, and comply with the origin requirements specified for those goods in the Canada-Chile Free Trade Agreement, and unless specifically exempted in Article D-11 or Annex D-01, there has been no further production or any other operation outside the territories of the Parties; and

— this Certificate consists of _____ pages, including all attachments. ce présent certificat se compose de _____ pages, y compris les pièces jointes. Este certificado se compone de _____ hojas, incluyendo todos sus anexos.

J'atteste que :

— les renseignements fournis dans le présent document sont exacts et je me charge de prouver, au besoin, ce qui y est avancé. Je comprends que je suis responsable de toutes fausses assertions ou omissions importantes faites dans le présent document ou s'y rapportant;

— je conviens de conserver et de produire sur demande les documents nécessaires à l'appui du certificat et d'informer, par écrit, toute personne à qui il a été remis, des changements qui pourraient influencer sur son exactitude ou sa validité;

— les marchandises sont originaire du territoire de l'une ou de plusieurs des parties et sont conformes aux exigences relatives à l'origine prévues dans l'Accord de libre-échange Canada-Chile et, sauf exemption expresse à l'article D-11 ou à l'annexe D-01, n'ont subi aucune production supplémentaire ou autre transformation à l'extérieur du territoire des parties;

Declaro bajo juramento que :

— La información contenida en este documento es verdadera y exacta, y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que seré responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en o relacionada con el presente documento.

— Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido del presente certificado, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes entregue el presente certificado, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo.

— Los bienes son originarios del territorio de una o ambas Partes y cumplen con los requisitos de origen que les son aplicables conforme al Acuerdo de Libre Comercio Chile-Canada , no han sido objeto de procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes; salvo en los casos permitidos en el artículo D-11 o en el Anexo D-01.

Authorized Signature - Signature autorisée - Firma autorizada	Company - Société - Empresa	
Name - Nom - Nombre	Title - Titre - Cargo	
Date - Fecha D - J M Y - A	Telephone - Téléphone - Teléfono	FAX - Télécopieur - Fax

CANADA CHILE FREE TRADE AGREEMENT
CERTIFICATE OF ORIGIN INSTRUCTIONS

For purposes of obtaining preferential tariff treatment, this document must be completed legibly and in full by the exporter and be in the possession of the importer at the time the declaration is made. This document may also be completed voluntarily by the producer for use by the exporter. Please print or type:

- Field 1: State the full legal name, address (including country) and legal tax identification number of the exporter. Legal tax identification number is: In Canada, employer number assigned by the Canada Revenue Agency or the importer/exporter number assigned by the Canada Border Services Agency (CBSA); in Chile, the Unique Tax Number ("Rol Unico Tributario")
- Field 2: Complete field if the Certificate covers multiple shipments of identical goods as described in Field 5 that are imported into Canada or Chile for a specified period of up to one year (blanket period). "FROM" is the date upon which the Certificate becomes applicable to the good covered by the blanket Certificate (it may be prior to the date of signing this Certificate). "To" is the date upon which the blanket period expires. The importation of a good for which preferential tariff treatment is claimed based on this Certificate must occur between these dates.
- Field 3: If one producer, state the full legal name, address (including country) and legal tax identification number, as defined in Field 1, of said producer. If more than one producer is included on the Certificate, state "Various" and attach a list of all producers, including their legal name, address (including country) and legal tax identification number, cross referenced to the good or goods described in Field 5. If you wish this information to be confidential, it is acceptable to state "Available to Customs upon request". If the producer and the exporter are the same, complete field with "SAME". If the producer is unknown, it is acceptable to state "UNKNOWN".
- Field 4: State the full legal name, address (including country) and legal tax identification number, as defined in Field 1, of the importer. If importer is not known, state "UNKNOWN"; if multiple importers, state "VARIOUS".
- Field 5: Provide a full description of each good. The description should be sufficient to relate it to the invoice description and to the Harmonized System (HS) description of the good. If the Certificate covers a single shipment of a good, include the invoice number as shown on the commercial invoice. If not known, indicate another unique reference number, such as the shipping order number, purchase order number or any other number that is capable of identifying the goods.
- Field 6: For each good described in Field 5, identify the HS tariff classification to six digits. If the good is subject to a specific rule of origin in Annex D-01 that requires eight digits, identify to eight digits, using the HS tariff classification of the country into whose territory the good is imported.
- Field 7: For each good described in Field 5, state which criterion (A through D) is applicable. The rules of origin are contained in Chapter D and Annex D-01. NOTE: In order to be entitled to preferential tariff treatment, each good must meet at least one of the criteria below.

Preference Criteria

- A The good is "wholly obtained or produced entirely" in the territory of one or both of the Parties, as referred to in Article D-16. NOTE: The purchase of a good in the territory does not necessarily render it "wholly obtained or produced". (Reference: Article D-01(a) and D-16)
- B The good is produced entirely in the territory of one or both of the Parties and satisfies the specific rule of origin, set out in Annex D-01, that applies to its tariff classification. The rule may include a tariff classification change, regional value-content requirement or a combination thereof. The good must also satisfy all other applicable requirements of Chapter D. (Reference: Article D-01(b))
- C The good is produced entirely in the territory of one or both of the Parties exclusively from originating materials. Under this criterion, one or more of the materials may not fall within the definition of "wholly produced or obtained", as set out in Article D-16. All materials used in the production of the good must qualify as "originating" by meeting the rules of Article D-01(a) through (d). (Reference: Article D-01(c))
- D Goods are produced in the territory of one or both of the Parties but do not meet the applicable rule of origin, set out in Annex D-01, because certain non-originating materials do not undergo the required change in tariff classification. The goods do nonetheless meet the regional value-content requirement specified in Article D-01(d). This criterion is limited to the following two circumstances:
- 1

the good was imported into the territory of one of the Parties in an unassembled or disassembled form but was classified as an assembled good, pursuant to HS General Rule of Interpretation 2(a); or
- 2

the good incorporated one or more non-originating materials, provided for as parts under the HS, which could not undergo a change in tariff classification because the heading provided for both the good and its parts and was not further subdivided into subheadings, or the subheading provided for both the good and its parts and was not further subdivided

NOTE: This criterion does not apply to Chapters 61 through 63 of the HS. (Reference: Article D-01(d))

- Field 8: For each good described in Field 5, state "YES" if you are the producer of the good. If you are not the producer of the good, state "NO" followed by (1), (2) or (3), depending on whether this certificate was based upon: (1) your knowledge of whether the good qualifies as an originating good; (2) your reliance on the producer's written representation (other than a Certificate of Origin) that the good qualifies as an originating good; or (3) a completed and signed Certificate for the good, voluntarily provided to the exporter by the producer.
- Field 9: For each good described in Field 5, where the good is subject to a regional value content (RVC) requirement, indicate "NC" if the RVC is calculated according to the net cost method; otherwise, indicate "NO". If the RVC is calculated according to the net cost method over a period of time, further identify the beginning and ending dates (DD/MM/YY) of that period. (Reference: Articles D-02.1, D-02.5)
- Field 10: Identify the name of the country ("CH" for all originating goods exported to Canada; "CA" for all originating goods exported to Chile).
- Field 11: This field must be completed, signed and dated by the exporter. When the Certificate is completed by the producer for use by the exporter, it must be completed, signed and dated by the producer. The date must be the date the Certificate was completed and signed.