

## **PERFIL DE MERCADO PESCADO EN CONSERVA –CANADA**

**ProChile Montreal, Diciembre 2005**

### **PRODUCTO**

#### **CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH**

1604.11 Salmones enteros o en trozos  
1604.15 Caballa en conserva  
1604.19 Jurel en conserva

#### **DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

Pescado en conserva, salmones, jurel y caballas

#### **SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA**

##### **ARANCEL GENERAL**

1604.11 Salmones enteros o en trozos - Sin tarifa arancelaria.  
1604.15 Caballa en conserva - Sin tarifa arancelaria.  
1604.19 Jurel en conserva - Sin tarifa arancelaria.

##### **ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO**

Productos chilenos no pagan tarifa arancelaria en ninguno de los productos especificados en los tres códigos.

##### **OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS**

1604.11	Tarifa cero para: Estados Unidos, México, Costa Rica, Israel, países bajo clasificación LDCT (Países de Bajo Desarrollo), países pertenecientes al Mercado Común del Caribe (CCCT) y para países bajo clasificación de Tarifa General Preferencial (GPT).
1604.15	Tarifa cero para: Estados Unidos, México, Costa Rica, Israel, países bajo clasificación LDCT (Países de Bajo Desarrollo), países pertenecientes al Mercado Común del Caribe (CCCT) y para países bajo clasificación de Tarifa General Preferencial (GPT).
1604.19	Tarifa cero para: Estados Unidos, México, Costa Rica, Israel, países bajo clasificación LDCT (Países de Bajo Desarrollo), países pertenecientes al Mercado Común del Caribe (CCCT) y para países bajo clasificación de Tarifa General Preferencial (GPT).

## OTROS IMPUESTOS

- a) Impuesto Federal sobre Bienes y Servicios (GSP) aplica una tasa del 7% en todo el país sobre el valor del producto o servicio luego de considerar impuestos aduaneros.
- b) El Impuesto Provincial sobre Ventas (PST) varía en cada provincia:

- PEI	10%	- Ontario	8%
- Québec	7.5%	- British Columbia	7.5%
- Manitoba	7.5%	- Saskatchewan	6%
- New Scotia	8%	- New Brunswick	8%
- Newfoundland	8%		

## REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

### 1. Requisitos generales

Los importadores de productos pesqueros en Canadá deben estar debidamente licenciados, mantener documentación de todos los productos que hayan sido retirados del mercado y de las reclamaciones que hayan recibido. Asimismo, los importadores de conservas de pescado deben tener documentación de los procesos de elaboración del producto.

La entrada de envíos de productos de pescado debe ser notificada a la CFIA con 48 horas de antelación, con el fin de preparar la inspección correspondiente. Las inspecciones se centran en fabricantes que tengan un historial de problemas con la legislación canadiense relevante. La CFIA mantiene una base de datos con las importaciones de productos pesqueros por procesador y tipo de producto, que incluye el historial de transgresiones de cada productor, si las hubiere. Las inspecciones pueden cubrir entre el 2% y el 100% del producto importado, dependiendo del historial del procesador o del producto.

De acuerdo a las normas de inspección de pescado canadienses (*Fish Inspection Regulations of Canada*)

<http://www.inspection.gc.ca/english/anima/fispoi/import/guidee.shtml>

cualquier pescado importado en Canadá puede ser sometido de forma aleatoria a diversos tipos de inspección (cata, determinación del contenido neto, evaluación del buen estado del envase, etc.). Cuando un producto pesquero no supera una determinada inspección, se pone en marcha el siguiente proceso:

1. La clase de pescado, el nombre del productor y el tipo de inspección son registrados por un inspector en una lista de alerta obligatoria de inspección <http://active.inspection.gc.ca/active/IALFront.asp?l=E>

de importación, y los envíos o lotes de dicha clase de pescado que se producen por ese fabricante y son exportados a Canadá serán sometidos al mismo tipo de inspección hasta que 4 envíos consecutivos o lotes hayan superado dicha inspección.

Procesadores extranjeros con un buen historial de cumplimiento de la normativa son incluidos en una lista "A"

<http://www.inspection.gc.ca/english/anima/fispoi/import/ae.shtml>

y son inspeccionados con menor frecuencia, seleccionados de un modo aleatorio.

Los importadores pueden adherirse al Programa de Gestión de Calidad para Importadores (*Quality Management Program for Importers, QMPI*),

<http://www.inspection.gc.ca/english/anima/fispoi/qmp/qmppgqe.shtml> por el que someten a sus productos a una serie de análisis realizados por laboratorios privados.

## **2. Productos enlatados**

Los productores de pescado enlatado en envases de aluminio se enfrentan a severas restricciones para exportar sus productos a Canadá como consecuencia de la aplicación de las normas canadienses que regulan el buen estado del envase.

La CFIA toma en consideración los requisitos de las normas aplicables a la inspección de los alimentos, entre ellas las normas de etiquetado y envasado. Para ello considera los envases de aluminio y de metal equivalentes para examinar el buen estado del envase y su correcto sellado cuando el pescado enlatado es exportado a Canadá.

Algunos exportadores europeos están usando envases de aluminio para exportar pescado enlatado. Actualmente, el principal tipo de lata utilizado es el abre-fácil de aluminio. Sin embargo, el aluminio es mucho más blando que los envases de metal y por lo tanto más flexible y sensible a los posibles golpes que pueda recibir durante su transporte. Incluso si el buen estado del envase se certifica utilizando aluminio y la calidad del envase de aluminio es alta, la utilización de metal permite al productor cerrar las latas con mayor presión que cuando se utiliza aluminio. De esta manera, cuando los envases de aluminio son sometidos a examen por la CFIA con el mismo nivel de presión que los envases de metal se rompen y no pasan el examen del buen estado del envase. Un productor de pescado enlatado que no pase la inspección es dado de alta en la lista de alerta <http://active.inspection.gc.ca/active/IALFront.asp?l=E>

de la CFIA de tal forma que hace imposible la importación de sus productos a Canadá. Una vez registrado en la lista de alerta, el productor tendrá que superar una inspección sin ningún problema para los 4 siguientes envíos en los que se examinarán 1.250 muestras en cada envío.

## 1. Requisitos generales de etiquetado

La información que se incluya en las etiquetas debe ser verídica, sin que induzca a confusión o a engaño, y la información requerida debe tener las siguientes características:

- De lectura fácil y claramente visible (con cuerpo de letra mínimo de 1.6 mm., medido a partir de la letra "o" minúscula, excepto en casos especiales);
- En cualquier lado del envase menos la base, excepción hecha de la información que obligatoriamente debe figurar en el panel principal.

## 2. Alimentos que requieren etiquetado

Todos los alimentos envasados para consumo requieren una etiqueta, excepto:

- Unidades individuales de pequeño tamaño, como caramelos o goma de mascar comercializados individualmente;
- Frutas y verduras frescas atadas con una banda o similar inferior a 12.7 mm de ancho;

## 3. Requisitos de idioma

Toda la información de inclusión obligatoria en etiquetas deberá figurar en francés e inglés, con las siguientes excepciones:

- La identidad y sede social de la persona o empresa que manufactura, procesa, o envasa el producto o por cuenta de la que se manufactura, procesa o envasa el producto puede incluirse en cualquiera de los dos idiomas (inglés o francés) indistintamente.

Además, la toda información en la etiqueta puede figurar en un idioma solamente en los siguientes casos:

- En contenedores de transporte no destinados al consumidor;
- Productos destinados a estudios de Mercado;
- Alimentos especiales, definidos según las *Food and Drug Regulations*;

<http://laws.justice.gc.ca/en/F-27/C.R.C.-c.870/>

La provincia de Quebec tiene requisitos adicionales respecto al uso del francés en todos los productos comercializados en su jurisdicción. Información sobre estos requisitos se puede obtener del Ministerio de Agricultura de Québec:

Ministere de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec  
200-A Chemin Sainte-Foy  
Québec (Québec) G1R 4X6  
Tel. (418) 643-2500  
Fax (418) 644-3049

#### 4. Nombre común

Cuando se utilice el nombre establecido normativamente para un producto, el producto debe ajustarse al estándar de composición establecido por la legislación competente.

El nombre común debe estar en el panel principal de la etiqueta, en inglés y francés, impreso en letra con cuerpo mínimo de 1.6 mm medido en la letra "o" minúscula. El nombre común no puede inducir a error:

- o No puede incluir términos no justificados por la composición del producto;
- o No debe sugerir engañosamente un lugar de origen;
- o No puede ser similar, directa o fonéticamente, al nombre de otro producto del que es una imitación o sustituto.

##### 4.1 Abreviaturas

Abreviaturas, incluyendo iniciales, no pueden utilizarse si indujeran confusión. En general, las *Food and Drug Regulations* y las *Consumer Packaging and Labelling Regulations*

<http://laws.justice.gc.ca/en/C-38/C.R.C.-c.417/> no permiten el uso de abreviaturas para proporcionar información obligatoria en el etiquetado, salvo excepciones expresamente incluidas en la legislación.

**5. Cantidad neta [CPLR 14, 18], [*Weights and Measures Act and Regulations*]** <http://laws.justice.gc.ca/en/W-6/C.R.C.-c.1605/>

Los productos envasados para el consumo deben incluir una declaración de cantidad neta, con las siguientes excepciones:

- o Porciones individuales preparadas y vendidas en máquinas expendedoras.
- o Porciones individuales servidas por un restaurante, aerolínea, etc. como aperitivos o como acompañamiento a comidas;
- o Ciertos productos que varían en tamaño (por ejemplo, pavos, cortes de carne) vendidos por un mayorista a un minorista.

La legislación canadiense exige una declaración de cantidad neta en alimentos envasados para el consumo, y describe las características de la declaración.

La declaración de cantidad neta debe estar impresa en letras con un cuerpo no inferior a 1.6 mm. medido en la letra "o" minúscula, excepto los numerales, que deberán estar impresos en negrita con el tamaño de cuerpo que se especifica en la siguiente tabla:

### 5.1. Cuerpo mínimo de letra para cantidad neta [CPLR 14]

<http://laws.justice.gc.ca/en/C-38/C.R.C.-c.417/section-14.html>

Área del panel principal		Cuerpo mínimo de los numerales	
Cm 2	Pulgadas cuadradas	mm.	pulgadas
Menor o igual a 32	Menor o igual a 5	1,6	1/16
Más de 32 a 258 (incl.)	Más de 5 a 40 (incl.)	3,2	1/8
Más de 258 a 645 (incl.)	Más de 40 a 100 (incl.)	6,4	1/4
Más de 645 a 2580 (incl.)	Más de 100 a 400 (incl.)	9,5	3/8
Más de 2580	Más de 400	12,7	1/2

La cantidad neta debe estar declarada en unidades métricas en el panel principal en los envases para consumo, en inglés y francés. Los siguientes símbolos métricos son bilingües (nótese que no llevan punto al final):

- o g - gramos
- o kg - kilogramos
- o ml, mL or m/ ("L" cursiva) - mililitros
- o l, L or / ("L" cursiva) - litros

La cantidad neta debe indicarse:

- o En volumen, para líquidos; por ejemplo, mililitros o litros (para cantidades superiores a 1.000 ml)
- o En peso, para sólidos; por ejemplo, gramos o kilogramos (para cantidades superiores a 1.000 g)
- o En unidades, para ciertos tipos de producto.

La cantidad neta debe redondearse a tres cifras, a no ser que la cantidad sea inferior a 100, en cuyo caso se redondeará a dos cifras:

- o Ejemplo: 453,59 se redondea a 454
- o 85,6 se redondea a 86
- o 6,43 se redondea a 6.4

## 5.2. Unidades canadienses de medida [CPLR 17]

Aunque las unidades canadienses de medida (anteriormente conocidas como "imperiales") no son obligatorias en el etiquetado, se permite su uso conjunto con las unidades métricas. Cuando la cantidad neta se incluya en unidades métricas y canadienses, ambas cantidades deben estar contiguas en la etiqueta. Las unidades canadiense "onzas líquidas" (*fluid ounces, fl oz*) y "onzas" (*ounces, oz*) no son equivalentes. Las equivalencias en sistema métrico son las siguientes:

- o 1 fl oz = 28,413 ml
- o 1 oz = 28,350 g

## 5.3 Unidades canadienses y estadounidenses

Las unidades de medida estadounidenses se pueden utilizar en el etiquetado de productos para comercialización en Canadá siempre que se acompañen de unidades métricas. La onza líquida (*fluid ounce, fl oz*) estadounidense es ligeramente mayor que la canadiense, pero no es necesario identificarla con el sufijo "U.S." Se pueden utilizar los siguientes factores de conversión:

1 fl oz U.S. = 1.041 fl oz canadiense = 29,574 ml

Otras unidades estadounidenses de volumen de líquidos-excepto la onza líquida-son menores que sus homónimos canadienses, y deben ser identificadas con el sufijo "U.S." Las declaraciones de cantidad neta en unidades distintas de las métricas pueden incluirse en francés o inglés.

## 6. Nombre y dirección [FDR B.01.007], [CPLA 10], [CPLR 31]

<http://laws.justice.gc.ca/en/F-27/C.R.C.-c.870/section-B.01.007.html>

<http://laws.justice.gc.ca/en/C-38/section-10.html>

<http://laws.justice.gc.ca/en/C-38/C.R.C.-c.417/section-31.html>

En productos importados, el nombre y dirección postal de la empresa importadora del producto debe incluirse en cualquier panel de la etiqueta, excepto el inferior, impresa en letras con un cuerpo no inferior a 1.6 mm. medido en la letra "o" minúscula, en francés o inglés, indistintamente. Esta dirección deberá ir precedida de las frases "*imported by/importé par*" o "*imported for/importé pour*", a no ser que el origen geográfico del producto se especifique inmediatamente a continuación de la dirección canadiense.

## 7. Lista de ingredientes [FDR B.01.008, B.01.010]

<http://laws.justice.gc.ca/en/F-27/C.R.C.-c.870/section-B.01.008.html>

<http://laws.justice.gc.ca/en/F-27/C.R.C.-c.870/section-B.01.010.html>

Los productos compuestos por varios ingredientes y envasados para consumo requieren una lista de ingredientes, excepto en los siguientes casos:

- o Productos a granel envasados para su venta al consumidor, excepto frutos secos;
- o Porciones individuales preparadas y vendidas en máquinas expendedoras.
- o Porciones individuales servidas por un restaurante, aerolínea, etc. como aperitivos o como acompañamiento a comidas;
- o Carne, carne de ave y sus derivados que se cocinados (asados, etc.) en el propio establecimiento de venta;
- o Bebidas alcohólicas y vinagres estándares

En general, los ingredientes deben ser enumerados en orden descendiente de proporción en peso del producto, excepción hecha en el caso de sal, especias, condimentos y hierbas, aromas artificiales y naturales, potenciadores del sabor, aditivos y nutrientes minerales y vitamínicos y sus derivados, que pueden incluirse al final de la lista en cualquier orden.

La lista de ingredientes debe presentarse en inglés y francés.

Con el fin de prevenir posibles casos de reacciones alérgicas, la CFIA aconseja a las empresas que incluyan los siguientes alimentos y derivados en la lista de ingredientes de los productos que los contengan:

- o Cacahuetes
- o Frutos secos
- o Semillas de sésamo
- o Leche

- Huevos
- Pescado y crustáceos y marisco
- Soja
- Trigo
- Sulfitos

### **7.1 Nombres comunes de ingredientes [FDR B.01.008, B.01.010]**

<http://laws.justice.gc.ca/en/F-27/C.R.C.-c.870/section-B.01.008.html>

<http://laws.justice.gc.ca/en/F-27/C.R.C.-c.870/section-B.01.010.html>

Los ingredientes y sus componentes deben ser enumerados en las listas de ingredientes por sus nombres comunes (véase la lista de nombres comunes de ingredientes y componentes).

<http://www.inspection.gc.ca/english/fssa/labeti/guide/ch2-1e.shtml>

Ciertos tipos de alimentos, cuando se usan como ingredientes, pueden detallarse con nombres colectivos o de clase (véase la lista de nombres de clase para ingredientes).

<http://www.inspection.gc.ca/english/fssa/labeti/guide/ch2-1e.shtml#2>

La CFIA aconseja que se incluya el origen del ingrediente junto a su nombre común (por ejemplo, proteína hidrolizada de soja, almidón de trigo, lecitina de soja, etc.)

Cuando a los alimentos se añadan preparados vitamínicos, nutrientes minerales, aditivos o potenciadores del sabor, éstos deben registrarse en la lista de ingredientes por el nombre común del ingrediente activo presente, por ejemplo, *vitamin A palmitate* (palmitato de vitamina A). Las preparaciones de levadura (*yeast*) pueden registrarse como "*yeast*".

### **7.2 Declaraciones de componentes**

Los componentes de los ingredientes deben ser registrados de una de las siguientes maneras:

- En paréntesis, después del nombre del ingrediente en orden descendente de importancia en peso del ingrediente;
- en orden descendente de importancia en peso del producto, sin mencionar el ingrediente en sí.

Muchos alimentos, cuando se usan como ingredientes en otros productos, están exentos de declarar sus componentes (véase lista de ingredientes exentos de declaración de componentes)

<http://www.inspection.gc.ca/english/fssa/labeti/guide/ch2-1e.shtml#3>

Ciertas mezclas y preparados de alimentos, incluyendo aromas y condimentos, cuando se usan como ingredientes, están exentos de la declaración de la mayor parte de sus componentes (véase Declaraciones de Componentes, anejo 4a).

<http://www.inspection.gc.ca/english/fssa/labeti/guide/ch2-1e.shtml#4>

Los componentes que, en su caso, deben declararse como si fueran ingredientes incluyen aquellos que cumplen una función o tienen un efecto en el producto final, como, por ejemplo, los potenciadores del sabor (véase Declaración de Componentes, anejos 4b y 4c).

### **7.3 Declaración de auxiliares de fabricación**

Se entiende por auxiliares de fabricación aquellas sustancias o ingredientes que se añaden a un alimento para obtener un efecto técnico durante el proceso de fabricación o envasado, pero que no están presentes en el producto final o, de estarlo, en niveles insignificantes.

Las siguientes sustancias o ingredientes son considerados auxiliares de fabricación; su inclusión en la lista de ingredientes no es necesaria.

Sustancias o ingredientes actualmente exentos de figurar en el etiquetado

1. Hidrógeno para fines de hidrogenado (actualmente exento según B.01.008)
2. Limpiadores y purificadores
3. Gases de envasado
4. Agentes de congelado y refrigerado de contacto
5. Agentes de lavado y pelado
6. Agentes de clarificado o filtrado usados en el procesado de zumo de frutas, aceite, vinagre, cerveza, vino y sidra (estas últimas tres categorías de bebidas alcohólicas están exentas de listado de ingredientes)
7. Catalizadores esenciales en el proceso de fabricación, sin los que el producto final no existiría, tales como níquel, cobre, etc.
8. Resinas de intercambio de iones, membranas y filtros moleculares utilizados para separación física y no incorporados en el producto.
9. Agentes desecantes o desoxigenadores no incorporados al producto final
10. Agentes químicos de tratamiento de agua para la producción de vapor

**Nota :** Existe una propuesta legislativa para la exención de aditivos e ingredientes que cumplen una función de auxiliar de fabricación y que dejan residuos en el producto final. La propuesta está aún siendo estudiada.

## 8. Aromas artificiales [CPLR 34]

<http://laws.justice.gc.ca/en/C-38/C.R.C.-c.417/section-34.html>

Cuando un aroma artificial (por ejemplo, aroma artificial de manzana) se añade a un alimento, ya sea solo o en conjunción con sabores aromas naturales, y un dibujo en la etiqueta sugiere el origen natural del aroma (en este ejemplo, el dibujo de una manzana), la etiqueta debe informar de que el aroma es imitación (*imitation*), artificial (*artificial*) o simulado (*simulated*) en la misma etiqueta, o espacio adyacente, en que aparece el dibujo, en francés e inglés. La información debe estar impresa en un tipo de letra de cuerpo similar o superior al de los numerales en la cantidad neta.

## 9. Fecha de consumo preferente (*Durable life*) [FDR B.01.007]

<http://laws.justice.gc.ca/en/F-27/C.R.C.-c.870/section-B.01.007.html>

Período de consumo preferente (*durable life*) es el período, contado a partir de la fecha en que se envasa el alimento para su venta al público, durante el que éste conserva su condición normal, sabor y valor nutritivo, siempre que se haya almacenado en las condiciones apropiadas.

Los alimentos envasados para el consumo con una duración igual o inferior a 90 días deben llevar una fecha de consumo preferente (*best before/meilleur avant*), con las siguientes excepciones:

- o Frutas y hortalizas frescas;
- o Porciones individuales preparadas y vendidas en máquinas expendedoras.
- o Porciones individuales servidas por un restaurante, aerolínea, etc. como aperitivos o como acompañamiento a comidas;
- o Donuts.

### 9.1 Alimentos envasados para el consumo (excepto alimentos envasados en el establecimiento de venta al público)

Los alimentos envasados para el consumo (excepto en el caso de alimentos envasados en el establecimiento de venta al público) con una duración igual o inferior a 90 días deben incluir, en cualquier panel de la etiqueta excepto la base, una fecha de consumo preferente (*best before/meilleur avant*) e instrucciones de almacenamiento, ambos en francés e inglés. La fecha, sin embargo, puede figurar impresa en la base del envase, siempre y cuando esto se indique claramente en otra parte de la etiqueta. (B.01.005 (4), FDR).

<http://laws.justice.gc.ca/en/F-27/C.R.C.-c.870/section-B.01.005.html>

Los símbolos bilingües para los meses del año son los siguientes:

Símbolo	Mes	Símbolo	Mes
JA	enero	JL	julio
FE	febrero	AU	agosto
MR	marzo	SE	septiembre
AL	abril	OC	octubre
MA	mayo	NO	noviembre
JN	junio	DE	diciembre

La fecha de consumo preferente debe comenzar por el año (si es necesario indicar el año, por razones de claridad), seguido por el mes y, por último, el día. Por ejemplo:

Best 95 Meilleur avant JN before 28

#### Tamaños estándar de envase [CPLR 36]

<http://laws.justice.gc.ca/en/C-38/C.R.C.-c.417/section-36.html>

Los tamaños de envase de ciertos alimentos envasados para el consumo están estandarizados según la *CPLR*.

<http://laws.justice.gc.ca/en/C-38/C.R.C.-c.417/>

Entre estos productos se encuentra el vino, que puede venir en envases con las siguientes capacidades:

- o 50, 100, 200, 250, 375, 500 ó 750 ml
- o 1, 1.5, 2, 3 ó 4 l.

#### Etiquetas en contenedores de transporte [FDR B.01.012]

<http://laws.justice.gc.ca/en/F-27/C.R.C.-c.870/section-B.01.012.html>

No se exige leyenda bilingüe en las etiquetas en contenedores o envases para el transporte que no vayan a destinarse a la venta al público. La declaración de cantidad neta puede hacerse en medidas métricas o canadienses. El resto de la información en la etiqueta, incluyendo lista de ingredientes, debe ajustarse a las condiciones descritas en este documento.

#### Alimentos para estudios de mercado

En general, los alimentos destinados a estudios de mercado (*Test Market Food*) deben cumplir todos los requisitos de la legislación vigente, excepto el

requisito de bilingüismo en las etiquetas y los tamaños estándar de los envases.

Por ley, para que se conceda el estatus de "*Test Market Food*" a un producto, éste debe ser un producto nuevo en el mercado canadiense (es decir, que nunca se haya comercializado en dicha forma y que su composición, función, estado o modalidad de envase sea sustancialmente diferente del resto de productos comercializados en Canadá). Un posible caso sería el de alimentos para cuya comercialización un importador o distribuidor haya recibido una "carta de autorización temporal de comercialización" (*Temporary Marketing Authorization Letter*).

Un distribuidor que desee conducir un estudio de mercado debe, con una antelación de seis semanas respecto al inicio del estudio, registrar un "Aviso de intención de estudio de mercado" (*Notice of Intention to Test Market*) en la forma prescrita. La *Notice of Intention to Test Market* debe ser cumplimentada en papel con membrete de la empresa e incluir la siguiente información:

- Una descripción del producto envasado, junto a una muestra del producto en su envase o, alternativamente, una ilustración del producto envasado y la etiqueta.
- a cantidad a distribuir
- El período de tiempo que durará el estudio (el máximo es doce meses)
- El área geográfica en la que se va a realizar el estudio. Una provincia entera se considera un área demasiado amplia para un estudio de mercado. Generalmente se aceptan ciudades, siempre y cuando no incluyan una "unidad local de gobierno" (local government unit)
- Si inglés o francés son el idioma natal de 10% o más de la población y la etiqueta incluye solo el otro idioma oficial.
- Información documentada que pruebe que el producto en estudio no fue anteriormente comercializado en Canadá en esa forma y que dicho producto en estudio es sustancialmente diferente del resto de los productos comercializados en Canadá en su composición, función, estado o modalidad de envase.

La *Notice of Intention to Test Market* debe remitirse a la siguiente dirección:

President  
Canadian Food Inspection Agency  
59 Camelot Drive  
Nepean, Ontario, K1A 0Y9

### **Carta de autorización temporal para la comercialización (*Temporary Marketing Authorization Letter*)**

Una carta de autorización temporal para la comercialización (*Temporary Marketing Authorization Letter*, TMAL), emitida por el Viceministro Adjunto para Productos Sanitarios y Alimentos (*Assistant Deputy Minister of the Health Products and Food Branch*) de *Health Canada*, autoriza la comercialización de un alimento que no reúne todos los requisitos de

envasado, etiquetado o publicidad según las *Food and Drugs Act and Regulations* durante un período específico de tiempo, en un área geográfica designada y en una cantidad específica. Una TMAL no exceptúa al producto de los requisitos de las *Consumer Packaging and Labelling Act and Regulations*, y existe una distinción entre un alimento para estudio de mercado (*test market food*) y un alimento al que se ha concedido una autorización temporal de comercialización.

La finalidad de una TMAL es generar información a favor de una enmienda de las *Food and Drug Regulations*, realizando estudios sobre la respuesta de los consumidores a la nueva información autorizada provisionalmente por la TMAL.

Las solicitudes para una Carta de Autorización Temporal de Comercialización (*Temporary Marketing Authorization Letter*) se remitirán a la siguiente dirección:

Assistant Deputy Minister  
Health Products and Food Branch  
Health Canada  
Ottawa, Ontario, K1A 0L2

Más información sobre detalles de procedimiento para solicitar una Carta de Autorización Temporal de Comercialización puede solicitarse en la siguiente dirección:

Chief, Nutrition Evaluation Division  
Bureau of Nutritional Sciences  
Food Directorate,  
Health Products and Food Branch  
Health Canada  
Ottawa, Ontario, K1A 0L2  
Tel. (613) 957-0352  
Fax (613) 941-6636

**ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES (FOB)1604.11 Salmones enteros o en trozos**  
**AÑO 2005 hasta junio**

<b>PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN</b>	<b>CANTIDAD (KGM)</b>	<b>MONTO (Millón US\$)</b>	<b>% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO</b>
Estados Unidos	4941736	15.87	92.05
Tailandia	166377	0.547	3.17
China	105863	0.344	2
Dinamarca	27532	0.154	0.9
Noruega	19442	0.154	0.9
Chile	35604	0.151	0.88
<b>SUBTOTAL</b>	<b>5296554</b>	<b>17.22</b>	<b>99.9</b>

**AÑO 2004**

<b>PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN</b>	<b>CANTIDAD (KGM)</b>	<b>MONTO (Millón US\$)</b>	<b>% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO</b>
Estados Unidos	3828786	13.98	95.09
Tailandia	88888	0.357	2.43
China	42626	0.160	1.09
Dinamarca	ND	ND	0
Noruega	4609	0.022	0.16
Chile	21507	0.161	1.1
<b>SUBTOTAL</b>	<b>3986416</b>	<b>14.68</b>	<b>99.87</b>

**AÑO 2003**

<b>PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN</b>	<b>CANTIDAD (KGM)</b>	<b>MONTO (Millón US\$)</b>	<b>% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO</b>
Estados Unidos	5197861	18.68	92.64
Tailandia	87829	0.399	1.98
China	22479	0.07	0.39
Dinamarca	62891	0.364	1.81
Noruega	16850	0.081	0.41
Chile	36893	0.161	1.29
<b>SUBTOTAL</b>	<b>5424803</b>	<b>19.755</b>	<b>98.52</b>

1604.15 Caballa en conserva

**AÑO 2005 hasta junio**

<b>PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN</b>	<b>CANTIDAD (KGM)</b>	<b>MONTO (Millón US\$)</b>	<b>% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO</b>
Chile	137995	0.345	34.61
Tailandia	92163	0.192	19.34
Japón	53527	0.145	14.54
España	20598	0.088	8.84
Reino Unido	12699	0.065	6.57
Italia	11049	0.041	4.13
Corea del Sur	19686	0.039	3.98
Suecia	5383	0.021	2.13
<b>SUBTOTAL</b>	<b>353100</b>	<b>0.936</b>	<b>94.14</b>

**AÑO 2004**

<b>PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN</b>	<b>CANTIDAD (KGM)</b>	<b>MONTO (Millón US\$)</b>	<b>% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO</b>
Chile	119930	0.189	23.28
Tailandia	54645	0.149	18.32
Japón	38891	0.109	13.38
España	8084	0.038	4.69
Reino Unido	29973	0.136	16.67
Italia	20219	0.049	6.09
Corea del Sur	11882	0.022	2.76
Suecia	7981	0.026	3.24
<b>SUBTOTAL</b>	<b>291605</b>	<b>0.718</b>	<b>88.43</b>

**AÑO 2003**

<b>PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN</b>	<b>CANTIDAD (KGM)</b>	<b>MONTO (Millón US\$)</b>	<b>% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO</b>
Chile	198961	0.269	32.4
Tailandia	78182	0.126	15.17
Japón	37839	0.106	12.81
España	9755	0.035	4.31
Reino Unido	22135	0.084	10.15
Italia	12169	0.037	4.47
Corea del Sur	17508	0.033	4
Suecia	8178	0.025	3.02
<b>SUBTOTAL</b>	<b>384727</b>	<b>0.715</b>	<b>86.33</b>

Fuente: Statistics Canadá

**1604.19 Jurel en conserva****AÑO 2005 hasta junio**

<b>PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN</b>	<b>CANTIDAD (KGM)</b>	<b>MONTO (Millón US\$)</b>	<b>% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO</b>
Estados Unidos	492563	2.995	65.04
China	165016	0.584	12.69
Taiwán	71476	0.335	7.28
Japón	46047	0.270	5.86
Singapur	41989	0.125	2.71
Chile	4747	0.020	0.44
<b>SUBTOTAL</b>	<b>821838</b>	<b>4.329</b>	<b>94.02</b>

**AÑO 2004**

<b>PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN</b>	<b>CANTIDAD (KGM)</b>	<b>MONTO (Millón US\$)</b>	<b>% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO</b>
Estados Unidos	568251	2.038	57.61
China	270355	0.792	22.41
Taiwán	30529	0.127	3.6
Japón	59064	0.248	7.03
Singapur	28042	0.063	1.79
Chile	ND	ND	0
<b>SUBTOTAL</b>	956241	3.268	92.44

**AÑO 2003**

<b>PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN</b>	<b>CANTIDAD (KGM)</b>	<b>MONTO (Millón US\$)</b>	<b>% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO</b>
Estados Unidos	732966	2.272	64.51
China	238791	0.570	16.2
Taiwán	50832	0.128	3.64
Japón	67120	0.191	5.45
Singapur	10609	0.022	0.65
Chile	ND	ND	0
<b>SUBTOTAL</b>	1100318	3.183	90.45

Fuente: Statistics Canadá

## **POTENCIAL DEL PRODUCTO**

Los productos del mar enlatados, cuya parte importante (cerca del 38 %) es el pescado, se utiliza en todos los segmentos del consumo y sus importaciones han crecido en forma sostenida en los últimos años. Si bien este mercado para Chile aun se manifiesta en forma incipiente, en el caso del jurel en conserva solo comenzó a exportar en 2005, si consideramos la sólida producción chilena y las tendencias del mercado, este producto debería crecer en forma importante en los próximos periodos.

El salmón por su parte posee una presencia mucho mas importante y es asociada a un producto conocido por tradición por parte del consumidor canadiense.

El mercado debería hacerse mas fuerte en el corto plazo. Hay presencia tímida aun de parte de los exportadores chilenos, tales como Robinson Crusoe, sin embargo su segmento de grandes supermercados aun no ha sido explotada debidamente, ya que recién este segundo semestre de 2005 se han iniciado contratos de compra con los principales cadenas de supermercados, especialmente en Ontario. Québec aun está en desarrollo, ya que este tipo de productos chileno solo se encuentra en las cadenas de mercado menores y supermercados étnicos principalmente.

Para incrementar sus niveles de distribución se requiere entonces un cambio en el distribuidor provincial o un nuevo plan de promoción del producto en los puntos de ventas de consumo masivo.

## **PRECIOS DE REFERENCIA**

La estructura de precios se basa en el sistema de compra y distribución de grocery en el mercado. A la importación final el importador y distribuidor carga entre el 12 y 15 % al momento de entregar a las cadenas de retails, la que a su vez aplica entre el 12 y 25%

## **ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA**

Las estrategias utilizadas por los países competidores en general no corresponde a una actividad genérica en el caso de las conservas de productos del mar. Depende en muchos casos del exportador en el mercado de origen y eventuales acuerdos con el propio importador, donde el primero aporta los fondos para promoción en puntos de venta principalmente y el segundo aporta la gestión y la ejecución de las diversas actividades de promoción.

El producto pescado enlatado no es sujeto de campañas publicitarias en medios masivos dado su naturaleza de consumo masivo en el segmento "groceries", por lo que, dependiendo de la calidad y el segmento objetivo del producto, se desarrolla mayormente a nivel de degustaciones en supermercados.

Para productos como el atún en conserva no se aplica frecuentemente entonces el concepto de degustación en puntos de venta, sin embargo el salmón enlatado aparece como un producto de mayor interés como gourmet para aplicar esta práctica.

## CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

- **G. Canales de Distribución**

Una característica sobresaliente del mercado canadiense es su alta concentración en determinadas ciudades, particularmente en Toronto, Montreal y Vancouver. Toronto es el centro más importante del país y en donde se concentra gran parte de la importación y distribución, seguido por Montreal para cubrir la región este y Vancouver para el oeste.

En Canadá, la estructura de canales de distribución puede variar dependiendo del tipo de producto. Existen estructuras que vinculan directamente a productores y consumidores, y otras más complejas, con intermediarios (agentes, brokers)

Pequeñas y medianas empresas pueden recurrir a la importación directa o la formación de consorcios o cooperativas para realizar dichas compras. Las grandes cadenas de tiendas, industrias y supermercados cuentan con sus propios departamentos y centros de importación y distribución.

En este sentido, existen tres tipos de estructuras de comercialización:

a) Distribución propia (Self Distributing Retailing): es la estructura más difundida en Canadá. Las compañías productoras utilizan centros de distribución y tiendas minoristas de su propiedad, o dadas en concesión (franquicia), y que pueden compartir servicios promocionales, técnicos de diseño, marca, etc. El flujo de las mercaderías es el siguiente:

Centro de producción----centros de distribución y tiendas minoristas---  
Consumidor final.

b) Distribución a través de centros mayoristas (Wholesaler Distribution Centres): interviene un mayorista entre el productor y los distribuidores a las tiendas minoristas. El flujo de las mercaderías es el siguiente:

Centro de producción -----centro de distribución de fábrica-----centro  
mayoristas-----tiendas minoristas-----Consumidor.

c) Distribución directa (Direct to Store Delivery): los productos pasan directamente de la fábrica a las tiendas minoristas. Ejemplo de productos que se distribuyen de esta manera son: productos lácteos, productos de repostería, pan, bocaditos y refrigerios, bebidas no alcohólicas, etc.

Centro de producción---centro distribución de fábrica---tienda minorista—  
Consumidor

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

En general, el producto enlatado es un artículo de fácil distribución local y su contacto con los potenciales importadores no reviste dificultad aparente, el contacto con distribuidores especializados es más fácil de desarrollar que con aquellos importadores directos, tales como los supermercados, ya que en este segmento del mercado las exigencias logísticas son extremo difíciles de cumplir, en general el consumo de los supermercados es muy similar a los establecimientos chilenos, con pagos muy lentos, altas exigencias de cumplimientos, estos importadores explican que la mantención del producto en los anaqueles es un riesgo muy importante cuando se recibe desde un proveedor por lo que lo castigan fuertemente y ante cualquier incumplimiento se rompe la cadena comercial que en definitiva afecta la imagen de Chile como proveedor serio a este nivel del canal de comercialización.

Chile es conocido como el primer productor mundial y segundo exportador a este nivel entre los importadores por lo que cualquier esfuerzo, genérico o individual puede arrojar resultados en el corto plazo. Para esto se debe hacer un análisis por parte del exportador de las herramientas de información disponibles, principalmente en lo relacionado con las exigencias sanitarias que son controladas por la AAFC, Agricultura and Agri-Food Canadá Ver exigencias de ingreso al mercado.

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

### **SIAL Montreal - International Food Exhibition.**

Palais des Congres de Montreal, Québec.

Exhibición de empresas dedicadas al amo alimenticio. El área se divide en secciones, existe una sección dedicada a las frutas y vegetales. En el último evento hubo 735 exhibidores de 40 países. Evento muy atractivo para el sector exportador.

Contacto:

Louis Olarte

Tel. +33 (0)1 49 68 56 05

E-mail: lolarte@sial.fr

<http://www.sialmontreal.com/home.ch2>

### **Canadian Produce Marketing Association 81 Annual convention & Trade Show**

Vancouver Convention and Exhibition Center, Vancouver, BC

Marzo 22-25, 2006.

Los miembros de CPMA son compañías interesadas en el mercadeo de frutas y vegetales, tanto de producción domestica como de importación.

Contacto:

Tel. (613) 226-4187

E-mail: question@cpma.ca

[http://www.cpma.ca/en\\_home.asp](http://www.cpma.ca/en_home.asp)

## **Grocery Showcase West**

### **17th. Annual Spring Trade Show & Conference**

Vancouver Convention and Exhibition Center, Vancouver, BC

Importante evento de la industria alimenticia patrocinado por la Canadian Federation of Independent Grocers.

Abril 9 – 10, 2006

Contacto:

Tel. 416-492-2311

Fax 416-492-2347

<http://www.cfig.ca/grocerywest/about.asp>

Es importante mencionar que aquellos exhibidores extranjeros que deseen participar en alguno de los Trade Shows, deberá cumplir ciertos requisitos para la importación de los productos en exhibición. Dichos requisitos son:

- Carta de autorización de la CFIA. Esta autorización es valida solo por la duración del evento.
- Permiso de importación y certificado fitosanitario dependiendo del origen y naturaleza del producto. Un certificado es obligatorio para las raíces y tubérculos pero los productos vegetales que no tengan contacto con tierra no necesitan del certificado.

Contactos:

Cartas de autorización:

Sr. Denis Martin  
2001 University  
7th Floor  
Montreal QC H3A 3N2  
Tel: (514) 283-8888, ext.  
351  
Fax: (514) 283-3272  
[martind@inspection.gc.ca](mailto:martind@inspection.gc.ca)

Certificados Fitosanitarios:

Ms. Jacqueline Van Acker  
2001 University  
7th Floor  
Montreal QC H3A 3N2  
Tel: (514) 283-8888, ext.  
277  
Fax: (514) 283-3313  
[vanackerj@inspection.gc.ca](mailto:vanackerj@inspection.gc.ca)

Emisión de permisos:

CFIA  
Permit Office  
59 Camelot Drive  
Nepean Ont K1A 0Y9  
Fax: (613) 228-6605

<http://www.inspection.gc.ca/english/corpaffr/publications/exhibit/exhibite.shtml>