

**CANADÁ**  
**ESTUDIO DE MERCADO**  
**FRUTILLAS y FRAMBUESAS FRESCAS**

## Tabla de Contenido

<b>1. PRODUCTO</b>	
1.1. Código Sistema Armonizado Chileno Sach .....	3
1.2. Descripción del Producto .....	3
1.3. Código Sistema Armonizado Canadiense .....	3
<b>2. SITUACION ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA</b>	
2.1. Arancel General Canadiense.....	4
2.2. Arancel Preferencial Producto Chileno.....	5
2.3. Otros Países con Ventajas Arancelarias.....	5
2.4. Otros Impuestos.....	6
2.5. Barreras Para - Arancelarias.....	7
<b>3. REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO</b>	
3.1. Identificación de las agencias pertinentes ante las cuales se deben tramitar permisos de ingresos, el registro de productos y etiquetas.....	9
3.2. Ejemplos de Etiquetado de Productos.....	10
<b>4. ESTADISTICAS – IMPORTACIONES.....</b>	<b>11</b>
<b>5. POTENCIAL DEL PRODUCTO.....</b>	<b>19</b>
5.1. Formas de consumo del producto.....	19
5.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto.....	20
5.3. Comentarios de los Importadores.....	20
5.4. Temporada de mayor demanda/consumo del producto.....	21
5.5. Principales zonas o centros de consumo del producto. ....	21
<b>6. PRECIOS DE REFERENCIA</b>	
6.1. Valores Medios de Importación.....	22
6.2. Precios Del Producto En Retail.....	23
<b>7. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCION UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA.....</b>	<b>24</b>
<b>8. CANALES DE COMERCIALIZACION Y DISTRIBUCION.....</b>	<b>24</b>
<b>9. CARACTERISTICAS DE PRESENTACION DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA.....</b>	<b>25</b>
<b>10. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES SOBRE LA ESTRATEGIA DE PENETRACION, MANTENCION Y/O CONSOLIDACION DEL PRODUCTO.....</b>	<b>27</b>
<b>11. FERIAS Y EVENTOS LOCALES.....</b>	<b>27</b>
<b>12. OTRA INFORMACION RELEVANTE Y FUENTES DE INFORMACION EN INTERNET.....</b>	<b>29</b>

### ANEXOS

<b>I. CERTIFICADO DE ORIGEN – TLC CHILE-CANADA.....</b>	<b>31</b>
<b>II. RELACION DE PAISES CON VENTAJAS ARANCELARIAS PARA EL INGRESO DE SUS PRODUCTOS EN CANADA.....</b>	<b>32</b>

## 1. PRODUCTO:

### 1.1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH

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

**0810** Las demás frutas u otros frutos, frescos

**081010** Frutillas (Fresas)

**081020** Frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesa

Fuente: Arancel Aduanero Chileno <http://www.aranceles.cl>

### 1.2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO

Dentro de las subpartidas y secciones antes mencionadas, este estudio hace especial hincapié en aquellas que engloban a los siguientes berries frescos:

- **Frutillas frescas**
- **Frambuesas frescos**

### 1.3. CODIGO SISTEMA ARMONIZADO CANADIENSE

La nomenclatura aduanera de Canadá se rige por el sistema armonizado de designación y codificación de mercancías, más conocido como "Sistema Armonizado" (*Harmonized System o H.S.*). 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, *Canada Customs and Revenue Agency (CCRA)* estipula que todo producto importado deberá ser identificado en todo momento mediante los 10 dígitos del sistema H.S. 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

**0810** Las demás frutas u otros frutos, frescos

**081010** Frutillas (Fresas)

081010.1000 Para procesado

081010.9100 Importadas durante el periodo especificado por orden del Ministro de Seguridad Pública y Preparación para Emergencias (Minister of Public Safety & Emergency Preparedness) o el Presidente de la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (President of the

Canada Border Services Agency), no excediendo 8 semanas en cualquier período de 12 meses terminando el 31 de Marzo.

081010.9900 Las demás

**081020 Frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas**

081020.1100 Frambuesas y moras-frambuesas, en su estado natural; Importadas durante el período especificado por orden del Ministro de Seguridad Pública y Preparación para Emergencias (Minister of Public Safety & Emergency Preparedness) o el Presidente de la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (President of the Canada Border Services Agency), no excediendo 6 semanas en cualquier período de 12 meses terminando el 31 de Marzo.

Las demás Frambuesas y moras-frambuesas, en su estado natural;

081020.9000 Las demás Frambuesas y moras-frambuesas

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

## 2. SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

### 2.1 Arancel General Canadiense

Las partidas 081020 (correspondiente a Frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas) y sus subpartidas gozan de un arancel general del 0%. En cambio las subpartidas correspondientes a las frutillas frescas tienen el siguiente tratamiento arancelario:

Partida	Descripción	Arancel General
081010	Frutillas (Fresas)	
081010.1000	para procesado	5,62 centavos por kilo, sin bajar del 8,5%
081010.9100	Importadas durante el período especificado por orden del Ministro de Seguridad Pública y Preparación para Emergencias (Minister of Public Safety & Emergency Preparedness) o el Presidente de la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (President of the Canada Border Services Agency), no excediendo 8 semanas en cualquier período de 12 meses terminando el 31 de Marzo.	5,62 centavos por kilo, sin bajar del 8,5%12,5%
081010.9900	las demás	0%

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

## **2.2 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 (<http://cbsa-asfc.gc.ca/publications/forms-formulaires/b240-s.pdf>) .

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 para cada envío individual.

## **2.3 Otros Países Con Ventajas Arancelarias**

Para ambas partidas, la 081010 y la 081020, y sus subpartidas, los siguientes países y organizaciones están sujetos al mismo arancel preferencial del 0% del que goza Chile:

- Estados Unidos de América y México (NAFTA), Israel (CIFTA), Costa Rica (CCRFTA), Perú, Colombia, y los países Europeos colectivamente de Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza (EFTA) que son países con los que Canadá mantiene Acuerdos de Libre Comercio semejantes al firmado con Chile. Mientras que Israel y Costa Rica no son exportadores netos de estos berries, los EEUU y Mexico se perfilan como el competidor internacional más directo de Chile en este terreno.

- Países beneficiarios del tratamiento de Sistema Generalizado Preferencial o Sistema General de Preferencias

- 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.

## **2.4 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 representa el 5%. Se aplica sobre el valor de los bienes y servicios tras cancelar todos los derechos e impuestos aduaneros. La mayoría de los productos alimenticios básicos, productos agrícolas, animales de granja, productos y aparatos médicos están totalmente exentos del pago del GST, los cuales entran dentro de la categoría "zero-rated (0%) goods and services". De esta forma los berries frescos también están exentos del pago de GST.

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**

<b>Provincia</b>	<b>Valor PST</b>	<b>Provincia</b>	<b>Valor PST</b>
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 importante mencionar 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/>)

#### **2.5 Barreras Para Arancelarias:**

A diferencia de otros productos alimenticios, los productos frescos no están sujetos a cuotas de importación.

Los embarques de fruta y vegetales frescos que ingresen a Canadá deben cumplir los siguientes requisitos:

- a) El importador canadiense debe poseer licencia otorgada por la *Canadian Food Inspection Agency* (CFIA) y/o ser miembro de la *Dispute Resolution Corporation* (DRC) ([www.fvdr.com](http://www.fvdr.com)). Para determinar si un importador posee dicha licencia el exportador chileno puede consultar a cualquier oficina regional de la CFIA o a la DRC. Si el importador canadiense no posee dicha licencia o no es miembro de la DRC, el exportador chileno no tendrá derecho a los servicios de solución de controversias del *Board of Arbitration*.
- b) Respetar la categoría Mínima (niveles de calidad) establecida por la *Fresh Fruit and Vegetable Regulations* para algunos frutos y vegetales frescos. Entre estos caen los berries: blueberries, cranberries y frutillas; en Anexo IV se entrega la descripción en inglés de los Grades (categorías) y Standards establecidos para estos productos. Por ejemplo un producto puede ser Canada Nº1 Grade, y Canada Nº 2 Grade; Canada Nº 2 Grade es la categoría mínima. Los productos frescos importados, o importados y reempacados en Canadá, no deben usar la palabra Canadá.
- c) Containers: Los productos frescos importados a Canadá no pueden ser comercializados en containers que excedan los 25 kilos netos en el caso de las manzanas y los 50 Kilos el resto de los productos frescos. No obstante los embarques mayores de 50 Kg, a granel y generalmente para ser reprocesados o empacados en destino, pueden optar a una Excepción Ministerial, la cual debe ser solicitada por el importador a la CFIA antes de efectuar la importación.
- d) Etiquetado correcto: La CFIA es la entidad responsable del cumplimiento del etiquetado de las frutas y vegetales frescos según la normativa y requerimientos estipulados bajo la *Food and Drugs Act and Regulations*, la *Consumer Packaging and Labeling Act and Regulations*, y la *Fresh Fruit and Vegetables Regulations*. A continuación figuran los elementos que deberán imprimirse de manera obligatoria en el envase:

Nombre común: Si el producto no está inmediatamente visible e identificable, debe imprimirse el nombre por el que se conoce normalmente el producto (por ejemplo, frambuesas).

Peso neto: se debe declarar por peso o volumen (sistema métrico y canadiense). Las abreviaciones para pounds, ounces, grams, y kilograms deben hacerse en letra minúscula sin "s", paréntesis o puntos; por ejemplo: NET WT 12 oz 340 g

Nombre y dirección completa: de la parte responsable, incluyendo el código postal.

Nombre de la categoría o calidad: del producto para el cual se hayan establecido.

País de origen: del producto importado, las palabras "Product of (nombre del país)" debe aparecer claramente indicado muy cercano a el nombre de la categoría o a la declaración del peso neto.

Otra información obligatoria: que este estipulada en las regulaciones dependiendo de la naturaleza del producto.

Bilingüismo: toda la información obligatoria enumerada más arriba deberá aparecer en inglés y en francés.

Alto mínimo de los caracteres: debe respetarse en el etiquetado, esto depende de las dimensiones del display principal.

El código de producto universal (UPC) no es obligatorio. (Sin embargo, la mayoría de los supermercados requieren que sus productos alimenticios estén marcados con un código de producto universal. El código es utilizado para la trazabilidad del inventario, de los precios, la contabilidad y en el mostrador de pagar. También está utilizado en las facturas, los containers, los documentos de embarque, etc. Para más información con respecto al código de producto universal, o para obtener un formulario de solicitud, se puede contactar a la organización, GS1 Canadá, en la dirección siguiente: <http://www.gs1ca.org/> ).

Los containers deben incluir en inglés o francés la siguiente información obligatoria en su etiqueta:

- Nombre común del producto
  - Peso neto
  - Nombre completo y dirección del importador incluyendo código postal
  - País de origen. Las palabras "Product of (nombre del país)".
- e) El formulario *Confirmation of Sale (C.O.S)* en triplicado y debidamente firmado debe ser entregado al momento de ingreso. Este formulario incluye información como la descripción del producto, detalles de la venta, nombre y dirección del comprador y vendedor, y evidencia que el importador compró el producto o tiene un acuerdo de compra. Debe ser llenado por el exportador o el importador, previo a la importación y debe acompañar la carga en el puerto de entrada. La principal razón de este formulario es prohibir ventas a consignación, y por lo tanto proteger la estabilidad en el mercado canadiense.
- f) Regulaciones de salud y seguridad - Las frutas y vegetales importados en Canadá deben cumplir con las normas de salud y seguridad de la *Food And Drug Regulations* (por ejemplo: niveles máximos de residuos químicos).
- g) Regulaciones de protección al reino vegetal. Algunas frutas y vegetales frescos procedentes de ciertos países están sujetos a ciertos requisitos de protección al reino vegetal canadiense tales como Certificados Sanitarios o Permiso de Importación. En otros casos el producto puede ser simplemente prohibida su entrada hasta que la evaluación del riesgo de peste haya sido terminado. El importador debe cerciorarse del estado de situación para cada caso previo a hacer la orden del envío para evitar retrasos o incluso rechazos en el puerto de entrada. En el caso de los productos objeto de este estudio, solo las frambuesas están previamente aprobadas requiriendo como documentación solo la *Confirmation of Sale*. Por su parte los arañados requieren consulta previa a la CFIA requiriendo dentro de la documentación a presentar un certificado Fitosanitario emitido por el SAG y la *Confirmation of Sale*.



La CFIA tiene a disposición en su página Web un sistema automático de referencia en materia de requerimientos a la importación de productos alimenticios, en el cual a través de una serie de preguntas como código Sistema Armonizado del producto, origen, destino y uso final del producto, entrega una guía con los requerimientos específicos para la importación del producto a Canadá. El link directo es: [http://airs-sari.inspection.gc.ca/Airs\\_External/Default.aspx](http://airs-sari.inspection.gc.ca/Airs_External/Default.aspx)

Muchos productos vegetales requieren de inspección antes de poder ingresar a Canadá, tal es el caso de los productos objeto de este estudio. La CFIA puede inspeccionar al azar cualquier producto para asegurar que ese producto alimenticio cumpla con los requisitos mínimos (categoría, etiquetado, estándar del contenedor, y estándares de salud). El no cumplimiento significará que el producto queda retenido hasta que cumpla el requisito obligatorio, o puede incluso ordenarse su salida del país o su destrucción.

Dichas revisiones están basadas en las siguientes reglas generales:

- a) Los servicios de inspección están sujetos a una tarifa de la CFIA.
- b) El inspector tendrá derecho a pedir cualquier documentación relevante del embarque.
- c) El muestreo deberá ser representativo del embarque (misma marca, variedad de producto, empaques, etc.) y las muestras serán tomadas al azar.
- d) Para análisis microbiológico de vegetales se deberán tomar muestras que aún no cumplan con la fecha de caducidad del producto.

Un importador debe estar al tanto de todos los requisitos que la importación del producto requiera, y por lo tanto debe ser capaz de dar al exportador chileno toda esa información.

### 3. REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

Los productos comestibles agrícolas, ya sean frescos o procesados están regulados por las disposiciones de la *Canadian Food Inspection Agency (CFIA)*. En su página Web<sup>1</sup> se encuentra toda la información referente a requisitos de importación, inspección, normativas fitosanitarias y reglamento para el envasado y el etiquetado de alimentos.

**3.1** A continuación se detallan los reglamentos que se aplican específicamente a las frambuesas y las frutillas frescas (en general, a los berries frescos):

- **Canada Agricultural Products Act**  
Regula la categoría de los productos, los envases y marketing. Dentro de la legislación general para todos los productos comestibles agrícolas, de especial relevancia en el caso de berries frescos son las disposiciones del *Fresh Fruit and Vegetable Regulations* y del *Licensing and Arbitration Regulations*.  
<http://laws.justice.gc.ca/en/C-0.4/index.html>
- **Food and Drug Act and Regulations**  
Regula los aditivos, conservantes y otras sustancias autorizadas en el caso de productos de alimentación comestibles.  
<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 exportadores deberán consultar con el comprador local los datos que deberán

---

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

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>

- **Plant Protection Act and Regulations**

Busca prevenir la importación y diseminación de plagas dañinas.

<http://laws.justice.gc.ca/en/P-14.8/index.html>

### 3.2 Ejemplos De Etiquetado De Productos

#### *Etiquetado de las Frutillas*



*Tapa*



*Contratapa (Etiqueta con: "Strawberry", el código UPC, y la unidad = 1 lb.),*

#### *Etiquetado de las Frambuesas*



*Tapa*  
código UPC, y la unidad = 6 oz.)



*Contratapa (Etiqueta con: "Raspberry", el*

#### 4. ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES

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

#### H.S. 081010 – Importación de Frutillas (Fresas) frescas

##### Importaciones Totales de Frutillas (Fresas) Frescas Cifras FOB en Millones de US\$

HS	Descripción	Año Enero - Diciembre			% Participación			% Cambio
		2006	2007	2008	2006	2007	2008	- 08/07 -
	-- El Mundo --	350006.81	380384.22	408214.83	100.00	100.00	100.00	7.32
081010	Frutillas (Fresas) Frescas	198.55	217.01	244.12	50.18	45.87	41.53	12.49
0810101000	Frutillas (Fresas) Frescas para procesado	0.48	0.44	0.55	0.24	0.21	0.23	24.09
0810109100	Frutillas (Fresas) Frescas, excepto para procesado e Importadas durante el período especificado por orden del Ministro de Seguridad Publica y Preparación para Emergencias (Minister of Public Safety & Emergency Preparedness) o el Presidente de la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (President of the Canada Border Services Agency), no excediendo 8 semanas en cualquier período de 12 meses terminando el 31 de Marzo.	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	-100.00
0810109900	Las demás Frutillas (Fresas) Frescas, excepto para procesado	198.07	216.56	156.47	99.76	99.79	64.10	-27.75

*Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada*

##### Importaciones Totales de Frutillas (Fresas) Frescas CANTIDADES EXPRESADAS EN KILOGRAMOS (KGM)

HS	Descripción	Año Enero - Diciembre			% Cambio
		2006	2007	2008	- 08/07 -
081010	Frutillas (Fresas) Frescas	84731320	87315754	91459590	4.75
0810101000	Frutillas (Fresas) Frescas para procesado	419101	419957	478352	13.9
0810109100	Frutillas (Fresas) Frescas, excepto para procesado e Importadas durante el período especificado por orden del Ministro de Seguridad Publica y Preparación para Emergencias (Minister of Public Safety & Emergency Preparedness) o el Presidente de la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (President of the Canada Border Services Agency), no excediendo 8 semanas en cualquier período de 12 meses terminando el 31 de Marzo.	0	4205	0	
0810109900	Las demás Frutillas (Fresas) Frescas, excepto para procesado	84312219	86891592	58696653	-32.45

*Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada*

**Canadá – IMPORTACIONES DE LOS PRINCIPALES PAÍSES**  
**CIFRAS FOB EN MILLONES DE US\$**

Ranking	País	Año Enero - Diciembre			% Participación			% Cambio - 08/07 -
		2006	2007	2008	2006	2007	2008	
0	-- El Mundo --	198.55	217.01	244.12	100	100	100	12.49
1	Estados Unidos	191.16	209.22	232.55	96.28	96.41	95.26	11.15
2	México	7.17	7.58	11.08	3.61	3.49	4.54	46.11
3	Nueva Zelanda	0.15	0.09	0.35	0.08	0.04	0.14	304.58
4	Canadá	0.00	0.03	0.05	0	0.01	0.02	65.12
5	Chile	0.01	0.00	0.04	0.01	0	0.02	1374.67
6	China	0.00	0.02	0.02	0	0.01	0.01	-1.82
7	Costa Rica	0.03	0.04	0.02	0.01	0.02	0.01	-53.47
8	Sudáfrica	0.00	0.00	0.01	0	0	0	0
9	Guatemala	0.00	0.00	0.01	0	0	0	0
10	Colombia	0.00	0.00	0.00	0	0	0	208.83

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

**Canadá – TOTAL DE IMPORTACIONES**  
**CANTIDADES EXPRESADAS EN KILOGRAMOS**

Ranking	País	Año Enero - Diciembre			% Cambio - 08/07 -
		2006	2007	2008	
0	- El Mundo -	84731320	87315754	91459590	4.75
1	Estados Unidos	81876404	84865163	88314649	4.06
2	México	2814359	2380656	3046798	27.98
3	Nueva Zelanda	18489	10254	49425	382.01
4	China	7	23318	17486	-25.01
5	Chile	4515	914	13410	1,367.18
6	Canadá	0	5487	7838	42.85
7	Costa Rica	11614	13559	6602	-51.31
8	Guatemala	546	0	1509	0
9	Sudáfrica	0	0	998	0
10	Colombia	0	163	396	142.94

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

## H.S. 0810101000 – Frutillas (Fresas) Frescas para procesado

### Importaciones Totales Cifras FOB en Millones de US\$

Ranking	País	Año Enero - Diciembre			% Participación			% Cambio
		2006	2007	2008	2006	2007	2008	- 08/07 -
	-- El Mundo --	0.48	0.44	0.55	100	100	100	24.09
1	México	0.07	0.21	0.35	13.71	46.47	62.68	67.37
2	Estados Unidos	0.41	0.23	0.21	86.29	52.65	37.31	-12.06
3	Colombia	0.00	0.00	0.00	0	0	0.01	0

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

### Importaciones Totales CANTIDADES EXPRESADAS EN KILOGRAMOS

Ranking	Descripción	Año Enero - Diciembre			% Cambio
		2006	2007	2008	- 08/07 -
	-- El Mundo --	419101	419957	478352	13.9
1	México	69971	214063	308632	44.18
2	Estados Unidos	349130	201703	169670	-15.88
3	Colombia	0	0	50	0

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

## H.S. 0810109100 – Frutillas (Fresas) Frescas (Importadas en periodo especificado)

### Importaciones Totales Cifras FOB en Millones de US\$

Ranking	País	Año Enero - Diciembre			% Participación			% Cambio
		2006	2007	2008	2006	2007	2008	- 08/07 -
	-- El Mundo --	0	0.004942	0	100	100	100	-100
1	Estados Unidos	0	0.000148	0	0	2.99	0	-100
2	Polonia	0	0.004795	0	0	97.02	0	-100
3	Chile	0	0	0	0	0	0	0
4	Ecuador	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

**Importaciones Totales**  
**CANTIDADES EXPRESADAS EN KILOGRAMOS**

Ranking	Descripción	Año Enero - Diciembre			% Cambio - 08/07 -
		2006	2007	2008	
	-- El Mundo --	0	4205	0	
1	Estados Unidos	0	90	0	
2	Polonia	0	4115	0	
3	Chile	0	0	0	
4	Ecuador	0	0	0	

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

**H.S. 0810109900 – Las demás Frutillas (Fresas) Frescas, excepto para procesado**

**Importaciones Totales**  
**Cifras FOB en Millones de US\$**

Ranking	País	Año Enero - Diciembre			% Participación			% Cambio - 08/07 -
		2006	2007	2008	2006	2007	2008	
	-- El Mundo --	198.07	216.56	156.47	100.00	100.00	100.00	-27.75
1	Estados Unidos	190.74	208.98	147.68	96.30	96.50	94.38	-29.34
2	México	7.10	7.38	8.66	3.59	3.41	5.54	17.42
3	Nueva Zelanda	0.15	0.09	0.05	0.08	0.04	0.03	-41.87
4	Chile	0.01	0.00	0.04	0.01	0.00	0.03	1374.67
5	China	0.00	0.02	0.02	0.00	0.01	0.02	-1.82
6	Costa Rica	0.03	0.04	0.01	0.01	0.02	0.01	-65.76
7	Guatemala	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
8	Australia	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

**Importaciones Totales**  
**CANTIDADES EXPRESADAS EN KILOGRAMOS**

Ranking	Descripción	Año Enero - Diciembre			% Cambio - 08/07 -
		2006	2007	2008	
	-- El Mundo --	84312219	86891592	58696653	-32.45
1	Estados Unidos	81527274	84663370	56393283	-33.39
2	México	2744388	2166593	2260666	4.34
3	China	7	23318	17486	-25.01
4	Chile	4515	914	13410	1,367.18
5	Nueva Zelanda	18489	10254	5836	-43.09
6	Costa Rica	11614	13559	4868	-64.1
7	Guatemala	546	0	785	0
8	Australia	0	0	311	0

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

## H.S. 081020 – Importación de Frambuesas Frescas

### Importaciones Totales Frambuesas Frescas Cifras FOB en Millones de US\$

HS	Descripción	Año Enero - Diciembre			% Participación			% Cambio	
		2006	2007	2008	2006	2007	2008	- 08/07 -	
081020	Frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas	64.93	98.35	135.67	16.41	20.79	23.08	37.95	
0810201100	Frambuesas y moras-frambuesas, en su estado natural; Importadas durante el período especificado por orden del Ministro de Seguridad Pública y Preparación para Emergencias (Minister of Public Safety & Emergency Preparedness) o el Presidente de la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (President of the Canada Border Services Agency), no excediendo 6 semanas en cualquier período de 12 meses terminando el 31 de Marzo.	0.02	0.05	0.00	0.03	0.05	0	-100	
0810201900	Las demás Frambuesas y moras-frambuesas, en su estado natural	48.21	71.16	42.29	74.24	72.35	31.17	-40.57	
0810209000	Las demás Frambuesas y moras-frambuesas	16.70	27.15	41.38	25.73	27.6	30.5	52.44	

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

### Importaciones Totales de Frambuesas Frescas CANTIDADES EXPRESADAS EN KILOGRAMOS

HS	Descripción	Año Enero - Diciembre			% Cambio	
		2006	2007	2008	- 08/07 -	
081020	Frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas	11597306	18037397	22592449	25.25	
0810201100	Frambuesas y moras-frambuesas, en su estado natural; Importadas durante el período especificado por orden del Ministro de Seguridad Pública y Preparación para Emergencias (Minister of Public Safety & Emergency Preparedness) o el Presidente de la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (President of the Canada Border Services Agency), no excediendo 6 semanas en cualquier período de 12 meses terminando el 31 de Marzo.	9524	19915	0		
0810201900	Las demás Frambuesas y moras-frambuesas, en su estado natural	8200319	12094005	5928967	-50.98	
0810209000	Las demás Frambuesas y moras-frambuesas.	3387463	5923477	7253693	22.46	

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

**Canadá – IMPORTACIONES DE LOS PRINCIPALES PAÍSES**  
**CIFRAS FOB EN MILLONES DE US\$**

Ranking	País	Año Enero - Diciembre			% Participación			% Cambio
		2006	2007	2008	2006	2007	2008	- 08/07 -
0	-- El Mundo --	64.93	98.35	135.67	100	100	100	37.95
1	Estados Unidos	38.25	57.15	79.03	58.91	58.11	58.25	38.29
2	México	20.28	32.89	51.91	31.23	33.45	38.26	57.82
3	Chile	6.15	6.94	3.23	9.48	7.06	2.38	-53.56
4	Guatemala	0.21	1.27	1.39	0.33	1.29	1.02	9.4
5	China	0.00	0.00	0.08	0	0	0.06	0
6	Irán, Rep. Islam.	0.00	0.00	0.02	0	0	0.02	0
7	Perú	0.00	0.03	0.01	0	0.03	0	-83.4
8	Colombia	0.00	0.02	0.00	0	0.02	0	-78.26
9	Argentina	0.01	0.00	0.00	0.01	0	0	116.95
10	Nueva Zelanda	0.00	0.00	0.00	0	0	0	108.9

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

**Canadá – TOTAL DE IMPORTACIONES**  
**CANTIDADES EXPRESADAS EN KILOGRAMOS**

Ranking	País	Año Enero - Diciembre			% Cambio
		2006	2007	2008	- 08/07 -
0	-- El Mundo -	11597306	18037397	22592449	25.25
1	Estados Unidos	6774932	10259534	13523349	31.81
2	México	3922153	6737656	8440816	25.28
3	Chile	856347	861378	405364	-52.94
4	Guatemala	36744	162190	208682	28.67
5	China	0	0	8572	0
6	Irán, Rep. Islam.	0	0	1600	0
7	Colombia	0	2900	1109	-61.76
8	Perú	749	6275	977	-84.43
9	Argentina	1281	100	479	379
10	Costa Rica	3318	2462	454	-81.56

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada



**H.S. 0810201100 – Frambuesas y moras-frambuesas, en su estado natural (importada en periodo especificado)**

**Importaciones Totales**  
**Cifras FOB en Millones de US\$**

Ranking	Descripción	Año Enero - Diciembre			% Cambio	
		2006	2007	2008	- 08/07 -	
	-- El Mundo --	0.020	0.046	0		-100
1	Canadá	0.000	0.000	0		0
2	Estados Unidos	0.020	0.046	0		-100

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

**Importaciones Totales**  
**CANTIDADES EXPRESADAS EN KILOGRAMOS**

Ranking	Descripción	Año Enero - Diciembre			% Cambio	
		2006	2007	2008	- 08/07 -	
	-- El Mundo --	9524	19915	0		
1	Canadá	0	0	0		
2	Estados Unidos	9524	19915	0		

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

**H.S. 0810201900 – Frambuesas y moras-frambuesas, en su estado natural (no importada en periodo especificado)**

**Importaciones Totales**  
**Cifras FOB en Millones de US\$**

Ranking	País	Año Enero - Diciembre			% Participación			% Cambio	
		2006	2007	2008	2006	2007	2008	- 08/07 -	
	-- El Mundo --	48.21	71.16	42.29	100	100	100		-40.57
1	Estados Unidos	33.71	50.57	23.04	69.93	71.08	54.49		-54.44
2	México	8.76	13.71	16.40	18.17	19.27	38.79		19.63
3	Chile	5.71	6.70	2.82	11.85	9.41	6.67		-57.91
4	Guatemala	0.01	0.12	0.02	0.01	0.17	0.05		-83.08
5	Ucrania	0.00	0.00	0.00	0	0	0		0
6	Brasil	0.00	0.00	0.00	0	0	0		0
7	Países Bajos	0.00	0.01	0.00	0	0.01	0		-98.97
8	Canadá	0.00	0.03	0.00	0	0.04	0		-100
9	Reino Unido	0.00	0.00	0.00	0	0	0		0

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

**Importaciones Totales**  
**CANTIDADES EXPRESADAS EN KILOGRAMOS**

Ranking	Descripción	Año Enero - Diciembre			% Cambio
		2006	2007	2008	- 08/07 -
	-- El Mundo --	8200319	12094005	5928967	-50.98
1	Estados Unidos	6128189	9246601	3420887	-63
2	México	1290159	1998402	2170296	8.6
3	Chile	777110	828296	334811	-59.58
4	Guatemala	1143	13120	2905	-77.86
5	Ucrania	0	0	54	0
6	Brasil	5	0	10	0
7	Países Bajos	16	2141	4	-99.81
8	Canadá	462	2608	0	-100
9	Reino Unido	0	0	0	0

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

**H.S. 0810209000 – Las demás Frambuesas y moras-frambuesas**

**Importaciones Totales**  
**Cifras FOB en Millones de US\$**

Ranking	País	Año Enero - Diciembre			% Participación			% Cambio
		2006	2007	2008	2006	2007	2008	- 08/07 -
	-- El Mundo --	16.70	27.15	41.38	100	100	100	52.44
1	México	11.52	19.18	27.63	68.96	70.66	66.76	44.03
2	Estados Unidos	4.52	6.53	12.01	27.04	24.04	29.02	84.03
3	Guatemala	0.21	1.15	1.35	1.24	4.24	3.26	17.3
4	Chile	0.44	0.25	0.29	2.64	0.9	0.7	17.33
5	China	0.00	0.00	0.08	0	0	0.18	0
6	Irán, Rep. Islam.	0.00	0.00	0.02	0	0	0.05	0
7	Perú	0.00	0.02	0.01	0.01	0.07	0.01	-72.44
8	Argentina	0.00	0.00	0.00	0.02	0.01	0.01	116.95
9	Nueva Zelanda	0.00	0.00	0.00	0	0	0.01	491.12

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

**Importaciones Totales**  
**CANTIDADES EXPRESADAS EN KILOGRAMOS**

Ranking	Descripción	Año Enero - Diciembre			% Cambio
		2006	2007	2008	- 08/07 -
	-- El Mundo --	3387463	5923477	7253693	22.46
1	México	2631994	4739254	4918660	3.79
2	Estados Unidos	637219	993018	2072358	108.69
3	Guatemala	35601	149070	200816	34.71
4	Chile	79237	33082	49687	50.19
5	China	0	0	8572	0
6	Irán, Rep. Islam.	0	0	1600	0
7	Perú	749	5116	977	-80.9
8	Argentina	635	100	479	379
9	Nueva Zelanda	0	22	361	1,540.91

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

## 5. POTENCIAL DEL PRODUCTO

El mercado canadiense es un importador neto de frutillas frescas, alcanzando sus exportaciones tan solo US\$ 516 mil durante el año 2008 mientras sus importaciones alcanzan ese mismo periodo los US\$ 244 millones. Tanto los datos de importación como los de exportación manifiestan ampliamente el dominio de los Estados Unidos como socio comercial por excelencia. Aunque con cifras inferiores que su país vecino, México también se perfila como proveedor relevante de frutillas frescas.

### 5.1 Formas de Consumo

Las importaciones de frutillas frescas se han más que cuadruplicado en los últimos 10 años, en donde las cifras crecieron anualmente sin interrupciones. Las tasas de crecimiento de los años 2007 y 2008, ambas cercanas al 13%, garantizan la existencia de un interesante espacio de crecimiento, el que es reforzado por la tendencia hacia el consumo de una dieta saludable en donde los alimentos frescos tiene cada vez mayor presencia.

En el caso de las frambuesas, zarzamoras y moras, los volúmenes manejados del producto son menores si se comparan con los volúmenes de frutillas frescas, en donde las importaciones de éstas últimas representan aproximadamente un cuarto de las correspondientes a las frambuesas. Tal como sucede con las frutillas frescas, Canadá es importador neto de frambuesas, zarzamoras y moras. Las exportaciones canadienses de este producto bordearon los US\$ 8,1 millones mientras que las correspondientes importaciones alcanzaron US\$ 135,7 millones durante 2008. A diferencia de lo sucedido con las frutillas frescas, a EEUU y México se le suma un competidor relevante: Chile, en el tercer lugar, con una participación de las importaciones aproximadamente de 2%.

El potencial para frambuesas, zarzamoras y moras sigue siendo muy bueno, ya que ha seguido una trayectoria espectacularmente ascendente en los últimos 10 años, en donde las importaciones totales se han multiplicado, y la adquisición de frambuesas, zarzamoras y moras provenientes de Chile se incrementaron hasta e incluyendo el año

2007. En este último año del 2008, las importaciones desde Chile para estos productos sufrieron una disminución cercana al 52%. Aunque es notable la reducción, a través de los años progresivamente se ha visto el crecimiento de las importaciones, por lo cual, aun significa que existe potencial y hay todavía bastante espacio para crecer.

La corta temporada de producción canadiense y la contra estacionalidad de la producción chilena respecto a la norteamericana incrementa las oportunidades de expansión de nuestras exportaciones a este mercado. Los favorables artículos de prensa sobre los beneficios en la salud del consumo de frutas y vegetales continuarán promoviendo las ventas futuras. De igual manera lo apoyará la positiva demanda de los procesadores secundarios tales como la repostería y el sector lácteo para su uso en la producción de yogurt.

## **5.2 Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Presentación / Comercialización del Producto**

Hay algunos supermercados que ofrecen compras por el Internet de productos alimenticios, incluyendo las frutas y las hortalizas frescas y otros productos perecederos, con entrega directamente a la casa del comprador. Esta forma de comprar es conveniente (7 días a la semana, 24 horas al día), precios competitivos, la variedad en la selección de los productos, alta calidad de los productos que también se encuentran en la misma tienda y la entrega a su casa es a la hora de su conveniencia. A través de estos sitios web, el comprador debe comprar un mínimo de un valor de US \$40 de comestibles más el costo del servicio de la entrega aproximadamente US \$8.

El sector orgánico es el sector más creciente en la industria canadiense de alimentos, con una tasa de crecimiento de aproximadamente al 20%. Los productos orgánicos están cada vez más disponibles en las tiendas de supermercados y multi-tiendas y no solo se limitan a las tiendas de alimentos naturales y los mercados granjeros. Por lo cual, los supermercados concentran el 40% de las ventas retail donde la penetración se estima entre 1% y 2% del total vendido en alimentos.

Específicamente, las verduras frescas contribuyen el 25% de todas las ventas de alimentos orgánicos de los supermercados, mientras las frutas frescas aportan el 13%, ambos representan las categorías principales de los productos orgánicos. Las top 5 frutas orgánicas son: las frutillas, los plátanos, los kiwis, las naranjas y las manzanas. A partir del 30 de junio de 2009, las regulaciones orgánicas de productos entraron en vigor en Canadá. Se puede obtener más información sobre las regulaciones en las siguientes páginas web: Organic Product Regulations – <http://laws.justice.gc.ca/en/SOR-2006-338>; Standards for Organic Agriculture – [http://www.pwgsc.gc.ca/cgsb/on\\_the\\_net/organic/index-e.html](http://www.pwgsc.gc.ca/cgsb/on_the_net/organic/index-e.html); Canadian Food Inspection Agency (CFIA), Organic Products – <http://www.inspection.gc.ca/english/fssa/orgbio/orgbioe.shtml>

## **5.3 Comentarios de los Importadores**

En general, la fruta fresca tiene las vías de comercialización bien definidas, con sus tiempos ya determinados y su carácter autónomo cada vez más evidente. La relación precio calidad es la principal característica de este rubro. Asimismo, 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, y/o mayorista cuando 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. Junto al crecimiento del sector de las frutas orgánicas, también es posible apreciar que la participación de las frutas exóticas esta tomando un carácter interesante el cual debe ser analizado con detención.

#### **5.4 Temporada de Mayor Demanda / Consumo del Producto**

Respecto a la producción local, se constata que Canadá es un importador neto de berries, principalmente debido a su corta temporada de producción. Canadá importa berries principalmente de EEUU, Chile, Argentina y México. Sobre el 75% de su producción es procesada (principalmente congelada) para proveer el mercado local y externo durante todo el año. British Columbia es el mayor productor de los cranberries, las frambuesas (notablemente, más de 80% de la producción canadiense) y los arándanos cultivados. Ontario es el mayor productor de frutillas, mientras Quebec está más especializado en arándanos silvestres, frutillas y recientemente en cranberries. La provincia de Nova Scotia es también un importante productor de berries. En general, el consumidor canadiense tiene la esperanza de poder comprar la fruta fresca todo el año sin perjuicio a la temporada del año.

Durante los últimos años, el consumo de fruta (fresca) ha permanecido relativamente estable situándose en torno a los 63.42 kg per capita. No solamente los productos frescos ganan aceptación entre los consumidores sino que también los alimentos procesados y los formatos mas "convenientes" también son muy bien acogidos. El continuo mejoramiento del empaque, transporte y distribución han contribuido al incremento del consumo per capita de vegetales y fruta tanto fresca como procesada. En general, el consumidor canadiense tiene la esperanza de poder comprar alimentos frescos todo el año sin perjuicio a la temporada

Todo esto representa un potencial de mercado importante para los berries chilenos, debiéndose tener en cuenta las siguientes tendencias a la hora de exportar sus productos:

- Se prevé un aumento de la demanda de frutas y verduras debido a la gran campaña de sensibilización que está llevando a cabo el Ministerio de la Salud (Health Canada) para que la población incremente su consumo de estos productos.
- 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 y consumir.
- 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.

#### **5.5 Principales Zonas o Centros de Consumo del Producto**

Canadá tiene aproximadamente 33 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 (5.5 millones)
- Montreal (3.64 millones)
- Vancouver (2.12 millones)
- Ottawa-Gatineau (1.13 millones)
- Edmonton (1.03 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.

Específicamente, el total de las ventas anual de retail de los productos certificados orgánicos se estima cerca de CDN \$1 mil millones. Aproximadamente el 80% de las ventas retail se concentran en las provincias de Ontario, British Columbia, y Québec.

## 6. PRECIOS DE REFERENCIA (US\$) DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

### 6.1 Valores Medios De Importación / Mayorista

Las tablas que figuran a continuación recogen los valores medios de importación que alcanzaron tanto las frutillas como las frambuesas frescas durante el periodo analizado. Los valores estimados son un promedio resultante del monto y volumen del producto (según partida arancelaria) importado por Canadá, según las cifras de Statistics Canada.

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.

### H.S. 081010 – Frutillas (Fresas) frescas

Valores Unitarios Medios						
Precios Expresados en US\$ por Kg. de peso						
HS	Descripción	Año Enero - Diciembre			% Cambio	
		2006	2007	2008	- 08/07 -	
081010	Frutillas (Fresas) Frescas	2.34	2.49	2.67		7.4
0810101000	Frutillas (Fresas) Frescas para procesado	1.14	1.06	1.15		8.94
0810109100	Frutillas (Fresas) Frescas, excepto para procesado e Importadas durante el período especificado por orden del Ministro de Seguridad Pública y Preparación para Emergencias (Minister of Public Safety & Emergency Preparedness) o el Presidente de la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (President of the Canada Border Services Agency), no excediendo 8 semanas en cualquier período de 12 meses terminando el 31 de Marzo.	0	1.18	0		

0810109900	Las demás Frutillas (Fresas) Frescas, excepto para procesado	2.35	2.49	2.67	6.96
------------	--	------	------	------	------

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

## H.S. 081020 – Frambuesas frescas

### Valores Unitarios Medios Precios Expresados en US\$ por Kg. de peso

HS	Descripción	Año Enero - Diciembre			% Cambio - 08/07 -
		2006	2007	2008	
081020	Frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas	5.6	5.45	6.01	10.14
0810201100	Frambuesas y moras-frambuesas, en su estado natural; Importadas durante el período especificado por orden del Ministro de Seguridad Pública y Preparación para Emergencias (Minister of Public Safety & Emergency Preparedness) o el Presidente de la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (President of the Canada Border Services Agency), no excediendo 6 semanas en cualquier período de 12 meses terminando el 31 de Marzo.	2.08	2.33	0	
0810201900	Las demás Frambuesas y moras-frambuesas, en su estado natural	5.88	5.88	7.13	21.22
0810209000	Las demás Frambuesas y moras-frambuesas.	4.93	4.58	5.71	24.49

Fuente: World Trade Atlas, Statistics Canada

## 6.2 Precios Del Producto En Retail

Los siguientes son precios medios al consumidor obtenidos tras observación directa de precios durante el mes de Marzo 2009 en 3 de los supermercados principales de Toronto (provincia de Ontario)<sup>2</sup>. Los precios están expresados en dólares americanos<sup>3</sup>.

### FRUTILLAS FRESCAS 0810.10

Precio US\$	Cantidad	Origen	Presentación
4.76	454 gr.	EEUU	Caja plástico transparente <sup>4</sup>
1.99	454 gr.	EEUU	Caja plástico transparente
2.37	908 gr.	EEUU	Caja plástico transparente
3.17	454 g	EEUU	Caja plástico transparente
2.37	908 gr.	México	Caja plástico transparente
1.99	450 gr.	México	Caja plástico transparente

<sup>2</sup> AP Dominion / Metro, Loblaws, Sobey's: El período de observación cubre Marzo de 2009.

<sup>3</sup> Al 30 de Marzo de 2009, el tipo de cambio era 1 CAD = 0.7943 USD, fuente: Bco. Central de Canadá

<sup>4</sup> Caja plástico transparente se refiere al "Clamshell"

Los siguientes son los precios de referencia retail observados frambuesas en Toronto durante el mes de Marzo 2009.

#### FRAMBUESAS FRESCAS 0810.20

Precio US\$	Cantidad	Origen	Presentación
3.96	170 gr.	México	Caja plástico transparente
3.96	170 gr.	EEUU	Caja plástico transparente
4.76	170 gr.	EEUU	Caja plástico transparente

También se pueden consultar precios a nivel mayorista en forma periódica en la siguiente dirección de Internet del "Daily Wholesale to Retail Market Prices - Infohort", sitio de la "Agri-culture and Agrifood Canada" ([http://infohort.agr.gc.ca/index.cfm?s1=whsl\\_gros&page=intro](http://infohort.agr.gc.ca/index.cfm?s1=whsl_gros&page=intro)), es un servicio gratuito del gobierno Canadiense y se puede acceder a información diaria en los terminales de Toronto y Montreal.

Notablemente, los productos orgánicos suelen costar substancialmente más que productos convencionales, típicamente entre un 10 a 40% más que los productos semejantes convencionalmente producidos.

#### 7. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

No se han detectado esfuerzos elaborados de las empresas en la promoción y/o mercadotecnia de frutillas y frambuesas. Sin embargo, existe cierta competencia entre diversos productores (especialmente norteamericanos). Hay marcas bien establecidas como Driscoll's ([www.driscolls.com](http://www.driscolls.com)), Sunny Ridge ([www.sunnyridge.com](http://www.sunnyridge.com)) o Naturipe ([www.naturipe.com](http://www.naturipe.com)) que se especializan en estos productos y crean lealtad de marca. Varias de estas compañías especializadas en berries empaacan sus productos en diversas presentaciones, incluyendo también productos congelados. Marcas tal como Europe's Best ([www.europesbest.com](http://www.europesbest.com)) apuntan hacia un consumidor exigente y venden producto muy seleccionado.

La consolidación del sector retail de alimentos y el incremento de la popularidad de las supertiendas mayoristas (por ejemplo, Costco) han forzado a los productores, empaacadores y distribuidores a readecuar sus estrategias de marketing.

Existe continua preocupación por el mejoramiento del empaque, transporte y distribución, factores que han contribuido al incremento del consumo per capita de vegetales y fruta tanto fresca como procesada.

#### 8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Varios de los importadores son las mismas tiendas de autoservicio (retail) que los venden, como es el caso de Safeway, Metro, Costco, Loblaws, Sobeys y Provigo. Esto es importante considerarlo, ya que las grandes compañías de supermercados que venden directamente al público (retail) juegan un papel doble al realizar la importación y la comercialización de los productos, eliminando la participación de un intermediario.



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 son una pieza clave en la cadena de distribución, ya que no sólo distribuyen los productos, sino que en ocasiones también organizan actividades promocionales con varios canales de comercialización tipo grandes supermercados, tiendas de alimentación especializada y establecimientos de hostelería. Los usuarios industriales suelen procesar de nuevo las frutas a fin de elaborar productos listos para el consumo, uno de los canales y usos frecuentes de estos frutos secos son los procesadores de repostería. También se encargan de envasar y etiquetar de nuevo para el comercio minorista aquellos productos 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.

## **9. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACION DEL PRODUCTO EN RETAIL**

Los tipos de envases para las frutillas y las frambuesas son las cajas plásticas transparentes ("clamshell") que resultan especialmente adecuados para el consumidor canadiense, que demanda que se mantengan preservadas para consumir y conservar en una forma saludable, sanitaria, y fácil para ver ya que son frutas muy sensibles a tocarlas. Referente a las frutillas, durante la temporada de producción local, también se ha observado cestas verdes y cubiertas con un plástico (unidad de 454 gramos).

*Fotos de las Frutillas*



*Fotos de las Frambuesas*



## **10. 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 (TFO Canada)*, Canadá es uno de los países del mundo con mayor número de productos importados 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 o al envasado.

A la hora de encontrar un comprador varias estrategias son posibles. Una de ellas es dirigirse a ProChile (oficina Santiago o en regiones) y acceder a la información y servicio a disposición del exportador a través de sus Oficinas Comerciales 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 los 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, ya que muchas de ellas son importadoras.

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 contactarse con las empresas canadienses. El uso del correo electrónico está totalmente difundido y es el medio de comunicación preferido entre las empresas. Por este medio se envían todo tipo de materiales de marketing, incluyendo catálogo de productos y fotografías de las plantas de procesado de frutas. Este último extremo es de marcada importancia para asegurar al comprador canadiense de las condiciones de higiene de las plantas y, por tanto, de la salubridad de los productos. Muy útil y un buen promotor de imagen lo constituye el poseer una buena página Web con contenido en Inglés.

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.

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, cumplimiento 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, profesionalismo 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.

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 la provincia de Québec). El español es un idioma poco hablado en Canadá, especialmente si se compara con los EEUU o Europa. Información sobre valores y precios deberá darse en dólares de Estados Unidos 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.

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

### **Canadian Produce Marketing Association (CPMA)**

#### **Annual Convention & Trade Show**

Metro Toronto Convention Centre

Toronto, Ontario

Mayo 6-8, 2009

Los miembros de CPMA son compañías interesadas en el mercadeo de frutas y vegetales frescos, tanto de producción doméstica como de importación. Es el mayor evento en Canadá que reúne a profesionales de la producción y comercialización de frutas y vegetales frescos. La ciudad sede va rotando en cada edición.

Website: <http://www.cpma.ca/>

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

Palais des Congres de Montreal, Québec

Abril 1-3, 2009

Exhibición de empresas dedicadas al ramo alimenticio. El área se divide en secciones, incluyendo una sección dedicada a las frutas y vegetales. Evento muy atractivo para el sector exportador de alimentos.

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

### **Grocery Showcase West**

#### **Annual Spring Trade Show & Conference**

Vancouver Convention and Exhibition Center, Vancouver, British Columbia

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

Marzo 10-11, 2009

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

## 12. OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

a) CANADIAN FOOD INSPECTION AGENCY (CFIA)

Website: [www.inspection.gc.ca](http://www.inspection.gc.ca)

*Agencia gubernamental encargada de la inspección y regulación en materia de importación de productos alimenticios.*

b) CANADA BORDER SERVICES AGENCY

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

c) FOOD VALUE CHAIN BUREAU

Website: <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.*

d) INDUSTRY CANADA

Website: [www.strategis.ic.gc.ca](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.*

e) AGRICULTURE AND AGRI-FOOD CANADA

Website: [www.agr.gc.ca](http://www.agr.gc.ca)

*Dependiente del Ministerio de Agricultura canadiense, entrega variada información del sector y mercado agrícola canadiense.*

f) CANADIAN HORTICULTURAL INDUSTRY

Website: [www.agr.gc.ca/misb/hort/](http://www.agr.gc.ca/misb/hort/)

g) INFOHORT

Website: <http://infohort.agr.gc.ca/index.cfm?action=dspHome&lang=eng>

*Contiene una serie de información respecto a la horticultura canadiense, en particular provee los precios a nivel mayorista de los principales vegetales y frutas comercializados en Canadá.*

h) TRADE FACILITATION OFFICE CANADA (TFO Canada)

Website: [www.tfocanada.ca](http://www.tfocanada.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.*

i) CANADIAN ASSOCIATION OF IMPORTERS AND EXPORTERS

Website: [www.caie.ca](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.*

j) FOOD NET

Website: <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 procesamiento de alimento en Canadá.*

k) FOOD IN CANADA:

Website: [www.foodincanada.com](http://www.foodincanada.com)

*Revista líder en alimentación a nivel nacional que publica informes sobre industrias específicas varias veces por año.*

l) CANADIAN GROCER

Website: [www.bizlink.com/cangrocer.htm](http://www.bizlink.com/cangrocer.htm)

*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.*

m) FRUIT AND VEGETABLE DISPUTE RESOLUTION CORPORATION

Website: [www.fvdr.com](http://www.fvdr.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.*

n) CANADIAN ORGANIC GROWERS

Website: [www.cog.ca](http://www.cog.ca)

*Es una asociación nacional de educación e interconexión de Canadá que representa a Granjeros, los jardineros, los consumidores y los partidarios en todas provincias y territorios*

o) ORGANIC AGRICULTURE CENTRE OF CANADA (OACC)

Website: [http://www.organicagcentre.ca/About%20Us/au\\_welcome.asp](http://www.organicagcentre.ca/About%20Us/au_welcome.asp)

*Es una institución que facilita la investigación y la educación de productos orgánicos para los productores y los consumidores.*

**ANEXO I CERTIFICADO DE ORIGEN – TLC CHILE-CANADA**

[http://www.prochile.cl/nexos/canada\\_cert\\_origen.pdf](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 †	Yugoslav Republic of †	Dependencies †	
Dominican Republic †	Malaysia †	Seychelles †	

Ecuador †

Mariana Islands †

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 † ‡