



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas
Biblioteca "Alfredo L. Palacios"



Proyecto para la exportación de cerezas: conclusiones y recomendaciones finales, fundamentos y anexos

Vecchi, Sebastián M.

2002

Cita APA: Vecchi, S. (2002). Proyecto para la exportación de cerezas: conclusiones y recomendaciones finales, fundamentos y anexos.

Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires.

Facultad de Ciencias Económicas. Escuela de Estudios de Posgrado

Este documento forma parte de la colección de tesis de posgrado de la Biblioteca Central "Alfredo L. Palacios". Su utilización debe ser acompañada por la cita bibliográfica con reconocimiento de la fuente.

Fuente: Biblioteca Digital de la Facultad de Ciencias Económicas - Universidad de Buenos Aires



Secretaría de Posgrado
Facultad de Ciencias Económicas

119-0001

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
CARRERA DE ESPECIALIZACION DE POSGRADO
GESTION EMPRESARIA DEL COMERCIO EXTERIOR Y DE LA INTEGRACION

Col. 1502/0387

Proyecto para la Exportación de Cerezas
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES FINALES,
FUNDAMENTOS Y ANEXOS.

CATALOGADO

Dep. D. 310. D. 320. H. 122221
V3PE
Trab. Posgr.

Autor: Lic. Sebastián M. Vecchi
E-mail: sebavecchi@yahoo.com.ar

BIBLIOTECA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
Profesor Emérito Dr. ALFREDO L. PALACIOS

➤ **INDICE**

	Página
Carta de Presentación.	3
Conclusiones y Recomendaciones Finales.	4
Descripción general de la empresa y de la idea general del proyecto de exportación.	6
Condiciones necesarias para la producción y características del producto Y del mercado nacional.	6
Características del mercado canadiense.	8
Clasificación arancelaria del producto, tratamiento arancelario, embalaje Y otros aspectos logísticos.	9
Requisitos para acceder al mercado canadiense.	10
Canales de distribución y penetración en el mercado.	10
Principal competidor: Chile.	11
Otros precios FOB para comparar.	11
Análisis FODA cerezas.	11
Calculo del costo y del precio internacional.	11
Bibliografía consultada.	16
Anexos	18

➤ Carta de presentación.

Buenos Aires, 2 de Diciembre de 2002.

Estancia "La Anita"

Attn.: Dr. Jorge Protvesky

Ref.: Evaluación y estudio de mercado de la exportación de cerezas.

De mi mayor consideración,

Es un placer profesional haber hecho el estudio encomendado y estar ahora presentándole las conclusiones y recomendaciones finales. Sin lugar a dudas fue un desafío enorme para todos nosotros, pero una vez concluido y ya habiendo visto los resultados finales creo personalmente que nos espera un buen horizonte de generación de negocios a largo plazo.

El trabajo que a continuación se presenta consta de tres partes, la primera es la conclusión y recomendaciones finales, la segunda son los fundamentos de la operatoria y también la verificación numérica del costo y precio de la exportación de cerezas, y para finalizar también incluimos el anexo que contiene información adicional, como estudios de mercado, información de precios, y otros datos importantes para la correcta toma de decisiones y justificación del trabajo.

Quedamos a su entera disposición para cualquier tipo de consulta, y recordamos a Ustedes que estaremos en vuestra oficina el día 10 de diciembre a las 18:30 hs como habíamos acordado con anterioridad para la presentación formal y exposición oral del trabajo encomendado.

Sin más saludamos a Ustedes muy atentamente.



Lic. Sebastián M. Vecchi

➤ **Conclusiones y Recomendaciones Finales.**

El mercado elegido fue Canadá. Y los motivos principales fueron:

- Las importaciones de frutas frescas representan el 83,27 del consumo.
- Desde 1982 se viene incrementando el gasto de los canadienses en alimentos para consumo dentro del hogar, el cual ascendió a 10% del ingreso disponible, y de este se destino 11,20% al consumo de frutas.
- El consumo de frutas y verduras en Canadá es uno de los más altos del mundo, estimándose en 223 kgs / año.
- Canadá presenta un ritmo creciente de importaciones para las cerezas de 3,9% anual desde 1997.
- Desde 1995 la producción de cerezas tiene un comportamiento decreciente, causados por problemas climáticos principalmente.

Una vez seleccionado nuestro mercado, hemos estudiado detalladamente los canales de distribución y hemos optado por la exportación directa, no siendo esta la más fácil de todas pero en caso de tener éxito lograríamos una penetración mucho mayor en cantidades y a través del tiempo.

Sabemos que los consumidores compran en los grandes supermercados, este consumo representa el 83% del total de cerezas consumidas. Nuestra intención es venderle directamente a las grandes cadenas de supermercados y hacer contacto directo con ellas a través de sus departamentos de comercio exterior.

Para llevar a cabo esto recomendamos un viaje inicial a Canadá donde se establezca el primer contacto con los supermercados y se defina el negocio de exportación, también hacemos mención que los gastos de este viaje ya están incluidos en el precio FOB calculado.

Nuestro principal competidor es Chile, ya que sus exportaciones representan para Canadá un 3,10 % del mercado. Sus precios FOB y CIF son similares a los nuestros, nosotros tenemos ventajas en cuanto a la calidad y ellos en cuanto a la logística específica para este tipo de producto y su experiencia comercial internacional mucho más agresiva que la nuestra.

También Chile presenta ventajas respecto del transporte aéreo ya que por su capacidad de bodega disponible mucho mayor que la nuestra está en condiciones de obtener mejores fletes.

Recomendamos usar el término de embarque FCA ya que según nuestra información estos grandes supermercados estarían en condiciones de conseguir

mejorías notables en cuanto al flete internacional y seguro, siendo esta la debilidad más grande la distancia y el costo del flete.

El medio de pago seleccionado fue la de transferencia bancaria una vez embarcada la mercadería principalmente porque es un medio muy habitual para las empresas canadienses con estos tipos de productos, si bien hemos analizado datos de una consultora Canadiense que afirma que el riesgo de no pago de una exportación es muy bajo, consideramos necesario por oferta de bodega y seguridad mínima fraccionar los embarques.

Obviamente que queda abierta la posibilidad de usar otro medio de pago como el crédito documentario y la cobranza, que significan mayor costo y mayor seguridad.

Sin lugar a dudas analizando nuestro precio FCA y CIF llegamos a la conclusión que estamos ante el problema de mayor relevancia el este proyecto, la fijación del precio internacional, hemos chequeado que estamos competitivos con Chile casi a los mismos nivel.

Pero al chequear cuanto estaba pagando el mercado canadiense, nos encontramos con una variabilidad muy grande de precios FOB máximos y mínimos. Nosotros hemos incluido una utilidad mínima de 20% sobre el precio FCA pero obviamente que nuestro producto soportara niveles de utilidad más elevados.

Esto quiere decir que el precio FCA será la variable más delicada de manejar y de acuerdo a los precios internacionales nuestro nivel de utilidad será el ajuste.

Por todo lo expuesto estamos ante un producto que su exportación es sumamente viable generando márgenes de utilidad mínimos del 20%.

➤ **Descripción general de la empresa y de la idea general del proyecto de exportación.**

Se trata de una empresa familiar dedica a los negocios del campo, que en uno de sus campos al sur de la Provincia de Buenos Aires ha intentado diversificar su producción plantando cerezos. Aprovechando las bondades agroclimáticas, disponibilidad de agua y otras ventajas de la zona.

La estancia donde se encuentra esta producción está sobre la ruta tres a 350 kilómetros de la Capital Federal y se llama "La Anita".

Esta empresa ha plantado seis hectáreas con densidades que van desde 1000 a 1500 plantas por Ha. Esto requiere un manejo de un paquete tecnológico apropiado para obtener buenos resultados, como ser: poda, irrigación controlada y manejo de estrés hídrico, balances nutricionales, uso de reguladores de crecimiento, etc.

Bajo estas condiciones se pueden esperar rendimientos de entre 10.000 y 13.000 kgs/ha, que hacen un total de producción de 60.000 a 78.000 kgs totales.

Si bien es un frutal conocido en la región, son todavía pocos los que plantaron con un sentido netamente comercial y en cantidades apreciables, con destino a la comercialización.

La idea del proyecto será la de estudiar el mercado canadiense para poder saber con certeza si es conveniente generar negocios de exportación para poder colocar la producción, que hasta ahora venía siendo comercializada en el mercado interno.

El objetivo prioritario de la empresa es colocar el producto en un mercado sustentable en el tiempo, y que a su vez permita una relación a largo plazo con posibilidades firmes de ampliar las seis hectáreas sembradas ya que poseemos disponibilidad, como también recursos tecnológicos.

➤ **Condiciones necesarias para la producción y características del producto y del mercado nacional.**

La variedad producida por este establecimiento es la Cereza Bing que se caracteriza por ser dulce, grande, firme y de buena resistencia a la lluvia.

El cerezo requiere suelos sueltos, profundos, bien drenados, preferentemente ricos en materia orgánica, sin impedimentos físicos ni químicos que dificulten su desarrollo ni afecten su vida útil.

Es una especie muy delicada en cuanto a la climatología, aunque tolerante al frío. Requiere muchas horas-frío para la floración (900-1800). Presenta escasas necesidades de unidades de calor para el desarrollo del fruto, que es muy rápido (100 días desde la floración a la recolección). Es el único fruto de hueso no climatérico, por lo que si se recolecta con antelación, no madura fuera del árbol. Prefiere áreas con inviernos fríos, cierta humedad ambiental y veranos frescos.

La época de cosecha de las distintas variedades en nuestra zona oscila entre principios de Noviembre a mediados de Diciembre, generando una ventaja comercial tanto en el mercado interno extrazonal como el mercado externo. Considerando la situación mundial de producción y demanda se puede decir que la cereza es un fruto de baja oferta en contraestación, de buenos precios, corta conservación, lo que permite que en los períodos de oferta el mercado externo no esté saturado. Cabe destacar que Chile, coincidentemente con nuestro período de cosecha, es el mayor oferente hacia el Hemisferio Norte. Se observa que los precios en los mercados europeos y norteamericanos en el mes de Noviembre son un 15 a 25% más altos que los de Diciembre. Esto nos abre una buena posibilidad de exportación a esos mercados en dichos meses.

La producción es muy rentable, debido a los altos precios de venta y a que los costos no son muy elevados, siendo el mayor costo el de recolección que supone el 50% del costo total ya que dicha tarea es manual y debe hacerse desde el suelo.

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Por 100 GMS

Calorías	90
Colesterol (mg)	0
Sodio (mg)	0
Fibra dietaria (gr)	1
Azúcar (gr)	30
Proteínas (gr)	2
Carbohidratos (gr)	31

En Argentina, la producción de cerezas más importante son las Bing localizándose básicamente los establecimientos productores en:

Provincia de Buenos Aires cerca de la ciudad de Mar del Plata.

Otra zona geográfica importante es Mendoza, Alto Valle, Chubut y Santa Cruz.

Siendo la zona de crecimiento más importante actualmente por su alto crecimiento en superficie sembrada el Alto Valle.

Existen en nuestra zona importantes ventajas comparativas para llevar adelante la producción de cerezas, larga tradición frutihortícola, importantes inversiones en activos fijos que necesitan poca adecuación, mano de obra especializada, cercanía aeropuerto internacional, y algunas otras.

Las principales limitantes son falta de logística específica adecuada para este tipo de producto, velocidad de acondicionamientos, frío, carga y manipulación. Escasa existencia de plantaciones intensivas orientadas hacia el mercado externo, capacidad y precisión en el proceso comercial requerido por el producto.

Según la AFIP las exportaciones Argentinas hacia Canadá fueron de 203.647 kilogramos desde 1999, 2000, 2001 y 2002.

1999 – 100 kgs

2000 – 100.385 kgs

2001 – 84077 kgs

2002 – 19085 kgs

Cabe aclarar que todos estos embarques fueron por avión y corresponden a la clasificación arancelaria bajo la cual recomendamos más adelante incluir el producto. En realidad no encontramos una tendencia definida en las estadísticas que nos permite llegar a una conclusión válida. Entendemos que a partir de las nuevas reglas económicas y de la salida de la convertibilidad la Argentina tendría que generar un perfil exportador mucho más agresivo en términos comerciales como en su participación relativa.

➤ **Características del Mercado Canadiense.**

Canadá no es un mercado homogéneo, existen marcadas diferencias entre los consumidores, por tal razón las empresas deben escoger un nicho específico de mercado, definiendo segmento poblacional y la región.

Desde 1982 se viene incrementando el gasto de los canadienses en alimentos para consumo dentro del hogar, el cual ascendió al 10% del ingreso disponible en 1996, y de este se destinó el 11,20% a la compra de frutas y sus derivados.

El consumo per cápita de frutas y verduras en Canadá es uno de los más altos del mundo, estimándose en 223 kgs/año, es decir, entre 4,5 y 5 porciones por persona por día.

Los factores más importantes para los canadienses a la hora de seleccionar alimentos (frutas y vegetales) son: 93% sabor, 89% aspectos nutritivos, la facilidad y tiempo de preparación 68% y el precio 62%.

Principales países de donde importa Canadá son: USA (51%), Chile (5,9%), México (5,6%), Sudáfrica (4,3%), Costa Rica (3,8%).

El 53,7% de las importaciones ingresaron por Ontario, el 19,50% por British Columbia y el 14,30% por Quebec.

Las importaciones de cerezas frescas a Canadá muestra un notable incremento de 1996 en adelante aumentando a una tasa de 3,9% aproximadamente por año. Siendo la participación Argentina del 0,4 % y la de nuestro principal competidor Chile de 3,1%.

➤ **Clasificación arancelaria del producto, tratamiento arancelario, embalaje y otros aspectos logísticos.**

Una vez realizado el estudio llegamos a la conclusión que la posición arancelaria que mejor se adecua a nuestro mercado es:

0809.20.00.910Z – En envases inmediatos de contenido neto inferior o igual a 2,5 kgs (R.967/99 MEYOSP).

Derechos de Exportación 10%

Reintegros Extrazona 6%

Aranceles de Importación Canadienses: La tarifa general ese de 5,64 ctvs/kg mínimo 8%, y el sistema general de preferencias 5%.

Canadá no establece cuotas de importación.

El transporte elegido es aéreo, y contamos con ventajas en ese sentido ya que Canadá posee una industria latamente desarrollada con 10 aeropuertos internacionales y cerca de 300 aeropuertos pequeños. Las principales líneas sin Air Canada y Canadian Airlines.

Las cerezas serán embarcadas en Wood Lugs hasta 10 kilogramos (22 pounds), en envases individuales de 2,5 kgs cubiertos por una capa de polietileno de baja densidad (PBD) de 11 y 40 micrones. Tendrán que ser almacenadas a 0°C duración máxima 14 días y luego 3 días a temperatura ambiente, es muy importante no cortar la cadena de frío. El polietileno permite controla la deshidratación de las cerezas.

En Canadá los instrumentos de pago más comunes son, el pago por adelantado, el intercambio de cuentas abiertas o el crédito. El riesgo país de Canadá según la empresa Dun & Bradstreet actualizado es DB1c, el cual indica el más bajo nivel de

riesgo. Y un grado de incertidumbre "c" (que usa parámetros entre a y d) asociado a los ingresos esperados y el pago exitoso de las exportaciones.

➤ **Requisitos para acceder al mercado canadiense.**

Toda la importación de productos agrícolas destinada a la distribución interna debe cumplir con estrictas regulaciones sanitarias y fitosanitarias establecidas por la ley de alimentos y medicamentos " Food and Drugs Act" y la de productos agrícolas "Canada Agricultural Products Act".

Estas leyes regulan entre otras, las cantidades máximas de residuos de pesticidas y productos químicos de los alimentos.

Las importaciones procedentes de Argentina no necesitan permiso de importación ni certificado sanitario, sin embargo estas pueden ser sujetas a una inspección aleatoria.

Los requisitos en cuanto al etiquetado y empaque son:

- a) la forma, tamaño de los caracteres, tipo de información que debe ser incluida en las etiquetas y lugar donde debe ser ubicada la información.
- b) Idioma en que deben ser presentadas las mismas (inglés y francés).
- c) Abreviaciones que pueden ser usadas, unidades de medida, cantidad neta expresada en volumen, peso o unidades según el caso.
- d) Declaración de los ingredientes del producto.
- e) Información sobre la empresa responsable del producto, importador, exportador o compañía manufacturera.
- f) La legislación acepta que figure información complementaria no obligatoria.

Algo muy importante a saber es que el gobierno de Canadá exige un documento denominado Confirmación de Venta (C.O.S.). El COS debe ser presentado en triplicado, completo y firmado y debe incluir: fecha de orden del producto, fecha de confirmación de la orden, descripción del producto incluyendo cantidad y precio, detalles de la venta, nombres y direcciones del comprador y vendedor, origen y destino del producto.

➤ **Canales de distribución y penetración en el mercado.**

Generalmente los canales de distribución para venderlas a las compañías canadienses son cortos. El mercado de productos de consumo está ampliamente disperso y el uso de intermediarios es común.

Para el caso de las cerezas frescas los principales mercados son las áreas metropolitanas de Toronto, Montreal y Vancouver.

Nuestro canal de exportación seleccionado es la exportación directa sin el uso de ningún intermediario en el país de destino, pensamos que es bueno generar contacto directo con los grandes supermercados y que la mayoría de ellos tienen sus propias divisiones de comercio exterior e importan directamente sus productos. Creemos que es necesario hacer un viaje para contactar y visitar estos supermercados y las personas responsables de la compra antes de cerrar cualquier negocio.

También es importante recordar que el 83% del mercado de cerezas frescas se vende en Supermercados.

Para poder tener éxito en estos procesos es fundamental la alta flexibilidad para cambiar y adaptar el producto a las exigencias del mercado.

➤ **Principal competidor: Chile.**

Actualmente la superficie sembrada con cerezos en Chile está creciendo a razón de 200 ha anuales, para el año 2000 se estimó una superficie total de 4.600 ha.

Las exportaciones chilenas han crecido constantemente desde 1989/90, existen estimaciones para el 2001/02 de 1.700.160 cajas de 5kgs cada una, un total de 8.500.800 kgs.

Precio FOB es de 5,60 dólares por 5 kgs.(vía aérea). Por kg USD 1,12
Precio CIF es de 14,38 dólares por 5 kgs. (vía aérea). Por kg USD 2,87

➤ **Otros precios FOB para comparar.**

13/12/1999. Bing de Argentina por 5 kgs FOB mínimos USD 37,50 máximo USD 44,90. Por kg USD 7,50 – USD 8,98.

0/01/2000. Toda variedad de California por 5kgs FOB mínimo USD 20,70 máximo USD 22,10. Por kg USD 4,14 – USD 4,42.

2002. Bing de California por 8kgs FOB mínimo USD 15,85 máximo USD 52,79. Por kg USD 1,98 – USD 6,59.

➤ **Análisis FODA cerezas.**

Fortalezas:

- Manejo de la producción y rindes en forma bastante aceptable y con una buena experiencia debido a la comercialización en el mercado interno.
- Producto de gran calidad reconocida en el mercado internacional.

- Poca oferta sobreestación del producto en el otro hemisferio.
- Aumento en los precios internacionales en el hemisferio norte en noviembre coincidente con nuestra cosecha.
- Posible expansión futura de hectáreas dedicadas a la producción.
- Márgenes de rentabilidad muy buenos en la exportación dependiendo de la política de fijación de precios de la empresa.
- Mano de obra especializada.
- Devaluación del peso en contra del dólar.

Debilidades:

- No existe la experiencia exportadora.
- Falta de tecnología.
- Falta de logística específica necesaria, pues la velocidad de los procesos de acondicionamiento, frío y carga requeridos por esta fruta es muy alta.
- Escasa existencia de plantaciones intensivas dedicadas a la exportación.
- Inexistente precisión en el proceso comercial requerido para este mercado.
- Distancias largas para llegar al mercado meta, costos elevados de transporte.
- Ambito nacional totalmente inestable en cuanto a normas financieras, aduaneras, tipo de cambio, etc. No existe planificación a largo plazo posible.
- Principal competidor Chile cuenta con ventajas en cuanto a superficie sembrada kgs de exportación, capacidad de bodega aérea que se traduce en un flete más bajo, logística especializada y cuenta con una gran experiencia exportadora en este producto.
- Baja participación de mercado, para Canadá las exportaciones Argentinas representan un 0,4%.

➤ Calculo del costo y del precio internacional.

Producto: Cerezas Frescas

Variedad: Bing

Calidad: Superior

Peso Neto: 20.000,00 kilogramos

Transporte: Aéreo

Términos de embarque: FCA Buenos Aires

Forma de Pago: Transferencia bancaria una vez embarcada la mercadería.

Condiciones de los embarques: primer embarque al día de la fecha kgs 6000, segundo embarque a los 5 días kgs 6000 y

tercer embarque a los 10 días kgs 8000.

Envases de 2,5 kgs en Wood Lugs hasta 9 kilogramos (igual a 20 Pounds). Cada envase de 2,5 kgs cubierto por una capa de polietileno de baja densidad (PBD) de 11 y 40 micrones. Las cerezas tendrán que ser almacenadas a 0°C duración máxima 14

días y luego 3 días a temperatura ambiente. Muy importante no cortar la cadena de frío. El polietileno permite controlar la

deshidratación de las cerezas.

COSTO DE PRODUCCION DEL KILOGRAMO CEREZA FRESCA EN PESOS			1,95
COSTOS DE PRODUCCION			
Costos Variables por KG	Pesos por KG	%	
Podado	0,0234	1,20	
Herbicida	0,0410	2,10	
Fertilizantes	0,0546	2,80	
Regulador de crecimiento	0,0117	0,60	
Agua e Irrigación	0,0390	2,00	
Escaleras y Equipos para Podar	0,0332	1,70	
Costos de Cosecha Mano de Obra	0,9165	47,00	
Camionetas	0,0741	3,80	
Otros	0,0610	3,13	
Costos Fijos por KG			
Costos en Efectivo	0,2906	14,90	
Depreciación Máquinas e Equipos	0,2145	11,00	
Depreciación Camionetas	0,1151	5,90	
Otros	0,0755	3,87	
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	1,9500	100,00	(1)

GASTOS DE EXPORTACION DEL KILOGRAMO CEREZA FRESCA EN PESOS			0,50
Gastos de Exportación	Pesos por KG	%	
Envases y Embalajes	0,2900	58,00	
Acondicionamiento	0,1400	28,00	
Consolidado	0,0538	10,76	
Gastos del Agente de Carga	0,0010	0,20	
Gastos Documentación	0,0008	0,15	
Verificación y Controles	0,0020	0,40	
Gastos Terminal Aérea	0,0030	0,60	
Otros	0,0095	1,89	
TOTAL GASTOS DE EXPORTACION	0,5000	100,00	(2)

GASTOS DE ADM., COM. Y FIN. DEL KILOGRAMO DE CEREZA FRESCA EN PESOS			0,90
Gastos de Administración, Comercialización y Financieros	Pesos por KG	%	
Gastos Comerciales(*)	0,6300	70	
Gastos Administrativos	0,2700	30	
TOTAL GASTOS DE ADM., COM Y FIN.	0,9000	100	(3)

(*) incluye los costos de un viaje a Canadá para hacer contacto con los compradores y cerrar el negocio.

Proyecto para la Exportación de Cerezas

COSTO PRE-EXPORTACIÓN DEL KILOGRAMO DE CEREZA FRESCA EN PESOS	3,3500
(1) + (2) + (3)	

Gastos de Exportación	% del FOB
Derecho de Exportación	0,1000
Comisiones Bancarias	0,0250
Honorarios Despachante	0,0100
Otros	0,0120

TOTAL GASTOS DE EXPORTACION	0,1470	(4)
------------------------------------	---------------	------------

Beneficios a la Exportación	% del FOB
Reintegros Extrazona	0,0600

TOTAL BENEFICIOS A LA EXPORTACION	0,0600	(5)
--	---------------	------------

Utilidad	% del FOB
Utilidad	0,2000

TOTAL DE UTILIDAD	0,2000	(6)
--------------------------	---------------	------------

Acrecentamiento	
Ac= 53,8461 %	0,5385

$$FCA / FOB = \frac{C.T}{1+R+(R.Ac)-CE-(CE.R)-(CE.R.Ac)-Gs-U-(U.Ac)}$$

$$FCA / FOB = \frac{3,35}{0,63761}$$

FCA / FOB =	5,253995	(POR KG)
--------------------	-----------------	-----------------

FCA / FOB =	105.079,91	(POR 20.000 KGS)
--------------------	-------------------	-------------------------

INGRESOS	
Precio FOB	105.079,907781
Reintegro	6.304,794467

Proyecto para la Exportación de Cerezas

TOTAL INGRESOS	111.384,702247
----------------	----------------

EGRESOS

Costo Total Pre Expo	67.000,000000
Gastos Exportación	15.446,746444

SUBTOTAL EGRESOS	82.446,746444
------------------	---------------

Impuesto Ganancias	7.921,606468
--------------------	--------------

UTILIDAD TOTAL	21.015,981556
----------------	---------------

UTILIDAD POR KG	1,050799
-----------------	----------

TOTAL EGRESOS	111.384,334468
---------------	----------------

Calculo Derecho Exportación

Precio FOB/FCA	105.079,907781
9,09% del FOB/FCA	9.551,763617
Base Imponible	95.528,144163

Derecho 10%	9.552,814416
-------------	--------------

COTIZACION DOLAR	FOB USD POR KG	CIF
3	1,751332	3,401332
3,5	1,501142	3,151142
4,5	1,167555	2,817555

CIF USD POR KG ESTIMADO

FLETE	1,50000
SEGURO	0,15000

➤ **Bibliografía Consultada.**

- Como Exportar e Importar, Aldo Fratolocchi, Editorial Errepar, Marzo 2002.
- Estudio de Mercado sobre frutas frescas y secas, Embajada Argentina, Diciembre 2000.
- Plan Estratégico de exportación hacia Canadá, Embajada Argentina, Julio 2001.
- Canada Customs and Revenue Agency, www.cra-adrc.gc.ca.
- Ministerio de Relaciones Exteriores y Comercio Internacional, www.dfait-maeci.gc.ca/trade.
- Statistic Canadá, www.statcan.ca.
- Perfil de Mercado Canadá, Corporación Colombiana Internacional, Junio de 1999.
- Proyección de la producción de cerezas de Chile y análisis de mercado, DEOFRUT, Agosto 2001.
- Today's Market Prices, Daily Fruit & Vegetables Wholesale Market Prices Service, www.todaymarket.com.
- Mercado Central de Buenos Aires, www.mercadocentral.com.ar.
- Carga Aérea. Profesor Oscar Sciarretta.
- Condiciones de Acceso al mercado de Canadá: Productos frescos. Secretaría de Comercio exterior de Costa Rica, Junio 2001.
- International Risk & Payment Review, www.dnbcountryrisk.com.
- Fresh Fruit and vegetables: Canadian Market Report, www.tfoc.ca.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, www.indec.gov.ar.
- Canadian Food Inspection Agency, www.inspection.gc.ca.
- AFIP, Administración Federal de Ingresos Públicos, www.afip.gov.ar.
- INTA, www.inta.gov.ar.

- Secretaría de la pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional, Ministerio de la Producción, www.arexport.com.ar.
- Ministerio de Economía, www.mecon.gov.ar.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca, www.sagpya.mecon.gov.ar.

➤ **Anexo.**

A continuación se adjunta toda la información que aporta elementos que le dan sustento al trabajo.

- ✓ Proyección de la producción e cerezas de Chile y análisis de mercado.
- ✓ Estadística de la AFIP coincidente con nuestra posición arancelaria.
- ✓ Productos Fresco: condiciones de acceso al mercado canadiense.
- ✓ Today's Market Prices, precios FOB's y detalle de embalajes.
- ✓ Perfil de Mercado, Corporación Colombiana Internacional.
- ✓ Estudio de mercado sobre frutas frescas y secas.
- ✓ Plan estratégico de exportación hacia Canadá.

- ✓ Proyección de la producción de cerezas de Chile y análisis de mercado.

PROYECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE CEREZAS DE CHILE Y ANALISIS DE MERCADO

La búsqueda de alternativas rentables para producir coloca a las cerezas en un lugar privilegiado. En este estudio se revisarán los aspectos productivos y comerciales que avalan tal impresión, pero también las amenazas que enfrenta esta especie.

Los aspectos que se detallan a continuación son los siguientes:

1. Análisis y proyección de la producción
 - 1.1 Evolución de la superficie con cerezos en Chile
 - 1.2 Evolución de las exportaciones y proyección
 - 1.3 Análisis de la estructura de variedades

2. Análisis de mercado

1. Análisis y proyección de la producción

1.1 Evolución de la superficie con cerezos en Chile.

Lo primero importante de señalar, es que *circulan diversas estadísticas de superficie que hacen difícil el cálculo real del total.* Esto debido a que los catastros frutícolas son actualizados cada 4 o más años y los recuentos del total incluyen estimaciones de cada autor. Para efectos de este estudio, la evolución de la superficie fue calculada en base a los catastros de Ciren-Corfo en aquellos años en que se contaba con estadística para una determinada región y estimando los años intermedios, para luego sumarlos en cada año hasta 1998, que corresponde al último año de catastro. Posteriormente se sugiere que se estarían colocando del orden de lass 200 ha anuales (ver tabla).

Año	Superficie (ha)
1990	2.970
1991	2.980
1992	3.050
1993	3.110
1994	3.200
1995	3.265
1996	3.315
1997	4.027
1998	4.200
1999	4.400
2000	4.600

Fuente: Ciren-Corfo



En el gráfico siguiente se han cruzado las curvas de exportación en miles de cajas y la superficie. La observación sugiere un incremento en la producción que se debería manifestar entre los años 2000 y 2005 debido al salto en la superficie ocurrido entre 1996 y 1997 y posteriores. El salto significó alrededor de 700 ha nuevas y entre 1996 y el 2000 corresponden a 1.300 ha que estarían en su etapa de producción creciente en los años que vienen.

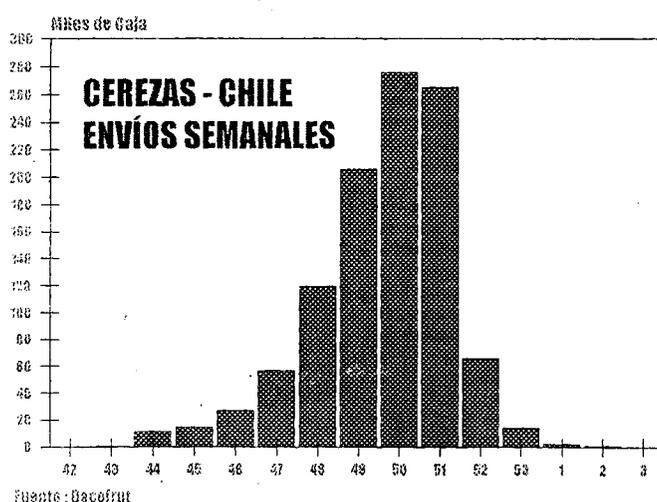
1.2 Evolución de las exportaciones y proyección

La proyección sugiere un fuerte incremento entre el año 2000 y siguiente, producto de las plantaciones nuevas, se espera doblar la producción actual de 1.000.000 de cajas en los próximos seis años. Sin embargo, la producción del año 1998 presentaba un potencial mayor de lo que realmente fue, estimado en 1,4 millones de cjas, como también el año 1997, por lo tanto el incremento real de acuerdo a las plantaciones, es del orden del 60% solamente.

Las variaciones experimentadas por este frutal no obstante, sugieren dos conclusiones. En primer lugar la dificultad de realizar estimaciones con alto grado de ajuste debido a la sensibilidad de la producción a las condiciones climáticas, y en segundo lugar, sugiere incorporar este factor en los cálculos de rentabilidad de las nuevas inversiones, las que deberían tener bajas de hasta 50% en un año, considerando ciclos de 4 años.

Temporada	Exportaciones en cajas
1989/90	721.381
1990/91	808.786
1991/92	695.438
1992/93	983.380
1993/94	974.494
1994/95	939.989
1995/96	1.075.621
1996/97	1.280.507
1997/98	543.839
1998/99	1.045.560
1999/00	1.472.000
2000/01	1.545.600
2001/02	1.700.160
2002/03	1.870.176
2003/04	1.963.685
2004/05	2.061.869

Sector amarillo: Estimación



Un alcance en cuanto a la proyección es que no se han considerado diferencias de producción de acuerdo a la variedad, probablemente con la incorporación de nuevas variedades se deba hacer más adelante. Actualmente, la mayoría de ellas se concentra en un período de cosecha muy estrecho, semanas 48 y 51 (Ver gráfico) y no se aprecian grandes diferencias en la producción, incluso el etiquetado que se hace en su mayor parte como Bing da cuenta de este hecho.

1.3 Análisis de la estructura de variedades

En el siguiente cuadro se detallan las variedades plantadas en las tres principales zonas productoras, RM, VI, y VII, las que actualmente suman 2.917 ha. Las restantes

1.283 ha están dispersas en otras regiones, especialmente importante es la VIII que puede llegar a convertirse en un importante núcleo productor.

Nº DE ARBOLES POR EDAD Y SUPERFICIE FRUTAL EN LAS TRES PRINCIPALES REGIONES PRODUCTORAS DE CEREZAS (RM,VI Y VII)

Variedad	NUMERO DE ARBOLES SEGÚN RANGO DE EDADES				Total	Superficie Frutal (ha)
	Formación	Producción Creciente	Plena Producción	Producción Decreciente		
13-S-522	633	-	-	-	633	1
BIGARREAU NAPOL. C. DE PA.	119.664	82.318	64.996	11.426	278.404	631
BIGARREAU NAPOLEON	1.337	5.475	2.458	489	10.759	36
BING	147.871	174.661	36.222	5.558	364.312	752
BLACK NAPOLEON	4.496	9.743	3.694	928	18.861	42
BLACK REPUBLICAN	2.620	2.985	1.369	-	6.974	17
BLACK TARTARIAN	30.863	8.463	3.348	90	42.764	71
BROOKS	284	-	-	-	284	0
CAMELIA	50	1.455	100	-	1.605	3
CORAZON DE PALOMA BLANCA	3.187	607	281	-	4.075	6
D'ANNONAY	10.026	37.120	18.244	4.602	69.992	204
EARLY BURLAT	67.386	62.786	7.033	15	137.220	271
FINGER	-	-	50	-	50	0
FLAMINGO	1.200	-	-	-	1.200	2
GARNET	200	-	-	-	200	0
GUINDON	2.604	38	270	-	2.912	5
HEDELFINGEN	4.857	1.440	-	-	6.297	5
IMPERIAL	505	3.400	2.242	626	6.773	17
J. H. RIO	-	260	-	-	260	1
KORDIA	1.333	-	-	-	1.333	2
LAMBERT	30.447	45.048	10.726	1.501	87.722	195
LAMBERT COMPACT	-	1.801	50	-	50	0
LAPINS	13.814	-	-	-	13.814	17
MAGALEY	500	-	-	-	500	1
MERICIER	7.169	202	-	-	7.391	15
NEGRA TEMPRANERA	-	80	-	-	80	1
NEW START	2.898	-	-	-	2.898	3
PRIAME GIANT	3.812	-	-	-	3.812	4
PRIMA	-	435	-	-	435	1
RAINIER	4.604	2.877	424	-	7.905	17
RAMON OLIVA	836	3.325	2.387	150	6.998	11
REINA WISA	4.782	-	-	-	4.782	5
REINETA	379	-	-	-	379	0
ROSADA CRISTAL	-	15	-	-	15	0
ROYAL ANN	1.090	-	3.653	-	6.544	17
RUBY	4.200	-	-	-	4.200	5
S. HART	883	-	-	-	883	1
SAM	3.041	10.028	-	-	13.069	29
SIN INFORMACIÓN	52.658	1.444	404	20	54.526	124
SONATA	1.984	-	-	-	1.984	2
STELLA	23.563	10.302	445	-	34.310	61
SUMMIT	5.630	-	-	-	5.630	6
SUNBURST	693	-	-	-	693	1
SUPERIOR	2.604	-	-	-	2.604	3
VAN	54.832	103.715	7.888	239	166.674	318
VIÑA	-	625	556	-	1.181	3
VISTA	-	957	414	-	1.371	7
VS 872	1.034	-	-	-	1.034	1
VS 873	89	-	-	-	89	0
WINDSOR	-	-	400	-	400	2
TOTALES	620.678	671.606	167.664	26.644	1.386.871	2.917

A continuación se resum la distribución de variedades por región:

REGIÓN METROPOLITANA

Variedad	NUMERO DE ARBOLES SEGÚN RANGO DE EDADES					Superficie Frutal (ha)
	Formación	Producción Creciente	Plena Producción	Producción Decreciente	Total	
13-S-522	633	-	-	-	633	0,65
BIGARREAU NAPOLEON	101	792	619	377	1.889	7,62
BING	14.569	21.922	7.229	-	43.720	94,04
BLACK NAPOLEON	-	200	-	-	200	0,15
BLACK TARTARIAN	121	760	240	-	1.121	3,80
BROOKS	284	-	-	-	284	0,29
CORAZÓN DE PALOMA BLANCA	1.218	75	281	-	1.574	3,07
D'ANNONAY	-	1.240	1.550	-	2.790	7,43
EARLY BURLAT	8.300	16.553	1.766	-	26.619	55,71
FINGER	-	-	50	-	50	0,32
GUINDON	2.604	38	270	-	2.912	4,60
KORDIA	1.333	-	-	-	1.323	2,00
LAMBERT	-	1.015	1.180	-	2.195	5,47
LAPINS	8.667	-	-	-	8.667	9,66
NEW START	2.898	-	-	-	2.898	3,30
PRIAME GIANT	3.812	-	-	-	3.812	4,14
RAINIER	-	1.171	336	-	1.507	3,87
RAMON OLIVA	-	400	332	-	732	1,26
S. HART	883	-	-	-	883	1,03
SIN INFORMACIÓN	4.768	338	393	20	5.519	8,55
SONATA	1.984	-	-	-	1.984	2,03
STELLA	6.155	3.148	253	-	9.556	15,45
SUMMIT	5.630	-	-	-	5.630	6,23
SUNBURST	693	-	-	-	693	0,92
SUPERIOR	2.604	-	-	-	2.604	3,00
VAN	2.433	18.725	3.184	-	24.342	51,98
VIÑA	-	625	556	-	1.181	3,06
VISTA	-	-	414	-	414	2,03
VS 872	1.034	-	-	-	1.034	1,16
VS 873	89	-	-	-	89	0,10
TOTALES	79.843	67.002	18.653	397	156.855	302,92

DECOFRUT

VI REGIÓN

Variedad	NUMERO DE ARBOLES SEGÚN RANGO DE EDADES					Superficie Frutal (ha)
	Formación	Producción Creciente	Plena Producción	Producción Decreciente	Total	
BIGARREUX NAPOLEON	1.236	4.683	1.839	112	8.870	28,09
BING	54.790	80.134	8.444	656	144.024	301,36
BLACK NAPOLEON	637	2.961	1.375	-	4.973	9,32
BLACK TARTARIAN	28.757	2.776	433	90	32.056	39,07
CAMELIA	50	1.455	100	-	1.605	3,27
CORAZÓN DE PALOMA BLANCA	1.302	532	-	-	1.834	2,80
D'ANNONAY	1.000	15.165	917	862	17.944	54,25
EARLY BURLAT	14.331	25.018	1.740	-	41.089	87,41
FLAMINGO	1.200	-	-	-	1.200	1,50
GARNET	200	-	-	-	200	0,25
HEDELFINGEN	-	1.346	-	-	1.346	2,22
IMPERIAL	-	544	-	612	1.156	3,98
J. H. RIO	-	260	-	-	260	0,82
LAMBERT	10.028	20.912	767	862	32.569	69,86
LAPINS	4.337	-	-	-	4.337	6,11
MERICIER	-	165	-	-	165	0,41
NEGRA TEMPRANERA	-	80	-	-	80	0,51
PRIMA	-	435	-	-	435	1,34
RAINIER	2.081	607	-	-	2.688	7,40
RAMON OLIVA	400	648	1.329	-	2.377	4,71
REINA WISA	3.995	-	-	-	3.995	4,00
ROSADA CRISTAL	-	15	-	-	15	0,07
RUBY	4.200	-	-	-	4.200	5,25
SAM	875	9.808	-	-	10.683	25,00
SIN INFORMACIÓN	1.362	70	-	-	1.432	3,72
STELLA	5.450	5.772	-	-	11.222	20,44
VAN	16.838	45.193	1.754	130	63.915	127,60
VISTA	-	957	-	-	957	4,76
TOTALES	164.669	219.636	18.698	3.324	397.227	817,62

VII REGIÓN

Variedad	NUMERO DE ARBOLES SEGÚN RANGO DE EDADES					Superficie Frutal (ha)
	Formación	Producción Creciente	Plena Producción	Producción Decreciente	Total	
BIGARREUX NAPOL. C. DE PA.	119.664	82.318	64.996	11.426	278.404	630,55
BING	78.512	72.605	20.549	4.902	176.568	356,76
BLACK NAPOLEON	3.859	6.582	2.319	928	13.688	32,55
BLACK REPUBLICAN	2.620	2.985	1.369	-	6.974	17,13
BLACK TARTARIAN	1.985	4.927	2.675	-	9.587	27,79
CORAZON DE PALOMA BLANCA	667	-	-	-	667	0,60
D'ANNONAY	9.026	20.715	15.777	3.740	49.258	142,43
EARLY BURLAT	44.755	21.215	3.527	15	69.512	127,49
HEDELFINGEN	4.857	94	-	-	4.951	3,22
IMPERIAL	505	2.856	2.242	14	5.617	12,94
LAMBERT	20.419	23.121	8.779	639	52.958	120,12
LAMBERT COMPACT	-	1.801	50	-	50	0,15
LAPINS	810	-	-	-	810	1,18
MAGALEY	500	-	-	-	500	0,63
MERICIER	7.189	37	-	-	7.226	14,64
RAINIER	2.523	1.099	88	-	3.710	5,40
RAMON OLIVA	436	2.277	726	150	3.889	5,20
REINA WISA	787	-	-	-	787	1,04
REINETA	379	-	-	-	379	0,46
ROYAL ANN	1.090	-	3.653	-	6.544	17,36
SAM	2.166	220	-	-	2.386	3,76
SIN INFORMACIÓN	46.528	1.036	11	-	47.575	111,61
STELLA	11.958	1.382	192	-	13.532	25,16
VAN	35.561	39.797	2.950	109	78.417	138,09
WINDSOR	-	-	400	-	400	1,96
TOTALES	396.796	286.067	130.303	21.923	834.389	1.798,22

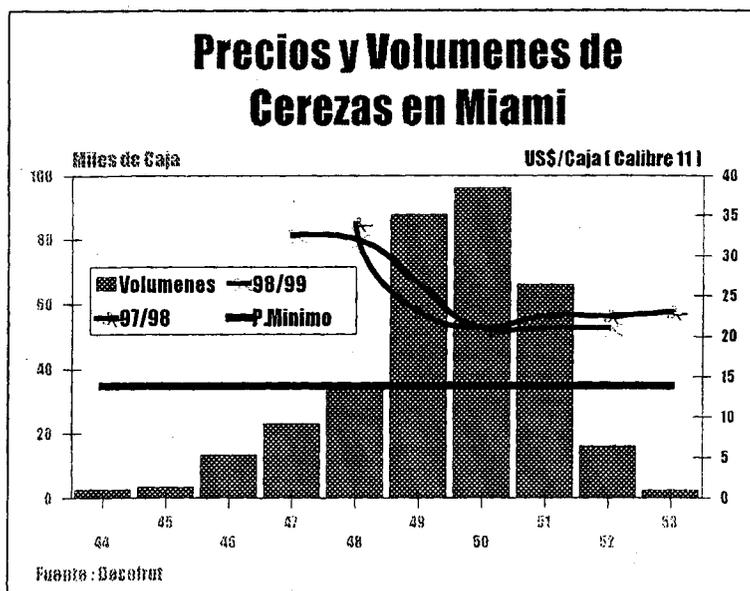
2. Análisis de mercado

El análisis de mercado se centrará en la determinación de las utilidades que hoy da el negocio a través del cálculo de la diferencia entre el precio de equilibrio de mercado, es decir aquel precio que paga todos los costos involucrados en el proceso de producción y exportación y el precio real que se observa en el mercado. Para el cálculo se tomaron los precios para embarques aéreos y marítimos a EE.UU. y en la determinación del precio de equilibrio se utilizaron parámetros de costos observados en la temporada 1998 como se aprecia en la siguiente tabla. Se adjunta el programa de costos para aplicar a la realidad de la próxima temporada o para ajustar los parámetros particulares de producción en cualquier análisis de un predio. Cabe destacar que el costo de producción por caja se fue de US\$2,5.

CHERRIES	USA	
	BY AIR	BY VESSEL
MINIMUM PRICE	14,38	7,96
COMMISSION	1,44	0,80
UNLOADING AND HANDLING	0,27	0,27
COLDSTORAGE	0,15	0,15
DUTIES	0,13	0,13
OTHERS	0,15	0,15
TOTAL COST IN USA	2,14	1,50
FREIGHT	6,50	1,30
INSURANCE	0,15	0,06
REBATE		-0,50
FOB	5,60	5,60
EXPORTER COMMISSION	0,45	0,45
PACKAGING MATERIAL	1,80	1,80
SERVICES	0,85	0,85
ORIGIN COSTS	3,10	3,10
RETURN BY CASE	2,50	2,50
PRODUCTION COST	2,50	2,50
UTILIDAD	0,00	0,00

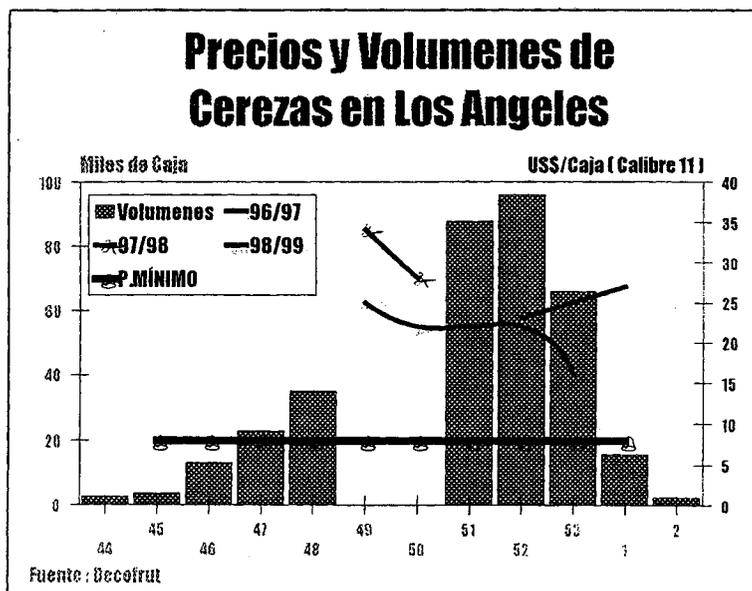
2.1 Precios

En los gráficos además se detallan otros cuatro elementos; el Volumen Total colocado en cada mercado en 1999; el Volumen Semanal durante 1999 a modo de referencia para conocer las dinámicas de arribo; el Precio Mínimo en línea negra y el período de alto riesgo en donde el Precio de Mercado está muy próximo o bajo el Precio Mercado.



En el caso de las cerezas, fue analizado el mercado de EE.UU. porque los registros de precios son más sistemáticos que en otros mercados, donde se observa una importante diferencia entre el precio mínimo exigido a la especie y el precio de mercado.

El gráfico de los envíos a Miami, incluye los volúmenes aéreos a este destino y el precio mínimo para la exportación aérea. El gráfico de las exportaciones a Los Angeles incluye el análisis para exportación vía marítima.



Los precios mínimos calculados para cerezas, son de US\$14,38 por caja de 5 Kg para envía aérea y US\$7,96 para vía marítima. Las diferencias promedio registradas son de más de 5 dólares en ambos casos y he aquí el atractivo de esta especie para

nuevas plantaciones. No obstante el resultado del negocio está fuertemente ligado al nivel de producción que se obtenga cada año, más que a los precios de mercado como ocurre en otras especies. Las cerezas son una especie muy vulnerable a factores climáticos y por ello la elección de variedades de la nueva generación que tiendan a disminuir en parte los riesgos de partidura por ejemplo, a asegurar la cuaja con variedades autofértiles o a inducir producción más temprana tenderán a hacer más rentable el cultivo.

Finalmente y el factor más importante a considerar de los cerezos como una especie altamente atractiva para nuevas inversiones, es la escasa amenaza de competencia. De los países que compiten con Chile en otros tipos de frutas está Sudáfrica que no tiene disponibilidad climática para producir cerezas, Nueva Zelandia exporta actualmente en torno al 10% del volumen de Chile y las expectativas están limitadas por clima, las zonas aptas para la producción de cerezos son reducidas. Finalmente está, Australia y Argentina que presentan mejor potencial, aunque Argentina tiene un inconveniente similar a Nueva Zelandia, debido a la alta ocurrencia de granizo en las zonas de mejor clima para cerezos. Australia es el único que tiene grandes extensiones que pueden ser habilitadas con cerezos y de hecho tiene actualmente una producción importante, pero dos aspectos que favorecen a Chile, es que Australia tiene un gran mercado interno que consume casi el 100% de la producción, y el bajo volumen de exportación se envía a los países asiático por la cercanía. Este último hecho también favorece a Chile que se encuentra más cerca de los dos grandes mercados naturales para Chile como son EE.UU. y Europa donde se coloca la producción sin competencia.

De acuerdo a los precios observados en los gráficos anteriores, en toda la época de producción el cultivo se aprecia rentable, más aún si se considera que la tendencia de los precios en el mediano plazo es a mantenerse, por ello cualquier variedad ya probada dentro de la oferta chilena podría ser alternativa, sin embargo, las nuevas variedades disponibles en el mercado actualmente que tienden a disminuir los riesgos de los efectos de clima se detallan en el siguiente anexo.

ANEXO**Descripción de variedades y fotos****Van**

Características: Fruta de tamaño medio, muy firme y bien coloreada. Baja resistencia a lluvias y regular resistencia de post cosecha. Arbol semi abierto de vigor medio.

Fecha de cosecha: Tercera semana de Noviembre

Polinizantes: Bing, Early Burlat y Summit.

Vivero: Viverosur.

Summit

Características: Gran calibre y forma de corazón. Es interesante para despacho por avión en noviembre. Alta resistencia a lluvias y regular post cosecha. Arbol grande y abierto, de gran vigor.

Fecha de cosecha: tercera semana de Noviembre

Polinizante: Bing, Van, Sunburst.

Vivero: Viverosur

Sunburst

Características: Fruta de tamaño grande. Alta resistencia a la partidura por lluvia pero problemas de presión en la post cosecha. Arbol vigoroso, mediano y abierto. Se autopoliniza

Fecha de cosecha: Cuarta semana de Noviembre

Vivero: Viverosur

Sylvia

Características: Fruta de tamaño grande. Muy interesante para plantaciones densas, precoz, alta producción con buena calidad. Alta resistencia a la partidura por lluvia y buena resistencia de post cosecha. Arbol semi spur, semi cerrado.

Fecha de cosecha: Cuarta semana de octubre, primera de noviembre

Polinizante: Sunburst

Vivero: Viverosur

Early Burlat:

Características: Fruta grande, moderadamente firme y de buen color. Buen polinizante para Bing. Baja resistencia a lluvia y post cosecha. Alto vigor, semi abierto.

Epoca de cosecha: Madura aproximadamente 2 semanas antes que Bing. Primera semana de Noviembre.

Patrones: Mazzard, Mahaleb, EMLA-Colt, Gisella

Polinizantes: Van, Stella y Bing

Vivero: Viverosur

Lapins

Características: Fruta de tamaño mediano a grande. Muy alta resistencia a la partidura por lluvia y buena resistencia en la post cosecha. Alta producción y precocidad, fruta en racimos de buen calibre. En atmósfera modificada dura bien de 4 a 6 semanas. Arbol erecto y semi spur de vigor mediano. Se autopoliniza

Fecha de cosecha: Primera semana de Diciembre

Vivero: Viverosur



Celeste

Características: Fruta de tamaño grande. Resistencia a la partidura por lluvia va desde alta a regular, buena a regular resistencia de post cosecha. Arbol de vigor medio, semi spur. Se autopoliniza

Fecha de cosecha: Mediados de noviembre

Vivero: Viverosur

Newstar

Características: Fruta de gran calibre, alta producción. Baja resistencia a lluvia y regular a baja resistencia en post cosecha. Arbol abierto, spur. Se autopoliniza.

Fecha de cosecha: Tercer a cuarta semana de noviembre

Vivero: Viverosur

Brooks

Características: Fruta grande, firme y bien coloreada. Productivo. Baja resistencia a lluvias y buena resistencia de post cosecha. Arbol abierto y de vigor medio.

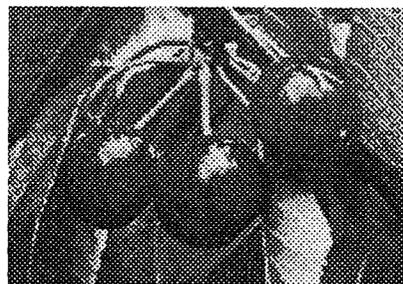
Epoca de Cosecha; Madura 1 semana después que Early Burlat y una antes que Bing. Tercera semana de noviembre

Polinizantes: Ruby Granet, Rainier, Early Burlat, King, Tulare, Bing

Requerimiento de Frío: 400 horas

Patrones: Mazzard, Mahaleb, EMLA-Colt, Gisella

Vivero: Viverosur



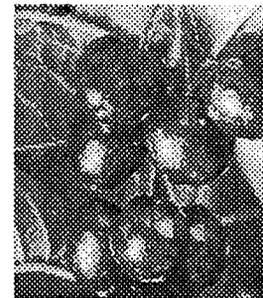
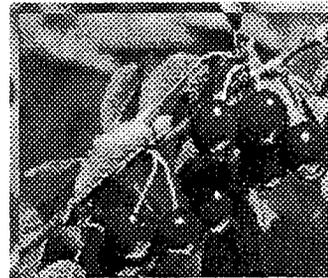
Rainier:

Características: Fruta muy grande, firme y de carne blanca. Resistente a partiduras, spurs y mellizos.
Epoca de cosecha: Madura muy poco antes que Bing.
Polinizante: Royal Ann
Patrones: Mazzard, Mahaleb, EMLA-Colt, Gisella
Vivero: Viverosur



Bing

Características: Produce fruta grande, firme y bien resistencia a lluvia y buena a post cosecha. Poco
Epoca de Cosecha: Ultima semana de noviembre
Patrones: Mazzard, Mahaleb, EMLA-Colt, Gisella
Polinizante: Van, Early Burlat y Stella
Vivero: Requinoa y Viverosur



Cristalina

Características: Fruta de color rojo oscuro, extremadamente atractiva. Tamaño moderadamente grande, pulpa moderadamente firme y casi tan oscura como la piel y moderadamente dulce. Arbol productivo y de ramas abiertas. Resistente a partiduras
Fecha de cosecha: Primera semana de diciembre
Vivero: Viverosur

Late Maria

Características: Fruta de tamaño mediano a grande. Buena resistencia de post cosecha. Forma de corazón y color rojo intenso. Necesita polinizantes como Black Tartarean, Early Burlat y Van
Fecha de cosecha: Primera, segunda semana de Diciembre
Vivero: Viverosur



Sweet Heart

Características: Fruta de tamaño mediano a grande. Alta resistencia a la partidura por y buena resistencia en la post cosecha. Interesante por ser la variedad más tardía de buena calidad y alta

DECOFRUT

productividad, produce hasta con 200 HF. En atmósfera controlada dura bien de 4 a 6 semanas.

Arbol vigoroso, y semi erecto. Se autopoliniza

Fecha de cosecha: Segunda ,tercera semana de diciembre

Vivero: Viverosur

- ✓ Estadística de la AFIP coincidente con nuestra posición arancelaria.

#	Aduana	Via	Fecha Oficialización	Item	Unid.Comer.	Peso Neto (en kg.)	País de Destino	Unidad Estadística	Cantidad Estadística	Monto FOB U\$S	Precio Unitario	Cantidad	Divisa FOB	FOB KG USD
690	EZEIZA	AVION	12/01/99	2	UNIDAD	100	CANADA	KILOGRAMO	100	500	10	50	DOL	5,0000
689	EZEIZA	AVION	15/12/99	2	UNIDAD	0	CANADA	KILOGRAMO	0	0	0	0	DOL	100
73	EZEIZA	AVION	12/01/00	1	UNIDAD	765	CANADA	KILOGRAMO	765	4896	16	306	DOL	6,4000
101	EZEIZA	AVION	12/04/00	1	UNIDAD	1200	CANADA	KILOGRAMO	1200	5280	11	480	DOL	4,4000
114	EZEIZA	AVION	12/05/00	1	UNIDAD	1200	CANADA	KILOGRAMO	1200	3120	6,5	480	DOL	2,6000
117	EZEIZA	AVION	12/05/00	1	UNIDAD	19200	CANADA	KILOGRAMO	19200	76800	8	9600	DOL	4,0000
126	EZEIZA	AVION	12/06/00	1	UNIDAD	2500	CANADA	KILOGRAMO	2500	8974,13	27,7476	500	18	3,5897
81	EZEIZA	AVION	12/07/00	1	UNIDAD	3840	CANADA	KILOGRAMO	3840	17612,55	11,4865	1536	DOL	4,5866
149	EZEIZA	AVION	12/09/00	1	UNIDAD	2500	CANADA	KILOGRAMO	2500	6500	6,5	1000	DOL	2,6000
697	EZEIZA	AVION	01/10/00	1	UNIDAD	6400	CANADA	KILOGRAMO	6400	29440	23	1280	DOL	4,6000
699	EZEIZA	AVION	01/11/00	1	UNIDAD	612	CANADA	KILOGRAMO	612	2815,2	9,2	306	DOL	4,6000
173	EZEIZA	AVION	12/12/00	1	UNIDAD	2226	CANADA	KILOGRAMO	2226	9210	0	1074	DOL	4,1375
175	EZEIZA	AVION	12/12/00	1	UNIDAD	2400	CANADA	KILOGRAMO	2400	9600	10	960	DOL	4,0000
185	EZEIZA	AVION	13/12/00	1	UNIDAD	1836	CANADA	KILOGRAMO	1836	9180	5	1836	DOL	5,0000
195	EZEIZA	AVION	13/12/00	1	UNIDAD	2226	CANADA	KILOGRAMO	2226	7215	7,8339	921	DOL	3,2412
201	EZEIZA	AVION	14/12/00	1	UNIDAD	25000	CANADA	KILOGRAMO	25000	80000	8	10000	DOL	3,2000
16	EZEIZA	AVION	20/11/00	1	UNIDAD	640	CANADA	KILOGRAMO	640	2285,21	8,9266	256	DOL	3,5706
17	EZEIZA	AVION	20/11/00	1	UNIDAD	1260	CANADA	KILOGRAMO	1260	4569,7	8,9252	512	DOL	3,6267
230	EZEIZA	AVION	20/12/00	1	UNIDAD	3050	CANADA	KILOGRAMO	3050	12200	10	1220	DOL	4,0000
231	EZEIZA	AVION	20/12/00	1	UNIDAD	3050	CANADA	KILOGRAMO	3050	12200	10	1220	DOL	4,0000
259	EZEIZA	AVION	21/11/00	1	UNIDAD	1920	CANADA	KILOGRAMO	1920	8832	11,5	768	DOL	4,6000
21	EZEIZA	AVION	22/11/00	1	UNIDAD	1280	CANADA	KILOGRAMO	1280	4569,7	8,9252	512	DOL	3,5701
260	EZEIZA	AVION	22/11/00	1	UNIDAD	1200	CANADA	KILOGRAMO	1200	4800	10	480	DOL	4,0000
264	EZEIZA	AVION	22/11/00	1	UNIDAD	1280	CANADA	KILOGRAMO	1280	5632	11	512	DOL	4,4000
240	EZEIZA	AVION	22/12/00	1	UNIDAD	2400	CANADA	KILOGRAMO	2400	9600	10	960	DOL	4,0000
241	EZEIZA	AVION	22/12/00	1	UNIDAD	2400	CANADA	KILOGRAMO	2400	9600	10	960	DOL	4,0000
199	EZEIZA	AVION	26/12/00	1	UNIDAD	1920	CANADA	KILOGRAMO	1920	7680	10	768	DOL	4,0000
200	EZEIZA	AVION	26/12/00	1	UNIDAD	1920	CANADA	KILOGRAMO	1920	7680	10	768	DOL	4,0000
205	EZEIZA	AVION	26/12/00	1	UNIDAD	3600	CANADA	KILOGRAMO	3600	14400	10	1440	DOL	4,0000
45	EZEIZA	AVION	27/12/00	1	UNIDAD	1560	CANADA	KILOGRAMO	1560	4056	6,5	624	DOL	2,6000
32	EZEIZA	AVION	30/11/00	1	UNIDAD	1000	CANADA	KILOGRAMO	1000	2600	6,5	400	DOL	100385
434	EZEIZA	AVION	12/01/01	1	UNIDAD	595	CANADA	KILOGRAMO	595	2261	9,5	238	DOL	3,8000
110	EZEIZA	AVION	01/03/01	1	UNIDAD	1920	CANADA	KILOGRAMO	1920	8706,25	11,3363	768	DOL	4,5345
60	EZEIZA	AVION	01/05/01	1	UNIDAD	2400	CANADA	KILOGRAMO	2400	12000	12,5	960	DOL	5,0000
38	EZEIZA	AVION	02/07/01	1	UNIDAD	10140	CANADA	KILOGRAMO	10140	32448	8	4056	DOL	3,2000
118	EZEIZA	AVION	03/07/01	1	UNIDAD	5412	CANADA	KILOGRAMO	5412	20256	8	2532	DOL	3,7428
506	EZEIZA	AVION	12/10/01	1	UNIDAD	960	CANADA	KILOGRAMO	960	3456	9	384	DOL	3,6000
70	EZEIZA	AVION	01/11/01	1	UNIDAD	5580	CANADA	KILOGRAMO	5580	25668	23	1116	DOL	4,6000
512	EZEIZA	AVION	12/11/01	1	UNIDAD	960	CANADA	KILOGRAMO	960	2438,5	6,3503	384	DOL	2,5401
518	EZEIZA	AVION	12/12/01	1	UNIDAD	2910	CANADA	KILOGRAMO	2910	11640	20	582	DOL	4,0000
59	EZEIZA	AVION	13/01/01	1	UNIDAD	1866	CANADA	KILOGRAMO	1866	6264	9,5342	657	DOL	3,3569
93	EZEIZA	AVION	14/03/01	2	UNIDAD	8525	CANADA	KILOGRAMO	8525	27280	8	3410	DOL	3,2000
56	EZEIZA	AVION	16/01/01	1	UNIDAD	600	CANADA	KILOGRAMO	600	2160	18	120	DOL	3,6000
67	EZEIZA	AVION	23/01/01	1	UNIDAD	1200	CANADA	KILOGRAMO	1200	3120	6,5	480	DOL	2,6000
368	EZEIZA	AVION	23/11/01	1	UNIDAD	414	CANADA	KILOGRAMO	414	1656	8	207	DOL	4,0000
380	EZEIZA	AVION	24/11/01	1	UNIDAD	595	CANADA	KILOGRAMO	595	1546,2	6,4966	238	DOL	2,5987
590	EZEIZA	AVION	26/12/01	1	UNIDAD	40000	CANADA	KILOGRAMO	40000	184000	23	8000	DOL	84077
457	EZEIZA	AVION	15/02/02	1	UNIDAD	17645	CANADA	KILOGRAMO	17645	81167	23	3529	DOL	4,6000
594	EZEIZA	AVION	17/01/02	4	UNIDAD	1440	CANADA	KILOGRAMO	1440	6624	23	288	DOL	19085

MINISTERIO DE LA ECONOMIA Y FINANZAS
 PROTECTOR GENERAL DR. ALFREDO L. PALACIOS

- ✓ Productos Frescos: condiciones de acceso al mercado canadiense.

TABLA DE CONTENIDO

TEMA I: DEFINICIÓN DEL SECTOR

¿Cuál es la definición del sector agrícola que se utiliza?	3
--	---

TEMA II: LOGÍSTICA

¿Cuáles son las características generales de los medios de transporte en Canadá?.....	4
¿Cuáles son los principales puertos de carga en Canadá?.....	6
¿Cuáles son algunas compañías que ofrecen el servicio de transporte a Canadá?.....	7
¿Cuáles son los principales instrumentos de pago que puede utilizar en operaciones de comercio internacional a Canadá?.....	8
¿Cuáles son los principales medios para asegurar su mercancía?	9
¿Cuáles son los principales Canales de Distribución y Transporte de acuerdo al tipo de productos y a la región?	10

TEMA III: ARANCELES

¿Cuáles son los beneficios que otorga Canadá a los productos agrícolas costarricenses?	13
¿Cuál es el arancel actual y cuáles son los beneficios arancelarios negociados para los productos agrícolas costarricenses si se aprobará el tratado de libre comercio con Canadá?	14
¿Cuáles son los principales impuestos internos en Canadá?.....	16
¿Cómo Interpretar el Arancel de Canadá?	17
¿Cuáles son los productos agrícolas excluidos del tratado de libre comercio?	19
¿Cuáles productos agrícolas están sujetos a cuotas y/o contingentes?.....	20
¿Cuáles son las reglas y normas de origen que se deben cumplir los productos agrícolas para tener acceso a los beneficios del tratado de libre comercio?.....	21
¿Qué trámites o documentos se deben presentar para demostrar el origen de un producto agrícola de acuerdo al tratado de libre comercio?	22
¿Cuál es el proceso y qué productos agrícolas requieren de permisos de exportación en Costa Rica?.....	23

TEMA IV: BARRERAS NO ARANCELARIAS

¿Cuáles productos agrícolas requieren de permiso de importación en Canadá?	25
¿Cuáles son los requisitos que deben cumplir las etiquetas de los productos frescos?	27
¿Cuáles otros procedimientos deben cumplir los productos que ingresen a Canadá?..	29

ANEXOS

INTRODUCCIÓN

"Condiciones de Acceso al Mercado de Canadá: Productos Frescos" es un documento de carácter sectorial que tiene como propósito proveer a los exportadores de información que apoye su proceso de exportación al mercado canadiense.

Este documento forma parte de una serie de investigaciones, realizadas para apoyar a las empresas costarricenses con interés de exportar y fue elaborada para los siguientes sectores: productos frescos, agroindustria, plástico, muebles, metalmecánica, confección textil, cuero y calzado, pesca, artesanías y plantas, flores y follaje.

Cada estudio constituye una recopilación de información de distintas fuentes en temas; de logística de exportación, trámites y procedimientos, aranceles y barreras no arancelarias y el objetivo es ofrecer a la empresa un instrumento de información y análisis que le sirva como punto de partida para conocer las condiciones de acceso necesarias para ingresar al mercado canadiense.

TEMA I: DEFINICIÓN DEL SECTOR

¿Cuál es la definición del sector agrícola que se utiliza?

El sector bajo análisis se define a partir de los capítulos 07 y 08 del Sistema Armonizado de 1996¹. Estos capítulos tienen como títulos los siguientes: hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios; y frutos comestibles, cortezas de agrios o de melones, respectivamente.

Estos capítulos incluyen, principalmente, los productos frescos, y algunos productos con un grado mínimo de procesamiento que permite alargar la vida del producto sin realizar una transformación del mismo, por ejemplo el congelado o el parafinado de algunos productos como la yuca, o el secado del producto, como el caso de las frutas tales como la piña o el banano.

Al tratarse en la mayoría de los casos de alimentos perecederos, los productos ubicados en los capítulos 07 y 08 comparten la característica de frescura, lo cual es importante destacar ya que requieren: a) condiciones de transporte especiales (en la mayor parte de los casos refrigerado), b) permisos sanitarios, exigidos en los países importadores para asegurarse de que el producto no sea acompañado de plagas y c) inspecciones, que hacen que los productos clasificados en estos capítulos sean diferentes al resto de alimentos procesados y productos agrícolas (floricultura, granos, por ejemplo) y hace necesario su tratamiento por separado para profundizar en los temas a tratar.

Dentro del capítulo 07 se encuentran clasificadas todas hortalizas y legumbres como las cebollas, coles, lechugas, zanahorias, pepinos y papas por mencionar las hortalizas más comunes, además se incluyen las raíces y tubérculos como la yuca, el ñame, la malanga, entre otras.

El capítulo 08 es el de frutas, ahí se incluyen productos como el banano, piña, melón, sandía, moras, cítricos, por citar algunos.

¹ Es importante señalar que a seis dígitos o menos, el Sistema Armonizado de 1996 utilizado a nivel mundial, es equivalente al Sistema Arancelario Centroamericano utilizado en Costa Rica. Después de seis dígitos existen diferencias que son importantes identificar para efectos de asignar el arancel.

TEMA II: LOGÍSTICA

¿Cuáles son las características generales de los medios de transporte en Canadá?

Entre los países del G-7, Canadá ocupa el primer lugar en el ranking de infraestructura de transporte según el Reporte de Competitividad Global del World Economic Forum.

Los sistemas viales, aéreos y de ferrocarril de Canadá están bien integrados con los sistemas de Estados Unidos, proveyendo un acceso eficiente a consumidores y distribuidores entre estos dos países.

Dos empresas ofrecen el servicio de ferrocarril en escala nacional, incluyendo servicios intermodales.

Canadá tiene más de 500.000 millas de carreteras públicas. La autopista Trans-Canada de 4.500 millas es la principal ruta este - oeste que conecta las 10 provincias. El sistema vial incluye un gran número de conexiones con Estados Unidos, 18 de las cuales son importantes puertas comerciales.

A continuación un detalle de los principales medios de transportes:

Marítimo:

Canadá es una nación marítima con acceso a tres océanos, el Pacífico, el Atlántico, el Ártico. Vancouver ubicado en el océano Pacífico (zona oeste de Canadá) es el puerto más grande de Canadá y la principal terminal de carga de bienes con destino a la región Asia - Pacífico. En la parte este de Canadá, las embarcaciones se dividen en varios puertos, incluyendo Montreal, Halifax, Saint John y la ciudad de Quebec.

El sistema de transbordadores de la BC Ferries es uno de los más intensivos del mundo, interconectando casi todos los puertos aislados de la costa canadiense del Pacífico. Cuenta con variadas rutas y naves que hacen que el viaje sea bastante económico. Tiene más de 100 puntos de salida con destinos por toda la costa. La ruta principal une Vancouver con Victoria.

Existen además muelles en Toronto, Hamilton, Montreal, Quebec y en las llamadas 'Islas Marinas'.

Aéreo:

El sistema de transporte aéreo está altamente desarrollado e incluye 10 aeropuertos internacionales y cerca de 300 aeropuertos pequeños. Los principales aeropuertos de entrada se encuentran en Gander, Halifax, Montreal, Toronto, Winnipeg, Edmonton, Calgary y Vancouver.

Además de las principales líneas aéreas canadienses (Air Canada y Canadian Airlines), que conectan con una alta frecuencia de vuelos todas las ciudades importantes del país, existen a nivel regional una serie de pequeñas compañías. Más de cincuenta líneas aéreas comunican los aeropuertos internacionales de Montreal, Quebec y Ottawa. Montreal dispone de dos aeropuertos internacionales, Dorval y Mirabel. El

primero de ellos sirve principalmente los enlaces con Norteamérica, mientras que el de Mirabel se ocupa de los enlaces internacionales.

El aeropuerto de la capital, Ottawa International, se encuentra a 20 minutos del centro. A él llegan vuelos procedentes de todo Canadá, Estados Unidos y Europa. También cuenta con un aeropuerto internacional la ciudad de Toronto, el Pearson International.

Ferrovionario:

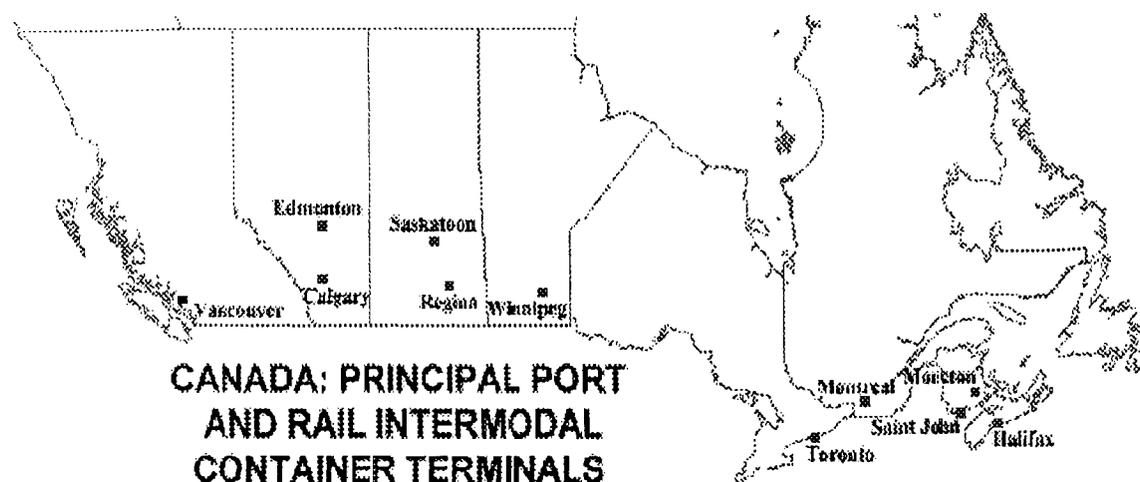
Via Rail garantiza el servicio ferroviario entre el Este y el Oeste. La compañía norteamericana Amtrak, desde Nueva York y Washington garantiza el destino a todas las ciudades de Canadá. Estas dos compañías llegan a la Estación Central de Montreal, que tiene conexiones con el metro y la terminal de autobuses Voyageur.

FUENTES

Perfil de Canadá 2001. Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica. Edificio Centro de Comercio Exterior. Ave. 3ª, Calle 40. San José, Costa Rica. Teléfono 256-7111. Fax 233-5755. Correo Electrónico: info@procomer.com. Internet: www.procomer.com. Documento que recopila los aspectos relacionados con el mercado canadiense.

<http://www.amadeus.net/home/>. Presenta guías de destino para diferentes países, con datos sobre su economía, su cultura, medios de distribución y transporte, principales indicadores por país, ambiente, actividades, eventos, entre otros.

¿Cuáles son los principales puertos de carga en Canadá?



Puerto	Ubicación	Muelles para contenedores	Carga General	Transp. Pasajeros	Agua potable	Gasolineras	Otros
Vancouver	Océano Pacífico	X	X	X	X		X
Saint John	Océano Atlántico	X	X	X	X		X
Montreal	Océano Atlántico	X	X	X	X	X	
Ciudad de Quebec	Océano Atlántico		X	X	X		
Halifax	Océano Atlántico	X	X	X	X		X
Hamilton	Océano Atlántico	X	X	X	X		X
Thunder Bay	Océano Atlántico	X	X	X	X		X
Sydney	Océano Atlántico	X	X	X	X	X	X

FUENTES

Fairplay Portguide, Lombard House, 3 Princess Way Redhill, Surrey, RH1 1UP, Reino Unido. Tel.: (44) 1737 379000. Fax.: (44) 1737 379001. Correo electrónico: info@rfairplay.com. Internet: <http://www.portguide.com>

¿Cuáles son algunas compañías que ofrecen el servicio de transporte a Canadá?

El objetivo de esta sección es apoyar a la empresa con interés de exportar a Canadá en la selección de las empresas transportistas. Por esta razón se presentan los nombres de las empresas que ofrecen los servicios de transporte de Costa Rica hacia Canadá con sus respectivos números de teléfono, y frecuencia de viaje, para que la empresa pueda contactarlas y elegir la que mejor se ajuste a sus necesidades.

Transporte aéreo

Empresa	Teléfono	Frecuencia	Destinos
Fine Air	443-0949	Bisemanal	n.d.
Delta Airlines	443-4648	Diario	Toronto Montreal
United Airlines	443-4745	Diario	Toronto Vancouver
Aeromexpress	442-8785	Diario	Toronto Vancouver Montreal
Airtransat	n.d.	Semanal	Toronto Montreal
DHL	2903020	Diario	Todo Canadá

Transporte marítimo

Empresa	Teléfono	Frecuencia	Puerto de llegada
Crowley	255-0808	Semanal	Montreal Toronto
Marinsa	286-2774	Semanal	Vancouver
Maersk	296-1127	Semanal	n.d.
Multimar	257-1233	Quincenal	Vancouver
Intramar	231-5151	n.d.	Montreal Toronto
Intertrans	234-8048	Semanal	n.d.

FUENTES

Perfil de Canadá 2001. Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica. Edificio Centro de Comercio Exterior. Ave. 3ª, Calle 40. San José, Costa Rica. Teléfono 256-7111. Fax 233-5755. Correo Electrónico: info@procomer.com. Internet: www.procomer.com. Documento que recopila los aspectos relacionados con el mercado canadiense.

Servicios de Transporte al Exportador de Costa Rica. 2001. Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica. Edificio Centro de Comercio Exterior. Ave. 3ª, Calle 40. San José, Costa Rica. Teléfono 256-7111. Fax 233-5755. Correo Electrónico: info@procomer.com. Internet: www.procomer.com. Presenta información específica por empresas transportistas según medio transporte.

¿Cuáles son los principales instrumentos de pago que puede utilizar en operaciones de comercio internacional a Canadá?

En Canadá el Pago por Adelantado, el intercambio de Cuentas Abiertas, o el Crédito Documentario se han caracterizado como los medios más comunes. No obstante, cada empresa deberá conocer el nivel de riesgo con el que opera y qué tipo de medio debe aplicar para mitigar el proceso.

Según el indicador de riesgo país D&B, desarrollado por la empresa Dun & Bradstreet y actualizado mediante una publicación mensual, Canadá presenta un nivel de riesgo DB1c, el cual indica el más bajo nivel de riesgo, pero con un grado de incertidumbre "c" (que data entre el "a" hasta el "d") asociado con los ingresos esperados y el pago exitoso de las exportaciones. Dada la coyuntura de las economías internacionales, Canadá no ha quedado excluida de las disminuciones en el riesgo país, lo que Dun & Bradstreet muestra que hasta tanto no exista una recuperación sólida de la economía estadounidense y canadiense el indicador tenderá a la baja en sus niveles que datan entre a y d.

Adicionalmente, esta empresa sugiere que asociado a este nivel de riesgo el término pago mínimo a utilizar es Cuenta Abierta. Sin embargo se recomienda el uso de giro a la vista para el desarrollo exitoso de la negociación entre las partes.

Además, Dun and Bradstreet recomienda brindar de 30 a 60 días en los términos utilizados.

Es importante recalcar que aún cuando las empresas podrán negociar sus propios términos de venta. Aunque por lo general el término utilizado es neto a 30 días después de la fecha de factura.

FUENTES

International Risk & Payment Review. Marzo 2002. Dun & Bradstreet. Holmers Farm Way, High Wycombe, Bucks HP12 4BR, United Kingdom. Tel: 01494 422700. Fax: 01494 422929. Correo Electrónico: economic.analysis@dnb.com. Internet: <http://www.dnbcountryrisk.com>. *Presenta una síntesis por país de la condición de riesgo político, económico, comercial y externo. Adicionalmente, evalúa los indicadores y tendencias actualizadas de cada país.*

¿Cuáles son los principales medios para asegurar su mercancía?

En el caso de Costa Rica, el Instituto Nacional de Seguros, INS, única entidad proveedora del servicio de aseguramiento de exportaciones, ofrece las siguientes alternativas de aseguramiento para operaciones de comercio exterior:

Exportación	
Cobertura	<ul style="list-style-type: none"> Desde que la mercadería deja el almacén hasta que es entregada en el destino designado en la póliza. Riesgos normales: robo, saqueo, derrames, quebraduras, hundimiento, incendio, encalladura y averías totales. Incendio, vuelco, colisión, desastres naturales. Para productos perecederos se protegen contra fallas mecánicas de sistemas de refrigeración.
Modalidades	<ul style="list-style-type: none"> Póliza cerrada: para empresas con poco movimiento de carga. Un contrato por cada embarque, se emite con la prestación de la factura comercial. Póliza abierta: para todos los embarques durante un año. Requiere la presentación de un reporte mensual de todos los embarques efectuados.
Costo	Depende del riesgo del transporte y el monto a asegurar.
Importación	
Cobertura	<ul style="list-style-type: none"> Puerta - puerta, desde que la mercadería sale del almacén o bodega en el extranjero, hasta que es recibida por el importador. Desde que la mercadería ingresa al país tiene cobertura por 60 días. Depende de los productos que se transportan. Daños físicos: abolladuras, roturas, quebraduras, derrames, oxidación, contaminación, humedad. Riesgos de trasiego: robo, saqueo, falta de entrega, omisiones, negligencia, guerra, huelgas, motines, conmociones civiles, actos terroristas.
Monto asegurado	Valor CIF y los impuestos de nacionalización de los productos.
Costo	Depende del riesgo del transporte y el monto a asegurar.

Además de los seguros de las mercaderías, el INS dispone de un seguro de crédito de exportación, que pretende ofrecer al exportador un mecanismo para asegurarse de que el pago de las exportaciones será recibido.

FUENTES

Instituto Nacional de Seguros. Sede: Calle 9 y 9B, Avenida 7, San José Costa Rica. TELEINS 800-835-3467. Tel.: (506) 287-6006 / 287-6048 / 287-6047. Fax: (506) 255-4461 / 257-1448. Correo electrónico: metropoli@racsa.co.cr. Internet: <http://www.ins.go.cr>. Entidad aseguradora de carácter estatal. Ofrece seguros agrícolas, de automóviles, incendio, robo, personales, solidarios, carga, embarcación, aviación, crédito a la exportación, etc.

¿Cuáles son los principales canales de distribución y transporte de acuerdo al tipo de productos y a la región?

En términos generales, los canales de comercialización para venderle a las compañías canadienses son relativamente cortos. En un gran número de industrias, las empresas están concentradas geográficamente, por lo que en muchos casos los compradores potenciales de un producto industrial están ubicados en 2 o 3 ciudades. Por su parte, el mercado de productos de consumo está ampliamente disperso y el uso de intermediarios es una práctica común. Usualmente, la cobertura completa del mercado requiere de representantes en varias regiones de Canadá.

Los canales de distribución en Canadá varían de acuerdo al producto y a la región. Por ejemplo, equipo industrial grande es usualmente comprado directamente mientras que equipo más pequeño y materias primas frecuentemente son importadas por mayoristas, distribuidores exclusivos o por subsidiarias de compra de los productores. Los productos de consumo son comprados por mayoristas, tiendas de departamentos, órdenes de compra por correo, cadenas de tiendas, cooperativas y por grandes detallistas.

Desde una perspectiva regional, Canadá puede ser dividida geográficamente en 5 mercados distintos:

- **Canadá Central:** es la principal región económica y alberga las dos provincias más pobladas de Canadá, Ontario y Quebec. Estas dos provincias concentran el 57% de la población total de Canadá. Es el corazón industrial y comercial de Canadá concentrando la mayor parte de importadores prósperos. Genera un 73% del valor de la producción manufacturera de Canadá. En la provincia de Ontario destacan las industrias de partes y accesorios para automóvil, acero, químicos industriales, aeroespacio, procesamiento de alimentos y software. Además, Ontario produce gran variedad de frutas, vegetales, granos, semillas oleaginosas, pollo y productos lácteos. También registra el 30% de la producción minera de Canadá y el 20% de la producción forestal. La provincia de Quebec es de habla francesa, su principal ciudad es Montreal, convertido en uno de los principales centros de alta tecnología en Norteamérica. A la hora de mercaderar productos a esta provincia es importante tener presente los requerimientos de etiquetado.
- **Las Praderas:** compuesta por las provincias de Alberta, Saskatchewan y Manitoba. Es una región de rápido crecimiento debido, en buena medida, al descubrimiento de minerales, especialmente de petróleo, en Alberta. Esta región genera un 10% del valor de la producción manufacturera del país. Representa 4/5 de la tierra dedicada a la agricultura en Canadá y 2/3 de la producción minera.
- **Columbia Británica:** esta provincia concentra el 12% de la población del país. Es el principal centro de actividad comercial del oeste del país y alberga la ciudad de Vancouver, la tercera en número de habitantes. Vancouver se caracteriza por ser el principal destino de inmigrantes originarios del este de Asia. Columbia Británica genera el 8% del valor de la producción manufacturera en Canadá.
- **Provincias del Atlántico:** alberga las provincias de Nueva Brunswick, Nueva Escocia y la Isla del Príncipe Eduardo y Terranova. Concentra el 8% de la población de Canadá y es la más rural y menos diversificada de Canadá siendo la pesca y la agricultura las principales actividades. Recientemente, ha incursionado en proyectos energéticos, y en tecnología de información. La mayoría de productos ingresan a esta región a través de centros de distribución en Ontario y Quebec o

desde Estados Unidos (Maine) a través de New Brunswick. Esta región es importadora neta de productos terminados.

- **Los Territorios:** la región norte de Canadá, que ocupa un tercio del área total del país pero solo registra 100.000 habitantes, está compuesta por Yukon, Northwest Territories y Nunavut. Las principales actividades son la industria del diamante, el turismo e industrias de soporte relacionadas.

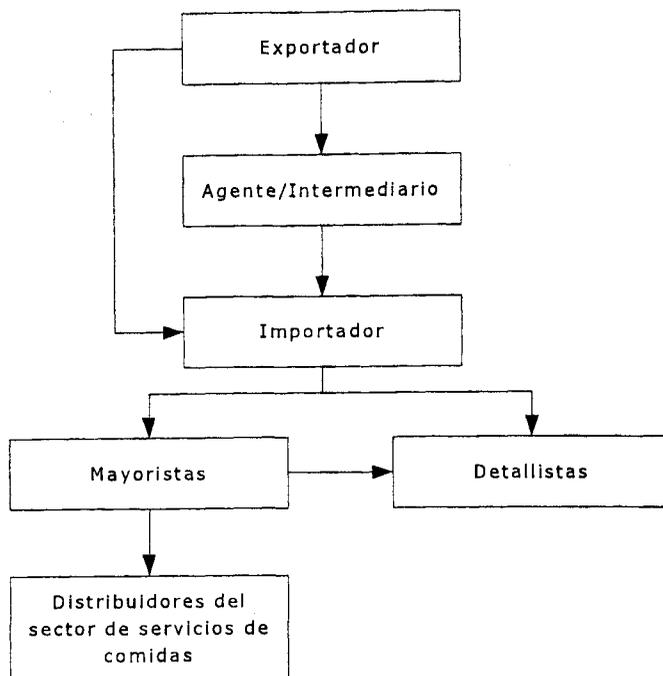
Para el caso de los productos agrícolas, los mercados principales para su comercio son las áreas metropolitanas de Toronto, Montreal y Vancouver. Y es común la distribución de los productos al resto del país a partir de estas tres ciudades.

En términos generales, la distribución de productos agrícolas dentro del mercado canadiense sigue la siguiente cadena: del proveedor al agente o intermediario, de este al importador, luego al mayorista y a las tiendas detallistas.

Los agentes o intermediarios se encargan de la importación de los productos en representación de un importador y en algunos casos actúan como vendedores independientes. Al inicio de la cadena de distribución se encuentran también los importadores quienes se encargan de hacer llegar los productos a los mayoristas y a las tiendas detallistas.

Los mayoristas evitan realizar las compras de productos agrícolas directamente con los proveedores, y en su mayoría prefieren utilizar a un importador. Los mayoristas distribuyen a las cadenas detallistas, principalmente supermercados, punto de compra que los consumidores canadienses prefieren para realizar sus compras de productos agrícolas, a tiendas de abarrotes o tiendas especializadas, que han experimentado un fuerte crecimiento en las ventas de productos agrícolas en los últimos años, y a los distribuidores del sector de servicios de comidas para instituciones, hoteles y restaurantes.

Canadá: Canales de distribución de productos agrícolas



FUENTES

Alimentos Frescos, Guía de Exportación Sectorial. Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT). Segunda Edición, México, 2000. Domicilio: Camino a Santa Teresa #1679, Col. Jardines del Pedregal, C.P. 01900 México, D.F. Internet: <http://www.bancomext.com.mx>. *Guía para productores y exportadores de alimentos frescos sobre cómo exportar a cada mercado internacional sus productos cumpliendo con toda la variedad de requisitos.*

Cómo hacer negocios en Montreal. Primavera 2000. Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT). Tel: (5) 227-9000. Fax: (5) 227-9223. <http://www.bancomext.com.mx>. *Guía Básica para la pequeña y mediana empresa exportadora.*

Fresh Fruit and Vegetables: Canadian Market Report. Canada, 1999. Trade Facilitation Office Canada. Domicilio: Suite 300, 56 Sparks St., Ottawa Ontario, Canada K1P 5A9. Teléfono: (613) 233-3925. Fax: (613) 233-7860. E-mail: tfoc@tfoc.ca Internet: <http://www.tfoc.ca>. *Repaso del mercado de frutas y vegetales frescos en Canadá, en el que se incluyen además las prácticas comerciales, las regulaciones de importación y algunos consejos prácticos para exportadores, entre otros.*

¿Cuáles son los principales impuestos internos en Canadá?

Los bienes importados para fines comerciales a Canadá son tasados bajo el Impuesto sobre Productos y Servicios, por sus siglas en inglés (GST) o por la parte federal del Impuesto de Ventas Armonizado (HST), impuesto compuesto por una parte federal y una provincial (Nova Scotia, Nuevo Brunswick y Newfoundland) en un 7%, exceptuando aquellos bienes que no son tasables.

Los bienes importados sin fines de comercialización tasables que ingresarán a cualquiera de las provincias participantes por un residente están sujetos al HST en 15%, exceptuando los vehículos automotores.

Provincia/Territorio	Provincial	Federal	Impuesto - Total
Alberta	0%	7%	7%
Columbia Británica	7%	7%	14%
Manitoba	7%	7%	14%
Nuevo Brunswick	*	*	15%
Newfoundland	*	*	15%
Northwest Territ.	0%	7%	7%
Nova Scotia	*	*	15%
Nunavut	0%	7%	7%
Ontario	8%	7%	15%
Isla del Principe Eduardo	10%	7%	17%
Québec	7.5%	7%	14.5%
Saskatchewan	7%	7%	14%
Yukon	0%	7%	7%

Los bienes importados sin fines de comercialización o que no son para reventa serán tasados por el GST en un 7% para el resto de Canadá, y para las provincias participantes por el HST en un 15%.

FUENTES

Import Guide - Taxation. Canada Customs and Revenue Agency. Teléfono (1-204) 983-3500 o (1-506) 636-5064. Internet: www.ccr-a-drc.ca. Guía sobre los impuestos que deben pagar los productos importados en Canadá, se puede encontrar en: <http://www.ccr-a-drc.gc.ca/E/pub/gp/rc4027eg/rc4027eg-08.html>

¿Cómo interpretar el arancel de Canadá?

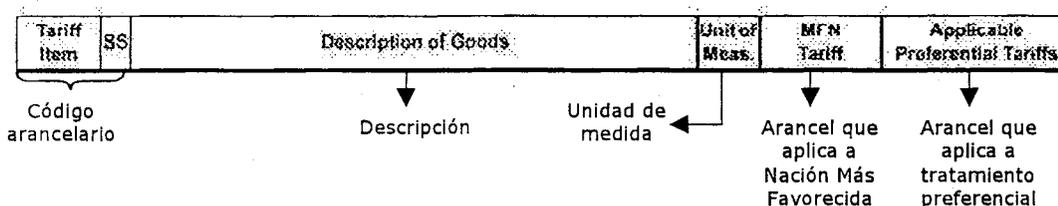
En Canadá se aplica una tarifa general del 35% a todos los productos que ingresen de países sin ningún trato preferencial. Sin embargo, existen diferentes programas para diferentes países o grupos de países que otorgan un tratamiento arancelario preferencial que permite el ingreso de los productos a Canadá pagando una tarifa que puede variar entre el 3% y 7.3%. Estos programas se listan a continuación:

- Nación Más Favorecida MFN
- Sistema Generalizado de Preferencias GPT
- Países Menos Desarrollados LDCT
- Tarifa para los países del Caribe Commonwealth CCCT
- Arancel para Australia AUT
- Arancel para Nueva Zelanda NZT
- Arancel para Estados Unidos UST
- Arancel para México MT
- Arancel para México - Estados Unidos MUST
- Arancel para Chile CT
- Acuerdo Arancelario Canadá - Israel CIAT

Además de los impuestos sobre las importaciones el exportador costarricense debe preveer que en esa nación se aplica un impuesto general de ventas de entre el 15% y el 16%.

A continuación se presenta una descripción de los encabezados del arancel y después un ejemplo para interpretar el arancel. La partida seleccionada corresponde a la 08071100, es decir sandía, la cual presenta libre comercio para los países a los cuales aplique Nación Más Favorecida. No obstante, existente algunos tratamientos preferenciales, como por ejemplo el arancel de Estados Unidos o el de Tarifa para los países del Caribe Commonwealth donde también es cero el arancel.

Descripción del encabezado del arancel de Canadá



Interpretación del arancel de Canadá para la partida 08071100

Tariff Item	SS	Description of Goods	Unit of Meas.	MFN Tariff	Applicable Preferential Tariffs
08.07		Melons(including watermelons) and papaws (papayas), fresh.			
		-Melons (including watermelons)			
0807.11.00 0		- Watermelons	KGM	FREE	UST, CCCT, LDCT, GPT, MT, CT: FREE
0807.19.00		--Other	KGM	FREE	UST, CCCT, LDCT, GPT, MT, CT: FREE
		10-----Cantaloupes and muskmelons.....	KGM		
		20-----Winter melons.....	KGM		
		90-----Other.....	KGM		

Costa Rica tiene un tratamiento arancelario preferencial puesto que forma parte del programa de Nación Más Favorecida y del Sistema Generalizado de Preferencias. Si la tarifa arancelaria difiere entre estos dos esquemas, el arancel que aplica para Costa Rica es el más bajo.

Adicionalmente, se recomienda revisar en este documento los temas relacionados con el Tratado de Libre Comercio Costa - Canadá, con el objetivo de determinar la preferencia arancelaria más acertada entre las posibilidades existentes.

FUENTES

Customs Tariff. Canada Customs and Revenue Agency. Teléfono (1-204) 983-3500 o (1-506) 636-5064. Internet: www.ccr-aadrc.ca. *Arancel vigente en Canadá en:* <http://www.ccr-aadrc.gc.ca/customs/general/publications/tariff2002/table-e.html>.

Guía del Arancel. 2000. Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica. Edificio Centro de Comercio Exterior, Ave. 3ª, Calle 40, San José, Costa Rica. Teléfono 256-7111. Fax 233-5755. Correo Electrónico: info@procomer.com. Internet: www.procomer.com. *Guía práctica para el uso y la interpretación de algunos aranceles de importación, a saber: Chile, Mercosur, Canadá, países Centroamericanos, Europa, entre otros.*

TEMA IV: BARRERAS NO ARANCELARIAS

¿Cuáles productos agrícolas requieren de permiso de importación en Canadá?

En general, los productos agrícolas deben seguir ciertos procedimientos para ingresar a Canadá. A continuación se exponen los trámites y permisos más generales que se aplican a cualquier producto agrícola.

1. El importador canadiense debe estar inscrito ante la Agencia de Inspección de Alimentos de Canadá y/o miembro de la Corporación de Resolución de Conflictos, esto último para acceder al tribunal de arbitraje en caso de que exista una controversia entre las partes.
2. Algunos productos requieren de un grado mínimo (clasificación de acuerdo a la calidad del producto) de acuerdo a las regulaciones de Frutas y Vegetales Frescos. Los productos que requieren de este grado mínimo son los siguientes: manzanas, albaricoque, espárragos verdes, remolacha, arándanos, repollo, melón cantalopus, zanahorias, coliflor, apio, cerezas, maíz dulce, arándanos agrios, pepinos, uvas, lechugas (tipo iceberg), cebollas, pastinaca, melocotones, peras, ciruelas, fresas, tomates, y papas.
3. Es necesario un certificado de inspección indicando los requerimientos canadienses mínimos de importación para calidad, etiquetado y empaque. El certificado emitido por la Agencia de Inspección de Alimentos de Canadá es necesario para las manzanas, cebollas y papas que ingresan a Canadá.
4. Los productos empacados en tamaños destinados al consumidor deben de cumplir con las regulaciones de empaque y embalaje.
5. Un formulario de confirmación de venta por triplicado, completo y firmado debe de ser presentado en el momento de ingreso del producto. La información que se incluye en este formulario es la siguiente: la descripción del producto, detalles de venta, nombre y dirección del vendedor y comprador y evidencia de que el distribuidor compró o tiene un acuerdo de compra del producto. Una copia de dicho formulario se puede obtener en la siguiente página de Internet:
<http://www.inspection.gc.ca/english/for/pdf/c3885e.pdf>
6. Las frutas y vegetales frescos deben cumplir con los requerimientos del regulador de alimentos y medicamentos. La Agencia de Inspección de Alimentos de Canadá brinda información sobre los niveles permitidos de aditivos, etiquetas nutricionales, microbiológicos, de residuos químicos, radiación u otros contaminantes.
7. Algunas frutas y vegetales frescos, incluyendo las raíces provenientes de ciertos países pueden requerir certificados fitosanitarios o permisos de importación.

Para conocer los permisos necesarios que deben cumplir los productos del sector se recomienda visitar la página en Internet de la Agencia de Inspección de Alimentos para verificar los requerimientos específicos de cada producto de acuerdo a su clasificación en el sistema armonizado y tomando en cuenta su uso final así como su origen de los cuales dependen las regulaciones aplicables. La página en Internet es la siguiente:

http://airs-sari.inspection.gc.ca/airs_requirements.asp

En cualquier momento la Agencia de Inspección de Alimentos puede seleccionar aleatoriamente un embarque de cualquier producto para asegurarse que cumple con los requisitos mínimos de grado, etiquetado, de salud, entre otros requisitos.

FUENTES

Canadian Food Inspection Agency (CFIA). 59 Camelot Drive, Ottawa, Canadá, K10Y9. Tel.: (1-613) 225-2342. Fax: (1-613) 228-6601. Correo electrónico: cfiamaster@inspection.gc.ca. Internet: www.inspection.gc.ca. *Agencia del gobierno de Canadá encargada de realizar inspecciones a alimentos y productos del reino vegetal y animal.*

Canadian import, export and interprovincial requirements for fresh fruits and vegetables. Canadian Food Inspection Agency, Food of Plant Origin Division, 59 Camelot Drive, Ottawa, Canadá, K10Y9. Tel.: (1-613) 225-2342. Fax: (1-613) 228-6601. Correo electrónico: cfiamaster@inspection.gc.ca. Internet: www.inspection.gc.ca. *Documento explicativo sobre los pasos que debe seguir una fruta o vegetal fresco importado a Canadá.*

Dirección de Sanidad Vegetal. Protección Fitosanitaria. Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG). Sede 1,5 Km al oeste de Jardines del Recuerdo, 400 norte, Lagunilla, Barreal de Heredia. Tel.: 260-8300. Fax: 260-8294. Correo electrónico: fcalderon@proteconet.go.cr. Internet: www.proteconet.go.cr. Ente gubernamental encargado de la capacitación del manejo integrado de plagas, manejo seguro de plaguicidas y métodos de controladores biológicos, y asistencia técnica en el manejo de viveros.

Import Service Centre. Oficina del Este, horario de 7 a.m. a 11 p.m. (hora local). Tel.: (1-514) 493-0468. Fax: (1-514) 493-4103. *Departamento de CFIA encargado de evacuar consultas sobre los requerimientos de los productos regulados por la agencia, además coordina las revisiones a las importaciones.*

Licensing and Arbitration Section, Dairy Fruit & Vegetable Division, Canadian Food Inspection Agency. 59 Camelot Dr., Nepean, Ontario, Canada, K2a 0Y9. Tel.: (1-613) 225-2342. Fax: (1-613) 228-6698. *Dirección encargada del manejo de las licencias para los importadores.*

¿Cuáles son los requisitos que deben cumplir las etiquetas de los productos agrícolas frescos?

A continuación se presentan algunos aspectos relacionados con el empaque de los productos agrícolas frescos. Se debe señalar que no todos los aspectos se encuentran en la siguiente lista por lo que se recomienda revisar la legislación vigente en Canadá en la Agencia de Inspección de Alimentos, así como también mantener estrecha comunicación con el importador.

Los productos preempacados (listos para vender al consumidor) deben tomar en cuenta los siguientes aspectos en la etiqueta:

1. Nombre común, si el producto no es visible o claramente identificable.
2. Cantidad neta, en número, peso o volumen (unidades métricas y canadienses). Las abreviaciones de las unidades no deben de llevar la letra "s" al final.
3. Nombre completo y dirección de un responsable local, incluyendo el código postal.
4. Nombre del grado para aquellos productos que estén establecidas las categorías en Canadá
5. País de origen del producto importado, el producto debe estar acompañado de la leyenda "Producto de (nombre del país)" u otras frases que indiquen claramente el origen del producto. Esta frase debe de aparecer cerca de la cantidad neta o al grado del producto. Por cerca se entiende un espacio no mayor a dos líneas o dos caracteres de espacio.
6. Otra información obligatoria va a depender de acuerdo al producto en sí.
7. La información de las etiquetas debe ser bilingüe, en inglés y francés.
8. Los caracteres deben de tener una altura mínima la cual depende de las dimensiones de la superficie principal donde se despliega la etiqueta.

Para más detalles sobre etiquetado en Canadá de frutas y vegetales frescos se deben de revisar las siguientes normas y regulaciones: *Food and Drugs Act and Regulations*, *Consumer Packaging and Labelling Act and Regulations*, y *Fresh Fruits and Vegetable Regulations*.

FUENTES

Canadian Food Inspection Agency (CFIA). 59 Camelot Drive, Ottawa, Canadá, K10Y9. Tel.: (1-613) 225-2342. Fax: (1-613) 228-6601. Correo electrónico: cfiamaster@inspection.gc.ca. Internet: www.inspection.gc.ca. *Agencia del gobierno de Canadá encargada de realizar inspecciones a alimentos y productos del reino vegetal y animal.*

Canadian import, export and interprovincial requirements for fresh fruits and vegetables. Canadian Food Inspection Agency, Food of Plant Origin Division, 59 Camelot Drive, Ottawa, Canadá, K10Y9. Tel.: (1-613) 225-2342. Fax: (1-613) 228-6601. Correo electrónico: cfiamaster@inspection.gc.ca. Internet: www.inspection.gc.ca. *Documento explicativo sobre los pasos que debe seguir una fruta o vegetal fresco importado a Canadá.*

Consumer Packaging and Labelling Act. Department of Justice Canada, 284 Wellington Street, Ottawa, Ontario K1A 0H8. Teléfono (613) 957-4222 Fax (613) 954-0811 Correo electrónico: Referirse a: <http://canada.justice.gc.ca/en/contact/Comm5.html>
Internet: <http://canada.justice.gc.ca> *Normas de etiquetado y empaque de los productos de importación controlada hacia Canadá.*

¿Cuáles otros procedimientos deben cumplir los productos que ingresen a Canadá?

Para facilitar las inspecciones que pueden recibir los productos del sector se puede utilizar el sistema de revisión pre-arribo (PARS por sus siglas en inglés). El sistema funciona con el número de control del código de barras que el exportador o el transportista pone en la esquina derecha de la factura comercial para cada embarque.

La copia de los documentos (incluyendo la factura) se le hace llegar por fax al importador. El importador presenta los documentos a la aduana o la agencia de inspección de alimentos (CFIA). Si la documentación está completa el oficial de CFIA recibe la documentación y le da el visto bueno para ser presentada ante la aduana.

Cuando la documentación se presenta ante la aduana, un oficial señala si el embarque va a ser revisado o no. Una vez que el embarque arriba a Canadá, este seguirá el procedimiento señalado por el oficial de aduanas.

FUENTES

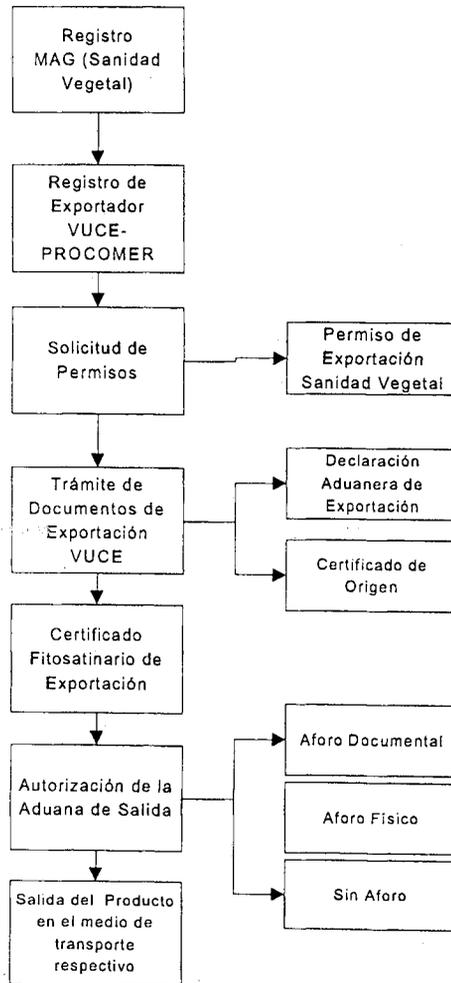
Import Service Centre. Oficina del Este, horario de 7 a.m. a 11 p.m. (hora local). Tel.: (1-514) 493-0468. Fax: (1-514) 493-4103. *Departamento de CFIA encargado de evacuar consultas sobre los requerimientos de los productos regulados por la agencia, además coordina las revisiones a las importaciones.*

Canadian Food Inspection Agency (CFIA). 59 Camelot Drive, Ottawa, Canadá, K10Y9. Tel.: (1-613) 225-2342. Fax: (1-613) 228-6601. Correo electrónico: cfiamaster@inspection.gc.ca. Internet: www.inspection.gc.ca. *Agencia del gobierno de Canadá encargada de realizar inspecciones a alimentos y productos del reino vegetal y animal.*

A N E X O S

Anexo 2: Procedimientos de exportación a Canadá

Flujograma de Exportación de Productos Agrícolas a Canadá



✓ Today 's Market Prices, precios FOB 's y detalle de embalajes.



TERMINAL PRICES
Search Engine - by Product

| [Back](#) | [ABBREVIATIONS PAGE](#) | [REFERENCES PAGE](#) |

Product: **CHERRIES**
Dates: **1-JUL-2002 To 31-OCT-2002**
Prices between dates

Canada Terminal: **ALL**

Prices: **Prices in US\$**

Note: The information about markets provided here is received from **USDA Agricultural Marketing Service AMS**
We make no guarantee as to the correctness, accuracy and timeliness of the data

Example:

References	Pack.	Size/Prices	Size/Prices
Francine	flats 1 layer	9s	10s
Origins: HT=HAITI			
MIAMI	04-JAN-2002	8.50-9.00/HT	8.50-9.00/HT
MIAMI	03-JAN-2002	9.00/HT	9.00/HT
MIAMI	02-JAN-2002	9.00/HT	9.00/HT

Annotations: variety, origins table, terminal, date, packaging, size, prices (green) lowest (red) highest, origin

References							
Varieties/Grade	Pack.	Size/Prices	Size/Prices	Size/Prices	Size/Prices	Size/Prices	Size/Prices
King	18 pound cartons	11 row sz & lgr	...	10 1/2 row sz & lgr	9 1/2 row sz	10 row sz & lgr	12 row sz & lgr
Origins: CA=California VA=Washington							
MONTREAL, QUE	28-AUG-2002	38.48/CA	46.17/WA	49.28/WA
MONTREAL, QUE	23-AUG-2002	38.53/CA	46.24/WA	49.35/WA
MONTREAL, QUE	21-AUG-2002	38.52/CA	46.22/WA	49.34/WA
MONTREAL, QUE	14-AUG-2002	38.39/CA	16.00/WA	49.17/WA
MONTREAL, QUE	07-AUG-2002	34.88/CA	15.85/WA	45.02/WA	41.22-52.31/CA	36.78-44.70/CA	31.39-34.56/CA
TORONTO, ONT	07-AUG-2002	44.39-50.73/WA	...
MONTREAL, QUE	31-JUL-2002	55.74/CA	70.66/WA	79.62/WA	64.69-82.11/CA	42.30/WA	20.40-30.36/WA
TORONTO, ONT	31-JUL-2002	37.90/WA	...
MONTREAL, QUE	24-JUL-2002	35.83/CA	32.63-47.99/WA	45.43/WA	41.59-52.79/CA	35.83/CA	31.68-34.87/CA
TORONTO, ONT	24-JUL-	38.39/WA	...

	2002						
MONTREAL, QUE	17-JUL-2002	23.59/CA	21.49-31.60/WA	21.28-30.46/WA	27.39-33.49/CA	24.44-27.81/CA	20.86/CA
MONTREAL, QUE	10-JUL-2002	38.16/CA	33.55-49.34/WA	37.50-56.91/WA	...	38.16-43.42/CA	17.11/CA
TORONTO, ONT	10-JUL-2002	39.47/WA	...	42.76-46.05/WA	...	42.76-46.05/WA	...
MONTREAL, QUE	03-JUL-2002	36.29/CA	32.85/CA	36.92-41.23/CA	...	25.97-38.17/CA	13.14/CA
TORONTO, ONT	03-JUL-2002	37.54/WA	...	40.67-43.80/WA	...	40.67-43.80/WA	...

References

Varieties/Grade	Pack.	Size/Prices	Size/Prices
Bing Origins: WA=Washington	20 pound	...	10 1/2 row sz &
MONTREAL, QUE	28-AUG-2002	51.30/WA	...
MONTREAL, QUE	23-AUG-2002	51.38/WA	...
MONTREAL, QUE	21-AUG-2002	51.36/WA	...
MONTREAL, QUE	14-AUG-2002	51.18/WA	...
MONTREAL, QUE	07-AUG-2002	32.97/WA	...
TORONTO, ONT	07-AUG-2002	...	41.22-44.39/WA
MONTREAL, QUE	31-JUL-2002	63.70/WA	...
TORONTO, ONT	31-JUL-2002	...	37.90-39.80/WA
MONTREAL, QUE	24-JUL-2002	47.99/WA	...
TORONTO, ONT	24-JUL-2002	...	38.39-39.67/WA

References

Varieties/Grade	Pack.	Size/Prices	Size/Prices
British Columbia Origins: CD=CANADA	18 pound	10 1/2 row sz &	9 row sz
TORONTO, ONT	23-AUG-2002	19.27-48.17/CD	...
TORONTO, ONT	21-AUG-2002	19.26-48.15/CD	...
TORONTO, ONT	14-AUG-2002	54.38-70.38/CD	...
TORONTO, ONT	07-AUG-2002	46.29-47.56/CD	...
TORONTO, ONT	31-JUL-2002	47.38/CD	...
TORONTO, ONT	24-JUL-2002	40.31/CD	47.99-

References

Varieties/Grade	Pack.	Size/Prices
British Columbia Origins: CD=CANADA	20 pound	9 1/2 row sz
TORONTO, ONT	23-AUG-2002	54.59-
TORONTO, ONT	21-AUG-2002	54.57-
TORONTO, ONT	14-AUG-2002	60.78-

TORONTO, ONT	07-AUG-2002	47.56-
TORONTO, ONT	31-JUL-2002	50.54-

References

Varieties/Grade	Pack.	Size/Prices
Ontario Bing Origins: CD=CANADA	20 pound	...
MONTREAL, QUE	28-AUG-2002	51.30/CD
MONTREAL, QUE	23-AUG-2002	51.38/CD
MONTREAL, QUE	21-AUG-2002	51.36/CD
MONTREAL, QUE	14-AUG-2002	51.18/CD

References

Varieties/Grade	Pack.	Size/Prices
Rainier Origins: WA=Washington	15 pound	...
MONTREAL, QUE	28-AUG-2002	53.45/WA
MONTREAL, QUE	23-AUG-2002	53.53/WA
MONTREAL, QUE	21-AUG-2002	53.51/WA
MONTREAL, QUE	14-AUG-2002	42.87-53.33/WA
MONTREAL, QUE	07-AUG-2002	42.48/WA
MONTREAL, QUE	31-JUL-2002	66.68-
MONTREAL, QUE	24-JUL-2002	44.15/WA
MONTREAL, QUE	17-JUL-2002	28.23-
MONTREAL, QUE	10-JUL-2002	45.72-75.86/WA

References

Varieties/Grade	Pack.	Size/Prices	Size/Prices	Size/Prices
Rainier Origins: WA=Washington	18 pound	9 row sz	...	9 1/2 row sz
MONTREAL, QUE	28-AUG-2002	44.89/WA
MONTREAL, QUE	23-AUG-2002	44.95/WA
MONTREAL, QUE	21-AUG-2002	44.94/WA
MONTREAL, QUE	07-AUG-2002	...	43.75/WA	...
TORONTO, ONT	07-AUG-2002	52.63-53.90/WA
MONTREAL, QUE	31-JUL-2002	...	65.19-	63.70/WA
TORONTO, ONT	31-JUL-2002	44.22-
TORONTO, ONT	24-JUL-2002	46.07-46.71/WA

Today's Market Prices

MARKET PRICES SERVICE References

| [Home](#) | [E-mail us](#) |

| [CONTAINERS](#) | [SIZES, SOLD BY...](#) | [NET WEIGHTS](#) | [MARKET TERMS](#) | [DEMAND TERMS](#) | [ABBREVIATIONS](#) |

Containers

Sacks

Flexible, made of plastic or jute. i.bags: small size sack ii.nets: sacks made of open mesh.
Materials: The materials used for sacks and nets may be woven natural fibre (jute, kenaf, sisal, cotton), woven synthetic (polypropylene, polyethylene), knitted natural fabric (cotton), knitted synthetic (polyethylene) or non-woven synthetic (propylene). Sacks and nets Advantages and disadvantages of sacks and nets. The advantages of using sacks and nets are merely financial. The sacks and nets are cheap, have a low weight/volume ratio and, if made of a synthetic material, will not rot. The disadvantages include a low protection against puncturing, compression, vibration and impact injuries such as dropping, difficult stacking, a low rate of vapour transmission and the need of special stitching equipment. In general, nets are only suitable for hard produce such as coconuts and root crops (potatoes, onions).

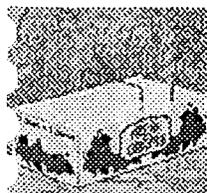


MESH BAG, 8LBS BULK, CITRUS

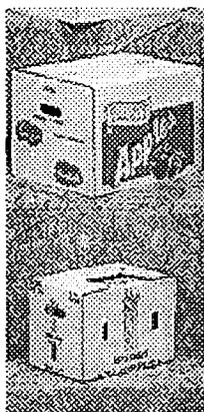
Box or carton

Usually refers to a corrugated fiberboard container. It may be a two-piece telescoping box, or a carton that closes with top flaps.

The contents can be place-packed with liners and layer dividers, or bulk-filled.



FRESH GRAPES
CARTON
w/wire handle



BULK APPLE, SQUARE



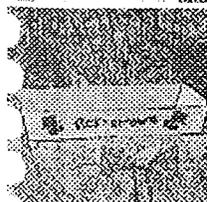
BUNCHED PACK
ASPARAGUS



EGGPLANT CARTON

10# BULK PACK
ASPARAGUS

BULK BLUEBERRY



WAXED PYO TRAY

Fibreboard boxes Fibreboard boxes are frequently used because of their low weight, their range of sizes and shapes and their availability. Materials a. Solid fibreboard boxes (cartons): have a thickness between 1.85 and 3 mm. If treated with wax these boxes are reasonably moisture resistant. The boxes are used for tomato, cucumber and ginger transport. Most of them are printed with attractive colours, a brand name and a label. The information can be stamped on this label after filling the box. b. Corrugated fibreboard boxes: have a thickness varying from 1.2 up to 8 mm. The strength of corrugated fibreboard is determined by the type of fluting material, the type of facing material and its thickness and a single or

double wall. Fluting and facings are kept in place by water resistant glue.

The relatively soft walls have a cushioning effect. The box can have any design, although it is recommended to use sizes fitting on the standard design of pallets. The boxes are delivered flat and assembling boxes can be done locally. The box has a low purchase cost. The material can be printed to give the box a pleasant and recognisable appearance. Also the label can be included in this print. Disadvantages of fibreboard boxes: Moisture and high humidity can seriously weaken the box. Washed produce should be dried before putting it into the box. Empty boxes should be stored in a dry place preferably flat on top of pallets and not for long periods of time. For certain commodities waxed carton boxes are preferred.

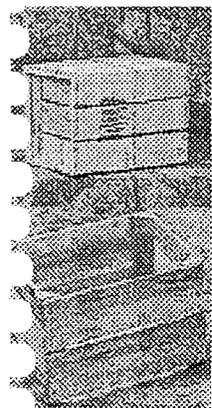
Crate

Usually refers to a wooden, wirebound container. These are usually bulk-filled to a desired weight or, in the case of sweet corn, filled with 5-dozen ears.

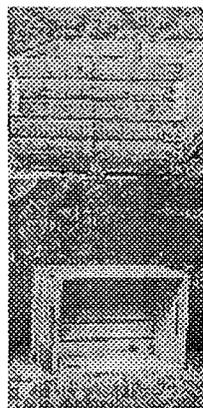
Advantages and disadvantages Commonly used are wirebound crates for citrus/potatoes, wooden trays for tomatoes and wooden field crates. The advantages of wooden crates are: The crates can be manufactured and repaired locally. Wood is relatively resistant to different weather conditions and (sea) water. Wooden crates are often used on more than one journey and have a higher efficiency for larger fruits, e.g. watermelons. Most crates have good ventilation and fast pre-cooling is possible. Disadvantages of wooden crates are: Untreated wood can easily become contaminated with fungi and bacteria. Treatment of wooden crates with paint or other chemicals may cause produce deterioration. The material may be too hard or rough for produce like soft fruits, and therefore liners of a soft material may be needed. Disposal of the crates after use. Manufacturing of wooden crates puts an extra claim on the natural forest resources.

There are several different constructions possible for wooden crates:

- a. Nailed crates: (e.g. apple or pear crate ,field crate). Nailed crates are rigid and strong boxes which serve as multi-trip containers with a long life time. Disadvantages of the rigid nailed crate include the high return freight volume. A partial solution to this problem is to put one crate in two other crates which are placed opposite each other; so three empty crates will take up the space of two stacked crates.
- b. Stitched crates: (tomato). Stitched crates are made of thin (3-4 mm) pieces of wood stitched together. Corner pieces, mostly triangular, provide the necessary strength to stack crates. This type of crate is mainly used for single journeys.
- c. Wirebound crates: (orange crate, grapefruit crate, potato crate). Wirebound crates As a rigid, cheap crate with a good stacking strength it is mainly used for single journeys. Wirebound crates are stitched crates with a wire under the stitches which gives extra strength to the container. The wire also serves as hinge and as a lock for the lid. These crates provide good ventilation and fast pre-cooling is possible.



WIREBOUND CONTAINER FOR SQUASH, ETC.



STANDARD HARDWOOD BULK BIN

BUSHEL FIELD CRATE

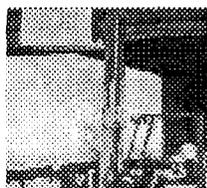
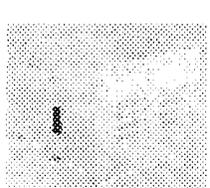
REGULAR PINE CRATE

In general, **plastic crates** are more expensive than wooden crates or carton boxes, but as a result of their longer life span the running costs are relatively low. Of course the possibility of pilferage of the crates should be taken into account when considering purchase of this type of packaging. The hard surfaces have no cushioning effect, but, on the other hand, a hard, smooth surface is easy to clean and gives good protection to the produce. Materials Plastic crates are usually made of high density polyethylene (HDPE) or polypropylene (PP). Polyethylene has a higher impact strength and a low

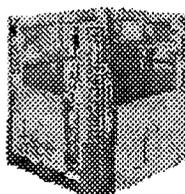
degradation by ultra-violet radiation while polypropylene has a better scratch resistance. Side and bottom slots provide ventilation and cooling 2 and 4-way fork entry ports, Stack-only design provides rigid stacking of loads for safe transport, Rounded corners allow maximum packout, High-strength construction for durability.

Different sizes and shapes are available to suit different customers needs. Colours can be used for marketing purposes. The containers are easy to clean and to disinfect. Plastic crates are strong and weather resistant and, because of their water resistance, the containers can be used in humid areas and during hydro-cooling. Disadvantages of plastic crates: The hard surfaces can damage the produce and it is advised to use liners. The high purchase cost combined with the risk of pilferage could make this type of crate a financial risk.

Design Plastic crates can have a stacking, a stack-nest or a collapsible design, the differences being particularly important when the crate is transported empty, since the volume determines the price to be paid for transport.



Stack-Only Bulk Box



Collapsible Bulk Box

Flat

Usually refers to a container that is placepacked in one or two layers, depending on the crop. Flats are also used to package produce that are packed in half-pint, pint and quart consumer-ready containers.

Lug

Usually refers to a container that is placepacked in two or three layers, depending on the crop. Lugs can also be bulk-filled. They are made of wood, corrugated fiberboard, or a combination of both. Standard dimensions are 16 1/8 x 13 1/4 inches with varying depths.

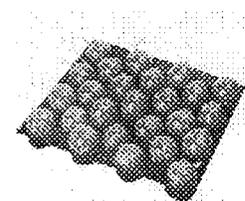
Ventilation slots provide airflow and drainage to accelerate cooling and maintain freshness

Locking pegs limit container movement to prevent product damage during transport

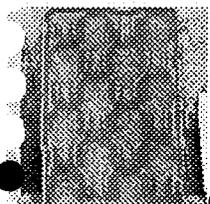
Capable of holding 8, 12, and 16 oz cartons or loose product

Designed for picking and shipping produce

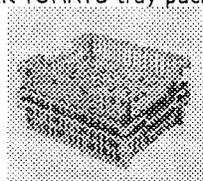
Produce Lugs stack and nest with either a 180° turn or with a 90° turn



1 LAYER TOMATO tray pack



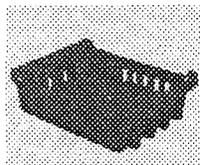
COUNT PULP TRAYS



LUG

Small Fruit/Berry Box

Retain peak product quality for berries and other small fruits. A 180° turn permits a 3:1 nesting ratio when empty and stacking when full. Rigid stacking posts stabilize loaded containers. Bottom holes ensure proper drainage to remove liquids and reduce product damage.



BERRY BOX

Pallet boxes and shipping containers.

Where conditions like the size of the field, the method of harvesting, the level of processing and packaging and the commodity allow better transport and storage, a higher efficiency can be reached by using pallet boxes. Pallet boxes have the standard floor size of a pallet (1200 x 1000 mm) and, depending on the commodity, have standard heights. Advantages of a pallet box system: Less manual handling and thus reduced cost in loading, filling and unloading (e.g. citrus harvest). More efficient use of available storage as compared to smaller crates. Increased speed of mechanical harvest. Disadvantages of a pallet box system: The return volume of most of the pallet boxes is the same as the full load. The system requires higher investments in fork-lift trucks, trailers and handling systems to empty the pallet box. Because of the larger volumes, the produce is more easily injured during filling and unloading and the top layers will have made more movements during transport than when packed in smaller boxes.

Sources:
FAO and MONTE PACKAGE COMPANY

[Home](#) | [E-mail us](#) |

[CONTAINERS](#) | [SIZES, SOLD BY...](#) | [NET WEIGHTS](#) | [MARKET TERMS](#) | [DEMAND TERMS](#) | [ABBREVIATIONS](#) |

Sizes, Sold by...

VEGETABLES			
Commodity	Sold	Pack.	Size, Grades
Asparagus	by weight in standard containers	loose-packed, or bundled vertically in pyramid crates	Small = 5/16 inch to less than 8/16 inch diameter Medium = 8/16 inch to less than 11/16 inch diameter Large = 11/16 inch to less than 14/16 inch diameter Very Large = 14/16 inch and up diameter
Beans, snap	by weight	bulk-packed in bushel hampers and cartons	by diameter No.1 = 12/64 - 14.5/64 inch No.2 = 14.5/64 - 18.5/64 inch No.3 = 18.5/64 - 21/64 inch No.4 = 21/64 - 24/64 inch No.5 = 24/64 - 27/64 inch No.6 and larger = 27/64 inch and larger
Beets, bunched or topped	by weight They are usually sold bunched with 12 beets bundle with tops attached, or loose with tops trimmed short or removed.	packed in the containers given in the next table	Short-trimmed tops cannot be more than 4 inches long; topped beets cannot be more than 1/2 inch in length.
Broccoli	sold in cartons holding 14 and sometimes 18 individual heads, or bunches of stems of uniform size	Cartons weight 20 to 24 pounds.	
Brussels Sprouts		25-pound bulk-pack cartons, or in flats holding 12 10-ounce consumer-ready cups	greater than 1 inch and no more than 2 3/4 inches in diameter
Cabbage	by weight	bulk or 50- pound sacks or cartons	Small=less than 2 pounds, Medium=2 to 5 pounds, and Large=greater than 5 pounds
Carrots, bunched or topped		24 bunches to a crate Topped carrots are packed in consumer-ready 1- or 2-pound poly bags that are packed in 48-pound units	When carrots are bunched with the tops left on, the bunches must weigh more than 1 pound and contain at least 4 carrots

Cauliflower		packed in a flat or 2-layer carton of 9 to 16 trimmed and filmwrapped heads	Number of heads in the carton. The number 9 heads are larger than number 16s.
Corn, sweet		packed with 5-dozen ears in cartons or wirebound crates It is also packed in bags	
Cucumbers	If cucumbers are packed in smaller cartons, they are sold by count packs.	most often packed in 11/9 bushel cartons	Size is based on diameter and length. Small cucumbers have diameters between 1/2 and 2 inches. Large cucumbers have diameters greater than 2 1/4 inches and lengths longer than 6 inches.
Cucumbers, greenhouse		Smaller cartons than field-grown cucumbers They have a carton weight of 12 or 16 pounds, and often are plastic-wrapped (shrinkwrapped) to prevent water loss.	
Eggplant		packed in 20- to 23-pound cartons are packed 18 to 24 per carton	Size is designated by number per container.
Garlic		packed in bulk or in a carton containing consumer-ready packages of 2 bulbs each.	Designations / Diameter in inches #11 Super-Colossal, 2 15/16 and up #10 Colossal, 2 11/16 - 2 15/16 #9 Super-Jumbo, 2 7/16 - 2 11/16 #8 Extra-Jumbo, 2 3/16 - 2 7/16 #7 Jumbo, 1 15/16 - 2 3/16 #6 Giant, 1 13/16 - 1 15/16 #5 Tube, 1 11/16 - 1 11/16 #4 Medium Tube, 1 9/16 - 1 11/16
Greens— include collards, dandelion greens, kale, mustard greens and Swiss chard.		packed either loose or in bunches, 12 to 24 per carton.	
Herbs		They are packed in bulk, or in bunches of 6, 12 or 30 per container	
Lettuce: romaine, big Boston, bibb, leaf		most commonly packed in cartons of 24 heads.	
Melons: casaba, crenshaw, honeydew, muskmelon		Muskmelons are packed in containers that can range from 38- to 41-pound halfcartons to 80- to 85-pound jumbo crates. Honeydews are usually packed in 30- to 40-pound cartons. The other specialty melons are packed in 25- to 35- pound cartons.	Melons of uniform size are packed in various size boxes.
Okra	usually sold by weight.	packed in various size containers which have a standard packed weight.	
Onions	Dry onions are sold by weight	Dry onions are packed in standard weight containers and packed to a uniform size. Green onions are bunched and packed 24 or 48 bunches per container, depending on size.	Dry onions: Size is determined by diameter. Onion bulb size designation /Diameter in inches Small, 1 to 2 1/4 Repackers or Prepackers 1 3/4 to 3 (60% or more 2 inches) Medium, 2 to 3 1/2 Large or Jumbo 3 or greater Green onions can be sized by diameter: Small=less than 1/2 inch, Medium=1/2 to 1 inch, and Large=over 1 inch
Peas, green and snow	by standard weight of the filled container.	packed in standard size containers (see next table)	
Pepper		Bell peppers are packed by size into standard containers that have a specific filled weight Standard packing containers are covered in the next table	Bell peppers: small, medium, large and extra large Chili peppers have no official standards for size and count
Potatoes		packaged by size and by count per 50 pounds.	Size designation / Diameter (inches) Size A, 1 7/8 and up Size B, 1/2 to 2 1/4 Small, 1 3/4 to 2 1/2

			Medium, 2 1/4 to 3 1/4 Large, 3 to 4 1/4
Pumpkins		Jack o'lantern and processing pumpkins are shipped in bulk or in bulk bins. Eating pumpkins (small pie types) may be packed in crates, cabbage cartons or sacks. Standard weight for these smaller packs is 40 or 50 pounds. Miniature pumpkins are packed in 1/2- to 5/8-bushel crates with a standard weight of 40 pounds.	
Radishes		packed topped or bunched with tops	Bunched radishes must be uniformly sized within the bunch. Sizes are: Small = 1/2 to 3/4 inch diameter, Medium = 3/4 to 1 inch diameter, Large = 1 to 1 1/4 inch diameter, and Very Large over 1 1/4 inch diameter.
Rhubarb		often packed in cartons or lugs of 20 pounds.	Grades / Diameter / Length U.S. Fancy > 1 inch > 10 inches U.S. No.1 > 3/4 inch > 10 inches U.S. No.2 > 1/2 inch > 10 inches
Rutabaga		25- or 50-pound sacks or cartons, packed topped and usually waxed	Must be greater than 1 3/4 inches in diameter.
Spinach		packaged loose in bulk, loose in consumer-ready packages, or bunched Bunched spinach is usually packed 24 bunches to a 20- to 22-pound carton. Cartons holding 10-ounce consumer-ready plastic bags are packed 12 to a carton.	
Squash Winter squash includes green and gold Table Queen (acorn), turban, delicata, butternut, sweet dumpling, kabocha, golden nugget, buttercup, delicious, orange marrow, Hubbard, banana, sweet meat, Mediterranean and calabaza. Summer squash includes zucchini, cocozelle, chayote, scallopini, yellow crookneck, yellow straightneck and sunburst.		Winter squash is usually packed in bulk bins or smaller 40- to 50-pound crates, and sold by weight. Summer squash is packed in a variety of containers with standard minimum weight requirements.	It is also sized by small and medium categories.
Sweet Potatoes		packed in containers that hold 40 or 50 pounds.	U.S. Grade / Diameter / Length / Weight (ounces)/ U.S. Extra No.1 1 3/4 - 3 1/4 3 / 9 < 18 U.S. No.1 1 3/4 - 3 1/2 3 / 9 < 20 U.S. No.2 < 1 1/2 --- / < 36
Tomatoes	Cherry tomatoes are sold in flats holding 12, 1-pint boxes or baskets. Mature green tomatoes are sold in bulk-packed cartons, holding approximately 25 pounds.	Plum tomatoes are usually packed in quart boxes or baskets, eight to a carton. Pink and vine-ripe tomatoes are usually packed by uniform size in a two-layer lug or tray pack.	Mature green tomatoes are sorted by size. Size designation is based on the number of tomatoes (in rows and columns) in a layer on a standard two-layer tomato lug. Size designation of tomatoes Name / Size / Inches (min.) (max.) Maximum Large, 4x5 and up, 3 15/32 and up Extra Large, 5x5 and 5x6, 2 28/32 3 15/32 Large, 6x6, 2 17/32 2 28/32 Medium, 6x7, 2 9/32 2 17/32 Small, 7x7, 2 7/32 2 9/32 Extra Small, 7x8, 1 28/32 2 4/32
Turnips		Packed bunched with tops, with tops short-trimmed, or topped. Topped turnips are bulk-packed in mesh or poly film bags or bushel baskets, or packed in consumer-ready 1-pound plastic bags, 24 bags to a carton.	

		Turnips with tops are usually bunched and packed in wirebound crates or bushel baskets, and have a required minimum weight of 25 pounds.	
Watermelon	by weight and usually in bulk bins. Prices are quoted per hundredweight.		

FRUITS																																																																																																																																	
Commodity	Sold	Pack.	Size, Grades																																																																																																																														
Apples	<p>Apples sold by weight are usually packaged in consumer-ready 3-pound poly bags, 12 bags per carton.</p> <p>Apples are also sold by count, which is the number of apples of a certain diameter/size that will fit into a standard bushel carton.</p>	<p>Apples can be bulk- or volume-filled into a carton, or place-packed into tray or cell packs in a carton.</p> <p>Tray or cell packs reduce the amount of injury to the fruit, but cost more because the tray and cell inserts must be purchased.</p>	<p>The apples are uniformly sized. Apples are also sold by count, which is the number of apples of a certain diameter/size that will fit into a standard bushel carton. The larger the apple, the fewer per carton, so the lower the number designation.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>1.</th> <th>2.</th> <th>3.</th> <th>4.</th> <th>5.</th> <th>6.</th> <th>7.</th> </tr> <tr> <th>Count</th> <th>Pack</th> <th>No.</th> <th>Pieces</th> <th>Layer</th> <th>Size</th> <th>Paper</th> </tr> <tr> <th>s</th> <th>row</th> <th>row</th> <th>per</th> <th>per</th> <th>in</th> <th>size</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>216</td><td>3x3</td><td>6x6</td><td>36</td><td>6</td><td>2 1/4</td><td>9"</td></tr> <tr><td>198</td><td>3x3</td><td>6x5</td><td>33</td><td>6</td><td>2 1/4</td><td>9"</td></tr> <tr><td>175</td><td>3x3</td><td>6x7</td><td>35</td><td>5</td><td>2 1/4</td><td>9"</td></tr> <tr><td>163</td><td>3x2</td><td>6x7</td><td>33-32</td><td>5</td><td>2 1/4</td><td>9"</td></tr> <tr><td>150</td><td>3x2</td><td>6x6</td><td>30</td><td>5</td><td>2 1/4</td><td>10"</td></tr> <tr><td>138</td><td>3x2</td><td>6x5</td><td>28-27</td><td>5</td><td>2 1/4</td><td>10"</td></tr> <tr><td>125</td><td>3x2</td><td>5x5</td><td>25</td><td>5</td><td>2 1/4</td><td>10"</td></tr> <tr><td>113</td><td>3x2</td><td>5x4</td><td>23-22</td><td>5</td><td>3</td><td>10"</td></tr> <tr><td>100</td><td>3x2</td><td>4x4</td><td>20</td><td>5</td><td>3 1/4</td><td>11"</td></tr> <tr><td>88</td><td>3x2</td><td>4x5</td><td>22</td><td>4</td><td>3 1/4</td><td>11"</td></tr> <tr><td>80</td><td>2x2</td><td>5x5</td><td>20</td><td>4</td><td>3 1/4</td><td>11"</td></tr> <tr><td>72</td><td>2x2</td><td>5x4</td><td>18</td><td>4</td><td>3 1/4</td><td>12"</td></tr> <tr><td>64</td><td>2x2</td><td>4x4</td><td>16</td><td>4</td><td>3 1/4</td><td>12"</td></tr> <tr><td>56</td><td>2x2</td><td>3x4</td><td>14</td><td>4</td><td>3 1/4</td><td>12"</td></tr> <tr><td>48</td><td>2x2</td><td>3x3</td><td>12</td><td>4</td><td>3 1/4</td><td>12"</td></tr> </tbody> </table> <p>1. Count = Number of apples per carton or box. 80s, 100s, etc. 2. Pack = Add the two numbers to get the number of rows per tray or layer. 3. Number per rows = 1st number is the number of fruit in 1st, 3rd and 5th rows in the layer/tray. 2nd number is the number of fruit in the 2nd, 4th and 6th rows in the layer/tray. 4. Pieces per layer or tray = Number of fruit per layer or tray. 5. Layers = Number of layers or trays per carton or box. 6. Size = Minimum fruit diameter for given count. 7. Paper = Size of wrapping papers if fruit is to be individually wrapped.</p>	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	Count	Pack	No.	Pieces	Layer	Size	Paper	s	row	row	per	per	in	size	216	3x3	6x6	36	6	2 1/4	9"	198	3x3	6x5	33	6	2 1/4	9"	175	3x3	6x7	35	5	2 1/4	9"	163	3x2	6x7	33-32	5	2 1/4	9"	150	3x2	6x6	30	5	2 1/4	10"	138	3x2	6x5	28-27	5	2 1/4	10"	125	3x2	5x5	25	5	2 1/4	10"	113	3x2	5x4	23-22	5	3	10"	100	3x2	4x4	20	5	3 1/4	11"	88	3x2	4x5	22	4	3 1/4	11"	80	2x2	5x5	20	4	3 1/4	11"	72	2x2	5x4	18	4	3 1/4	12"	64	2x2	4x4	16	4	3 1/4	12"	56	2x2	3x4	14	4	3 1/4	12"	48	2x2	3x3	12	4	3 1/4	12"
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.																																																																																																																											
Count	Pack	No.	Pieces	Layer	Size	Paper																																																																																																																											
s	row	row	per	per	in	size																																																																																																																											
216	3x3	6x6	36	6	2 1/4	9"																																																																																																																											
198	3x3	6x5	33	6	2 1/4	9"																																																																																																																											
175	3x3	6x7	35	5	2 1/4	9"																																																																																																																											
163	3x2	6x7	33-32	5	2 1/4	9"																																																																																																																											
150	3x2	6x6	30	5	2 1/4	10"																																																																																																																											
138	3x2	6x5	28-27	5	2 1/4	10"																																																																																																																											
125	3x2	5x5	25	5	2 1/4	10"																																																																																																																											
113	3x2	5x4	23-22	5	3	10"																																																																																																																											
100	3x2	4x4	20	5	3 1/4	11"																																																																																																																											
88	3x2	4x5	22	4	3 1/4	11"																																																																																																																											
80	2x2	5x5	20	4	3 1/4	11"																																																																																																																											
72	2x2	5x4	18	4	3 1/4	12"																																																																																																																											
64	2x2	4x4	16	4	3 1/4	12"																																																																																																																											
56	2x2	3x4	14	4	3 1/4	12"																																																																																																																											
48	2x2	3x3	12	4	3 1/4	12"																																																																																																																											
apricots	<p>by count and weight. When bulk- or volume-filled into 24-pound lugs, apricots are sold by weight. When the fruit is tray-packed, it is given a count number, and price is based on that number.</p>		The size is designated by diameter in inches, or by jumbo, large, extra large, etc.																																																																																																																														
berries	Blackberries, blueberries, raspberries and strawberries are sold by volume in half-pints, pints and quarts.	usually packed 12 (or sometimes 24) to a single layer crate, flat or box.	<p>Blueberries can be labeled by size. The standard used is the number of fruit per pint.</p> <p>Extra large = Fewer than 90 berries per standard pint Large = 90-129 berries per standard pint Medium = 130-189 berries per standard pint Small = 190-250 berries per standard pint</p>																																																																																																																														
cherries		Sweet cherries are bulk- or volume-filled into lugs that hold 18 to 20 pounds. The lugs are	Sweet cherries can be sorted by size.																																																																																																																														

		often lined with polyethylene (plastic) bags to preserve quality. There are no standard packs for sour cherries.	
Grapes	by weight in 23-pound lugs. Eastern or American type grapes are often sold by volume, in cartons filled with 12, 1-quart containers packed similar to berries.		
Nectarines	by count of uniformly sized fruit in a bulk- or volume-filled lug, or a two-layer tray pack.	The volume-filled lug must be at least 25 pounds, and the tray-pack averages 22 1/2 pounds.	Size designations range from the larger 50 size (number per lug) to the smaller 84 size.
Peaches	by weight and sometimes by count.	packed bulk or volume-filled, or in tray-packs.	Shipping containers are packed with uniformly sized fruit, usually designated by diameter in inches.
Pears	by count in bulk- or volume-filled cartons, wrapped in bulk- or volume-filled cartons, or tray-packed in lugs.	Each carton must contain uniformly sized fruit.	The greater the count number, the smaller the fruit size.
Plums and Fresh Prunes	usually sold by weight of bulk- or volume-filled half-bushel lugs, with a minimum weight of 28 pounds.		Fruit size is designated as 3'4, 6'6, 5'5, etc. These designations originated with an old 4-basket crate pack. The numbers designate the number of rows and columns in the top layer of the baskets.

[Home](#) | [E-mail us](#) |

[CONTAINERS](#) | [SIZES, SOLD BY...](#) | [NET WEIGHTS](#) | [MARKET TERMS](#) | [DEMAND TERMS](#) | [ABBREVIATIONS](#) |

Net Weights

GALLON (UK) = 4.546 Lts (dm³)
GALLON (USA) = 3.785 Lts (dm³)
BUSHEL (bu) = 36.35 Lts (dm³) (30cm x 30cm x 40cm)
PINT (UK) = 0.568 Lts (dm³)
PINT (USA) = 0.473 Lts (dm³)
POUND (lb) = 0.4536 kg
OUNCE (oz) = 0.0283 kg

Commodity	Container	Approximate net weight	
		lb	Kg
Apples	Tray pack carton	40-45	18-20
	Bushel carton (face and fill)	40-44	18-20
	Carton, cell pack	36-38	16-17
	Carton, tray pack	41-43	19-20
	Northwest wood box	41-43	19-20
Apricots	Lug	14 min.	6 min.
	Lug	28 min.	13 min.
	carton	24	11
ARTICHOKES	carton	23	10
Asparagus	Pyramid crate	30-36	14-16
	Half pyramid crate or carton	15-17	7-8
	Carton holding 16, 1 1/2-lb. pkgs.	24-25	11-11
AVOCADOS	2-layer flat or carton	23 & 26	10 & 12
BANANAS	carton	40	18
Bean, snap	Bushel crate hamper, or basket	28-32	13-15
	Carton	20-22	9-10
BEANS, GREEN	bushel basket, carton or crate	30	14

Beet Bunched	1 2/5-bushel crate, 24s	36-40	16-18
	4/5-bushel crate, 12s	15-20	7-9
Topped	Sacked, as marked	25-50	11-23
Berries	24 qt. wirebound crate	27-36	12-16
	12 qt. wirebound crate	13-18	6-8
	12 pt. tray	7-9	3-4
BLUEBERRIES	12-1 pint tray	11	5
Broccoli	Carton holding 14-18 bunches	20-24	9-11
Brussels Sprouts	Carton	25	11
	Carton holding 12 10-oz. cups	7 1/2-8	4
Cabbage	Sack, crate or carton	50-55	23-25
Carrot Bunched	Carton holding 2 dz. bunches	23-27	10-12
Topped	48, 1-lb. or 24, 2-lb. bags in master container	48	22
	Mesh bag, loose or as marked	25-55	11-25
Cauliflower	Flat or 2-layer carton holding 9-16 trimmed heads	18-24	8-11
	Long Island type crate	45-55	20-25
	carton, film wrapped	25	11
CELERY	carton or crate	60	27
	hearts -carton film bage	28	13
Cherries, Sweet	Wood lug (face and fill)	15 min.	7 min.
	Wood lug (loose)	20 min.	9 min.
Chinese Cabbage	1 51/2-in. wirebound crate	50-53	23-24
	1 1/9-bushel wirebound crate	40-45	18-20
	celery crate	50	23
Corn, sweet	Wirebound crate 4 1/2-5 dz.	42-50	19-23
	Sacks	35-40	16-18
	carton or crate	42	19
Cucumber	Bushel carton or wirebound crate	50-55	23-25
	1 1/9-bushel carton or wirebound	50-55	23-25
	Los Angeles lug	28-32	13-15
Cucumber, Greenhouse	Carton holding 1-layer pack	8-10	4-5
	Carton	16	7
		Approximate net weight	
		lb	Kg
Eggplant	Carton packed 18s and 24s	20-23	9-10
	Bushel carton, 1 1/9-bushel carton or wirebound crate	30-35	14-16
ESCAROLE & ENDIVE	1-1/9 bushel carton or crate	25	11
	cartons, 24's	34	15
Garlic	Carton or crate, bulk	20	9
	Carton or crate, bulk	30	14
	Carton of 12 pkgs. of 2 bulbs ea.	10	5
Grapes	Wood lug or carton	26-28	12-13
	12 qt. basket, eastern grapes	18	8
GRAPES, TABLE	lug or carton	22 & 23	10 & 10
	lug or carton (Chile)	18	8
GRAPES, JUICE	lug	36 & 42	16 & 19
GRAPEFRUIT	carton (FL & TX.)	40	18
	carton (AZ & CA)	34	15
Greens	Bushel basket, crate, carton	20-25	9-11
	1 2/5 or 1 2/5 bushel, crate or carton	30-35	14-16
Herbs, Fresh	Bulk, bunched-packed 6, 12, or 30 per carton.	Varies	.
WIFRUIT	1-layer flat	7 & 8	3 & 4

Commodity	Container	Approximate net weight	
		lb	Kg
LEMONS	cartons (AZ & CA)	38	17
Lettuce Romaine	1 1/9 bushel wirebound crate	20-25	9-11
Big Boston	Carton & eastern carton holding 24 heads	20-24	9-11
Bibb	Carton	5-8	2-4
Leaf	Carton	10-13	5-6
LIMES	carton 10 ,	38 & 40	17 & 18
MANGOES	1-layer flat	25	11
Melon Casaba	Carton, bliss style, packed 4, 5, 6 or 8	32-34	15-15
Crenshaw	Carton, bliss style, packed 4, 5, 6 or 8	30-33	14-15
Honeydew	Flat crate standard	40	18
Muskmelon	1/2-carton or crate packed 12, 15, 18, 23	35-40	16-18
	Jumbo crate packed 18 to 45	70-80	32-36
	2/3-carton packed 15, 18, 24, 30	53-55	24-25
Watermelon	Bulk bin, medium size	1,400-1,800	600- 800
	Carton holding 3-5 melons	65-80	29-36
	carton	85	39
	hundred weight	100	45
Nectarines	Wood box	18	8
	Carton	25	11
	4-basket crate	29	13
	1/2 bushel carton loose	25	11
	2-layer carton or lub (Chile)	18	8
Okra	Bushel hamper or crate	30	14
	5/9-bushel crate	18	8
	Carton	18	8
	12-qt. basket	15-18	7-8
	1/2 bushel basket or crate	15	7
Onion Dry	Sack	50	23
	Sack	25	11
	Carton holding 15, 3-lb. bags	45	20
	Carton holding 20, 2-lb. bags	40	18
Onion Green	Carton/crate holding 4 dz. bunches	15-25	7-11
	Carton/crate holding 2 dz. bunches	20	9
	Carton 48 bchs	13	6
ORANGES	cartons (FL & TX)	42 & 43	19 & 20
	cartons (AZ & CA)	38	17
Oriental Vegetable	Lug	25-28	11-13
	Crate	75-80	34-36
	Carton	20-22	9-10
	Wirebound crate	45	20
Ornamental Gourds	1/2- to 5/8-bushel crate	40	18
	Bulk or Bulk bins	900-1200	400-800
PAPAYA	carton (Hawaii)	10	5
PARSLEY	bushel, 60 bchs	21	10
Pea Green	Bushel basket or wirebound crate	28-32	13-15
Snow pea	Carton	10	5
Peaches	3/4-bu. basket (bulge)	36-39	16-18
	1/2-bu. basket (flat)	24-26	11-12
	Wirebound crate	38-42	17-19
	Wood lug	22-24	10-11

	3/4 bushel carton or crate	38	17
	2-layer carton	22	10
	2-layer carton or lug (Chile)	18	8
Pear	Carton holding 12, 10-oz. containers	8	4
	4/5 bushel box or carton	45 & 46	20 & 21
Pears	Standard wood box	44-46	20-21
	Wood lug	21-24	10-11
Pepper Green	Bushel carton	25-30	11-14
	11/9-bushel wirebound crate	25-30	11-14
Chili	Carton	27-34	12-15
	Lugs or carton, loose pack	16-25	7-11
	bushel & 1-1/9 bushel carton or crate	28	13
	carton (CA , TX & MX)	30	14
OTHER	1/2 bushel carton	15	7
	carton	10	5
PERSIMMONS	1-layer carton or lug	11	5
PINEAPPLE	2-layer carton	40	18
Plums and Fresh Prunes	L.A. wood lug	27-32	12-15
	4-basket crate	25-27	11-12
	Northwest prune lug	12-14	5-6
	1/2-bu. basket	25-32	11-15
	2-layer carton or lug (Chile)	18	8
POMEGRANATES	2-layer carton or lug	22	10
Potato	100-lb. sack	100	45
	50-lb. sack or carton	50	23
	20-lb. film or paper bags	20	9
	5, 10-lb. film or paper bags	50	23
	10, 5-lb. film or paper bags	50	23
Pumpkin	Bulk	Semi-load	.
	Bulk bins	900-1,200	400-800
	1 1/9-bushel crate	40 or 50	18 or 23
	1/2- to 5/8-bushel crate	40	18
		Approximate net weight	
Commodity	Container	lb	Kg
Radish Bunched	Carton holding 4-dz. bunches	25	11
Topped	Carton holding 24, 8-oz. film bags	12	5
	Carton holding 30, 6-oz. film bags	11-12	5-5
	carton or crate, 48 bchs	35	16
RASPBERRIES	12 6-ounce cups	5	2
Rhubarb	Carton or lug	20	9
	Carton	5	2
rutabaga	Bag or carton	25	11
	Sack or carton	50	23
Spinach	Carton or wirebound crate holding 2 dozen bunches	20-22	9-10
	Carton holding 12, 10-oz. film bags	7 1/2-8	4
	Bushel basket or crate	20-25	9-11
Squash Winter	1 1/9-bushel crate	40-50	18-23
	Bulk bin carton, collapsible and reusable	800-900	300-400
	Various bulk bins	900-2,000	400-900
Summer	5/9-bushel crate or carton	21	10
	1/2-bushel basket or carton	21	10
	Carton or Los Angeles lug	24-28	11-13
	3/4-lug	18-22	8-10
	1 1/9-bushel crate	42-45	19-20

(Soft Shell)	1/2bushel bskt , carton or crate	21	10
	carton or lug	26	12
(Hard Shell)	1-1/9bushel crate	50	23
STRAWBERRIES	12-1pint flat	12	5
Sweet Potato	Carton, crate or bushel basket	50	23
	Carton, California	40	18
TANGELOS	4/5 bushel carton or crate	43	20
	1/2 bushel carton	25	11
TANGERINES	4/5 bushel carton or crate	43	20
	carton (AZ & CA)	25	11
TEMPLES	4/5 bushel carton or crate	43	20
Tomato Cherry	Carton holding 12 pints	16-18	7-8
Mature green	Carton	25	11
Pinks	2-layer flat, carton or tray pack & ripes	20	9
	3-layer lug or carton	30	14
	Carton, loose pack	20	9
TurnipTopped	Film bag	25	11
	Film & mesh bag or bushel basket	50	23
	Carton holding 24, 1-lb. film bags	24	11
TURNIPS- RUTABAGAS	bushel basket or sack	50	23

[| Home](#) | [E-mail us](#) |

[| CONTAINERS](#) | [SIZES, SOLD BY...](#) | [NET WEIGHTS](#) | [MARKET TERMS](#) | [DEMAND TERMS](#) | [ABBREVIATIONS](#) |

Market Terms

PRICE TREND: Indicates comparisons with conditions and prices which prevailed on the previous day, and in certain situations, conditions expected on the day following, or both.

STRONG: Prices are measurably higher than the previous trading session, and it is the reporter's opinion that the trend toward higher prices has not yet reached its highest level.

MUCH HIGHER: Prices are substantially higher than the previous trading day.

HIGHER: The majority of sales have prices which are measurably higher than the previous trading session.

SLIGHTLY HIGHER: A condition in which advances are less definite and less general than when higher is used.

UNSETTLED: Used rarely to indicate a condition of market uncertainty with lack of agreement by the trade as to whether prices tend to be lower or higher. May also represent an attitude pending the development or outcome of extraneous factors which might affect the market.

STEADY: Prices are unchanged from the previous trading session.

BOUT STEADY: Probably the most used term since a market situation seldomly remains exactly the same two or more consecutive days without some change, even though not significant.

ULL: Prices are relatively unchanged from the previous session, trading is inactive, and prices represent few sales.

IGHTLY LOWER: A condition in which price declines are less definite and less general than when LOWER is used.

LOWER: Prices for most sales are measurably lower than the previous trading session.

MUCH LOWER: Prices are substantially lower than the previous trading session.

WEAK: Indicates a downward trend. Prices are measurably lower than the previous trading session and may be lower the following day.

DEMORALIZED: A condition in which the terminal market or shipping point is oversupplied with perishable commodities that cannot be sold except at extremely low prices.

| [Home](#) | [E-mail us](#) |

| [CONTAINERS](#) | [SIZES, SOLD BY...](#) | [NET WEIGHTS](#) | [MARKET TERMS](#) | [DEMAND TERMS](#) | [ABBREVIATIONS](#) |

Demand

DEMAND represents the immediate or current desire for a product coupled with the ability and willingness of the buyer to buy it. The following terms, when used in connection with "demand," are interpreted as meaning:

DEMAND EXCEEDS SUPPLY/OFFERINGS: When demand is substantially greater than available supplies/offering.

VERY GOOD: Demand is well above average for seasonally normal supplies/offerings.

GOOD: Demand is better than average and trading is more active than normal.

FAIRLY GOOD: Demand is slightly above average buyer interest and trading.

MODERATE: Average buyer interest and trading.

FAIRLY LIGHT: Buyer interest and trading are slightly below average.

LIGHT: Demand is below average.

VERY LIGHT: Few buyers are interested in trading.

PRACTICALLY NO DEMAND: Indicates a stagnant condition on the market, with very little interest and very few or no sales. The following terms, when used in Market News, Perishable Agricultural Commodities Act (PACA), or Federal-State inspection documents, are interpreted as meaning:

Occasional 1 to 5%

Few 6 to 10%

Some 11 to 25%

Many 26 to 50%

Mostly 51 to 90%

Generally 91 to 100%

| [Home](#) | [E-mail us](#) |

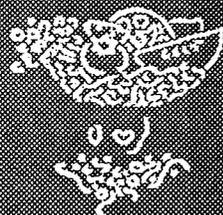
| [CONTAINERS](#) | [SIZES, SOLD BY...](#) | [NET WEIGHTS](#) | [MARKET TERMS](#) | [DEMAND TERMS](#) | [ABBREVIATIONS](#) |

Copyright © 1996-2002 . Today's Market Prices.

✓ Perfil de Mercado, Corporación Colombiana Internacional.

ABRIL-JUNIO DE 1999

CANADA



**CORPORACION
COLOMBIA
INTERNACIONAL**

PERFIL DE MERCADO

No. 1 ABRIL-JUNIO DE 1999

Editor

**CORPORACION COLOMBIA
INTERNACIONAL**

Santafé de Bogotá, Colombia
Calle 16 No. 6-68 Piso 6 Edif. Avance
Tel: 283 4988 Fax: 286 7658 A.A. 12114
e-mail: coint@colombia.com.co
http://www.coi.org.co

Dirección Ejecutiva

JUAN JOSE PERFETTI DEL CORRAL

Secretaría General

ADRIANA FERRERA BELTRAN

Subdirección Técnica

LUZ AMPARO FONSECA PRADA

Coordinación SIM

CLARA GONZALEZ GUTERREZ

Colaboradores

**ELIANA CASCA
SANDRA CUELLAR
GLORIA CONTRERAS
ALBERTO VARGAS
FERNANDO PINERO**

**SISTEMA
DE INTELIGENCIA
DE MERCADOS - SIM
MINISTERIO DE AGRICULTURA
Y DESARROLLO RURAL**

CARACTERISTICAS DEL MERCADO DE FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS

Canadá es el segundo país más grande del mundo (aproximadamente 10 millones de kilómetros cuadrados) y está constituido por 10 provincias, a saber, Columbia Británica, Alberta, Saskatchewan, Manitoba, Ontario, Quebec, Nueva Brunswick, Nova Scotia, Prince Edward Island y Newfoundland, y por los territorios del Yukon y Northwest. El 77% de la población vive en un radio de

300 kilómetros de la frontera con Estados Unidos, en zonas urbanas^{1/} y, como se observa en el Cuadro No. 1, el 62% se concentra en las provincias de Ontario y Quebec en la zona central y el 21% en las provincias de Columbia Británica y Alberta, en el oeste.

En 1997 la población canadiense ascendía a 30.3 millones^{2/} y se proyecta

CUADRO No. 1 CONCENTRACION DE LA POBLACION CANADIENSE POR PROVINCIAS EN 1991

Concentración de la población		Principales ciudades
OESTE	29.0%	
Alberta	9.3%	Calgary, Edmonton
Saskatchewan	3.8%	Regina
Manitoba	4.1%	Winnipeg
Columbia Británica	11.8%	Vancouver
Centro	62.0%	
Ontario	36.6%	Otawa, Toronto
Quebec	25.4%	Montreal, Quebec
ESTE	8.6%	
New Brunswick	2.7%	
Nova Scotia	3.4%	Halifax
Prince Edward Island	0.5%	
Newfoundland	2.0%	
TERRITORIOS	0.4%	

Fuente: TRADE FACILITATION OFFICE - CANADA. El Mercado Canadiense - Guía para los exportadores en los países en desarrollo. Ottawa, 1992. p. 12

^{1/} TRADE FACILITATION OFFICE - CANADA. Fresh fruits and vegetables market report. Ottawa, 1993, pág. 3

^{2/} TRADE FACILITATION OFFICE - CANADA. Export development and marketing study for guanabana and passion fruit. Ottawa, 1998, pág. 23

que en 1999 será de 31.1 millones de habitantes³⁷. La composición de la población de Canadá ha cambiado considerablemente desde 1961, cuando el 90% de los inmigrantes era de origen europeo, principalmente inglés o francés. En 1991, cerca del 42% de la población canadiense reportó tener un origen étnico diferente al inglés o al francés y, como se ilustra en el Cuadro No. 2, en 1996 se destaca la gran afluencia de inmigrantes asiáticos, quienes, en general, tienen un alto nivel educativo y cuentan con mayores ingresos promedio que sus similares de hace unos años⁴¹. Estos inmigrantes provienen principalmente de Hong Kong, India y Filipinas y se han establecido en la costa oeste, de tal manera que en la actualidad constituyen más del 50% de la población de Vancouver⁵¹.

Otra característica relevante de la población canadiense, consiste en la marcada tendencia al aumento de la población mayor de 55 años, tal como se ilustra en el Cuadro No. 3. Este fenómeno se presenta como resultado de una menor tasa de nacimientos y por el aumento en la expectativa de vida de los canadienses (que pasó a 75 años para los hombres y a 81 años para las mujeres⁶¹).

Los canadienses gozan de un alto nivel de vida, sólo superado por Esta-

**CUADRO No. 2
DISTRIBUCION DE LA
POBLACION INMIGRANTE
E INGRESO PER CAPITA EN
CANADA. 1996**

Origen de los inmigrantes	%
Estados Unidos	3%
Latinoamérica	12%
Europa	20%
Africa	8%
Asia	56%
Otros	1%
Ingreso per cápita	US \$
Promedio total	12.688
Columbia Británica	13.576
Ontario	13.341

Fuente: Embajada de Estados Unidos en Canadá, 1997. Trade Facilitation Office Canada.

**CUADRO No. 3
DISTRIBUCION
POBLACIONAL
POR GRUPOS DE EDADES**

	1991	2011
Menores de 25 años	34%	30%
Entre 25 y 54 años	45%	41%
55 años o mayores	21%	29%

Fuente: The Packer - Produce Marketing Association. 1995.

dos Unidos, Suiza, Luxemburgo, Alemania y Japón. De las siete economías industrializadas más fuertes del mundo, el poder adquisitivo de Canadá ocupa el segundo lugar, después de Estados Unidos. Lo anterior, sumado al alto nivel educativo de los canadienses, influye para que cada uno de ellos se preocupe por la salud y la nutrición, por contar con tiempo libre y por la conservación del medio ambiente.

Como se aprecia en el Cuadro No. 2, en 1996 el ingreso per cápita promedio en Canadá fue de US\$12.668, registrando niveles más altos en Columbia Británica, Ontario y Alberta, las tres provincias más densamente pobladas.

Por otra parte, en las últimas décadas los hogares canadienses han experimentado cambios importantes marcados por la disminución en el número de matrimonios, el incremento en el número de divorcios y, como ya se anotó, la incorporación de la mujer a la fuerza laboral (75% de las mujeres mayores de 25 años trabajan tiempo completo⁷¹), hechos que han dado como resultado la disminución del número de personas por hogar y el incremento en el número de hogares encabezados por un solo padre, en su mayoría mujeres (80% en 1991)⁸¹.

CARACTERISTICAS DE LA DEMANDA

Desde la década de los años 60, el gasto en alimentos para consumo dentro del hogar en Canadá ha presentado una disminución en términos relativos, reflejando tanto una elevación real de los ingresos como la tendencia a comer en restaurantes en forma más frecuente. Según Statistics Canadá, desde comienzos de la década de los 80, el gasto en alimentos fuera del hogar mostraba una tendencia creciente que se estabilizó en el 30% a partir de 1996, principalmente como resultado de las acciones emprendidas por los supermercados para recuperar su participación de mercado. El gasto en alimentos para consumo dentro del hogar ascendió al 10% del ingreso disponible⁹¹ en 1996, del cual se destinó el 11.2% a la compra de frutas y sus derivados y el 10% a la compra de verduras, lo que representa un aumento de

10.6% y 9.3%, respectivamente, respecto a las cifras de 1982.

El mercado de frutas y verduras frescas en Canadá ha venido creciendo a una tasa anual del 5% en los últimos 10 años y las ventas totales a nivel detallista ascienden actualmente a US\$5.1 billones/año¹⁰¹. El consumo per cápita de frutas y verduras de los canadienses es uno de los más altos del mundo y asciende actualmente a 22.3 kgs./año (445 libras), es decir, entre 4.5 y 5 porciones por persona al día o cerca del doble del consumo per cápita en Estados Unidos¹¹¹.

A pesar del alto consumo existente y, debido a la importancia que la salud pública y el bienestar social tienen en Canadá, la fundación *Fresh for Flavor Foundation* (grupo de promoción de la

³⁷ LABRECQUE MARKETING INC. Report for the Colombian Trade Bureau - Evaluation of the demand for a selected group of fruits and vegetables. Verdun (Quebec), 1995, pág. 24

⁴¹ TRADE FACILITATION OFFICE - CANADA. Op. cit., 1998, pág. 28

⁵¹ KARST, Tom. Asian Influence - Canada's immigrant population is sparking demand for Asian vegetables. En: Global Produce. Linconshire, noviembre/diciembre, 1997, pág. 38

⁶¹ The Canadian Marketplace - Social Trends. En: The Packer - Produce Marketing Association. Vance Publishing Corporation, Kansas, 1995, pág. 3

⁷¹ Ibidem, pág. 4.

⁸¹ TRADE FACILITATION OFFICE - CANADA.: El mercado canadiense. Ottawa, 1992, pág. 16.

⁹¹ Embajada de Estados Unidos en Canadá. Food Markets Reports Canada. Ottawa, 1997, pág. 2.

¹⁰¹ KARST, Tom. Op. cit., pág. 36.

¹¹¹ CANN, Alexandra. Canadian retailers embrace Reach for it. En: Produce Business, Boca Ratón (FL), enero de 1998, pág. 67.

Canadian Produce Marketing Association) adelanta la campaña *Reach for It*, patrocinada por importadores y cadenas de supermercados, cuya meta consiste en incentivar el aumento del consumo entre 5 y 10 porciones de frutas y verduras frescas por persona al día para el año 2002, lo que equivale a un consumo de 600 libras por persona al año.

Es importante mencionar en este punto que los consumidores canadienses son muy exigentes en cuanto a la calidad de las frutas y verduras que compran, particularmente en términos de su apariencia, y no están dispuestos a comprar productos con defectos aunque su precio se haya reducido considerablemente¹²⁷. Adicionalmente, aunque las condiciones climáticas de su país limitan la disponibilidad y la diversidad de frutas y verduras de producción nacional, se han acostumbrado a encontrar en sus mercados una gran variedad de productos de alta calidad que corresponde, en una alta proporción, a importaciones.

Según el estudio *Report on Canadian Eating Habits* realizado en 1996, los factores más importantes para los canadienses a la hora de seleccionar alimentos son el sabor (93%), los aspectos nutritivos y saludables (89%), la facilidad y el tiempo de preparación (68%) y, por último, el precio (62%). El mismo estudio estableció que el 80% de los canadienses hace sus compras de alimentos en el supermercado, el 10% en tiendas especializadas, el 3% en tiendas rápidas y el 7% en otro tipo de al-

macenes. Se prevé que la operación de los establecimientos comerciales durante los domingos en varias provincias, incluidas Quebec y Ontario, así como la extensión de los horarios de atención contribuirán a aumentar la participación de los supermercados en la venta de alimentos en Canadá.

En cuanto a los patrones de consumo y a las preferencias de los consumidores canadienses, según un estudio que se realizó en 1997 con el patrocinio de las organizaciones Canadian Foundation for Dietetic Research, Dieticians of Canada y Kraft Canada, entre 1982 y 1996 se registraron cambios importantes: aumentó el consumo de frutas y verduras frescas y de jugos, disminuyó el consumo de frutas en conserva y se estancó el consumo de frutas deshidratadas y congeladas.

Por otra parte, aunque el banana, la manzana y los cítricos siguen siendo las frutas de mayor consumo, el gasto en estos productos disminuyó como resultado de la creciente demanda de frutas tropicales y exóticas, melón, bayas y jugos de frutas. En cuanto al consumo de verduras, el incremento registrado durante este periodo se debió principalmente al mayor consumo de verduras en fresco, tales como brócoli, y champiñones, y productos especiales como hierbas frescas y verduras orientales (principalmente raíces chinas y repollo chino). Estos hallazgos confirman la importancia que los aspectos de salud y nutrición tienen para los consumidores canadienses y, se anticipa que, en

los próximos años crecerá la demanda de productos saludables, productos frescos (como frutas y verduras) y productos orgánicos¹³⁷.

Esta demanda se verá influenciada, además, por las características de los diversos segmentos de mercado que se han venido desarrollando en Canadá, entre los que se destacan los inmigrantes asiáticos, quienes consumen un 35% más de verduras que el resto de la población canadiense y, aunque tienen un sentido del precio muy desarrollado, también tienen un alto poder adquisitivo y son leales a los productos o marcas que satisfacen sus necesidades. Este segmento genera una demanda importante de verduras y frutas, particularmente en ciudades como Toronto, Montreal, Vancouver, Calgary y Edmon-ton, donde han surgido mercados altamente especializados orientados a atender esta demanda.

Los segmentos de mercado constituidos por los diversos tipos de hogares, entre los que se destacan los unipersonales, los que cuentan con doble ingreso y los que están constituidos por personas de la tercera edad, dan lugar a otro tipo de demanda pues no desean destinar mucho tiempo a las actividades del hogar, mostrando una mayor preferencia por los productos listos para consumo (convenient foods) que hoy representan entre el 1% y el 5% de las ventas totales de frutas y verduras de los supermercados y que, en opinión de los expertos en el tema, podrían llegar al 10%¹⁴¹.

PRODUCCION DOMESTICA DE FRUTAS Y VERDURAS

La agroindustria es uno de los cinco sectores más importantes de Canadá y actualmente asciende al 8.8% del PIB. El sector agroalimentario canadiense es el tercer empleador más importante del país y genera cerca de US\$70 billones en ventas detallistas y servicios de comidas. La principal época de producción de frutas y verduras en Canadá se da entre julio y octubre, periodo durante el cual los productores domésticos abastecen entre un 65% y un 75% del mercado interno¹⁵¹. Cabe anotar que

los precios de los alimentos en Canadá son de los más bajos a nivel mundial¹⁶¹.

Como se observa en la Gráfica No. 1, la producción de frutas en Canadá aumentó entre 1993 y 1995 y a partir de este último año disminuyó hasta situarse en 678.000 toneladas en 1997. La caída de la producción de frutas en 1997 se debió, principalmente, a la disminución de la producción de manzanas de Columbia Británica, como consecuencia del mal clima que se presentó

¹²⁷ TRADE FACILITATION OFFICE - CANADA. Op. cit., 1993, pág. 7.

¹³⁷ TRADE FACILITATION OFFICE - CANADA. Op. cit. 1998, pág. 25 a 42.

¹⁴¹ KARST, Tom. Op. cit., pág. 38-40.

¹⁵¹ TRADE FACILITATION OFFICE - CANADA. Op. cit., 1993, pág. 4.

¹⁶¹ CANADA. Agriculture and Agrifood in Canada. Ottawa, 1998, pág. 1.

en la región a comienzos de ese año. El valor de la producción frutícola a nivel de finca en 1997 fue de US\$316.5 millones, cifra que corresponde al 19% del valor total en finca del sector hortofrutícola canadiense.

Las principales provincias frutícolas en Canadá son Ontario, Columbia Británica y Quebec, cada una de las cuales cuenta con agencias de mercadeo de frutas que administran programas para la promoción y el desarrollo de la fruticultura¹⁷.

Las frutas de mayor importancia comercial en Canadá, teniendo en cuenta su valor, son la manzana (32.5%), los arándanos azules (15%), las fresas (11.4%) y las uvas (10.7%). En los últimos 25 años, el área sembrada en manzanas disminuyó en un 23%, disminución que se ha visto compensada por el incremento en la productividad de este cultivo. Por el contrario, el área sembrada en uva y bayas (arándanos azules, fresas y frambuesas) aumentó en un 123% durante este lapso.

Canadá es exportador de grandes volúmenes de manzanas, arándanos azules silvestres (frescos y congelados) y frambuesas frescas. Como se observa en la Gráfica No. 1, las exportaciones de estas frutas oscilan entre 13% y 18% de la producción nacional y muestran una tendencia creciente hasta 1997, año en el que la disminución de la cosecha de manzanas afectó sensiblemente estas exportaciones.

La producción de verduras registró un incremento neto del 12% entre 1993 y 1997, situándose en 2.045.000 toneladas en este último año. Esta cifra corresponde a un área sembrada de 115.215 hectáreas y no incluye la producción bajo invernadero, que pasó de 78.000 toneladas en 1993 a 131.000 toneladas en 1996 (Gráfica No. 2). El incremento en el valor y el volumen de la producción de verduras entre 1993 y 1997 se debió, en gran medida, a la producción de champiñones y verduras de invernadero¹⁸.

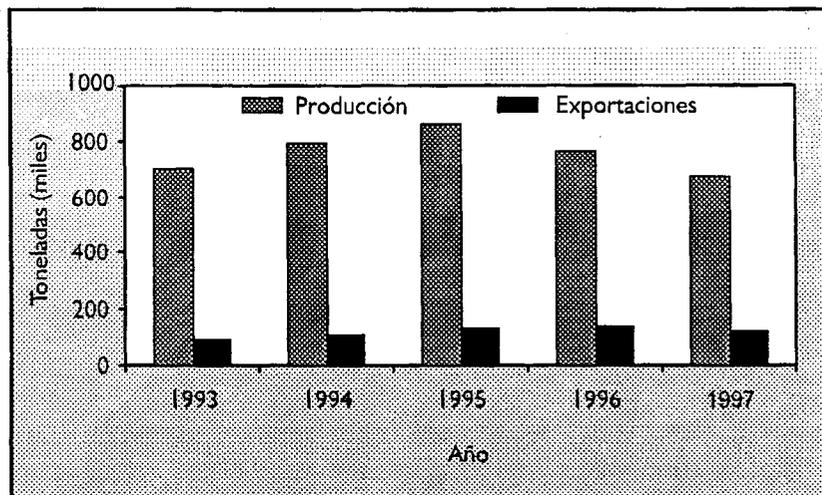
¹⁷ CANADA. Agriculture and Agrifood Canada Industry and Services. 1997/98 Canadian Fruit Situation and Trends, Ottawa, 1998, pág. 1-23

¹⁸ CANADA. Agriculture and Agrifood Canada Market Industry and Services. Op. Cit., pág. 4.

¹⁹ Ibidem, pág. 3.

GRAFICO No.1

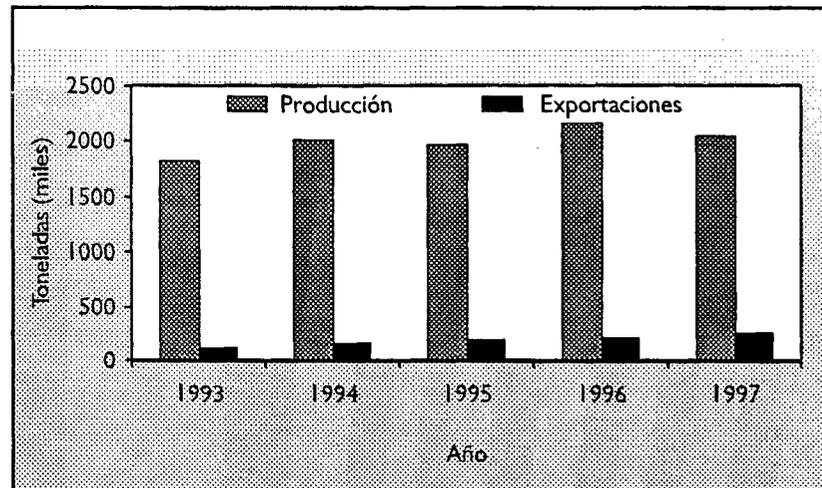
PRODUCCION Y EXPORTACIONES DE FRUTAS EN CANADA



Fuente: CANADA. STATISTICS CANADA. Fruit and Vegetable Production, 1998. Fruit Exports by Commodity 1993-1997. Agriculture and Agrifood Canada Market Industry and Services. 1997/98 Canadian Fruit Situation and Trends, Ottawa, 1998

GRAFICO No.2

PRODUCCION Y EXPORTACIONES DE VERDURAS EN CANADA



Fuente: CANADA. STATISTICS CANADA. Fruit and Vegetable Production, 1998. Vegetable Exports by Commodity 1993-1997. CANADA. Agriculture and Agrifood Canada Market Industry and Services. 1997/98 Canadian Vegetable Situation and Trends (excluding potatoes), pág. 2.

La principal zona de producción de verduras es la provincia de Ontario, que participó con el 58% del volumen en 1997, seguido por Quebec, con el 29%. Las verduras de mayor importancia comercial dentro de la producción canadiense son tomate, zanahoria, mazorca dulce, cebolla, repollo, lechuga, arveja, champiñones, frijol y verduras

de invernadero. En 1997, el 50% de la producción total de verduras se destinó al procesamiento; se destacan, en particular, la mazorca dulce, la arveja, el frijol y el tomate¹⁹.

Aunque las exportaciones de verduras de Canadá son una proporción marginal de la producción, han aumen-

tado continuamente entre 1993 y 1997, pasando de 120.000 toneladas a 242.000 toneladas y de US\$66 millones a cerca de US\$173 millones. Las principales ver-

duras de exportación en valor y volumen son tomate, champiñones, zanahoria, cebolla, pimentón, repollo y pepino. En 1997, el 98% del volumen y el 86% del

valor de las exportaciones tuvieron como destino el mercado de Estados Unidos, siendo Japón el único otro mercado de destino de cierta importancia.

IMPORTACIONES DE FRUTAS Y VERDURAS

Debido a su clima predominantemente frío y a las características de sus suelos, Canadá importa actualmente cerca del 65% de las frutas y verduras frescas demandadas por el mercado. Los productos proceden de aproximadamente 70 países, lo que, unido a la gran gama de variedades que se importan, brinda al consumidor canadiense amplias posibilidades para escoger. En 1997 las importaciones de frutas y verduras ascendieron a 2.840.000 toneladas por valor de US\$1.8 billones. Entre el 60% y el 65% de estas importaciones se originaron en Estados Unidos, principalmente en el estado de California. Otros proveedores importantes son Chile, Suráfrica, México y Australia^{20/}.

Entre 1993 y 1997 las importaciones de frutas aumentaron en forma continua tanto en volumen (9%) como en valor (9.5%), de tal manera que en 1997 ascendieron a cerca de 1.650.000 toneladas por un valor de US\$1.1 billones (Gráfica No. 3). El mayor incremento en el volumen importado durante este periodo se registró en las frutas tropicales^{21/} con 14.4%, seguidas por las de contra estación (7.3%) y los cítricos (3.6%), mientras que las bayas se mantuvieron estables durante estos 5 años (Cuadro No. 4). En términos del valor de las importaciones, el aumento más importante se produjo en las bayas, con un incremento cercano al 14%, seguido por las frutas de contra estación (12%), las tropicales (8.2%) y los cítricos (6%).

En el grupo de las frutas de contra estación (caducifolios), se destacan la manzana, principal fruta de producción doméstica, cuyas importaciones en 1997 fueron de 113.710 toneladas por valor de US\$82.7 millones (cifra que representa el 24% del consumo interno) y la uva, de la cual se importaron 141.481 toneladas por valor de US\$187 millones (es decir, el 75% de la demanda interna). Las importaciones de peras, cerezas, duraznos, ciruelas y albaricoques ascendieron a 161.758 toneladas por valor de US\$138.5 millones y representaron alrededor del 75% del consumo interno. Los principales proveedores de estos productos a Canadá son Estados Unidos, Chile y Suráfrica.

El 77% del volumen total de frutas de contra estación importadas en 1997, se originó en Estados Unidos, ocupando Chile el segundo lugar (12.7% en volumen) con 55.792 toneladas por

valor de US\$81 millones. Tal como se observa en la Gráfica No. 4, las uvas constituyen el principal producto importado de Chile, con una participación del 57%, seguido por las peras (14%), las manzanas (10%) y los duraznos (8%).

En la categoría de las frutas tropicales, tal como se ilustra en el Cuadro No. 5, el mayor volumen de importación corresponde a banano y plátano (25% en 1997) cuyos principales proveedores son Costa Rica, Colombia y Ecuador. Otras frutas que registraron un comportamiento interesante en este mercado entre 1993 y 1997, son la piña, el aguacate, el mango^{22/}, la papaya, el melón y la sandía^{23/}, con incrementos en el volumen importado entre 20% y 49%. Como se aprecia en la Gráfica No. 5, la sandía y el melón, conjuntamente, abarcan el 81% del volumen importado en 1997 y les siguen, en orden de importancia, la piña y el mango, con una

GRAFICO No.3
IMPORTACIONES DE FRUTAS DE CANADA
(VALOR Y VOLUMEN)

^{20/} KARST, Tom. Op. cit., pág. 36.

^{21/} Incluidas: coco, banano y plátano, dátiles, higos, piña, aguacate, guayaba, mango y mangostino, papaya y melones y sandías

^{22/} En las cifras correspondientes a mango se incluyen también la guayaba y el mangostino.

^{23/} El melón y la sandía se agrupan en una misma posición arancelaria.

Fuente: CANADA. STATISTICS CANADA. Fruit Imports by Commodity, 1993-1997. Cálculos: Corporación Colombia Internacional

CUADRO No.4

IMPORTACIONES DE FRUTAS DE CANADA POR CATEGORIAS

	Volumen (Toneladas)					Crecimiento 93/97(%)
	1993	1994	1995	1996	1997	
Frutas Tropicales	637.412	650.413	674.978	707.695	729.464	14,4
Frutas Citricas	407.934	388.953	388.069	391.940	422.598	3,6
Frutas de Contra-estacion	388.448	396.061	376.294	370.762	416.949	7,3
Frutas de Baya	47.579	50.593	45.552	47.912	47.980	0,8
Otras frutas frescas	29.276	26.779	30.690	32.971	31.656	8,1
Total Volumen	1.510.649	1.512.799	1.515.583	1.551.280	1.648.647	9,1

	Valor (US\$Miles)					Crecimiento 93/97(%)
	1993	1994	1995	1996	1997	
Frutas Tropicales	292.325	292.518	318.391	313.975	316.193	8,2
Frutas Citricas	238.126	207.411	218.779	244.071	252.3350	6,0
Frutas de Contra-estacion	364.364	351.634	388.430	393.660	408.205	12,0
Frutas de Baya	62.870	65.744	65.081	65.134	71.590	13,9
Otras frutas frescas	33.700	31.686	37.112	38.188	37.599	11,6
Total Valor	991.384	948.992	1.027.792	1.055.028	1.085.921	9,5

Fuente: CANADA. STATISTICS CANADA. Fruit Imports by Commodity. 1993-1997. Cálculos: Corporación Colombia Internacional

participación en volumen, del 8% y 7%, respectivamente.

Estados Unidos y México son los principales proveedores de frutas tropicales en este mercado, con una participación en volumen del 66% y 14%, respectivamente. Es de anotar, sin embargo, que en 1997 el 92% de las exportaciones de la categoría de frutas tropicales procedente de Estados Unidos correspondió a sandía y melón. Otros proveedores de melón son México, Honduras, Costa Rica, Guatemala y República Dominicana. En el caso de la piña, Costa Rica es el principal proveedor, con una participación en volumen del 60% en 1997, seguido por Estados Unidos, con el 23%, y México, con el 8%.

México, cuya participación en el volumen total de frutas importadas por Canadá en 1997 fue del 4%, exportó 55.892 toneladas de frutas tropicales por valor de US\$36.8 millones. Estas cifras equivalen al 89% del volumen y al 90% del valor de las exportaciones totales de frutas mexicanas a Canadá. En 1997, las exportaciones de mangos (incluidos la guayaba y el mangostán) y de aguacates ascendieron a 17.934 toneladas y 8.186 toneladas, respectivamente, lo que equivale al 42% del total de frutas tropicales exportadas por México a Canadá en ese año (Gráfica No. 6) y, a su vez, corres-

ponden al 80% de las importaciones totales de mango y al 86% de las de aguacate en 1997. Otros proveedores de guayaba y mango son Estados Unidos, Brasil y Perú y, en el caso del aguacate, Estados Unidos es el otro proveedor de importancia. En cuanto a la papaya, las 739 toneladas exportadas por México en 1997 equivalen al 19% del volumen total importado en Canadá en ese año. Estados Unidos (Hawaii) y Brasil, con partici-

paciones de 34% y 30%, respectivamente, son los proveedores más importantes de este producto en Canadá.

En el grupo de frutas cítricas, el volumen importado en 1997 ascendió a 422.598 toneladas por valor de US\$252.4 millones, con un incremento de 3.6% en volumen y de 11.6% en valor entre 1993 y 1997. En esta categoría los únicos productos con un com-

CUADRO No.5

IMPORTACIONES DE FRUTAS TROPICALES DE CANADA (TONELADAS)

Producto	Crec.					93/97(%)
	1993	1994	1995	1996	1997	
Coco	9.696	8.670	8.734	4.577	3.611	-62,8
Banano y plátano	383.147	386.236	400.240	409.589	418.090	9,1
Dátiles	5.655	5.734	4.691	4.445	5.117	-9,5
Higos	2.408	2.187	2.007	1.947	2.015	-16,3
Piña	18.838	17.728	17.103	17.152	24.357	29,3
Aguacate	7.737	7.916	9.695	10.728	9.543	23,3
Mango*	15.060	16.373	18.113	22.210	22.434	49,0
Papaya	3.249	3.729	3.593	4.209	3.884	19,5
Melón y sandía	191.622	201.840	210.802	232.838	240.413	25,5
Total	637.412	650.413	674.978	707.695	729.464	14,4

*Mango: incluye guayaba y mangostino.

Fuente: CANADA. STATISTICS CANADA. Fruit Imports by Commodity. 1993-1997. Cálculos: Corporación Colombia Internacional

portamiento interesante durante el periodo considerado fueron los limones y las limas (o limón tahití) cuyo volumen importado se incrementó en un 20% hasta alcanzar las 38.936 toneladas en 1997, en tanto que en valor aumentaron en 25% (US\$25.2 millones en 1997). El principal proveedor es Estados Unidos, con una participación del 61% en 1997, seguido por México (17%) y Argentina (14%).

Asimismo, Canadá importa cantidades significativas de bayas (arándanos azules, fresa, uva, arándanos agrios -cranberries- y frambuesas). En este grupo, se destacan las importaciones de fresa que abarcan alrededor del 85% en volumen y se mantuvieron en aproximadamente 40.000 toneladas entre 1993 y 1997 aunque su valor se incrementó en un 28%, situándose en US\$55.4 millones en 1997. El principal proveedor de bayas a Canadá es Estados Unidos, que participó con el 97% del volumen en 1997. Chile, Nueva Zelanda y Guatemala registran participaciones del 1% o menores, cada uno.

Las importaciones de verduras representaron, en 1997, un poco más del 50% del consumo interno y, tal como se observa en la Gráfica No. 7, entre 1993 y 1997 mostraron un ligero aumento en el volumen (2.3%), mientras que su valor se incrementó en un 12%. Para 1997 el volumen de verduras importadas ascendió a 1.190.000 toneladas por valor de US\$725.9 millones, de las cuales el 88% en volumen y el 83% en valor correspondió a importaciones procedentes de Estados Unidos, mientras que las importaciones de México en este año fueron de 100.000 toneladas (8%) por valor de US\$77 millones (11%). Otros proveedores de verduras en este mercado son España, Holanda y China, cuya participación en 1997 fue menor al 1% del total del volumen importado.

Los productos de mayor participación (en volumen) en las importaciones de verduras de 1997 fueron la lechuga, el tomate, la cebolla, el repollo, la zanahoria y los rábanos, el apio y el pimentón. La participación de Estados Unidos como proveedor de estos productos fue superior al 95%, excepto en tomate (80%), pimentón (77%) y

GRAFICO No.4

DISTRIBUCION DE LAS IMPORTACIONES DE FRUTAS DE CHILE EN VOLUMEN. 1997

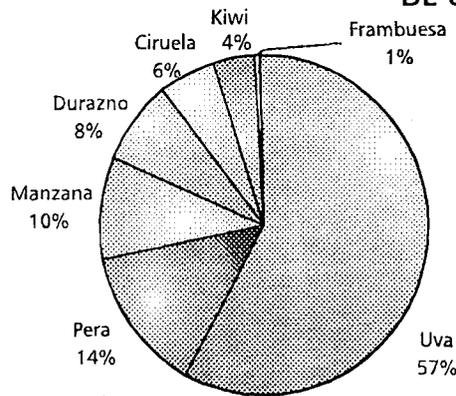


GRAFICO No.5

DISTRIBUCION DE FRUTAS TROPICALES IMPORTADAS EN CANADA. 1997

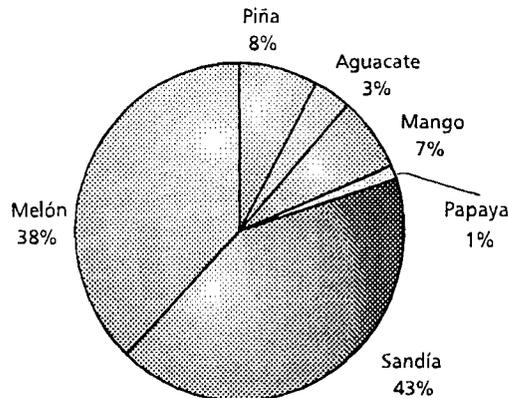
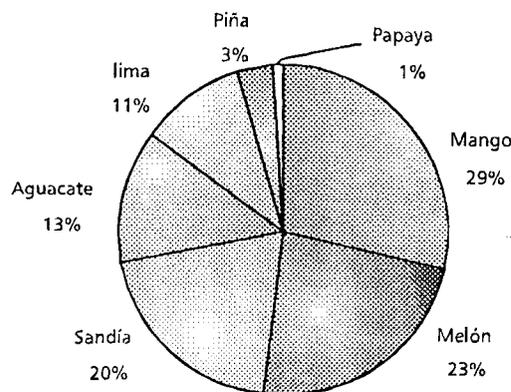


GRAFICO No.6

DISTRIBUCION DE LAS IMPORTACIONES DE FRUTAS DE MEXICO. 1997



Fuente: CANADA. STATISTICS CANADA. Fruit Imports by Commodity, 1993-1997. Cálculos: Corporación Colombia Internacional

cebolla (92%), en los que México participó con 17%, 17% y 7%, respectivamente. Entre 1993 y 1997 sólo aumentó el volumen importado de zanahoria y rábanos, pimentón, repollo, arveja y

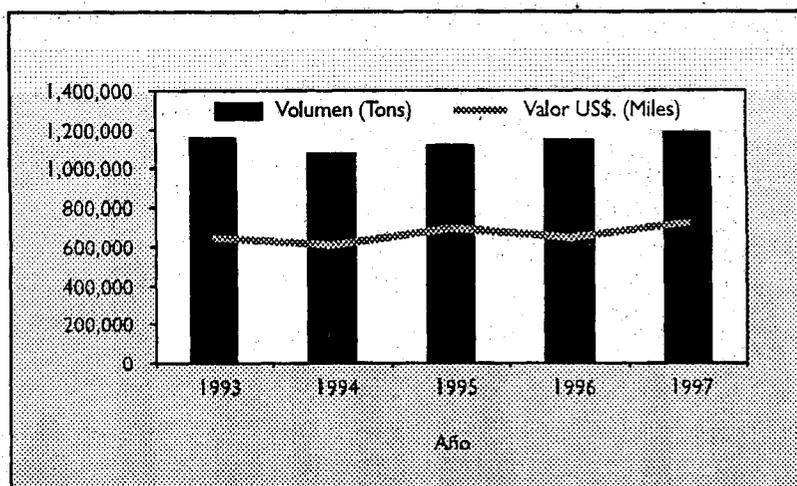
tomate. Los incrementos en el valor de las importaciones fueron de mayor magnitud que en volumen: de 84% para zanahoria y rábanos, de 39% para lechuga, de 26% para pimentón, de 23%

para tomate y de 21% para arveja (Cuadro No. 6).

Las importaciones de cebolla registraron una disminución cercana al 9% en volumen y al 10% en valor entre 1993 y 1997; las de espárrago disminuyeron en un 27% en volumen y en un 2% en valor, mientras que las importaciones de alcachofa bajaron en 7% en volumen pero aumentaron en 6% en valor. En el caso del espárrago, es digno de mención que las importaciones de 1997, a pesar de ser menores que en años anteriores, abarcaron el 97% del consumo aparente (8.171 toneladas) y se originaron principalmente en Estados Unidos (78%) y México (13%), mientras que Perú y Chile sólo participaron con el 5% y el 2.5%, respectivamente.

GRAFICO No.7

IMPORTACIONES DE VERDURAS DE CANADA.
(VALOR Y VOLUMEN)



Fuente: CANADA. STATISTICS CANADA. Fruit Imports by Commodity. 1993-1997. Cálculos: Corporación Colombia Internacional

CUADRO No.6

IMPORTACIONES DE VERDURAS FRESCAS O CONGELADAS. (TONELADAS)

Producto	1993	1994	1995	1996	1997	Crec. 93/97%	Part.97 %
Tomates	152.329	149.119	154.507	158.397	162.254	6,5	13,6
Cebollas y shallotes	138.838	117.033	120.676	114.865	126.672	-8,8	10,6
Coliflores y brocoli	44.185	43.548	38.198	44.464	40.630	-8,0	3,4
Repollos	119.925	112.146	119.393	120.623	122.039	1,8	10,3
Lechuga de cabeza	166.148	151.073	144.112	144.600	139.234	-16,2	11,7
Lechuga (otras)	91.656	84.233	93.254	92.367	104.576	14,1	8,8
Zanahoria y rábanos	76.644	67.195	80.896	84.815	95.081	24,1	8,0
Pepinos	45.149	44.656	44.091	43.685	44.004	-2,5	3,7
Arveja	3.923	4.115	3.995	5.159	4.487	14,4	0,4
Alcachofa	2.013	2.323	1.723	2.133	1.871	-7,1	0,2
Espárrago	10.877	8.245	6.698	5.970	7.922	-27,2	0,7
Apio	93.533	91.555	87.268	89.749	86.172	-7,9	7,2
Pimentón	60.127	63.609	63.470	73.189	74.303	23,6	6,2
Total	1.163.000	1.086.000	1.120.000	1.147.000	1.190.000	2,3	100,0

Fuente: CANADA. STATISTICS CANADA. Fruit Imports by Commodity. 1993-1997. Cálculos: Corporación Colombia Internacional

SISTEMA DE DISTRIBUCION DE FRUTAS Y VERDURAS EN CANADA^{24/}

El comportamiento del mercado de frutas y verduras en Canadá presenta diferencias importantes entre las diferentes regiones del país, tanto en el tipo de productos demandados

como en los sistemas de distribución, en virtud de la ubicación geográfica de cada región, de su densidad de población y de la mezcla étnica existente. Adicionalmente, el uso de dos idiomas oficiales impone condiciones especiales para la distribución de frutas y verduras en términos del rotulado y del ma-

terial promocional requerido, entre otros. A continuación se describen algunas de las características de las diferentes zonas.

En Vancouver, ciudad localizada en la región de Columbia Británica, se ha radicado un alto porcentaje de inmi-

²⁴ TRADE FACILITATION OFFICE - CANADA. 1993. Op. cit., pág. 1-23 y EMBAJADA de Estados Unidos en Canadá. Op. cit., pág. 1-15.

grantes asiáticos, generando una demanda importante de frutas y verduras tropicales y exóticas. Vancouver es puerto marítimo clave para la importación de frutas y verduras y cuenta con infraestructura adecuada para la distribución de estos productos por vía aérea o terrestre hacia otras regiones, especialmente hacia la región de las praderas. Esta última, en la que se encuentran las provincias de Alberta, Saskatchewan y Manitoba y las ciudades de Calgary, Edmonton, Regina, Saskatoon y Winnipeg se caracteriza por la gran dispersión de los centros de consumo, lo que hace que la distribución allí sea difícil y costosa. En general, los productos destinados a esta región se importan a través de Vancouver y Toronto.

Ontario es la provincia más densamente poblada de Canadá ya que concentra el 37% de la población canadiense. Las ciudades de Ottawa, la capital de Canadá, y Toronto, la ciudad más grande y principal centro de negocios del país, se encuentran en esta región. Toronto se localiza relativamente cerca de Nueva York y Filadelfia, Estados Unidos, y entre su población se incluyen inmigrantes de origen asiático, europeo y latinoamericano. Desde Toronto se distribuyen frutas y verduras para toda la provincia de Ontario y para otras regiones del país, siendo éste uno de los mercados de más alta exigencia en materia de calidad y donde hay mayor competencia.

Montreal, la ciudad más importante de la región de Quebec, posee un ambiente marcadamente europeo con una alta mezcla étnica y es punto importante de entrada de frutas y verduras tanto por vía marítima como por vía aérea. Es una ciudad relativamente fácil de atender, lo que la convierte en el objetivo de muchos exportadores de frutas y verduras de todo el mundo. Comparado con To-

ronto, Montreal es un mercado de calidad media, aunque los compradores, obviamente, tratan de conseguir la mejor calidad posible a precios razonables.

La región de la costa atlántica sigue siendo el área más rural y menos diversificada del país, siendo difícil atenderla tanto por la dispersión de los centros de consumo como por la poca población residente. La mayor parte de las frutas y verduras importadas con destino a esta región se compra a importadores y mayoristas localizados en Montreal y Boston (Estados Unidos).

Los importadores constituyen el contacto clave con el canal de distribución en Canadá y la mayoría cuenta con infraestructura para realizar una adecuada labor de distribución, incluyendo bodegas refrigeradas y cámaras de maduración, zonas de preparación y re-empaque y flota de camiones refrigerados. Por lo general son especialistas en mercadeo y expertos en el desarrollo de planes de promoción y sus principales clientes son los mayoristas y las cadenas de supermercados^{25/}. Los mayoristas, además de comprar a los importadores, también recurren a los brokers^{26/}, para aprovisionarse de frutas y verduras importadas y mantienen contacto directo con productores en Estados Unidos. La mayoría son vendedores exclusivos o están estrechamente vinculados a las grandes cadenas de supermercados aunque entre sus clientes también se incluyen las tiendas especializadas. Por lo general, despachan los pedidos directamente a sus clientes^{27/}. Los compradores de las empresas de suministro de comidas (food service), sector cuya importancia ha venido aumentando en los últimos años en Canadá, son pocos y muy competitivos y buscan productos de alta calidad, en grandes volúmenes y con garantía de suministro permanente^{28/}.

Los mercados mayoristas en Canadá, particularmente los de Toronto y Montreal, son muy activos y a través de ellos se surten pequeños comerciantes y grandes cadenas de supermercados tanto para atender la demanda de productos especializados como para suplir déficits de algún producto tradicional. En Vancouver no existe un mercado terminal para frutas y verduras y los productos impor-

tados se negocian en el mismo puerto de arribo^{29/}.

En Canadá, como en otros países desarrollados, el número de cadenas de supermercados ha disminuido significativamente en los últimos años de tal manera que hoy en día más del 70% de las ventas de alimentos a través estas cadenas corresponde sólo a las 10 principales compañías, dentro de las cuales se cuentan Loblaw's, Steinberg, Provigo, Dominion, Safeway y A&P. Como resultado de lo anterior y de la gran importancia que tiene el departamento de frutas y verduras, las cadenas han creado centrales de compras que buscan negociar directamente con los productores tanto de Canadá como de Estados Unidos. La mayoría de los productos importados de países diferentes a Estados Unidos son comprados a importadores especializados, por la garantía que ellos ofrecen en cuanto a la disponibilidad de productos que tengan las características demandadas y sean entregados en el momento y lugar requeridos, facilitando de esa manera la realización de las campañas de publicidad y promoción que programan los supermercados con anticipación. Ocasionalmente, cuando se manejan grandes volúmenes o se tiene plena confianza en el cumplimiento de los exportadores, las cadenas realizan importaciones directas.

A nivel detallista, las ventas de alimentos a través de supermercados y tiendas de abarrotes ascendieron a US\$37.7 billones en 1997, con una participación del 56% para las cadenas de supermercados y del 44% para las cadenas voluntarias. Los supermercados de las cadenas voluntarias de supermercados (incluidas las tiendas especializadas) tienen una participación importante en la distribución minorista de frutas y verduras en Canadá, aunque su importancia varía según la región, siendo más importantes en Quebec que en Ontario. Normalmente estas cadenas adquieren los productos de importadores y mayoristas especializados. Es importante mencionar que, desde 1994, las tiendas especializadas han crecido más rápidamente que los supermercados y constituyen una alternativa interesante para la venta de alimentos, particularmente para productos especiales (specialties).

^{25/} TRADE FACILITATION OFFICE - CANADA. Op. cit., 1992, pág. 60.

^{26/} Agentes de compra que no toman posesión física de las mercancías pero hacen todos los arreglos necesarios para su compra, despacho, inspección, etc. en nombre de sus clientes, los mayoristas. Funcionan sobre la base de una comisión.

^{27/} TRADE FACILITATION OFFICE - CANADA. Op. cit., 1998, pág. 42-45.

^{28/} KARST, Tom. Op. cit., pág. 37.

^{29/} Entrevista con el Sr. Carlos Van Cotten, funcionario de la Embajada de Canadá en Colombia. Santa Fe de Bogotá, octubre de 1998.

ACCESO AL MERCADO

La mayoría de los envíos de frutas y verduras llega a Canadá por barco. El transporte terrestre en operaciones de importación se utiliza principalmente para la movilización de productos de Estados Unidos y México o para aquellos que, en tránsito hacia Canadá arriban a puertos o aeropuertos en Estados Unidos desde países de fuera de Norteamérica. Es práctica común el transporte de frutas y verduras en camiones refrigerados desde Los Angeles, Miami, Nueva York y Filadelfia hacia los principales mercados en Canadá³⁰.

Para su admisión, los productos importados deben cumplir con las disposiciones canadienses en materia de residuos de pesticidas que siguen el mismo patrón que las de Estados Unidos, excepto que el umbral de tolerancia en Canadá es de 0.1 partes por millón (ppm), mientras que en Estados Unidos es de 0 ppm. Es de anotar, sin embargo, que debido al bajo uso de pesticidas en Canadá, existe presión para que este umbral se baje a 0 ppm. Los inspectores de Alimentos y Medicamentos (Food and Drug - Health and Welfare Canada) son los encargados de verificar la presencia de residuos de pesticidas y otras sustancias no permitidas. Adicionalmente, se aplican normas sanitarias y, en algunos casos, normas de clasificación para las frutas y verduras importadas. En este caso, son los funcionarios de Cuarentena Vegetal (Plant Quarantine - Agriculture Canada) los encargados de vigilar que no haya insectos en los embarques y que se cumplan las disposiciones sobre rotulado, particularmente relevante para productos pre-empacados³¹.

Las restricciones de tipo fitosanitario en Canadá son pocas y se limitan princi-

palmente a aquellos productos de importancia comercial para el país, tales como manzanas, arándanos azules y papas. La reglamentación sobre rotulación aplicable a frutas y verduras frescas exige que se indique en los empaques el nombre del producto y la correspondiente variedad, el peso por caja en libras o kilos, el número de unidades por caja, el país y la región de origen, el nombre y la dirección del productor, emparador o exportador y el número del lote al cual corresponde cada caja.

Canadá no establece cuotas de importación y los pocos aranceles que aún existen (tarifa NMF o Nación Más Favorecida) se aplican únicamente durante la temporada de producción nacional de algunos productos y variedades que se cultivan comercialmente en Canadá. En 1989, Canadá suscribió el Acuerdo de Libre Comercio (FTA) con Estados Unidos, en virtud del cual para 1999 se deben haber eliminado todos los aranceles al comercio entre estos dos países. Por otra parte, Canadá, Estados Unidos y México suscribieron el acuerdo de Libre Comercio de Norteamérica (NAFTA), cuya meta es permitir el libre flujo de ciertos productos dentro del continente. Aunque actualmente se aplican aranceles a algunos productos chilenos y mejicanos, éstos desaparecerán en los próximos años en virtud del NAFTA y del Acuerdo de Libre Comercio firmado entre Canadá y Chile en 1995.

En cuanto a los sistemas de negociación, existen dos formas básicas de pago de los importadores a sus proveedores: a los 21 días o a los 30 días, después del arribo de la mercancía a Canadá. Por lo general, las cartas de crédito no son aceptables en este país. El exportador puede escoger y negociar con el importador las condiciones del envío, el cual puede ser C+F (costo y flete a cargo del exportador) o CIF (costo, seguro y flete a cargo del exportador). El precio cotizado por el importador a sus clientes en Canadá, incluirá los costos C+F o CIF, así como

cualquier costo relacionado con el recibo y nacionalización del embarque, más una comisión que generalmente está entre el 5% y el 15%. Además, desde enero de 1991 están prohibidas las ventas en consignación en Canadá, razón por la cual toda mercancía debe tener un precio definido. El cumplimiento de este requisito es verificado por la Oficina de Aduanas del Departamento de Agricultura, a través del formulario de Confirmación de Venta (*Confirmation of Sale*) que el importador debe presentar debidamente diligenciado y firmado para la liberación de los embarques.

Es importante señalar que, de acuerdo con las disposiciones vigentes en Canadá, todo agente que importe productos agrícolas a este país debe contar con licencia expedida por el Departamento de Agricultura de Canadá. En consecuencia, antes de cerrar cualquier negocio, los exportadores deben solicitar la prueba de que tal licencia fue otorgada³². La lista de agentes licenciados se actualiza anualmente y puede obtenerse a través de Agriculture Canada.

La distribución de productos perecederos, como las frutas y verduras frescas, a todo el Canadá desde un solo puerto de entrada es muy difícil, principalmente debido a las grandes distancias existentes entre los centros de consumo. Para lograr la distribución nacional es recomendable realizar la importación a través de puertos en la costa Pacífica y en la costa Atlántica o desde Estados Unidos. En opinión de los expertos, la clave del éxito en Canadá está en penetrar el mercado de costa a costa para asegurar el mayor volumen de ventas ya que si se enfocan únicamente los mercados de Toronto y Montreal, donde relativamente es más fácil el acceso, se enfrenta una altísima competencia y, muy posiblemente, baja rentabilidad. Lo más aconsejable es identificar importadores o clientes localizados al este y al oeste del país, ya que muy pocos agentes tienen la capacidad de realizar una distribución a nivel nacional.

³⁰ TRADE FACILITATION OFFICE - CANADA. Op. cit., 1992, pág. 20

³¹ PROEXPORT COLOMBIA. Dirección de estudios económicos y comerciales. Perfil de mercados para la exportación de frutas frescas a Canadá. Bogotá, pág. 6.

³² TRADE FACILITATION OFFICE - CANADA. Op. cit., 1993, pág. 9-13.

COMERCIO DE FRUTAS Y HORTALIZAS ENTRE COLOMBIA Y CANADA

El comercio de frutas y hortalizas frescas y procesadas entre Canadá y Colombia muestra una balanza deficitaria creciente para Colombia entre 1993 y 1997. En 1997 se importaron de Canadá 108.548 toneladas de frutas y hortalizas por valor de US\$43.9 millones, dentro de las que se destaca la participación de la arveja y la lenteja con 34% y 48% en el total del volumen importado. Las importaciones de jugos de frutas, que han registrado un crecimiento importante desde 1996, ascendieron a 598 toneladas por valor de US\$366.210.

Las exportaciones colombianas a Canadá durante el periodo considerado registran una disminución del 42.5% en volumen y un incremento del 19% en valor, situándose en 119 toneladas por valor de US\$407.391 en 1997. Como se observa en el Cuadro No. 7, los productos exportados corresponden a la gama de frutas exóticas. Sin embargo, para la mayoría de los productos frescos las exportaciones registradas en 1997 no superaron las 5 toneladas, excepto en el caso de tomate de árbol, granadilla y maracuyá. Cabe señalar, además, el comportamiento irregular de estas exportaciones durante el periodo considerado.

Por solicitud de Proexport, en 1994 la firma Labrecque Marketing Inc. de Canadá adelantó una investigación en el mercado canadiense con el fin de identificar las oportunidades comerciales de productos colombianos tales como granadilla, uchuva, pitaya, tuna, bananito, mango, papaya, limón tahití, tangelo, melón, piña, plátano y alcachofa^{33/}. A través de este estudio se identificó potencial de mercado para las frutas tropicales y exóticas colombianas y, para el caso de productos como tangelo, melón y limón tahití, se estableció que las oportunidades son limitadas, a menos que Colombia pueda diferenciar su oferta introduciendo nuevas variedades o productos de mejor calidad. Otros produc-

tos que podrían representar oportunidades para Colombia en este mercado, según este estudio, serían guisantes (snow peas), frambuesas, espárragos, habichuelas y arándanos azules. La investigación adelantada indicó, sin embargo, que no hay posibilidades de exportar piña y alcachofa a este mercado por el predominio de Dole y Del Monte en el caso de la piña y de California en el de la alcachofa (95%).

Es de anotar que en las conclusiones de este estudio se hizo énfasis en la necesidad de que los exportadores, conjuntamente con los importadores y las cadenas de supermercados, desarrollaran campañas de promoción y de educación al consumidor ya que, con excepción del plátano y del bananito, las frutas exóticas son desconocidas en Canadá. Asimismo, el estudio señala la necesidad de capacitar a

CUADRO No. 7
EXPORTACIONES DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS Y PROCESADAS A CANADA

Producto	1993	1994	1995	1996	1997	Part./97
Alcachofas	0,5	0,4	0,0	1,7	3,7	3,1
Banano Bocado	0,0	0,0	0,0	0,3	1,8	1,5
Tunas	10,6	5,0	1,0	8,3	1,4	1,2
Guayabas y mangos	12,4	0,0	0,0	0,2	1,2	1,0
Papaya	44,5	0,0	0,1	0,3	0,0	0,0
Fresas	1,2	0,0	0,0	0,9	0,0	0,0
Granadilla y maracuyá	0,0	2,0	21,9	41,3	26,1	21,9
Tomate de árbol	0,0	2,0	14,1	24,0	17,4	14,6
Pitaya	0,0	0,4	2,1	5,0	4,6	3,9
Uchuva	0,0	1,0	4,1	8,9	5,0	4,2
Moras, frambuesas y zar.	0,0	0,0	0,0	4,8	3,9	3,3
Campañones en conserva	0,0	0,0	0,0	0,0	13,0	10,9
Confituras, jaleas y merm.	37,0	38,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Jugo de maracuyá	0,0	0,0	0,0	56,9	37,0	31,1
Los demás jugos	21,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Otros jugos	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,8
Total	207	115	63	156	119	100,0

Fuente: DANE - Cálculos: Corporación Colombia Internacional

CUADRO No. 8
ITINERARIOS DE VUELOS DESDE COLOMBIA HACIA CANADA

Compañía Aérea	Desde	Frecuencia de Vuelos						
		L	M	M	J	V	S	D
Avianca	Bogotá	x	x	x	x	x	x	x
Avianca	Cali				x		x	
Avianca	Cartagena						x	
Avianca	Medellín					x	x	
Air Transat	Barranquilla	x						
Air Transat	Cartagena	x					x	

Fuente: COLOMBIA. PROEXPORT. Oficina Logística de Exportación. Santa Fe de Bogotá. 1998

^{33/} LABRECQUE MARKETING INC. Op. cit., pág. 1-3

los importadores y comerciantes en el manejo de estos productos y de mejorar la imagen de los exportadores colombianos, en términos de confiabilidad.

En la actualidad los exportadores colombianos vienen trabajando en la conquista de este mercado mediante campañas de degustación y promoción con cadenas de supermercados. La mayoría de las empresas exportadoras colombianas dirige sus productos a Toronto y Montreal, sin que todavía se hayan realizado exportaciones a Vancouver.

En términos de la disponibilidad de transporte para las exportaciones de frutas y verduras hacia Canadá, la información suministrada por Proexport indica que sólo las aerolíneas Air Transat y Avianca ofrecen servicio de transporte aéreo desde algunas ciudades colombianas a Toronto y Montreal vía Nueva York, con conexión terrestre, de acuerdo con los

itinerarios resumidos en el Cuadro No. 8. Las tarifas para frutas y verduras frescas oscilan entre US\$1.14/kg. y US\$1.60/kg. para cargas de más de 100 kgs. y el costo mínimo por envío es de US\$200.

De acuerdo con la reglamentación vigente en el momento, el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) permite realizar transbordos de productos colombianos no admitidos a este país dentro del mismo aeropuerto, previo otorgamiento del permiso de Exportación Inmediata, o el transbordo a transporte terrestre, siempre que éste se realice en camión refrigerado que lleve el sello del USDA. Sin embargo, no está permitido el transporte entre aeropuertos dentro de Estados Unidos en virtud de los riesgos potenciales por demoras en las conexiones.

Es importante señalar que, en opinión de todas las empresas exportadoras

consultadas, la gran limitante para el desarrollo del mercado canadiense radica en los problemas de logística que prevalecen en Colombia y que se reflejan en la inexistencia de vuelos directos a ciudades canadienses, lo que hace necesario el envío a través de Nueva York y el uso de transporte aéreo o terrestre para continuar a Canadá o el envío a través de aeropuertos europeos, encajando de manera importante el flete y afectando significativamente la calidad del producto por el mayor tiempo de tránsito y la excesiva manipulación.

Hay 3 navieras que prestan este servicio desde puertos colombianos hasta los puertos de Montreal y Toronto en contenedores refrigerados de 40 pies, con conexiones terrestres desde puertos en Estados Unidos y un tiempo de tránsito que oscila entre 9 y 18 días (Cuadro No. 9).

CUADRO No. 9

INTINERARIOS DE TRANSP. MARITIMO REFRIGERADO DESDE COLOMBIA HACIA CANADA

Compañía Naviera	Puerto de Salida	Puerto Destino	Frecuencia tránsito	Tiempo
Sea Land (C.T.I Cargo)	Buenaventura	Mont./Toronto	Semanal	13-15 días
	Cartagena	Mont./Toronto	Semanal	11-14 días
Seaboard Marine/Seaboard Colombia	B/quilla, C/gena y Sta. Marta	Mont./Toronto	Semanal	9-10 días
Cia. Sudamericana de C.S.A.V. Col.	Buenaventura	Toronto	Semanal	16-18 días

Fuente: COLOMBIA. PROEXPORT. Oficina Logística de Exportación. Santa Fe de Bogotá. 1998

OPORTUNIDADES DE MERCADO

Dadas las características de este mercado en cuanto al creciente interés por productos saludables y listos, a la demanda que ejerce la población de inmigrantes asiáticos, al interés de las cadenas de supermercados en diversificar su oferta de frutas y verduras y al alto poder adquisitivo de los canadienses, es evidente que este mercado resulta atractivo para el desarrollo de negocios de exportación de frutas y verduras.

De acuerdo con la información disponible y teniendo en cuenta los resultados de la investigación realizada por la firma Labrecque, Colombia tendría oportunidades de exportación de frutas exóticas y de algunas frutas tropicales tales como mango y papaya. En el caso del mango habría un potencial de mercado entre diciembre y enero, meses en los cuales hay producción colombiana

que competiría con Perú y Brasil, mas no con México. La papaya colombiana enfrentaría a lo largo del año la competencia de Estados Unidos (Hawaii), cuya participación ha venido disminuyendo en los últimos años, y la de Jamaica, cuyas exportaciones a este mercado vienen aumentando. En consecuencia, las posibilidades de conquistar este mercado con estos dos productos estarían en función de la competitividad del producto colombiano frente al producto de los otros países proveedores.

Colombia cuenta con una gran ventaja en materia de frutas exóticas dada la poca competencia actual. Sin embargo, teniendo en cuenta las conclusiones del estudio de Labrecque Marketing Inc., el escaso conocimiento de estos productos en el mercado canadiense hace que sea necesario reali-

zar una inversión significativa en campañas de promoción de las frutas.

En cuanto a las verduras, la información disponible no permite identificar oportunidades para exportaciones colombianas ya que los productos de mayor participación en las importaciones provienen, en más de un 90%, de Estados Unidos (75%) y de México (17%), países con los que sería prácticamente imposible competir. Adicionalmente, las importaciones de aquellos productos que Colombia podría exportar a Canadá, tales como espárrago y alcachofa, muestran una tendencia descendente en los últimos cinco años, lo que desestimula su envío. Por último y, teniendo en cuenta la experiencia de Colombia en las exportaciones de este tipo de productos hacia Canadá, se hace indispensable mejorar la logística de transporte.

✓ Estudio de mercado sobre frutas frescas y secas.

CANADÁ

ESTUDIO DE MERCADO sobre frutas frescas y secas

Fruta	Posición
higos	0804.20
uvas frescas	0806.10
manzanas	0808.10
peras	0808.20
damascos	0809.10
duraznos	0809.30
cerezas	0809.20
ciruelas frescas	0809.40
pasas	0806.20
ciruelas secas	0813.20

EMBAJADA ARGENTINA

Sección Económica y Comercial
 90 Sparks Street, Suite 910
 Ottawa, Ontario, K1P 5B4, Canadá
 Tel. 1 (613) 236-2351
 Fax. 1 (613) 563-7925
DICIEMBRE, 2000

ÍNDICE

- Introducción
- Mercado canadiense de frutas
- Descripción y posición arancelaria de los productos
- Aranceles de importación, producción, importación, exportación, consumo y precios de cada uno de los productos en estudio
- Mercado de higos
- Mercado de uvas frescas
- Mercado de manzanas
- Mercado de peras
- Mercado de damascos
- Mercado de duraznos
- Mercado de cerezas
- Mercado de ciruelas frescas
- Mercado de frutas secas
- Requisitos sanitarios
- Requisitos de etiquetado y empaque
- Otros requisitos: documentación
- Ferías
- Lista de compañía importadoras de frutas frescas
- Lista de compañía importadoras de frutas secas
- Lista de supermercados

Introducción

El presente perfil se refiere al mercado canadiense de las siguientes frutas:

- frescas: cerezas, duraznos, damascos, higos, peras y membrillos, manzanas, ciruelas y uvas.
- deshidratadas: cerezas en conserva, ciruelas secas y pasas.

El perfil provee información general así como también aranceles de importación, estadísticas de

producción, consumo, importación y exportación de cada producto en particular. Asimismo se incluyen referencias sobre ferias, asociaciones empresariales e importadores vinculados al rubro.

MERCADO CANADIENSE DE FRUTAS

Canadá invierte continuamente en programas de mejoras de cultivo que le permitan maximizar sus períodos cortos de cosecha, logrando en la última década introducir variedades de uvas, fresas, duraznos y otras frutas, más resistentes a su clima. A pesar de ello, el mercado canadiense de frutas depende del exterior ofreciendo cada año nuevas oportunidades a países socios, debido entre otras razones al:

- incremento de grupos étnicos, los cuales según el Ministerio de Agricultura, consumen aproximadamente un tercio más de vegetales y frutas que los de origen canadienses o Estadounidenses.
- interés general de la población de consumir alimentos y nutrientes orgánicos sin aditivos.
- nueva estructura y estilo de vida de la población (envejecimiento de la población y necesidad de trabajo de la pareja). Actualmente, aproximadamente 65% de la población sobrepasa los 65 años.
- aproximadamente, el 60% del consumo local de frutas y verduras proviene del exterior.

Actualmente, hay mayor disponibilidad (cantidad) y mayor variedad de frutas durante todo el año, lo que a incidido en el abaratamiento de los precios de los mismos.

En 1999, Canadá produjo 849 mil toneladas de frutas con un valor aproximado de U\$S 330 millones, 18% más que en 1998. De este total, 602 mil toneladas correspondieron al cultivo de manzanas, 62 mil toneladas a uvas y 68 mil toneladas a frutas suaves y el resto frutillas, arándanos (wil blubberies, raspberries y cranberries) y otros.

Las 68 mil toneladas de frutas suaves se distribuyeron de la siguiente manera: duraznos (42,3%), peras (26,2%), cerezas (19,2%), nectarines (5,6%), ciruelas (5,0%) y damascos (1,7%). Esta producción se concentró en las provincias de Ontario (70%) y British Columbia 30%.

De 1991 a 1998, se registró una tendencia decreciente en el número de hectáreas dedicadas al cultivo de frutas como manzanas, fresas, cereza y otras frutas relativas. Sin embargo, en el caso de estas últimas se incrementó la densidad de la población de árboles, no así en la mayoría de frutas suaves. En 1999, se cultivó un promedio de 29 mil hectáreas de manzanas, 16% menos que en 1991 y 6 mil hectáreas de fresas, 13% menos que en 1996.

El 1998, el consumo per cápita de frutas frescas fue 312 libras, más de un tercio del consumo de los años 70's. Según el Ministerio de Agricultura, en Canadá el consumidor tiene clara preferencia por la fruta fresca sobre la congelada, enlatada o productos secos. Las frutas de mayor consumo son bananas 30,8 libras por persona, manzanas 26,4 libras y naranjas (incluyendo mandarinas y clementinas) 22 libras.

DESCRIPCION y posicion arancelaria DE LOS PRODUCTOS EN ESTUDIO, SEGUN LA NOMENCLATURA CANADIENSE

CODIGO	DESCRIPCION
08.04.20.00.10	higos frescos
08.04.20.00.20	higos secos
0806.10	uvas frescas
0806.10.11.00	uvas frescas de la especie vitis labrusca en su estado natural, importadas durante el período especificado por el Ministerio de Finanzas y el Comisionado de Aduanas, el cual no debe exceder de 15 semanas en un período de 12 meses y termina 31 de marzo
0806.10.19.00	las demás uvas de la especie vitis labrusca en su estado natural
0806.10.91.00	las demás uvas en su estado natural
0806.10.99.00	las demás uvas

0806.20.00.00	uvas secas
0808.10.10.00	manzanas en su estado natural
0808.10.90.00	las demás
0808.20	peras y membrillos
0808.20.10.00	peras para procesamiento
0808.20.21.00	las demás peras importados durante el período especificado por el Ministerio de Finanzas y el Comisionado de Aduanas, el cual no debe exceder de 24 semanas en un período de 12 meses y termina 31 de marzo
0808.20.29.00	las demás peras
0808.20.30.00	membrillos
0809.10	damascos
0809.10.10.00	damascos para procesamiento
0809.10.91.00	Los demás damascos importados durante el período especificado por el Ministerio de Finanzas y el Comisionado de Aduanas, el cual no debe exceder de 10 semanas en un período de 12 meses y termina 31 de marzo
0809.20.10.00	cerezas dulces para procesamiento
0809.20.21.00	cerezas agrias en su estado natural importados durante el período especificado por el Ministerio de Finanzas y el Comisionado de Aduanas, el cual no debe exceder de 10 semanas en un período de 12 meses y termina 31 de marzo
0809.20.29.00	las demás
0809.20.31.00	las demás en su estado natural importados durante el período especificado por el Ministerio de Finanzas y el Comisionado de Aduanas, el cual no debe exceder de 6 semanas en un período de 12 meses y termina 31 de marzo
0809.20.39.00	las demás en su estado natural
0809.20.90.00	las demás
0809.30.10.00	duraznos para procesamiento
0809.30.21.00	los demás en su estado natural importados durante el período especificado por el Ministerio de Finanzas y el Comisionado de Aduanas, el cual no debe exceder de 14 semanas en un período de 12 meses y termina 31 de marzo
0809.30.29.00	los demás
0809.40.10.00	ciruelas para procesamiento
0809.40.21.00	las demás ciruelas en su estado natural importados durante el período especificado por el Ministerio de Finanzas y el Comisionado de Aduanas, el cual no debe exceder de 12 semanas en un período de 12 meses y termina 31 de marzo
0809.40.29.00	las demás
0809.40.31.00	ciruelas en diferente estado al natural importados durante el período especificado por el Ministerio de Finanzas y el Comisionado de Aduanas, el cual no debe exceder de 12 semanas en un periodo de 12 meses y termina 31 de marzo
0809.40.39.00	las demás ciruelas diferentes estado al natural
0809.40.90.00	las demás
0813.20.00.00	ciruelas en conserva

MERCADO CANADIENSE DE CEREZAS

Resumen

- * De 1995 a 1998 la producción local de cerezas frescas tuvo un comportamiento decreciente causado principalmente por problemas de clima. En 1998, Canadá produjo cerca de 10,290 toneladas, 23% menos que el total de 1995.
- * Al igual que la producción local, durante ese mismo período, el consumo total de cerezas bajó aproximadamente 10%. De 1994 a 1996 la demanda cayó de 19 mil a 14 mil toneladas. Sin embargo, en 1997 el mercado se recuperó parcialmente logrando un total de 18 mil toneladas, para luego bajar en 1998 a 17 mil toneladas.
- * De la demanda de 1998, el 29% (5 mil toneladas) se utilizó como materia prima en la manufactura, 65% (11 mil toneladas) se dirigió al consumo directo de la población y el 6% fue considerado como desperdicio. En 1998, el consumo per cápita fue 0,7 libra.
- * El promedio de las exportaciones canadienses de cerezas es relativamente bajo aproximadamente US\$ 370 mil (240 toneladas), siendo sus principales compradores Francia, Estados Unidos, Reino Unido y Bélgica.
- * Por su parte, de 1995 a 1999, las importaciones canadienses de cerezas frescas registraron un comportamiento creciente, excepto por el año 1998, que presentó una baja del 27% con respecto a 1997. En 1999 Canadá registró compras por un total de US\$ 19 millones (8 mil toneladas), el doble de las efectuadas en 1995, siendo los países de mayor participación en este mercado, Estados Unidos con el 94,7%, Chile 3,1% y Argentina 0,4%.
- * A pesar de la concentración de las importaciones en las proveniente de los Estados Unidos, el mercado canadiense ofrece oportunidades para los productos argentinos en base a la oferta de contraestación. Esta ventaja sólo puede ser aprovechada si el exportador argentino toma una actitud agresiva que incluya la asistencia a ferias y el contacto directo con los importadores canadienses.

Aranceles de importación canadienses

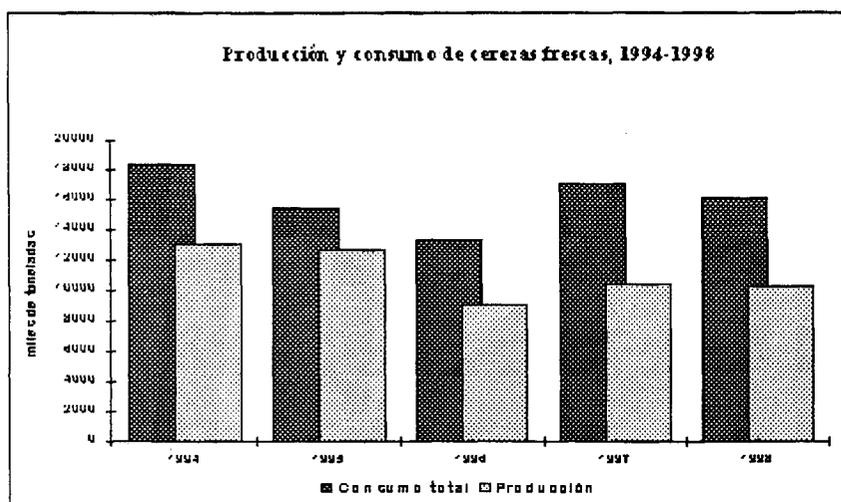
Posición Arancelaria	Aranceles		
	Tarifa General	Sistema General de Preferencias	Tarifa preferencial
0809.20.10.00	5.64 ctvs/kg, mínimo 8%	5% (incluye Argentina)	Estados Unidos, Países del Caribe integrados al Commonwealth, Países Menos Desarrollados, México y Chile: 0%
0809.20.21.00	5.64 ctvs/kg, mínimo 8%	5% (incluye Argentina)	Estados Unidos, Países del Caribe integrados al Commonwealth, Países menos

			Desarrollados, México y Chile: 0%
0809.20.29.00	0%	0%	0%
0809.20.31.00	5.62 ctvs/kg, mínimo 8,5%	5% (incluye Argentina)	Estados Unidos, Países del Caribe integrados al Commonwealth, Países menos Desarrollados, México y Chile: 0%
0809.20.39.00	0%	0%	0%
0809.20.90.00	6%	5%	Estados Unidos, Países del Caribe integrados al Commonwealth, Países menos Desarrollados, México y Chile: 0%

Producción y consumo

Según datos proporcionados por Statistics Canada, la producción y el consumo de cerezas frescas durante el período 1995-1998 en miles de toneladas fueron los siguientes:

Año	Producción	Consumo	
		duraznos frescos	manufactura
		Toneladas	
1994	13.110	10.560	7.790
1995	12.700	9.460	6.050
1996	9.100	8.370	4.940
1997	10.440	10.890	6.200
1998	10.290	11.110	5.000



Importaciones canadienses de cerezas frescas, durante el período 1996-1999

Países proveedores	Valor en miles de dólares estadounidenses			
	1996	1997	1998	1999
Estados Unidos	11.949	17.484	12.659	18.077
Chile	698	446	553	600
Argentina	20	113	117	208
Italia	-	3	20	92
Turquía	9	-	15	-
Otros	28	8	20	88
Total	12.704	18.054	13.382	19.065

Exportaciones canadienses

De 1996 a 1998, las cifras registradas de las exportaciones de cerezas, fueron:

Países hacia donde se dirigen las exportaciones	Valor en miles de dólares estadounidenses

	1996	1997	1998	1999
Reino Unido	37	-	90	424
Estados Unidos	207	204	116	258
Taiwán	29	33	35	93
Bélgica	37	33	69	24
Francia	-	-	134	-
Otros	54	86	49	114
Total	363	356	493	913

Mayor información sobre puede consultarse en la siguiente dirección en Internet:

<http://strategis.ic.gc.ca/cgi-bin/tdst-bin/wow/wow.codeCountrySelectionPage>

Precios FOB en U\$\$

Los precios varían dependiendo de la calidad, clase, procedencia, lugar de arribo y estación del año. A continuación se presenta ejemplo de precios FOB:

Período	Tipo	Origen	Unidad	Precio mínimo	Precio máximo
03/01/00	todo variedad	California	CNT 11lb	20,7	22,1
13/12/99	"Bing"	Argentina	CTN 11lb	37,5	44,9
13/12/99	"Inconnu"	California	CTN 11 lb	30,4	32,2
01/04/99	toda variedad	Chile	CTN 11 lb	31,7	40,5

REQUISITOS SANITARIOS EXIGIDOS A LA IMPORTACIÓN DE FRUTAS FRESCAS

Toda importación de productos agrícolas destinada a la distribución interna debe cumplir con estrictas regulaciones sanitarias y fitosanitarias establecidas por la ley de alimentos y medicamentos "Food and Drugs Act" y la de Productos Agrícolas "Canada Agricultural Products Act".

Estas leyes regulan entre otras, las cantidades máximas de residuos de pesticidas y productos químicos de los alimentos, así como la documentación necesaria en todo proceso de importación que asegure el cumplimiento de las regulaciones establecidas. Mayor información sobre estas leyes puede encontrarse en las páginas de Internet:

<http://canada.justice.gc.ca/FTP/EN/Laws/Chap/F/F-27.txt>

Por ejemplo, en el caso de la importación de durazno, nectarín, ciruela, damasco, cereza, manzana, pera y uva, la Ley de Alimentos y Medicamentos establece límites máximos de pesticidas, a saber:

Pesticida	límite máximo (MRL's ppm)	producto
"abamecting including avermecting B1, B1a y 8, 9-Z isomer"	0,02	manzanas, frutas cítricas, peras
"amitraz"	1,0 0,5	peras manzanas
"azinphos-methyl (Guthion)"	5,0 2,0 1,0	uvas manzanas, peras, duraznos, damascos, nectarina cereza, ciruela
"benomyl, carbendazim y thiphanate-methyl"	10,0	frutas cítricas, duraznos
	5,0	manzanas, damascos, cereza, uvas, peras, ciruelas
"biphenyl"	110,0	frutas cítricas
"bromophos"	1,5	manzanas
"bromopropylate"	2,0	frutas cítricas, uvas
"captan"	5,0	manzanas, damascos, cerezas, uvas, duraznos, peras, ciruelas
"carbaryl"	10,0 5,0	damascos, cerezas, frutas cítricas, duraznos, ciruelas manzanas, uvas, peras
"chlorothalonil (Bravo)"	0,5	cerezas, nectarinas, duraznos
"cholopyrifos"	1,5 1,0	manzanas cítricos
"clofentezine"	1,0 1,5	nectarinas, duraznos manzanas, peras
"copper compounds"	50,0	frutas frescas
"cypermethrin (Cymbus, Ricord)"	1,0 0,5 0,2	manzanas, frutas cítricas uvas, peras duraznos
"cyprodinil"	2,0	uvas
"2,4-D"	2,0	frutas cítricas
"daminozide (Alar)"	10,0 15,0 20,0 25,0 30,0 55,0	uvas peras ciruelas duraznos manzanas, cerezas dulces cerezas ácidas
"diazinon"	0,75 0,7	manzanas, damascos, cerezas, uvas, peras, ciruelas frutas cítricas, duraznos

"dichlone (Phygon)"	3,0	manzanas, cerezas, duraznos, ciruelas
"dichloran"	15,0	cerezas dulces, duraznos
	10,0	damascos
	5,0	ciruelas
"Dicofol (Kelthane)"	5,0	frutas cítricas
	3,0	manzanas, damascos, cerezas, uvas, duraznos, peras, ciruelas, higos
"dimethoate"	2,0	manzanas, ciruelas, peras
	1,5	frutas cítricas
"diuron"	1,0	frutas cítricas, uvas
"dodine (Cyprex)"	5,0	manzanas, peras
	2,0	cerezas
"endosulfan (Thiodan)"	2,0	manzana, damascos, cerezas, duraznos, peras, ciruelas
	1,0	uvas
"ethephon (Ethrel)"	8,0	cerezas dulces
	3,0	manzanas, higos
	2,0	cerezas ácidas
	1,0	frutas cítricas, uvas
"ethion"	2,0	manzanas, frutas cítricas, uvas, peras
	1,0	duraznos, ciruelas
"ethoxyquin (Santoquin)"	3,0	manzanas, peras
"ethyleebisdithiocarbamate, fungicides incluyendo mancozeb, manec, metiram y zineb"	7,0	manzanas, uvas, peras
"fenbutatin oxide (Vendex)"	3,0	manzanas, peras
	2,0	frutas cítricas
"ferbam"	7,0	manzanas, damascos, cerezas, uvas, duraznos, peras, ciruelas
"Fosetyl-aluminum"	1,0	manzanas
"folpet (Phaltan)"	25,0	manzanas, cerezas, uvas
	15,0	frutas cítricas
"formetanate hydrochloride (Carzol)"	4,0	frutas cítricas
	3,0	peras, duraznos, manzanas
	0,5	ciruelas
"iprodione (Rovral)"	10,0	uvas, duraznos
	5,0	cerezas
	3,0	damascos
	2,0	ciruelas
"imazalil"	5,0	frutas cítricas
"imidacloprid"	1,5	uvas
	0,6	peras
	0,5	manzanas
"lindane"	3,0	manzanas, damascos, cerezas, uvas, duraznos, peras, ciruelas
"malathion"	8,0	damascos, uvas, ciruelas
	6,0	cerezas, duraznos,
	2,0	manzanas, peras
"metalaxyl"	5,0	frutas cítricas
	1,0	damascos, cerezas, uvas, duraznos, ciruelas
"methidathion"	2,0	frutas cítricas
	0,5	manzanas, peras
	0,2	cerezas, uvas, duraznos, ciruelas
"methomyl (Lannate)"	4,0	uvas
	1,0	frutas cítricas
	0,5	manzanas
"methoxychlor"	14,0	damascos, cerezas, uvas, duraznos,

"mevinphos (Phosdrin)"	0,25	ciruelas, manzanas, peras
	0,2	manzanas, peras, duraznos, ciruelas
		frutas cítricas
"monocrotophos"	1,0	manzanas
	0,5	peras
"myclobutanil (Nova)"	1,0	cerezas, uvas, nectarinas
	0,5	manzanas
"naled (Dibrom)"	3,0	frutas cítricas
"nicotine"	2,0	manzanas, damascos, cerezas, duraznos,
		peras, ciruelas
"parathion"	1,0	manzanas, damascos, cerezas, frutas
		cítricas, uvas, duraznos, peras, ciruelas
"permethrin"	2,0	uvas
	1,0	manzanas, peras, duraznos
"phosalone"	6,0	cerezas
	5,0	manzanas, uvas, ciruelas
	4,0	damascos, duraznos
	2,0	peras
	1,5	frutas cítricas
"phomet(lmidan)"	10,0	manzanas, uvas, duraznos, peras
	7,0	cerezas
	5,0	ciruelas
"piperonyl butoxide"	8,0	manzanas, cerezas, uvas, duraznos, peras,
		ciruelas, higos
"pirimicarb (Pirimor)"	0,5	manzanas
"procymidone"	5,0	uvas
"propargite (Omite)"	7,0	damascos, uvas, duraznos
	5,0	frutas cítricas, ciruelas
"pyrethrins"	3,0	manzanas, peras
	1,0	manzanas, cerezas, higos, uvas, duraznos,
"sodium orthophenyl phenate (calculated as orthophenylphenol)"	25,0	peras, ciruelas, higos
	20,0	manzanas, peras
	10,	duraznos, ciruelas
	5,0	frutas cítricas
"tebufenozide"	1,0	cerezas
	0,5	manzanas
"tetrachlorvinphos(Gradona, Rabon)"	10,0	uvas
	5,0	manzanas, uvas
"tetradifon (Tedion)"	2,0	frutas cítricas
		manzanas, damascos, cerezas, uvas,
"thiabendazole"	1,0	duraznos, peras, ciruelas
	10,0	higos
"thiram"	7,0	manzanas, cítricos, peras
"triazoly alanine"	2,0	manzanas, duraznos
	5,0	
	3,0	todo alimento de cosecha
	2,0	damascos, uvas
	1,0	cerezas
"ziram"	7,0	duraznos
		ciruelas
		manzanas, damascos, cerezas, uvas,
		duraznos, peras

Las importaciones procedentes de la Argentina de los productos en estudio no requieren permiso de importación ni certificado sanitario; sin embargo éstas pueden ser sujetas a una inspección aleatoria. Mayor información sobre estas leyes puede encontrarse en la página de Internet siguiente:

<http://www.cfia-acia.agr.ca/english/fresh/ffvflfe.shtml>

REQUISITOS DE ETIQUETADO Y EMPAQUE

Toda importación canadiense de productos alimenticios debe cumplir las disposiciones establecidas por la Ley de Etiquetado y Empaque, la cual provee reglas específicas sobre:

- a. la forma, tamaño de los caracteres (mínimo 1,6mm), tipo de información que debe ser incluida en las etiquetas y lugar donde debe ser ubicada la información antes mencionada.
- b. idioma en que deben ser presentadas las mismas (inglés y francés).
- c. indicaciones sobre el nombre común de los alimentos.
- d. abreviaciones que pueden ser usadas, unidades de medida, cantidad neta expresada en volumen, peso o unidades según el caso. Se especifica que las abreviaciones para libras, onzas gramos y kilogramos, deben ser hechas en letra minúscula, y no deben incluir "s", ni paréntesis, ni punto. Por ejemplo; NET WT 12 oz 340g POIDS NET o POIDS NET WT 12 oz 340g.
- e. declaración de los ingredientes del producto.
- f. información sobre la empresa responsable del producto, importador, exportador o compañía manufacturera.
- g. la legislación vigente acepta que en la etiqueta figure información complementaria no obligatoria (ej. instrucciones para uso del producto). Es conveniente que la misma esté expresada tanto en inglés como en francés.

En este sentido, previo a la comercialización de los productos se recomienda que el importador haga aprobar las etiquetas que serán utilizadas.

Mayor información puede ser encontrada en las siguientes páginas de Internet:

<http://cfia-acia.agr.ca/english/plaveg/fresh/cdnrege.shtml>

http://airs-sari.agr.ca/airs_requirements.asp

OTROS REQUISITOS: DOCUMENTACIÓN

El gobierno canadiense exige un documento denominado Confirmación de Venta (C.O.S). Con ello, prácticamente se impiden las operaciones de consignación, consideradas como un fuente de inestabilidad en los precios internos. El COS debe ser presentado en triplicado, completo y firmado y debe incluir: fecha de orden del producto, fecha de confirmación de la orden, descripción del producto o "commodity" incluyendo cantidad y precio, detalles de la venta, nombres y direcciones del comprador y vendedor, origen y destino del producto, acuerdos especiales entre el comprador y el vendedor y evidencia de que el comprador ha realizado la transacción de compra o ha acordado realizarla.

FERIAS RELACIONADAS A LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS**Nombre: Salon De La Gastronomie**

Tipo: Abierto al Público - Anual
Fecha Próxima: 9-12 noviembre, 2000
Lugar: Place Bonaventure, Montréal
Organizadores: Safran Communication Inc.
Contacto: Ginette Chapdelaine
Dirección: 8255 Mountain Sights, Suite 410
Montreal, Quebec
H4P 2B5, Canada
Teléfono: 1 (514) 344-6700
Fax: 1 (514) 344-3756

Nombre: Grocery Showcase Canada '00

Tipo: Abierto al Público - Anual
Fecha Próxima: octubre 22-24 de 2000
Lugar: Metro Toronto Convention Centre
Organizadores: Canadian Federation Of Independent Grocers
Contacto: Michelle Scott
Dirección: 2235 Sheppard Avenue East # 902
Willowdale, Ontario
M2J 5B5
Teléfono: 1 (416) 492-2325
Fax: 1 (416) 492-2347

Nombre: The Good Food Festival & Market

Tipo: Abierto al Público - Anual
Fecha Próxima: Mayo 4-7 de 2001
Lugar: Exhibition Place, Automotive Building
Toronto, Ontario
Organizadores: The Good Food Festival & Market
Contacto: Lynda Chubac
Dirección: 117 Evelyn Avenue
Toronto, Ontario
M6P 2Z3
Teléfono: 1-(416)-766-2084
Fax: 1-(416)-762-9942

Nombre: Canadian Fine Food Show

Tipo: Detallista - Anual
Fecha Próxima: abril 29 - may 1 de 2001
Lugar: International Centre
Mississauga, Ontario
Organizadores: Meteor Show Productions Inc.

Contacto: Mr. Ralph Well
 Dirección: 298 Sheppard Avenue East
 Willowdale, Ontario
 M2N 3B1
 Teléfono: 1 (416) 229-2060
 Fax: 1 (416) 223-2826

76 Anual Convention & Trade Show

Fecha: Enero 31 Febrero3, 2001
 Lugar: Vancouver, BC
 Organizadores: Canadian Produce Marketing Association
 Dirección: 310-1101 Prince Of Wales Drive
 Ottawa, Ontario, K2C 3W7
 Tel. 1 (613) 226-4187
 Fax.1 (613) 226-2984
 Internet: <http://www.cpma.ca>

The Canadian Food & Beverage

Lugar: International Center
 Fecha: octubre 15-17, 2000
 Organizadores: Canadian Restaurant & Food Services
 Contacto: Pawla Looney
 Dirección: 316 Bloor St. Street W.
 Toronto, Ontario, M5S 1W5
 Tel. 1 (416) 923-8416
 Fax: 1 (416) 923-1450
 Internet: <http://www.crfa.ca>

Grocery Showcase West '00

Fecha: Marzo , 2001
 Lugar: Vancouver Trade & Convention Centre
 Contacto: Canadian Federation of Independent Grocers
 Dirección: 2235 Sheppard Avenue East
 Willowdale, Ontario, M2J 5B5
 Tel: 1 (416) 492-2325
 Fax: 1 (416) 492-2347

Super Salon International de L'Alimentation (SIAL de Montreal)

Lugar: Palais des Congrès
 Fecha: 4-6 marzo, 2001
 Organizadores: SIAL Organizing Commettee
 Contacto: Mr. Normand Beaupré
 Dirección: 300 rue Léo-Priseau, P.O. Box 159, Place du Parc
 Montreal, Quebec, H2W 2M9
 Tel. 1 (514) 289-9669
 Fax. 1 (514) 849-3021

LISTA DE POTENCIALES IMPORTADORES DE FRUTAS FRESCAS

<p>C.H. Robinson Co.</p> <p>9001 L'acadie Boulevard, Room 901 Montreal, Quebec Canada, H4N 3H5 Tel. 1 (514) 381-7404 Fax 1 (514) 381-7758</p>	<p>M.L. Catania Co. Limited</p> <p>133 The West Mall, Units 12 Etobicoke, Ontario Canada, M9C 1C2 Tel. 1 (416) 626-9700</p>
--	---

<p>Contacto: Doug Purdy Internet: www.chrobinson.com Email: doug.purdy@chrobinson.com</p>	<p>Fax 1 (416) 626-9880 Contacto: Mr. Steeve Neale</p>
<p>Canadawide Fruit Wholesalers Inc. 1377 Cremazie Ouest Montreal, Quebec Canada, A4N 2W1 TEL.1 (514) 382-3232 FAX 1 (514) 382-3346 Contacto: Mr. George Pitsikoulis Internet: www.canadawidefruits.com Email: george@canadafruits.com</p>	<p>G.A. Love Foods BOX 5033 Burlington, Ontario Canada, L7R 3Y8 Tel. 1 (905) 639-9744 Fax 1 (905) 639-9755 Contacto: Mr. Alen Polard</p>
<p>J. B. Laverdure Inc. 400 Boulevard Cremazie Ouest Montreal, Quebec Canada, H2P 1C7 Tel. 1 (514) 382-7520 Fax 1 (514) 382-9006 Contacto: Mr. JB Laverdure Internet: www.jblaverdure.com</p>	<p>Binkey Apples RR #1 Thornbury Ontario Canada, NOH 2PO Tel. 1 (519) 599-2125 Fax 1 (519) 599-2432 Contacto: Mr. Lary Elford</p>
<p>Canada Safeway Limited (Lucerne) 1020- 64th Ave. N.E Calgary, Alberta T2E 7V8, Canada Tel. 1 (403) 730-3817 Fax 1 (403) 730-3921 Contacto: Sr. John Reel</p>	<p>Cool Pack Produce 55 Plywood Place Etobicoke, Ontario Tel. 1 (416) 259-8600 Fax 1 (416) 259-8880 Contacto: Mr. Toni Carneval</p>
<p>Ontario Produce Company -Toronto 165 The Queemsway Toronto, Ontario, Canada, M8Y 1H8 Tel. 1 (416) 259-6391 Fax 1 (416) 252-3525 Contacto: Giovanni Mammone Comentario: Esta es una de las compañías mayoristas más grandes de Canadá que distribuye a supermercados como el Oshawa Food. Internet: www.ontarioproduce.com Email: info@ontarioproduce.com</p>	<p>National Grocers Company Ltd. 6 Monogram Place Weston, Ontario M9R 4C4, Canada Tel. 1 (905) 542-4106 Fax 1 (905) 826-6817 Contacto: Sr. Gary Loyd</p>
<p>Atlantic Wholesalers Ltd. 120 Eileen Stubbs Ave., Suite 101 Dartmouth, Nova Scotia B3B 1Y1, Canada Tel. 1 (902) 481-4163 or 1 (902) 468-8866 Fax 1 (902) 481-4203 Contacto: Andrey McNeil Email: amcneil@ngco.com</p>	<p>Branded Products Ltd. (pasas y ciruelas) 201 Brownlow Ave. Dartmouth, Nova Scotia B3B 1W2, Canada Tel. 1 (902) 468-2392 Fax 1 (902) 468-5605 Email: whscott@ail.com Contacto: Bill Scott</p>
<p>Golden Boy Foods Inc. 8820 Northbrook Ctr. Burnaby, Britis Columbia V5J 5J1, Canada Email: goldenboy_foods@bc.sympatico.ca</p>	<p>APC Fruit Specialty Corp. 116 Eagle Ave. Brantford, Ontario N3S 1Z5, Canada Tel. 1 (519) 758-1123</p>

<p>Contacto: Nizar Virani Tel. 1 (604) 433-2200 Fax 1 (604) 433-0051</p>	<p>Fax 1 (519) 758-9445 Contacto: Bruce Bonny Email: APCFruit@netcom.ca Importa peras, manzanas y cerezas</p>
<p>Chenail Fruit & Vegetable Inc.</p> <p>340 Bellarmin Montreal, Quebec H2P 1G5, Canada Tel. 1 (514) 858-7540 Fax. 1 (514) 858-7541 Contacto: Jean François Email: chenail@sympatico.ca</p>	<p>Dominion Citrus Ltd.</p> <p>304 Ontario Food Terminal 165 The Quesway Toronto, Ontario, M8Y 1H8, Canada Presidente: J. Lavergne Tel. 1 (416) 259-5481 Fax 1 (416) 259-4126 Email: dominioncitrus@ilap.com</p>
<p>L & H Smith Fruit Co.</p> <p>22 Maitland Street London, Ontario N6B 3L2, Canada Tel 1 (519) 433-4004 Fax 1 (519) 433-6405</p>	<p>Pacific Produce Co.</p> <p>1020 Malkin Avenue Vancouver, British Columbia V6A 3S9, Canada Tel. 1 (604) 253-1551 Fax 1 (604) 251-1224 Contacto: Shirley Greninger</p>
<p>B.C. Tree Fruits Ltd</p> <p>225 Ontario Food Terminal 165 The Queensway Toronto, Ontario, M8Y 1H8, Canada Tel. 1 (416) 252-5973 Fax 1 (416) 251-0668 Contacto: JB Rayian Internet: www.bctree.com Email: jbrayian@bctree.com</p>	<p>General Fruit & Produce</p> <p>2885 Quesnel Street Victoria, BC, V8T 4K2 Tel. 1 (250) 384-9325 Fax 1 (250) 384-4991 Contacto: Bob Le</p>
<p>Hudon et Deaudelin Ltee.</p> <p>11281 Albert-Hudon Blvd. Montreal, Quebec H1G 3J5, Canada Tel. 1 (514) 324-5700 Fax 1 (514) 324-6030</p>	<p>Orleans Fresh Fruit</p> <p>3150 Hawthorne Road, Units B-1 Ottawa, Ontario, K1G 5H5, Canada Tel. 1 (613) 247-0099 Fax 1 (613) 247-0097 Contacto: Melvin Hartman Email: off@cyberus.ca</p>
<p>P.K. Importers</p> <p>620 Malkin Avenue Vancouver, BC, V6A 2K2, Canada Tel. 1 (604) 253-2655 Fax 1 (604) 253-2612</p>	<p>Produce Link International Ltd.</p> <p>1099 Creek, RR 2 Niagara On the Lake, Ontario Tel. 1 (905) 443-4516 Fax 1 (905) 262-0022</p>
<p>Cobi Foods Inc.</p> <p>111-1550 Enterprise Rd. Mississauga, Ontario L4W 4P4, Canada Tel 1 (905) 670-3350 Fax 1 (905) 670-8304 Email: cobi@istar.ca</p>	<p>Premier Fruits and Vegetables</p> <p>9210 Pie IX Montreal, Quebec, H1Z 4H7, Canada Tel. 1 (514) 852-7736 Fax 1 (514) 852-5442 Contacto: Adriana Mernard Email: premier2@total.net Importan higos, todo tipo de berries, peras, cebollas, ajos, etc.</p>
<p>Costco Wholesale</p> <p>350 Brighton Ave Burnaby, BC</p>	<p>Provincial Fruit Comapany</p> <p>Ontario Food Terminal Etobicoke, Ontario</p>

V5A 3H4, Canada
Tel. 1 (604) 420-9811

M8Y 1H8, Canada
Tel. 1 (416) 252-3121
Fax 1 (416) 252-5761 or 1 (416) 255-1380

IMPORTADORES DE FRUTAS SECAS (PASAS Y CIRUELAS)

Bedessee Imports Ltd,

2350 Midland Avenue
Scarborough, Ontario M1S 1P8
Tel. 1 (416) 292-2400
Fax 1 (416) 292-2943
Email: bedessee@direct.com
Contacto: Mr. Raymon
Importadores de diferentes productos alimenticios.

Gibbons Foods

95 Advance Rd.
Toronto, Ontario M8Z 2T2
Tel. 1 (416) 231-4005
Fax 1 (416) 2319-9638
Contacto: Mr. Obrais
Email: barbabrms@msn.com
Importadores de diferentes productos, incluyendo ingredientes de pastelería, pasas, jugos, salsas y otros

Aliments Krispy Kernels

2620 Rue Watt
Ste-Foy, Qubec G1P 3T5
Tel. 1 (418) 658-4640
Fax 1 (418) 858-5971

Balcorp Ltd.

4103 Sherbrooke St. W.
Westmount
Quebec H3Z 1A7
Tel. 1 (514) 939-0909
Fax 1 (514) 939-0777
Contacto: Stephen Meltzer
Email: nuts@balcorp.com
Internet: www.balcorp.com

Trophy Foods Inc.

71 Admiral Bvd.
Mississauga, Ontario L5T 2T1
Tel. 1 (905) 670-8050
Fax 1 (905) 670-4256

ECOM Trading Co.

50 North Wind Place
Scarborough, Ontario M1S 3R5
Tel. 1 (416) 298-6051
Fax 1 (416) 298-6085
Contacto: Mr. Hoody

Himex Organic Products Inc.

11820 Lucien Cendron
Montreal, Quebec H1E 7A8
Tel. 1 (514) 648-3663
Fax 1 (514) 648-6279
Nota: Importa únicamente productos orgánicos.

Natursource Inc.

2705 Paulus St. Laurent
Montreal, Quebec H4S 1E9
Tel. 1 (514) 337-6663
Fax 1 (514) 337-4590
Contacto: Mr. Oberfield

Kraft Canada

6800 Devonshire Rd.
Mount Royal, Quebec H4P 2K9
Tel. 1 (514) 340-2506
Contacto: Mona Ibrahim

Golden Boy Foods Inc.

8820 Northbrook Ctr.
Burnaby, British Columbia, V5J 5J1
Tel. 1 (604) 433-2200
Fax. 1 (604) 433-0051
Email: GoldenBoy_Foods@bc.sympatico.ca
Esta compañía importa todo tipo de fruta fresca , seca y otros tales como: peanut, popcorn, etc

Branded Products Ltd. (pasas y ciruelas)

201 Brownlow Ave.
Dartmouth, Nova Scotia
B3B 1W2, Canada
Tel. 1 (902) 468-2392
Fax 1 (902) 468-5605
Email: whscott@ail.com
Contacto: Bill Scott

Compass Food Sales Co.

260 Industrial Pkwy N
Aurora, Ontario, L4G 4C3, Canada
Tel. 1 (905) 713-0167
Fax 1 (905) 713-0540
Contacto: John S. Fenwick
Email: info@compassfoodsales.com
Importan frutas deshidratadas y nueces

CSP Foods

75-33rd St E, P.O Box 190
Saskatoon, Sk, S7K 3K7, Canada
Tel 1 (306) 934-3200
Fax 1 (306) 978-3470
Importan frutas deshidratadas y nueces

Sass Food Inc.

P.O Box 251
 25 King St. W. 1475, Toronto, Ontario
 M5L 1E9, Canada
 tel. 1 (416) 360-6611
 Fax 1 (416) 360-6640
 Importan frutas deshidratadas y nueces

LISTA DE SUPERMERCADOS

Algunos de estos supermercados importan sus productos a través de sus propias divisiones.

Loeb Inc. 530 Industrial Ave. Ottawa, Ontario K1G 3K8, Canada Tel. 1 (613) 737-1300 Fax 1 (613) 737-1404 Sucursales: 121	Provigo 1611 Cremazie E. Montreal, Quebec H2M 2R9, Canada Tel. 1 (514) 383-3000 Fax 1 (514)383-8080 Sucursales: 1130	Loblaws Supermarkets Ltd. 22 St. Clair Ave. E Toronto, Ontario M4T 2S7, Canada Tel. 1 (416) 922-2500 Fax 1 (416) 922-4395 Sucursales: 132
Metro Richelieu Inc. 11011 Maurice-Duplessis Blvd Montreal, Quebec H1C 1V6, Canada Tel. 1 (514) 643-1000 Fax. 1 (514) 643-1074 Sucursales: 786	Les Supermarches GP Inc. 42 Doucet Street,C.p. 398 Mont-Joli, Quebec G5H 3L2, Canada Tel. 1 (418) 775-2214 Fax 1 (418) 775-4173	Alternatives Natural Foods 579 Kerr Street Oakville, Ontario L6K 3E1, Canada Tel. 1 (905) 844-2375 Fax 1 (905) 844-2917
Horne & Pitfield Foods P.O. Box 10 17220 Stony Plain Rd. Edmonton, Alberta T5J 2G9, Canada Tel. 1 (403) 486-4800 Fax. 1 (416) 483-2165	The Great Atlantic & Pacific Company of Canada 5559 Dundas Street, W Etibicoke, Ontario M9B 1B9, Canada Tel. 1 (416) 234-6581 Fax. 1 (416) 234-6581 Sucursales: 228	Atlantic Wholesalers Ltd. 120 Eileen Stubbs Ave., Suite 101 Dartmouth, Nova Scotia B3B 1Y1, Canada Tel. 1 (902) 468-8866 Fax 1 (902) 481-4203 Sucursales: 260

Oshawa Foods	Hudon et Deaudelin Ltee.	Thrifty Foods
6355 Viscount Rd.	11281 Albert-Hudon Blvd.	6050 Indian Line
Mississauga, Ontario	Montreal, Quebec	Mississauga, Ontario
L4V 1W2, Canada	H1G 3J5, Canada	L4V 1G5, Canada
Tel. 1 (905) 672-6633	Tel. 1 (514) 324-5700	Tel. 1 (905) 612-1881
Fax. 1 (905) 671-5179	Fax 1 (514) 324-6030	Fax 1 (905) 612-1893

[\[Página anterior\]](#)

Volver

✓ Plan Estratégico de exportación hacia Canadá.

PLAN ESTRATEGICO DE EXPORTACION HACIA CANADÁ

SECTOR: ALIMENTOS

Nicho de mercado: Frutas

- 1. Análisis Sectorial Alimentos**
- 2. Canales de comercialización del sector**
- 3. Mercado de frutas**
- 4. Principales empresas productoras en Canadá**
- 5. Condiciones de acceso del producto al mercado**
- 6. Importadores canadienses**
- 7. Conclusiones generales**
- 8. Posibilidad de crecimiento de las exportaciones**
- 9. Estrategias propuestas**
- 10. Fuentes**

1. Análisis Sectorial de Alimentos

Producción

- El sector Agroindustrial es uno de los cinco sectores más importante de Canadá, participa con el 8.8% del PIB.
- Las empresas locales producen el 50 % de la producción canadiense. Dentro de este grupo de empresas nacionales se entiende por empresas canadienses y multinacionales con sede en Canadá.
- La producción de alimentos (frescos, congelados, procesados y empacados) en Canadá fue de US\$ 21.363 millones en 1997.
- El mercado de alimentos preparados representa un 65% del mercado total de alimentos, mientras que el mercado de producto fresco representa un 35%.
- Los costos laborales del sector de alimentos en Canadá son un 15% más altos que en Estados Unidos.
- Las provincias claves en el sector son:
 - Ontario, produce el 70% de la producción de alimentos, Quebec participa con el 14% y British Columbia con el 6%.

Consumo

- Canadá no es un mercado homogéneo, existen marcadas diferencias entre los consumidores, por tal razón las empresas deben escoger un nicho específico de mercado, definiendo el segmento poblacional y la región.
- La presentación de producto, en el caso de alimentos que más demanda registra, son las porciones en pequeñas cantidades debido a que la población cada vez se encuentra mas reducida.

Mercado

- Las importaciones de alimentos (US\$ 28798 millones, en 1997) representan el 83.27% del consumo.
- Canadá exporta cerca del 60% de su producción de alimentos.
- La mayor parte de las empresas en Canadá son empresas que trabajan directamente con empresas americanas, debido a la facilidad en el transporte y distribución de los productos al interior del país.
- La comercialización de alimentos en Canadá depende directamente de la ubicación geográfica de cada región, de su densidad de población y de la mezcla étnica.
- En la región de British Columbia existe una gran población de inmigrantes asiáticos, generando una gran demanda de frutas y verduras tropicales y exóticas.
- La región de British Columbia, cuenta con el puerto de Vancouver el cual sirve como puerta de entrada para la comercialización de los productos alimenticios hacia las regiones de Alberta y Manitoba.
- Ontario la región más poblada del Canadá, la cual concentra el 37% de la población, cuenta con la ciudad de Toronto, la más grande y principal centro de negocios del país. Desde Toronto se distribuyen frutas y verduras para toda la región de Ontario.
- En la región de Quebec, Montreal es la ciudad más importante, siendo este un puerto de entrada para el ingreso de diferentes tipos de alimentos provenientes principalmente desde Boston – EE.UU.

2. Canales de Comercialización del sector

- La comercialización de alimentos en Canadá, se divide en cinco grupos o subsectores separados pero interrelacionados: intermediarios, mayoristas, minoristas, distribuidores de alimentos y operadores o proveedores de alimentos (foodservice).
- En la mayoría de los casos, los productos alimenticios fluyen desde las plantas procesadoras a través de intermediarios, tales como mayoristas y distribuidores de alimentos, para la venta final a minoristas o detallistas, operadores de servicios alimenticios (foodservices) a consumidores.

Subsector de Minoristas /Mayoristas de Alimentos y bebidas no alcohólicas.

- El sector de minoristas/mayoristas comprende salidas minoristas de alimentos y asociaciones mayoristas comprometidos en la venta de alimentos y bebidas no alcohólicas, que están siendo compradas por consumidores principalmente usados en la preparación de comidas en casa.
- Las tiendas minoristas tradicionales de alimentos incluyen establecimientos básicamente comprometidos en la venta de alimentos, tales como cadenas de supermercados, tiendas de conveniencia, tiendas independientes de comestibles y tiendas especializadas de comidas.
- Los minoristas alternativos o no tradicionales incluyen minoristas tales como almacenes, club de tiendas, tiendas por departamentos, droguerías, minoristas en estaciones de gasolina, cuyas ventas en su mayoría corresponden a productos no alimenticios, pero igualmente venden algunos alimentos.
- Los mayoristas son el principal enlace entre los procesadores o fabricantes y los abastecedores minoristas. Ellos proveen variedad de servicios almacenaje y distribución física eficiente del producto al minorista, directamente o a través de terceros o proveedores de servicios.
- El subsector minorista de alimentos en Canadá es uno de los más grandes, cuenta con cerca del 25% del total de ventas minoristas y 10% del todo el consumo doméstico en 1996.
- En el nivel mayorista es el tercer mayor grupo en ventas de alimentos, seguido de otros productos y maquinaria industrial y equipo.

- Los supermercados se mueven entre proveedores domésticos e internacionales, entre el 25 al 30% del inventario de la tienda es enviado directamente por el minorista al procesador. Productos perecederos y fácil daño, tales como galletas, pasabocas, pan, carnes y productos lácteos son enviados directamente.
- La distribución de productos perecederos, como las frutas y verduras frescas, a todo el Canadá desde un solo puerto de entrada es muy difícil, principalmente debido a las grandes distancias existentes entre los centros de consumo.
- Para lograr la distribución nacional es recomendable realizar la importación a través de puertos en la costa Pacífica y en la Atlántica.
- Los importadores son el eslabón clave en los canales de distribución de productos frescos en Canadá, debido a los inconvenientes presentados en el transporte y distribución, la mayoría de estos cuentan con bodegas refrigeradas, cámaras de maduración, zonas de preparación y re – empaque, camiones refrigerados. Desarrollando campañas de mercadeo y seguimiento de los productos.
- Los agentes que tratan en frutas y vegetales (agentes compradores), son usados por muchos mayoristas como agentes en la importación de productos agrícolas frescos; estos agentes no manejan directamente el producto, pero efectúan los arreglos necesarios para su compra, embarque, entrega e inspección en nombre del mayorista.
- Muchos de los establecimientos mayoristas de frutas y vegetales pertenecen o están estrechamente vinculados a cadenas de supermercados de venta de productos alimenticios. Unos pocos mayoristas prefieren importar directamente, evitando los importadores o agentes, por lo tanto hacen sus propios arreglos para la venta y entrega de los productos.
- Una pequeña porción de las cadenas más importantes de mayoristas (Loblaws, Loeb, Provigo, Safeway y A&P) domina el mercado de productos comestibles, abarrotados o ultramarinos, Loblaws es el mayor importador de productos actualmente. Dichas cadenas son muy reacias a compra de productos agrícolas frescos directamente de abastecedores foráneos, en razón de su necesidad de contar con abastecedores confiables, que se ajusten a las exigencias de tamaño y grado.

- **Ventas del Canal Minorista de Alimentos por Establecimiento en 1996**

Establecimiento	US\$ Millones	%
Supermercados /Tiendas de Abarrotes	56.244	83
Tiendas Especializadas de Alimentos	5.421	8
Asociaciones de Depósitos	2.710	4
Droguerías	1.355	2
Estaciones de Gasolina y Otros	1.355	2
Comerciantes Masivos (incl. Tiendas por departamento)	678	1
TOTAL	67.763	100

En lo referente a parámetros de negociación y condiciones mínimas del mercado, los compradores de almacenes de cadena por departamento, de descuento y outlets, buscan trabajar las siguientes características en los proveedores:

- Un mínimo de proveedores y una consolidación de mercados por productos.
- Los proveedores deben tener sistemas de comunicaciones electrónicos avanzados que permitan desarrollar el sistema de EDI-Electronic Data Interchange. Adicionalmente, correo electrónico, página de web en inglés.
- Sistema de planeación de producción integrado al sistema de ordenes del comprador.
- Manejo mínimo de inventarios locales y uso de sistema automático de reposición de inventario.
- Manufactura de marcas privadas y exclusivas.

Históricamente las empresas que tiene éxito de ingreso a los Almacenes de Cadena y tiendas por departamentos tiene el siguiente perfil:

- Producción a gran escala, con precios competitivos y capacidad de entrega de pequeños pedidos.
- Alta flexibilidad para cambiar y adaptar el producto a las exigencias del mercado.
- Reposición de mercancías en tiempos cortos y entregas puntuales de pedidos.
- Personal fluente en inglés y preferiblemente en francés para la provincia de Quebec (Montreal).

- Conocimiento del proceso logístico de exportación a Canadá.

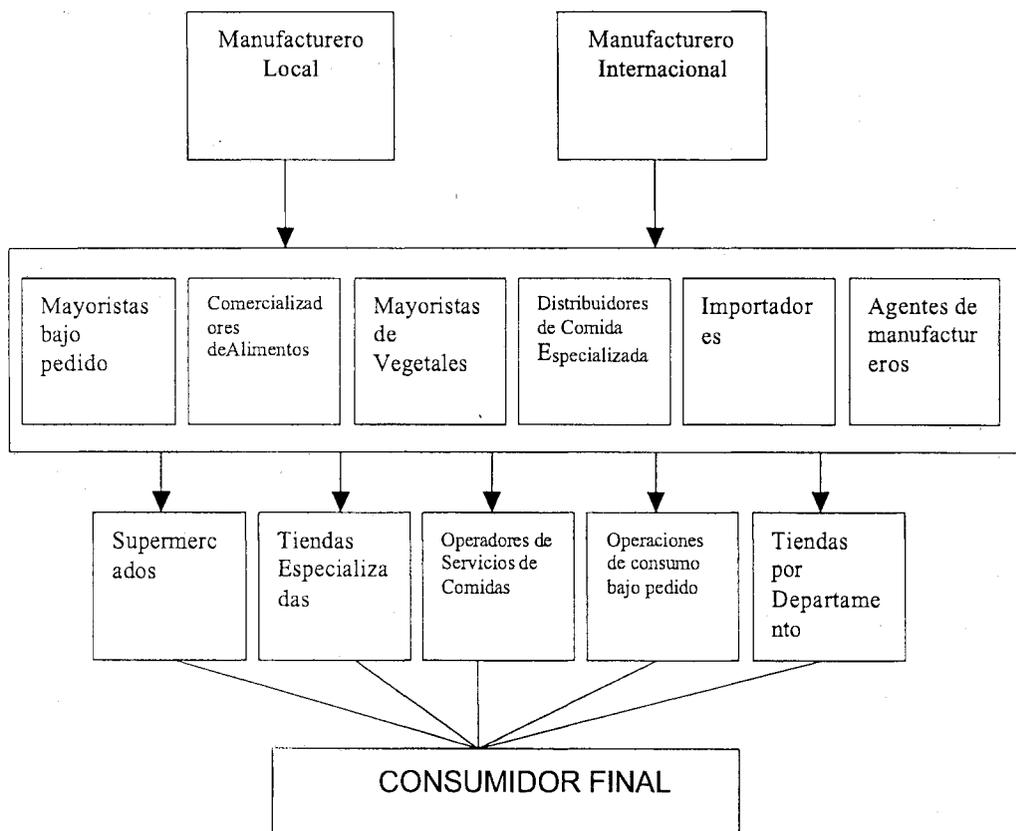
Subsector de Proveedores de Alimentos Preparados o Foodservice.

- El subsector foodservice, suministra al consumidor comidas listas para llevar a casa y representan cerca del 35% de los gastos de consumo que este efectúa, en alimentos y bebidas no alcohólicas, incluye gastos en restaurantes, cafeterías, bares y otros suministros sobre pedidos. Hay más establecimientos de foodservice que minoristas, en consecuencia hay más oportunidad de venta a procesadores, en especial medianos y pequeños que puedan adaptar sus productos a las necesidades del cliente.
- En 1997, las ventas a través del grupo foodservice sumaron alrededor de US\$ 57.6 billones en alimentos, comidas, pasabocas (snacks) y bebidas preparados, servidos en aproximadamente 120.000 establecimientos de Foodservice en Canadá.
- El grupo de alimentos preparados (foodservice) tiene dos segmentos, el comercial y el no comercial. El comercial es el más grande y cuenta con el 75% de las ventas anuales del subsector (US\$43.2 billones), corresponde a restaurantes, establecimientos de comidas rápidas, proveedores de comidas por pedido, bares y tabernas.
- El segmento no comercial opera con cerca del 55% de las salidas de alimentos preparados, tradicionalmente conocido como institucional (hoteles y moteles, prisiones, hospitales, etc.).

Intermediarios en Alimentos (Food Brokers)

- Dentro de la comercialización de alimentos son el enlace entre los procesadores de alimentos y su minorista y el cliente proveedor de alimentos preparados.
- El intermediario representa productos en 279 de las 500 categorías de tiendas de abarrotes, cerca de 16.000 tipos de comestibles, especialmente secos y comestibles congelados, así como alimentos preparados, que mueven a través de almacenes distribuidores.
- En promedio la comisión del intermediario en Canadá oscila entre el 4 a 5% de las ventas.

- Los intermediarios pueden tener mejor posicionamiento para servir el sector de procesamiento de alimentos en Canadá, en particular, un amplio rango de servicios está disponible para pequeños y medianos negocios.
- El canal de comercialización del sector de bebidas y alimentos es el siguiente:



3. Mercado de Frutas

Producción

- La principal época de producción de frutas y verduras en Canadá se da entre los meses de julio y octubre, periodo por el cual los productores domésticos abastecen entre un 65% y un 75% del mercado interno.
- Las principales provincias frutícolas en Canadá son Ontario, Quebec y British Columbia, representando el 75% de la producción doméstica.
- Canadá produjo alrededor de US\$ 1.159 millones en frutas y vegetales en 1997. Presentando un ritmo de crecimiento del 10% desde 1991.
- La producción de frutas y vegetales participó con el 0.38% de la producción manufacturera de Canadá.
- Las frutas de mayor importancia comercial en Canadá, teniendo en cuenta su valor son: manzana (32.5%), los arándanos azules (blueberries) (15%), fresas (11.4%) y las uvas (10.7%). En los últimos 25 años, el área sembrada en manzanas disminuyó en 23%, disminución que se vio compensada por el incremento en la productividad de este cultivo. Por el contrario, el área sembrada en uva y bayas (arándanos, fresas y frambuesas) aumentó en un 123% durante este lapso.
- Alrededor de 43 establecimientos se dedican a la producción de frutas y vegetales

Consumo

- Como se explicó anteriormente el consumo de frutas está altamente determinado por la oferta local, los canadienses consumen los productos de temporada, pues los precios son relativamente bajos frente a los importados.
- En cuanto al consumo diario, el Ministerio de Salud adelanta campañas permanentes donde sugiere que la persona debe consumir entre 5 a 10 porciones de frutas y vegetales para una buena dieta.
- Desde 1982 se viene incrementando el gasto de los canadienses en alimentos para consumo dentro del hogar, el cual ascendió al 10% del ingreso disponible en 1996, de este se destinó el 11.2% a la compra de frutas y sus derivados.
- El consumo per cápita de frutas y verduras en Canadá es uno de los más altos del mundo, estimándose en 223 kgs / año, es decir, entre 4.5 y 5 porciones por persona al día.

- Los factores más importantes para los canadienses a la hora de seleccionar alimentos (frutas y vegetales) son: 93% sabor, 89% aspectos nutritivos, la facilidad y tiempo de preparación 68% y el precio 62%.
- Durante los últimos años las frutas de mayor consumo habían sido el banano, la manzana y los cítricos, sin embargo, el gasto para este tipo de productos ha disminuido debido a la demanda creciente de las frutas tropicales y exóticas, el melón, bayas y jugos de frutas.

Mercado

- Los canadienses son muy exigentes en cuanto a la calidad de las frutas y verduras que compran, particularmente en términos de apariencia y no están dispuestos a comprar productos con defectos, aunque su precio se haya reducido considerablemente.
- Aunque las condiciones climáticas del país limitan la disponibilidad y la diversidad de frutas y verduras de producción nacional, se han acostumbrado a encontrar en sus mercados una gran variedad de productos de alta calidad que corresponde, en una alta proporción, a importaciones.
- En el mercado canadiense se está dando importancia creciente a los aspectos de salud y nutrición y se anticipa que en los próximos años crecerá la demanda de productos saludables frescos (como frutas y verduras) y productos orgánicos.
- Los segmentos de mercado se han venido desarrollando en Canadá, entre los que se encuentran los inmigrantes asiáticos, quienes consumen un 35% más de verduras que el resto de la población canadiense y además consume importantes cantidades de frutas, particularmente en ciudades como Toronto, Montreal, Vancouver, Calgary y Edmonton, donde han surgido mercados altamente especializados y orientados a atender esta demanda.
- Los segmentos de mercado constituidos por los diversos tipos de hogares, entre los que se destacan los unipersonales, los que cuentan con doble ingreso y los constituidos por personas de la tercera edad, dan lugar a otro tipo de demanda pues no desean destinar mucho tiempo a las actividades del hogar, mostrando una mayor preferencia por los productos listos para el consumo (convenient foods), que hoy representan entre el 1 y 5% de las ventas totales de frutas y verduras de los supermercados y que en opinión de los expertos podrían llegar al 10%.
- Las importaciones de frutas frescas y congeladas total canadienses fueron de US\$ 1.407 millones en 1999. El nivel de importaciones se ha mantenido constante desde 1997.

- Los principales países de los que importa Canadá son:
- Estados Unidos (51%), Chile (5.9%), México (5.6%), Sudafrica (4.3%), Costa Rica (3.8%), Ecuador (4.02%), Colombia participó con el 2.9% y creció en un 3.3% entre 1998 y 1999.
- El 53.7% de las importaciones ingresaron por Ontario, el 19.5% por British Columbia y el 14.3% por Quebec.
- Los productos de mayor importancia en importación fueron los siguientes:

Frutas frescas:

- Frutas frescas, cuyas importaciones llegaron a US\$ 240.5 millones, decreciendo 3.30% entre el periodo 98/99, sus importaciones se concentraron en EE.UU (41.5%), Marruecos (17.9%), Sudafrica (4.3%), entre las que se encuentran las naranjas, mandarinas, uvas, limones y tangerinas.
- Bananos, cuyas importaciones llegaron a US\$ 149.6 millones, decreciendo 7.53% entre el periodo 98/99, sus importaciones se concentraron en Ecuador (36.9%), Colombia (27.8%), Costa Rica (23%).
- Manzanas, cuyas importaciones llegaron a US\$ 135.3 millones, creciendo 3.51% entre el periodo 98/99, sus importaciones se concentraron en EE.UU (63.3%), Argentina (9.6%), Chile (23%) y Nueva Zelanda (8.3%).
- Melones y Papayas cuyas importaciones llegaron a US\$ 100.8 millones, creciendo 3.1% entre el periodo 98/99, sus importaciones se concentraron en EE.UU (66.3%), México (15.09%), Guatemala (6.51%), Costa Rica (3.4%)

Frutas Congeladas:

- Moras - azules, cuyas importaciones llegaron a US\$ 8.213.000 creciendo 45.32% entre el periodo 98/99, sus importaciones se concentraron en EE.UU (75.87%), Canadá (24.13%).
- Peras, cuyas importaciones llegaron a US\$ 1.709 decreciendo en 8.62%, sus importaciones se concentraron en EE.UU (91.87%), Grecia (4.34%).
- Cerezas Congeladas sin cocer, importaciones llegaron a US\$ 982.000 creciendo en 3.92%, sus importaciones se concentraron en EE.UU (97.15%) y Holanda (2.85%).

4. Principales empresas productoras en Canadá

La mayor concentración de supermercados en porcentaje esta así:

- Quebec: Provigo 35%, Metro-Richelieu 34% Oshawa, 19%, Otros 12%
- Ontario: Loblaws 37%, A&P 17%, Oshawa 14%, Otros 24%

- British Columbia: Safeway 30%, Overwaitea 27% Loblaws 17%, Otros 26%

Las empresas más grandes en cada Provincia, de acuerdo con el número de empleados son:

- **Quebec:** Distex - Ind Inc , con más de 200 empleados
- Ontario:** Umstead Foods Limited, Cobi Foods Inc, Ingersoll, McCain Foods Limited, Etobicoke, Coca-Cola Foods Canadá. con más de 200 empleados
- British Columbia:** Snowcrest Packers Ltda, Abbotsford Growers Co, Lucerne Foods Limited, BC Blueberry Co. ., con menos de 200 empleados

4. Condiciones de acceso del producto al mercado

Arancel

Canadá no establece cuotas de importación y los pocos aranceles de Nación más Favorecida (NMF) que aún existen, se aplican únicamente durante la temporada de producción nacional de algunos productos y variedades que se cultivan comercialmente allí.

Frutas frescas o secas (0801 a 0810)

De las frutas frescas o secas pagan 0% por arancel de Nación más Favorecida (NMF): Cocos frescos o secos (0801); almendras, avellanas y nueces (0802); Bananos (0803); dátiles, higos, piñas, aguacates, guayabas, mangos y mangostanes (0804); cítricos: naranjas, mandarinas, limones, toronjas y demás (0805); uvas (0806) salvo algunas excepciones; melones, sandías y papayas (0807); manzanas (0808) algunas tienen 0% y otras tienen 8.5% de NMF y para Colombia 5% por arancel general preferencial (GPT) y demás frutas frescas (0810) tienen 0% las frambuesas, zarzamoras, grosellas, arándanos, granadilla, maracuyá, chirimoya, guanábana y demás anonas, tomate de árbol, pitahaya, uchuva y otras. Esta exención de arancel aplica a todos los países.

Las fresas (081010) deben cancelar el arancel de NMF de 5.62 ctvos./kg., pero no menos de 8.5%, el cual es aplicable a Colombia y algunos países. Caribe, Estados Unidos y México tienen 0% y Chile en algunos casos tiene 2.6 ctvos/kg., pero no menos de 3.5%

Frutas congeladas

08111019 Otras frutas congeladas: Las importaciones provenientes de Estados Unidos y los países del Caribe tienen 0%. Chile tiene 2.6 ctvos./Kg, pero no menos de 3.5%. Los restantes países entre los que se encuentra Colombia pagan el arancel

de MNF de 5.62 ctvos./kg, pero no menos de 8.5%, no hay tratamiento general preferencial para Colombia.

08119010 Cerezas (Cherries): Estados Unidos, México y el CCCT están exentos del pago de arancel. Colombia y el resto de países pagan 9.37 ctvos. por kilogramo, pero no menos del 12.5%, lo cual corresponde al tratamiento de Nación más Favorecida, en razón a que no hay tratamiento de arancel general preferencial.

08119020 Duraznos: Las importaciones provenientes de los países del Caribe, EE.UU y México pagan 0% de arancel. Los demás países pagan arancel de NMF 10.5%, entre los que se encuentra Colombia, ya que no hay arancel general preferencial (GPT).

08119090 Moras azules: Las importaciones provenientes de todos los países del mundo pagan 0% de arancel, en razón a que el arancel de Nación más Favorecida (NMF) es 0%.

El gobierno federal impone una tasa del 7% de valor agregado, conocida como el impuesto a los bienes y servicios (GST), sobre todos los bienes y servicios vendidos en Canadá. Solamente los productos alimenticios vendidos en tiendas y almacenes, servicios médicos y dentales y una pequeña cantidad de otros artículos están exentos de esta tasa comprensiva al valor agregado.

Todas las importaciones están sujetas al impuesto al valor agregado, el que debe ser pagado por el importador en el momento de entrada al Canadá.

Además de las tasas federales, los comerciantes al por menor en casi todas las regiones, cobran al cliente un impuesto provincial a la venta minorista de bienes y servicios. Este impuesto altera el precio final del producto en cada mercado y dichas tasas jamás se aplican directamente a las importaciones.

El nivel de Impuesto Provincial a las Ventas se discrimina así: British Columbia 7%, Alberta 0%, Saskstchewan 9%, Manitoba 7%, Ontario 8%, Quebec 7.5%, Terranova 15%, Prince Edward Island 10%, Nova Scotia 15%, New Beunswick 15%, Yukon y Territorios del Noroeste 0%.

Requisitos

- Todos los alimentos que ingresen al Canadá deben ser revisados por parte de CFIA – Agencia Canadiense de inspección de Alimentos, adicionalmente para realizar la exportación todo empresario debe obtener el número de licencia del importador.

- Se aplican normas sanitarias y en algunos casos normas de clasificación de frutas y verduras importadas, en este caso son los funcionarios de Cuarentena Vegetal (Plant Quarantine – Agriculture Canada), los encargados de vigilar que no haya insectos en los embarques y que se cumplan las disposiciones sobre rotulado, particularmente relevante para productos pre-empacados.
- Las normas técnicas están altamente integradas a las de los EE.UU, deben cumplirse normas de etiquetado en dos idiomas (francés e inglés), estándares de empaque (reciclable, duradero y cómodo).
- Para su admisión el producto importado debe cumplir con las disposiciones canadienses en materia de residuos de pesticidas, el umbral de tolerancia es de 0.1 ppm (partes por millón) y debido al bajo uso de pesticidas en Canadá, existe presión para que se baje a 0 ppm.
- Las restricciones de tipo fitosanitario en Canadá son pocas y se limitan principalmente a aquellos productos de importancia comercial para el país, tales como manzanas, arándanos y papas.
- La reglamentación sobre rotulación aplicable a frutas y verduras frescas exige que se indique en los empaques el nombre del producto y la correspondiente variedad, el peso por caja en libras o en kilos, el número de unidades por caja, el país y la región de origen, el nombre y la dirección del productor, empacador o exportador y el número del lote al cual corresponde cada caja.

6. Importadores canadienses

La siguiente tabla muestra la concentración del mercado de importación de **Demás frutas** (Posición arancelaria 081090)

Número de Importadores	Valor de las Importaciones en 1998 (US\$)	Participación de las Importaciones
------------------------	---	------------------------------------

3	4.515.503	24.31%
6	6.692.457	36.00%
10	8.641.330	46.51%
15	10.612.405	57.12%
20	12.016.427	64.68%
25	13.076.313	70.39%
37	14.949.849	80.47%
Total	18.578.169	100.00%

La siguiente tabla muestra la concentración del mercado de importación de **Naranjas frescas (080510)**

Número de Importadores	Valor de las Importaciones en 1998 (US\$)	Participación de las Importaciones
3	29.248.283	23.80%
6	46.651.214	37.96%
10	58.830.804	47.87%
15	69.073.468	56.21%
20	77.225.484	62.84%
25	84.320.116	68.61%
40	98.320.691	80.00%
Total	122.893.296	100.00%

La siguiente tabla muestra la concentración del mercado de importación de **limones y limas frescos o secos (Posición arancelaria 080530)**

Número de Importadores	Valor de las Importaciones en 1998 (US\$)	Participación de las Importaciones
3	4.938.025	18.87%
6	8.316.453	31.78%
10	11.179.327	42.72%

15	13.955.231	53.32%
20	16.243.799	62.07%
25	17.938.195	68.54%
37	20.991.094	80.21%
Total	26.171.469	100.00%

La siguiente tabla muestra la concentración del mercado de importación de **Mandarinas – Clementinas frescas o deshidratadas** (Posición arancelaria 080520)

Número de Importadores	Valor de las Importaciones en 1998 (US\$)	Participación de las Importaciones
3	35.658.292	41.02%
6	47.764.757	54.94%
10	60.240.261	69.35%
15	69.500.494	79.95%
Total	86.932.805	100.00%

La siguiente tabla muestra la concentración del mercado de importación de **Manzanas frescas o deshidratadas** (Posición arancelaria 080810)

Número de Importadores	Valor de las Importaciones en 1998 (US\$)	Participación de las Importaciones
3	22.303.297	24.55%
6	33.562.263	36.94%
10	45.452.192	50.03%
15	55.931.471	61.57%
20	63.407.884	69.80%
25	69.104.547	76.07%
29	72.732.222	80.00%
Total	90.846.327	100.00%

La siguiente tabla muestra la concentración del mercado de importación de **Bananos frescos o deshidratados** (Posición arancelaria 080300)

Número de Importadores	Valor de las Importaciones en 1998 (US\$)	Participación de las Importaciones
3	58.433.880	33.77%
6	88.600.553	51.20%
10	116.348.201	67.24%
15	135.793.546	78.48%
16	138.542.521	80.06%
Total	173.037.498	100.00%

7. Conclusiones generales

- Las importaciones de frutas realizadas por Canadá son muy importantes frente al consumo.
- La mayor parte de las importaciones provienen de los Estados Unidos y de México.
- Aunque con una participación reducida, Colombia es el octavo proveedor de frutas y el cuarto proveedor latinoamericano por debajo de Chile, México, Ecuador y Costa Rica.
- Colombia tiene pequeñas experiencias exportadoras hacia el Canadá (excluido el banano), pero se trata de un mercado con similitudes al de Estados Unidos, en el cual se tiene experiencia.
- Se tendría oportunidad en la exportación de frutas exóticas y de algunas frutas tropicales tales como mango y papaya, especialmente entre diciembre y enero, que son los meses en los cuales hay producción colombiana. La posibilidad de conquistar este mercado con estos dos productos estaría en función de la competitividad del producto colombiano frente al producto de la competencia.
- Dadas las características de este mercado en cuanto al creciente interés por los productos saludables y listos, a la demanda que ejerce la población de inmigrantes asiáticos, al interés de las cadenas de supermercados en diversificar su oferta de frutas y verduras y alto poder adquisitivo de los canadienses, es evidente que este mercado resulta atractivo para el desarrollo de negocios de exportación.
- En términos generales se puede afirmar que en Canadá existe un gran mercado de clase media, los mercados de segmentos alto y bajo son muy pequeños.

- Canadá es el mayor importador per capita del mundo, esto hace que se presente una alta competencia, pues la mayoría de los países del mundo buscan venderle sus productos. Los importadores Canadienses se sienten mas seguros cuando están negociando con una empresa extranjera que ya este vendiendo en productos y/o servicios en Estados Unidos, Europa o con Multinacionales.

8. Posibilidades de crecimiento de las exportaciones

- Exportar al país US\$ 400.000 para este año, y lograr US\$ 800.000 para el 2003 (sin incluir las exportaciones de banano).
- Justificación
 - Según cifras de Canadá, se importaron US\$ 218.5 millones del mundo, en 1999. Presentándose un ritmo de crecimiento anual del 3.9% desde 1997.
 - Colombia tiene experiencia en mercados como Estados Unidos, que son muy similares al canadiense y con las mismas normas técnicas a aplicar. Las exportaciones colombianas de frutas (sin incluir banano), para 1999, fueron de US\$160.536 hacia Canadá, US\$ 93.072 hacia EE.UU y las exportaciones totales al mundo fueron de US\$ 13.187.416.

9. Estrategias propuestas

- Las importaciones canadienses están aumentando rápidamente y su economía tiene fuerte dependencia de las importaciones, otra oportunidad que tenemos para la inserción de nuestros productos en ese mercado a través de la promoción comercial.
- Realizar promociones en los grandes supermercados de frutas y verduras, las cuales van acompañadas de entrega de instrucciones de uso del producto y recetarios. Se utilizan también revistas interna de promoción de productos, las cuales incluyen bonos de descuento, generalmente el supermercado cobra al exportador o comercializador el valor de los avisos.
- Aprovechar el interés del mercado por productos saludables y listos, frutas exóticas y tropicales y el alto poder adquisitivo de los canadienses, al momento de diseñar su estrategia de ingreso al mercado.
- Preparar adecuadamente la logística de distribución a fin de evitar sobrecostos y devoluciones de la mercancía por daños del producto.

- Antes de cerrar cualquier negocio, los exportadores deben solicitar la prueba de que la licencia de importación fue otorgada.
- Observar todas las disposiciones en materia de requisitos de entrada del producto, solamente los productos que se originan en plantas procesadoras extranjeras, cuyas normas gubernamentales propias han sido aprobadas por las autoridades del Departamento de Agricultura de Canadá, pueden ingresar a este país. Estas autoridades otorgan a las empresas aprobadas la categoría "estado de privilegio". Como "abastecedor preferido", el exportador extranjero puede esperar que sus envíos a Canadá pasen rápidamente y sin inconvenientes el proceso de importación. Otros clientes estarán sometidos a demoras y a un alto porcentaje de inspecciones.

10. Fuentes

- **Global Logistics.** www.pbb.com Información sobre aranceles.
- **National Trade Data Bank (NTDB)**
- **Strategis Canadá.** www.strategis.ic.gc.ca
- **Statistics Canada.** www.statcan.ca
- **World Trade Atlas, Canadá**
- **Canada Customs and Revenue Agency** www.ccr-aadrc.gc.ca Información de aranceles y acuerdos.
- **Tradex- Livingstone International.**
- **Ministerio de Relaciones Exteriores y Comercio Internacional.** www.dfait-maeci.gc.ca/trade
- **La Agencia de Inspección de Productos Alimenticios (CFIA).** www.cfia-acia.agr.ca

