

2016



# Aceitunas Frescas y Preparadas



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



“Este perfil de producto ha sido realizado en el mercado por la Oficina de Facilitación de Comercio de Canada (TFO Canada), utilizando fuentes primarias y secundarias. El trabajo realizado por la consultora ha sido supervisado por la OCEX Toronto, contando con la colaboración de la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales del MINCETUR y Promperú”. Se autoriza la reproducción de la información contenida en este documento siempre y cuando se mencione la fuente: MINCETUR. Plan de Desarrollo de Mercado de Canadá”.



**Aceitunas frescas y  
preparadas**

# Índice

Resumen Ejecutivo	6	1.4. Ventajas del producto peruano y competencia	23
Antecedentes	6	1.4.1. Sugerencias comerciales	23
Metodología de estudio	8	1.4.2. Análisis de la competencia	25
<b>01. Mercado - Descripción del Sector</b>	<b>9</b>	<b>02. Condiciones de Acceso</b>	<b>27</b>
1.1. Tamaño de mercado	10	2.1. Aranceles y otros	27
1.1.1. Producción canadiense y exportaciones canadienses	10	2.2. Barreras, estándares y normas	27
1.1.2. Importaciones canadienses	11	<b>03. Canales de Distribución y Comercialización</b>	<b>33</b>
1.1.3. Importaciones desde Perú	15	<b>04. Información Adicional</b>	<b>34</b>
1.2. Características generales	16	4.1. Datos de contacto de importadores	34
1.2.1. Usos y formas de consumo	16	4.2. Ferias comerciales	36
1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación	17	4.3. Links de interés	37
1.2.3. Auditoría en tiendas	19	Anexo	38
1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado	20		

## Resumen Ejecutivo

### Antecedentes

El presente perfil de mercado comprende tres subpartidas del Sistema Armonizado (SA) que contienen a las aceitunas frescas y preparadas. El mercado canadiense abarca dos categorías principales: aceitunas de venta al por mayor (para su posterior procesamiento) y de venta al por menor (aceitunas pre-empacadas listas para el consumo). A nivel de venta al por menor, existen dos tipos principales: aceitunas estándar o básicas (verdes, rellenas con pimienta rojo y negras) y aceitunas especiales o de lujo, rellenas con una variedad de ingredientes.

Las tendencias de consumo en el mercado de Canadá incluyen las siguientes características: los canadienses consumen alimentos saludables, el consumo de productos orgánicos se está incrementando, los canadienses tienen hábitos de consumo sofisticado; entre otros, como:

- » Los canadienses generalmente consumen comidas saludables.
- » El consumo de productos orgánicos está incrementando.
- » La conveniencia es un elemento importante para los consumidores en los productos.

- » Los canadienses tienen hábitos de consumo sofisticado.
- » La seguridad, la sostenibilidad y la rastreabilidad de los productos juegan un papel importante para los productos vendidos en Canadá.

El mercado de aceitunas es competitivo y la mayoría de los productos son importados, debido principalmente al clima nórdico de Canadá. Existen entre treinta y cincuenta actores en el mercado. Uno de los importadores entrevistados, incluso, mencionó que existen alrededor de setenta empresas con algún tipo de actividad en la venta de aceitunas.

Dos conceptos innovadores están influyendo fuertemente en el mercado de aceitunas: la gran variedad de rellenos y mezclas (trufas, alcapparras, bajas en sodio; entre otros) y nuevos formatos de empaque tales como bolsas "pouches", selladas al vacío. El Consejo Internacional de Aceitunas reporta que los canadienses consumen 0,8 kilogramos por persona por año, lo cual significa 28 millones de kilogramos al año. Considerando las tendencias de mercado mencionadas anteriormente, no existe ninguna razón para pensar que la demanda en Canadá dejará de crecer.

A pesar del incremento en la demanda de aceitunas, los exportadores peruanos encontrarán desafíos al introducir sus productos a Canadá. Uno de estos desafíos es que las aceitunas peruanas son prácticamente desconocidas para los importadores canadienses, lo que implica grandes esfuerzos para darse a conocer en el mercado. El segundo desafío es que los exportadores deben tener capacidad de mostrar consistencia en la calidad. El tercer desafío es el debilitamiento del dólar canadiense que dificulta la penetración de los exportadores peruanos al mercado canadiense. El cuarto desafío son las rigurosas regulaciones canadienses relacionadas a la importación de alimentos (regulaciones que no son específicas para aceitunas).

En los últimos diez años se han incrementado las importaciones y el consumo de aceitunas preparadas; sin embargo, la importación de aceitunas frescas ha disminuido considerablemente. Con respecto al suministro de aceitunas frescas y preparadas en Canadá, la región del Mediterráneo, África del Norte, Sur América y Asia son los principales destinos de donde provienen estos productos y en las provincias de Ontario y Quebec se encuentran la mayoría de importadores de aceitunas frescas y preparadas; importaciones que

alcanzaron más de USD 10 millones en el año 2014, representado más de 2,7 millones de kilogramos, donde las exportaciones peruanas del año 2015 (enero –septiembre) fue de USD 108 000 o 31 000 kilogramos.

El posicionamiento en el mercado canadiense será una tarea importante para los exportadores peruanos de aceitunas, por consiguiente deben diferenciarse de la competencia, en especial de las aceitunas provenientes de los países del Mediterráneo que cuentan con una fuerte presencia de su marca en Canadá. Asimismo, deben ser capaces de ofrecer un producto final con ingredientes únicos de Perú, y así aprovechar el reconocimiento que actualmente tiene la cocina gourmet peruana.

Finalmente, las aceitunas frescas y preparadas podrán ingresar a los nichos de mercado canadiense; para lo cual el exportador peruano deberá demostrar la calidad de su producto. Asimismo, los exportadores peruanos tendrán que establecer su presencia en Canadá asistiendo a ferias comerciales como SIAL para exhibir sus productos (bajo la marca Perú).

## 01

## Metodología de estudio

La metodología para la realización del presente documento se enfocó en la recopilación de datos y cifras de fuentes primarias y secundarias, a partir de estadísticas, artículos, publicaciones y documentos; teniendo en cuenta un análisis cuantitativo y cualitativo.

El trabajo se divide en cinco partes. En la primera parte se realiza una descripción del mercado de aceitunas frescas y preparadas en Canadá, considerando la producción canadiense, las exportaciones y las importaciones desde el

mundo y específicamente desde Perú. La segunda parte del trabajo contiene las características generales del consumidor canadiense, tendencias y auditoría en tiendas. La tercera parte, tiene una descripción de las normas y requisitos para el acceso al mercado canadiense con una descripción de los canales de distribución y comercialización para las aceitunas frescas y preparadas. Finalmente, se ofrece información de interés del exportador; la cual se debe tener presente a la hora de ingresar al mercado de Canadá.

El mercado canadiense de aceitunas es altamente competitivo y en algunos casos, muchos importadores y procesadores luchan por ganar e incrementar la cuota de mercado para sus productos. La mayoría de las aceitunas encontradas en el mercado canadiense son importadas, debido a las condiciones climáticas del norte de Canadá. Solamente un pequeño número de actores importan aceitunas frescas y refrigeradas a Canadá. Estos son los grandes importadores de productos frescos o mayoristas situados en Montreal o Toronto, y que usualmente importan una gran variedad de productos frescos, desde productos comunes hasta frutas y vegetales exóticos. Son notables competidores que siempre están compitiendo tanto en precios como en calidad. El mercado para aceitunas frescas o refrigeradas ha disminuido en volumen del año 2014 al 2015, en comparación con otros años. En el año 2013, representó 275 000 kilogramos, bajando en el año 2014 a 165 000 kilogramos y a 103 000 kilogramos en septiembre del año 2015, según Base de datos de Mercancía Internacional Canadiense - Cuadro 999-0007. Más información puede ser encontrada más adelante en la sección Estadísticas de Importación.

Las aceitunas preparadas representan la mayoría de las aceitunas encontradas en Canadá. En esta categoría hay muchos más actores activos en el mercado, convirtiéndolo en un ambiente altamente competitivo. Existen fácilmente entre treinta y cincuenta grandes actores en este sector. Uno de los importadores entrevistados mencionó que hay alrededor de setenta compañías involucradas en el negocio de la aceitunas, incluyendo un número relativamente pequeño de grandes compañías (la lista de importadores es provista al final en este informe), así como muchas otras pequeñas compañías en todo Canadá.

## Clasificación arancelaria, alcance de estudio y descripción del producto

Las aceitunas están clasificadas en tres subpartidas del Sistema Armonizado (SA) canadiense:

1. 0709.92 - "Aceitunas frescas o refrigeradas". En Canadá esta categoría no se subdivide más porque es una subpartida cerrada; por lo tanto, el código a diez dígitos es 0709.92.00.00.

2. 2001.90 - "Vegetales, frutas, nueces y otras partes de plantas comestibles, preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético (excluyendo pepinos, pepinillos y cebollas)": El código a diez dígitos en Canadá, para aceitunas en esta categoría es el 2001.90.90.20.

3. 2005.70 - "Aceites, preparadas o conservadas no en vinagre ni en ácido acético (excluyendo congeladas)": Dentro de esta categoría, Canadá tiene 2 códigos de 10 dígitos: 2005.70.10.00 - Aceitunas en salmuera pero no en recipientes de vidrio; aceitunas maduras en salmuera; y 2005.70.90.00 - Otros

Por consiguiente, el alcance de este informe se centra en estas tres categorías, incluyendo Importaciones de aceitunas frescas (para su posterior proceso) y Aceitunas preparadas o no, en vinagre o ácido acético. Existen, muy probablemente, bastantes oportunidades en el sector del mercado de servicios alimenticios, pero no existen hasta el momento datos específicos relacionados con este sector. Por lo tanto, este informe se enfocará principalmente en el sector de venta al por menor del mercado canadiense.

### 1.1. Tamaño de mercado

A continuación se analizará el tamaño del mercado de aceitunas en Canadá teniendo en cuenta la producción, exportaciones e

importaciones totales, así como las importaciones provenientes desde el Perú.

#### 1.1.1. Producción canadiense y exportaciones canadienses

Aunque no están disponibles las cifras domésticas de producción, usualmente las aceitunas son importadas y luego procesadas en Canadá; se realizará un procesamiento posterior para incorporar aceite entre otros ingredientes comestibles en caso de estar semiprocesadas. Las aceitunas son distribuidas a mayoristas o exportadas, en su mayoría en forma preparada o conservada; pero en cantidades reducidas.

La tabla N° 1 muestra las exportaciones de Canadá de aceitunas preparadas y conservadas entre el año 2012 y el año 2015 (enero - septiembre). Por razones de ubicación geográfica, Estados Unidos es el principal país al cual se exportan aceitunas preparadas. Las exportaciones hacia otros países son reducidas y disminuyeron en el período considerado: el volumen cayó de 260 mil kilogramos en el año 2012 a 147 mil kilogramos en los primeros 9 meses del año 2015, lo cual representa apenas un poco más del 50% del volumen del año 2012.

Tabla N° 1: Principales países importadores de aceitunas preparadas o conservadas, no en vinagre ni en ácido acético, no congeladas (subpartida: 2005.70) de Canadá, período 2012 - 2015

Países importadores	2012		2013		2014		2015 *	
	Volumen (kg)	Valor (USD)	Volumen (kg)	Valor (USD)	Volumen (kg)	Valor (USD)	Volumen (kg)	Valor (USD)
Estados Unidos	238 633	1 878 472	220 486	1 581 750	118 682	790 577	104 083	491 854
Grecia	--	--	11 577	31 838	52 254	150 267	38 939	108 102
Reino Unido	4 679	12 869	3 980	10 945	5 176	14 235	2 520	6 930
Trinidad y Tobago	4 207	11 293	600	1 423	1 298	3 674	700	1 779
St-Pierre y Miquelon	1 241	3 070	1 191	2 847	1 452	3 598	844	2 141
Otros países	11 873	32 372	17 348	47 053	886	2 584	598	1 807
<b>Total</b>	<b>260 633</b>	<b>1 938 076</b>	<b>220 486</b>	<b>1 634 229</b>	<b>179 748</b>	<b>964 935</b>	<b>147 684</b>	<b>612 613</b>

Fuente: Estadísticas Canadá - base de datos comerciales de mercadería internacional canadiense (estadísticas Canadá: "canadian international merchandise trade database) - cuadro 980-0020  
\*Enero - septiembre 2015.

#### 1.1.2. Importaciones canadienses

En el transcurso de los últimos diez años ha habido un incremento significativo en la importación y en el consumo de aceitunas preparadas en Canadá. Sin embargo, las importaciones de aceitunas frescas y refrigeradas han disminuido en los últimos 4 años, tanto en volumen y en valor, como

se puede apreciar en la tabla N° 2. El total de las importaciones de aceitunas frescas y refrigeradas disminuyó casi a la mitad en el año 2014 en comparación con los dos años precedentes. Del mismo modo, el valor de importación hasta el año 2015 (enero - septiembre) fue solamente el 40%

del total del valor importado en el año 2012. El mayor país exportador es Estados Unidos, con 88% del total del valor en el año 2015 (enero - septiembre) y 87% del

total del volumen En las últimas estadísticas disponibles del año 2014 (el último año disponible) se mencionan otros países, aunque pequeños, como Italia y España.

**Tabla N°2: Importaciones de aceitunas frescas refrigeradas (subpartida: 0709.92.00.00) a Canadá, período 2012 – 2015**

Importaciones a Canadá	2012	2013	2014	2015 *
Volumen (en kg)	302 571	277 066	165 216	103 218
Valor (en USD)	776 970	718 694	527 533	317 404

Fuente: Estadísticas Canadá – Informe personalizado  
\*Enero – septiembre 2015.

**Tabla N° 3: Importaciones de aceitunas frescas o refrigeradas (subpartida: 0709.92.00.00) a Canadá provenientes de Perú, período 2012-2015**

Importaciones a Canadá provenientes de Perú	2012	2013	2014	2015 *
Volumen (en kg)	--	538	963	512
Valor (en USD)	--	2 086	5 219	2 019

Fuente: Estadísticas Canadá – Informe personalizado  
\*Enero – septiembre 2015.

Las aceitunas frescas y en conserva son importadas en su mayoría a las provincias de Ontario y Quebec, donde se ubican la mayoría de los importadores. Ontario es líder en importaciones de aceitunas

semiconservadas que no son disponibles para consumo inmediato, mientras que Quebec lidera las importaciones en aceitunas conservadas listas para el consumo. Esto se debe a que Ontario cuenta con un

mayor número de plantas procesadoras de alimentos que cualquier otra provincia. En total, alrededor de treinta importadores controlan aproximadamente el 80% del mercado canadiense, mientras que el 20% es compartido por un gran número de importadores pequeños (Base de datos de Productos de Importadores Canadienses: "Canadian Importer Database, Imports by Products")

Las importaciones de aceitunas preparadas y conservadas en sus diferentes formatos ascendió USD 74 millones en el año 2014, lo

cual representó 27 millones de kilogramos. La tabla N° 4, enumera las tres subpartidas nacionales de Canadá de aceitunas preparadas y conservadas importadas durante el período 2012 -2015 (enero - septiembre). Tanto en volumen y en valor han sido constantes en este período, con el valor de las importaciones incrementado a un ritmo mayor que el del volumen. La mayoría de las importaciones se concentran en la subpartida nacional de Canadá 2005.70.10.10: Aceitunas maduras en salmuera, (y sulfu-radas) no en frascos de vidrio.

**Tabla N° 4: Principales países importadores de aceitunas preparadas y conservadas importadas por Canadá, período 2012-2015**

Subpartidas	2012		2013		2014		2015 (al presente*)	
	kg	Valor (en miles USD)	kg	Valor (en miles USD)	kg	Valor (en miles USD)	kg	Valor (en miles USD)
Aceitunas preparadas, conservadas en vinagre o ácido acético (SA: 2001.90.90.20)	3 222	9 695	3 113	8 888	2 722	10 502	2 652	9 108
Aceitunas maduras, en salmuera y aceitunas sulfu-radas/ en salmuera, no en frascos de vidrio (SA: 2005.70.10.10)	20 426	40 620	19 327	40 308	21 473	50 565	15 394	37 079
Aceitunas n.e.s.** preparadas y conservadas no en vinagre, ni ácido acético, ni azúcar, no congeladas (SA: 2005.70.90.00)	2 317	9 225	2 642	11 756	2 755	13 327	1 788	9 544
<b>Total</b>	<b>25 965</b>	<b>59 540</b>	<b>25 082</b>	<b>60 952</b>	<b>26 950</b>	<b>74 394</b>	<b>19 834</b>	<b>55 731</b>

Fuente: Estadísticas Canadá – Informe personalizado  
\*Enero – septiembre 2015.  
\*\* n.e.s.: no especificado en otro lugar

El abastecimiento de aceitunas de mesa proviene del área mediterránea, del norte de África, de Sudamérica y principalmente de Asia. Para mostrar el alto nivel de competitividad en el mercado canadiense, la tabla N° 5 muestra el número de los principales participantes en el año 2014. En los últimos 9 meses del año 2015, los prin-

cipales países abastecedores de aceitunas preparadas son, en orden de importancia: España con más de la mitad del volumen (54%), Grecia (22%), Marruecos (7%), los Estados Unidos (5,5%), Italia (3,5%) y Egipto (2%). España y Grecia están bien establecidos en el mercado con más de las tres cuartas partes del volumen.

**Tabla N° 5: Principales países exportadores de aceitunas preparadas/conservadas, aceitunas maduras, en salmuera y aceitunas sulfuradas/en salmuera, pero no en frascos de vidrio (subpartida: 2005.70.10.10 a Canadá), año 2015\***

Países exportadores	Volumen (kg)	Valor (USD)
España	8 411	15 537
Grecia	3 449	11 300
Marruecos	1 103	2 847
Estados Unidos	855	2 393
Italia	543	2 182
Turquía	273	807
Egipto	266	605
Líbano	192	590
Portugal	192	426
Perú	31	108
Francia	23	111
Israel	18	61
Túnez	15	20
Chile	14	53
Reino Unido	6	29
China	2	6
Jordania	1	2
Australia**	--	--
Brasil**	--	--
Bulgaria**	--	--
Irán**	--	--
<b>Total</b>	<b>15 394</b>	<b>37 079</b>

Fuente: Estadísticas Canadá – Informe personalizado

\*Enero – septiembre 2015.

\*\* Cantidades y Valores menores que 1 000 kg y USD 1 000.

### 1.1.3. Importaciones desde Perú

Las importaciones de Canadá desde el Perú no han sido significativas durante los últimos cuatro años, como se muestra en la tabla N° 3.

La presencia de Perú en este sector es variable desde el año 2012 al año 2015, tanto en cantidad y valor. Alcanzando valores máximos en el año 2012 como se

indica en la tabla N° 6. Las exportaciones de aceitunas preparadas y conservadas desde Perú hacia Estados Unidos en el año 2014 exceden los USD 48 millones, lo cual es un indicador claro del enfoque de los exportadores peruanos hacia Estados Unidos, a menudo desatendiendo mercados nichos pequeños como el de Canadá, según Industria de Canadá - Estadísticas Comerciales en Línea - Importaciones a Estados Unidos por Producto-2014).

**Tabla N° 6: Principales subpartidas de aceitunas importadas por Canadá desde el Perú, período 2012-2015**

Subpartidas	2012		2013		2014		2015*	
	Volumen (kg)	Valor (en USD)	Volumen (kg)	Valor (en USD)	Volumen (kg)	Valor (en USD)	Volumen (kg)	Valor (en USD)
Aceitunas, preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético (SA: 2001.90.90.20)	1 877	7 688	440	4 173	1 553	8 000	22 507	53 841
Aceitunas maduras, en salmuera, y aceitunas sulfuradas/en salmuera, pero no en frascos de vidrio (SA: 2005.70.10.10)	109 858	316 818	85 583	116 338	74 557	170 775	31 245	108 475
Aceitunas n.e.s.** preparadas y conservadas no en vinagre, ni ácido acético, ni azúcar, no congeladas (SA: 2005.70.90.00)	33 431	215 267	11 481	60 979	21 029	126 152	7 574	35 705
<b>Total</b>	<b>145 166</b>	<b>539 773</b>	<b>97 504</b>	<b>181 490</b>	<b>97 139</b>	<b>304 927</b>	<b>61 326</b>	<b>198 021</b>

Fuente: Estadísticas Canadá – Informe personalizado

\*Enero – septiembre 2015.

\*\* n.e.s.: no especificado en otro lugar

## 1.2. Características generales

### 1.2.1. Usos y formas de consumo

Los principales tipos y colores de aceitunas en el mercado canadiense son las aceitunas verdes (que varían de verde pálido provenientes de Grecia a verde oscuro provenientes de Italia), rosa pálido y oscuro (como las aceitunas Kalamata que vienen

de Grecia) y negras. Hay una gran variedad de presentaciones para las aceitunas que son consumidas en Canadá. Generalmente los consumidores adquieren aceitunas en las siguientes presentaciones:

Tabla N° 7: Diferentes tipos de aceitunas en el mercado canadiense

<b>Enteras:</b>	Con carozo (semilla), en su forma natural, con o sin tallo
<b>Descarozadas:</b>	Sin carozo (semilla), en su forma natural
<b>Rellenas:</b>	Usualmente verdes, descarozadas y rellenas con uno o más de los siguientes ingredientes: pimientos rojos, chiles picantes, cebolla, almendras, ajo, naranja o cascara de limón, avellanas, alcaparras, entre otros.
<b>Partidas en mitad o en cuartos:</b>	Descarozadas o rellenas, cortadas por mitad o en cuartos de igual tamaño.
<b>Cortadas:</b>	Descarozadas, cortadas longitudinalmente en cuatro partes iguales o más.
<b>Rebanadas:</b>	Descarozadas y rebanadas en secciones paralelas
<b>Picadas:</b>	Descarozadas y picadas sin tamaño o forma regular
<b>Quebrantadas:</b>	Descarozadas, rellenas o no, accidentalmente quebrantadas

Fuente: Encuesta de venta al detalle personalizada (Customized Retail Survey)

Existe una gran variedad de aceitunas en el mercado, entre ellas las más populares son:

» **Manzanilla:** aceitunas españolas, descarozadas y usualmente rellenas con pimiento rojo, levemente curadas en lejía o sosa caustica y empacadas con sal y salmuera de ácido láctico, con una

cuota del mercado canadiense bastante grande y de gran preferencia entre los consumidores.

» **Hojiblanca:** aceitunas españolas, enteras y descarozadas, negras, de sabor un poco amargo, bastante populares entre los consumidores canadienses;

» **Kalamata:** aceitunas griegas, negras, descarozadas o no, usualmente color rosa oscuro o púrpura, completamente maduras, curadas en salmuera.

» **Niçoise :** aceitunas francesas, más pequeñas que las Kalamata, completamente maduras, con o sin tallo, carozo (semilla) grande y poca carne.

» **Arbequina:** aceitunas españolas, aromáticas, simétricas, color café.

» **Picholine:** aceituna francesas, curadas en salmuera, pueden incluir ácido cítrico como preservativo en el empaçado.

» **Cerignola:** aceitunas de Puglia, Italia, gigantes, verdes.

» **Bitetto:** aceitunas de Italia, verdes, redondas y crujientes, en salmuera natural, bajas en sodio.

» **Liguria:** aceitunas de Italia, negras, curadas en salmuera salada, con o sin tallo.

» **Beldi:** aceitunas de Marruecos, pequeñas y fructosas, negras y verdes.

» **Sevillano:** aceitunas de California, curadas en salmuera salada, crujientes y usualmente preservadas en ácido cítrico.

Como se ha mencionado anteriormente, la presentación en empaques innovadores está jugando un rol muy importante (como

se muestra en la figura N° 1). Las bolsas “pouches” selladas al vacío, así como las porciones individuales para meriendas son relativamente nuevas en el mercado y son percibidas como más atractivas para los consumidores, en comparación con las presentaciones tradicionales en frascos de vidrio o en latas. En las barras de aceitunas de auto-servicio, es usual que los detallistas ofrezcan diferentes tamaños de recipientes, incluyendo recipientes con divisiones, para permitir a los consumidores una experiencia de compra más personalizada para seleccionar entre diferentes variedades de aceituna.

### 1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación

Vale la pena mencionar dos conceptos innovadores en el mercado de los últimos años: el primero está relacionado con la gran variedad de relleno y mezclas de aceitunas que se puede encontrar en tiendas especializadas, como rellenos de queso azul, almendras, trufas, ajo, alcaparras y chile morrón. Sobre mezclas, existen aderezos pre-mezclados para ensaladas griegas y niçoise. Además de los diferentes tipos de rellenos que se encuentran en el mercado, las preocupaciones por mejorar la salud de los consumidores han incitado al incremento de consumo de productos como las aceitunas bajas en sodio, aproximadamente 5% de contenido de sodio o la ½ del contenido de sodio en la mayoría de las aceitunas.

Más información sobre la gran variedad de aceitunas consumidas se describe más adelante en este informe. El segundo concepto es la oferta de nuevos empaques: bolsas, "pouches" selladas al vacío (algunas se pueden volver a cerrar) y empaques para

meriendas para porciones individuales, como se puede ver en los ejemplos de la figura 1. Estas son nuevas presentaciones del producto para los anaqueles de tiendas de conveniencia.

Figura N° 1: Diferentes empaques ofrecidos en los anaqueles de tiendas de conveniencia.



Porción individual de merienda tamaño taza



Aceitunas Rellenas Piri Piri



Aceitunas Sicilianas



Aceitunas en bolsa "pouch"

### 1.2.3. Auditoría en tiendas

En el momento canadiense, el precio de venta al detalle de 100 gramos de aceitunas variaba entre USD 0,45 y USD 4,49, dependiendo del tipo, del producto y del empaclado. La tabla 8 contiene ejemplos de precios para las diferentes variedades de aceitunas que se encuentran en los supermercados canadienses. Los exportadores deben tomar esta información con precaución y confirmar precios con otras fuentes adicionales. A menudo, en internet se pueden encontrar buenas herramientas de investigación, como las tiendas en línea. Asimismo, las cadenas de supermercados como Sobeys (conocida como "IGA" en la provincia de Quebec), ofrecen el servicio

de venta en línea y provee los precios de venta al detalle de muchos de sus productos encontrados en sus anaqueles (Mayor información puede encontrarse en: [www.iga.net](http://www.iga.net)). Los precios de la tabla N°8 no constituyen ninguna estimación oficial y representan una indicación de la situación del mercado en el mes de diciembre del año 2015. Las marcas de aceitunas de la tabla N° 8 representan solamente una fracción de los productos que se pueden encontrar en las tiendas de conveniencia a través de Canadá, pero hay una diferenciación de precios entre las aceitunas rellenas, las aceitunas orgánicas y las porciones individuales de meriendas.

Tabla N° 8: Representación de precios de venta al por menor – aceitunas

Marca	Descripción	Precio de venta al detalle (USD)	Empaque	Precio (USD por 100 g)	Tamaño
Mrs. Whyte's	Rellenas, verdes, con pimienta roja	5,59	Vidrio	0,56	1 l
Sardo	Aceitunas mixtas	13,99	Plástico	0,93	1,5 l
Pastene	Aceitunas negras maduras	1,79	Lata	0,45	398 ml
Unico	Aceitunas Jumbo	3,99	Vidrio	0,53	750 ml
Compliments (Marca privada de IGA)	Aceitunas reina "Queen"	1,75	Vidrio	0,47	375 ml
Sardo Lil' Oliver	Aceitunas negras descarozadas	4,49	6 envases plásticos por caja	4,99	90 g
En las barras (Supermercado Adonis)	Egipcias, descarozadas	7,00	Plástico	1,54	456 g

Marca	Descripción	Precio de venta al detalle (USD)	Empaque	Precio (USD por 100 g)	Tamaño
Sensations (Marca privada de IGA)	Aceitunas rellenas con ajo	3,19	Vidrio	1,28	250 ml
Pilars	Aceitunas verdes gigantes	8,79	Vidrio	0,88	1 L
M'Lord	Aceitunas verdes gigantes	2,19	Lata	0,55	398 ml
Irini	Aceitunas verdes gigantes	7,29	Plástico	0,49	1.5 L
La Explanada	Aceitunas rellenas con limón	2,49	Lata	1,00	250 ml
Balsavour	Originales Kalamata	3,29	Plástico	1,32	250 ml
Sardo	Aceitunas negras con carozo secadas al sol	4,99	Plástico	2,00	250 ml
Compliments (Marca privada de IGA)	Mangonilla rellenas	1,75	Vidrio	0,47	375 ml
Sardo	Verdes orgánicas	4,79	Vidrio	1,28	375 ml
Habitant	Aceitunas verdes, rellenas con menos sal	2,50	Vidrio	0,67	375 ml
Krinos	Aceitunas "Great Macedonian king"	4,99	Vidrio	1,00	500 ml

### 1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado

El mercado canadiense de aceitunas puede dividirse en dos sub-sectores: las aceitunas al por mayor para el mercado de servicios alimenticios, para su posterior procesamiento o empacadas en Canadá; y preparadas/ conservadas y ya empacadas para consumo inmediato. Canadá importa la gran mayoría de aceitunas en su formato final para el consumidor y para su posterior procesamiento. De manera

similar, a nivel de venta al por menor, existen esencialmente dos segmentos de mercado: aceitunas de especialidad o de lujo y aceitunas más tradicionales, que generalmente son menos caras y han estado en el mercado por muchos años. Las aceitunas tradicionales (enteras o rellenas con pimienta roja) generalmente son apetecidas por un mercado masivo, mientras que las aceitunas de especialidad

apetecen más a segmentos de mercado nicho; sin embargo, representan volúmenes relativamente grandes. Cuanto más especializada la aceituna, más es apetecida en los grupos de consumo menos tradicionales que usualmente tienen ingresos más altos que los grupos tradicionales de consumo. De acuerdo a los importadores encuestados para este informe, las aceitunas generalmente son apetecidas por consumidores mayores de treinta años de ambos géneros, tanto hombres y mujeres compran de manera igual las aceitunas.

Vale la pena recalcar algunas características del segmento alimenticio de Canadá que se relaciona específicamente al segmento de aceitunas:

» La demanda por comida o productos saludables está experimentando un aumento en Canadá. Las aceitunas son vistas por los consumidores como una opción saludable, ya que son percibidas como productos que reducen los riesgos asociados a problemas de salud (problemas cardíacos, cáncer, inflamación y úlceras) y además, al incremento de hierro en el organismo. Estas características son a menudo comunicadas en diferentes campañas promocionales a nivel de la venta al detalle. Dos tendencias, dentro de esta creciente demanda de productos saludables, pueden mencionarse a continuación:

1) La sana dieta mediterránea que cada día

es más popular, y que contiene una variedad de productos como pescado, ensaladas, vegetales, limón, ajo y hierbas frescas.

2) En años recientes, ha habido un incremento sustancial en la demanda y consumo de meriendas saludables.

Estas tendencias han propiciado la creación de "barras de aceitunas" en los supermercados a lo largo de todo el país (en adición a las aceitunas empacadas que se encuentran en los anaqueles de las tiendas). Rápidamente han ganado espacio en los últimos años y son ahora casi obligatorias en la mayoría de las cadenas de supermercado de Canadá. Las barras de aceitunas cumplen con las expectativas de estas dos tendencias. Usualmente, estos productos ofrecen una variedad de aceitunas (negras, oscuras, rosadas y verdes) con diferentes condimentos. No es inusual encontrar barras de aceitunas que contienen 20 variedades preparadas. Por ejemplo, las cadenas de supermercados Adonis (parte del Grupo Metro) ofrece más de 40 variedades de aceitunas en sus barras.

Las barras de aceitunas pueden ser para auto-servicio o en mostrador, servido por un dependiente. Estos mostradores le permiten al consumidor personalizar su pedido: comprar la cantidad que desea y al mismo tiempo les ofrece la oportunidad de experimentar diferentes mezclas y sabores (picantes, en ajo, entre otros). Los consumidores también compran

aceitunas para usarlas como un ingrediente para preparar comida de manera rápida y ahorrar tiempo, en lugar de optar por preparar una comida a partir de cero. Las barras de aceitunas también le permiten a los clientes la oportunidad de preparar rápidos y creativos bocadillos (tapas) combinados en bandejas con otros productos como quesos dips, que son particularmente populares durante las épocas festivas (durante el mes de diciembre) y durante los meses de verano (junio a septiembre).

3) La demanda de productos orgánicos<sup>1</sup> está creciendo rápidamente. El tamaño de este mercado está estimado en más de USD 2 mil millones en ventas anuales. Según la Asociación Canadiense de Comercio Orgánico, el mercado para productos orgánicos pre-empacados para tiendas de conveniencia ha crecido en un ritmo promedio de 20% en los años recientes. La visibilidad y presencia de los productos orgánicos en las cadenas de supermercados populares es cada vez mayor. Aunque las cifras específicas de aceitunas no están disponibles, algunos expertos estiman que las aceitunas orgánicas constituyen 5 a 10 por ciento del total de consumo, pese a que el componente orgánico aún no constituye un elemento de alta demanda, pero puede ser que en el futuro lo sea.

Fuente: Revista Canadian Groce (2014)

4) La noción de conveniencia es de igual importancia en el mercado y está influenciando los patrones de consumo, de preparación de comida y hábitos de compra del segmento de las aceitunas: las meriendas de aceitunas listas para el consumo, paquetes innovadores e individuales como las bolsas "pouches" plásticas, así como los empaques fáciles de abrir para los consumidores de edad avanzada.

5) Los canadienses son generalmente sofisticados en sus hábitos de comer. El flujo de inmigrantes en el transcurso de los últimos 50 años ha influenciado grandemente el tipo de comida que se consume a diario en Canadá, alejándose del típico y básico plato de "carne y papas", optando por una variedad de comida de distintas culturas de todo el mundo.

6) La seguridad, la sostenibilidad y la rastreabilidad forman parte integral y natural del proceso de compra en toda la cadena de provisión, desde el productor hasta el consumidor final. La preocupación por el medio ambiente afecta la manera en que los canadienses comen y viven. Las cadenas de supermercados hacen esfuerzos para mantener informados a sus consumidores sobre sus productos sostenibles y ecológicamente responsables. Esto es usualmente publicado en la radio interna o parlante de los supermercados (las cadenas grandes

tienen sus propias estaciones de radio que difunden en sus tiendas).

### Perspectivas de demanda y tendencias de consumo

No existen estadísticas disponibles sobre las perspectivas de demanda de aceitunas. Sin embargo, considerando las tendencias ya mencionadas, no hay ninguna razón para creer que la demanda no continuará creciendo al mismo nivel en el que actualmente lo está haciendo. De acuerdo a las estadísticas internacionales de consumo (las últimas figuras disponibles son del año 2013), el consumo per cápita en Canadá es de 0,8 kg por año, comparado a 0,7 kg per cápita por año en Estados Unidos. El consumo per cápita en Perú es mucho más alto, de 1,3 kg por año<sup>2</sup>. Esta estadística canadiense significa 28 millones de kg por año. Además, si las aceitunas continúan formando parte integral de las meriendas saludables, especialmente en niños, entonces la tendencia incrementará de manera favorable. Los importadores que fueron entrevistados expresaron confianza en el sentido que el crecimiento experimentado en los últimos años continuará durante los próximos 5 años. Ellos indicaron que bolsas "pouches" individuales están creciendo en popularidad.

## 1.4. Ventajas del producto peruano y competencia

### 1.4.1. Sugerencias comerciales

En vista de los comentarios brindados por los importadores que fueron entrevistados para este informe, y de la información cuantitativa recopilada, los exportadores peruanos deben de considerar a Canadá como un mercado de exportación específicamente para aceitunas preparadas y conservadas. Estos son nichos de mercado definitivos donde existen buenas oportunidades, condicionadas a que los productos sean únicos y que los exportadores se comprometan a proveer precios competitivos y consistencia en la calidad de sus productos.

Utilizar la famosa cocina gourmet de Perú, o algunos de sus elementos e incorporarlos en el producto final de aceitunas ayudaría a diferenciar los productos de la competencia existente. El segmento orgánico del mercado puede también representar fuertes oportunidades para los productores orgánicos, debido al crecimiento significativo de este sector. La política de Perú sobre los productos libres de modificación genética (GMO-free) puede también ser usada como una herramienta fuerte de mercadeo para posicionar estos productos en Canadá.

<sup>1</sup> "Tendencias Alimenticias Canadienses para el 2020: una perspectiva a largo plazo", (Canadian food trends to 2020: a long range consumer outlook), Agriculture and Agri-Food Canada.

<sup>2</sup> Consejo Internacional de Aceitunas - International Olive Council

## Mejores estrategias para el ingreso al mercado

El posicionamiento efectivo en el mercado canadiense será una tarea importante para los productores peruanos de aceitunas: tiene que diferenciarse de las aceitunas de la competencia provenientes de los países Mediterráneos ya presentes y con una reconocida imagen en Canadá. Las aceitunas de Italia, Grecia, España y Francia son reconocidas por su calidad y por su sabor específico. Por lo tanto, los exportadores peruanos deben de estudiar a los competidores que vienen de otros países, y determinar cómo ofrecer sus aceitunas de manera diferente, además de resaltar las características únicas de las aceitunas de Perú. Los exportadores pueden promover sus propias marcas si estas ya están bien establecidas y cuentan con buenas herramientas de mercadeo, o pueden escoger trabajar con las marcas de los importadores (o detallistas, marcas privadas). Introducir una nueva marca en el mercado puede ser bastante costoso, sin embargo, los exportadores podrían preferir capitalizarse de las marcas existentes en Canadá.

Como se ha recalcado anteriormente, los importadores deben centrarse en el sector de especialidades de aceitunas y ofrecer productos que incorporen elementos de la cocina gourmet peruana, que cada día es más popular. Probablemente al mezclar algunos de los ingredientes únicos de la comida peruana se podría crear una oportunidad interesante, ya

que se ofrecería un producto único. Otro elemento de mercadeo podría ser resaltar los productos libres de modificación genética (GMO-free) para todos los productos peruanos. Aunque las aceitunas orgánicas todavía no lideran el mercado, es esperado un crecimiento en el consumo de productos orgánicos; por ende, el mercado para aceitunas orgánicas también crecerá. Es por ello que los productores que puedan producir aceitunas orgánicas tendrán una ventaja competitiva.

Los exportadores peruanos con intenciones concretas de comercializar en el mercado canadiense deben establecer su presencia en Canadá. Para lo cual se debe considerar visitar una de las ferias comerciales más representativas del sector alimentos, como es SIAL y exhibir en uno de estos eventos (posiblemente bajo la marca país de Perú) puede ser un buen paso para iniciar su presencia en el mercado canadiense. Pero un solo ejercicio no es suficiente, ya que para establecer una fuerte presencia se debe adoptar un enfoque a largo plazo.

Canadá puede ser percibido también como un paso de acercamiento a los exportadores norteamericanos en el caso de nuevos exportadores que desean entrar al mercado de Estados Unidos, que es más grande y más exigente. Debido a su tamaño, a los hábitos sofisticados y saludables de consumo, Canadá puede ser un destino ideal para PYMES antes de entrar al mercado estadounidense.

Aunque este estudio es un punto de inicio válido para obtener una comprensión sobre el mercado de Canadá para aceitunas, es crucial que los exportadores investiguen de su parte a profundidad para asegurarse que están completamente listos para llenar las condiciones requeridas en el mercado canadiense. Para que los exportadores tengan éxito, deben demostrar compromiso y dedicación.

## Mercadeo y publicidad

El mercado canadiense es altamente competitivo, debido a que está dentro de los países con los índices más altos de importaciones per cápita. Compañías de todo el mundo y en especial de Estados Unidos, quien es el mayor socio comercial de Canadá, están en constante competencia para obtener una cuota del mercado canadiense.

Para ser exitoso en este mercado, los exportadores necesitan ofrecer precios competitivos, una alta calidad, un servicio eficiente y empaques y etiquetas adecuados.

Los exportadores se enfrentan con dos opciones cuando consideran el mercado de las aceitunas a nivel de ventas al detalle en Canadá: exportar bajo la marca del importador o introducir su propia marca si la misma ya está bien establecida en Perú (o en otra parte). Los importadores en Canadá ejecutan ambas, en especial en el

segmento especializado del mercado. Las estrategias individualizadas de mercadeo y tácticas usadas usualmente son discutidas con los importadores antes de iniciar las relaciones comerciales. Si el importador realiza actividades de publicidad a nivel de la venta al detalle, dichos costos son a veces compartidos entre el importador y el exportador.

## 1.4.2. Análisis de la competencia

El mercado canadiense es un mercado difícil de acceder y presenta obstáculos en la introducción de nuevos productos en su mercado.

Se trata de un doble desafío, de acuerdo a los importadores. Por una parte, es dar a conocer a los importadores canadienses la existencia de las aceitunas peruanas y al mismo tiempo ofrecer un producto que se diferencie sobre la oferta actual en Canadá. En encuestas realizadas, los importadores expresaron desconocer que Perú produce y exporta aceitunas.

La distancia entre Canadá y Perú representa otro desafío. Cualquier nuevo actor en el mercado canadiense tendrá que invertir tiempo y esfuerzo para lograr una presencia en la comunidad de importadores y establecer relaciones comerciales. Otro desafío importante es lograr convencer a los potenciales importadores/compradores que los exportadores peruanos tienen la capacidad de proveer consistencia en la calidad de sus productos y que podrán cumplir con las

## 02

## Condiciones de Acceso

estrictas regulaciones de importación. Los importadores encuestados enfatizaron la dificultad de encontrar empaques confiables en los países proveedores.

Finalmente, el cambio desfavorable del dólar canadiense al dólar americano (USD 1 = CAD 1,35 en diciembre del año 2015) representa una desventaja adicional para los exportadores peruanos en relación a sus precios de exportación a Canadá.

Un dólar canadiense débil significa que los costos de productos importados son relativamente altos para los importadores. Dada la alta volatilidad en los últimos cuatro años del dólar canadiense (CAD) en relación al dólar americano (USD), los valores proporcionados en este informe son en CAD, lo que permite una comparación más precisa para los períodos considerados (ver anexo).

### 2.1. Aranceles y otros

No existen aranceles para la mayoría de las aceitunas exportadas de Perú a Canadá, esto significa que están exentos del pago de arancel, siempre que se acogan al Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Perú y Canadá. Para ello, cumplir con las normas de origen estipuladas en el capítulo 3 del TLC Perú - Canadá, esta información se encuentra en la siguiente página web: [goo.gl/rGXLuw](http://goo.gl/rGXLuw).

La información adicional puede obtenerse en el sitio web de Asuntos Globales del Gobierno de Canadá ([www.international.gc.ca](http://www.international.gc.ca)) o La Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá, CBSA ([www.cbsa-asfc.gc.ca](http://www.cbsa-asfc.gc.ca)), donde los "Aranceles Aduaneros" son disponibles.

La nueva Regulación para Alimentos Seguros para Canadá (Safe Foods for Canadians Regulations), aún no ratificada en diciembre del 2015, de aprobarse podría significar un gran impacto en el cumplimiento de los requisitos relacionados a la seguridad de alimentos y otros requisitos en Canadá, volviendo mucho más rigurosos a los requisitos aplicados en la actualidad. Ésta es una tentativa para asegurar que

todos los productos manufacturados e importados a Canadá sean seguros.

### 2.2. Barreras, estándares y normas

No hay normas específicas para los empaques o etiquetado de aceitunas. Existen, sin embargo, guías generales a seguir que se relacionan a todos los productos alimenticios empaçados para consumo que se venden al detalle. La Oficina de la Competencia de Canadá (Canada's Competition Bureau) administra las regulaciones pertinentes a empaques y etiquetado. En resumen, todos los productos deben contener la información específica (tamaño, descripción del producto, UPC o PLU (código de precio), país de origen, nombre del importador y dirección). Toda esta información debe incluirse en los idiomas oficiales de Canadá: inglés y francés. La Oficina de la Competencia ofrece la "Guía para la Ley y Regulaciones de empaque y etiquetado para el consumo" en su sitio web. La Agencia Canadiense de Inspección Alimenticia (Canadian Food Inspection Agency, CFIA) también cuenta con una lista para revisar las normas de rotulación



Además de requerir la información en los dos idiomas, el contenido nutricional es obligatorio para cumplir con los requisitos del gobierno canadiense, como se muestra a continuación. No solamente es necesaria la información en los dos idiomas, sino que debe presentarse en un orden y secuencia pre establecido.

Más información al respecto puede encontrarse en el sitio web de la Agencia

Canadiense de Inspección Alimenticia (Canadian Food Inspection Agency, CFIA) en "Información dentro del Cuadro de Nutrición" (Information within the Nutrition Facts Table). Los lectores deben de recordar que los requisitos nutricionales no son los mismos que los de Estados Unidos. A continuación se muestra un ejemplo de requisito nutricional en Canadá (en efecto a partir de diciembre 2015) para productos alimenticios preparados dirigido a venta:

<b>Nutrition Facts</b>	
<b>Valeur nutritive</b>	
Per 1/4 cup (35g) / Pour 1/4 tasse (35g)	
Amount Teneur	% Daily Value % Valeur quotidienne
<b>Calories / Calories 30</b>	
Fat / Lipides 3.5 g	5%
Saturated / Saturés 0.2 g + Trans / Trans 0 g	1%
Cholesterol / Cholestérol 0 mg	
Sodium / Sodium 370 mg	15%
Carbohydrates / Glucides 3 g	1%
Fibre / Fibres 1 g	4%
Sugars / sucres 0 g	
Protein / Protéines 0.3 g	
Vitamin A / Vitamine A	4%
Vitamin C / Vitamine C	2%
Calcium / Calcium	0%
Iron / Fer	2%

Fuente: Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos 2015

Aunque la venta al detalle al por mayor es común para las tiendas que ofrecen barras de aceitunas, casi todas las aceitunas importadas para la venta al detalle son ofrecidas en los siguientes formatos: 125 ml, 225 ml, 250 ml, 375 ml, 398 ml, 500 ml, 625 ml, 750 ml, 1 l, 1,25 l, 1,5 l and 2 l<sup>3</sup>. Además, las meriendas que son empacadas en porciones individuales (por ejemplo, 6 por caja para un total de 90 ml) son comunes en el mercado. Los empaques para la venta al detalle deben ser atractivos, adecuados y apetecibles, por lo que los proveedores deberían de consultar a los clientes canadienses sobre estos detalles. El espacio para las etiquetas requeridas por las normas canadienses debe de estar disponible en el empaque y los códigos de identificación de los productos deben de incluirse en todos los paquetes para venta al detalle. Los exportadores también deben de considerar que Canadá está lentamente cambiando de la UPC (Universal Product Code) al sistema de códigos GTN (Global Trade Item Number) que eventualmente será utilizado en todo el mundo en aras de facilitar el comercio. Expertos en Canadá pueden proveer los diseños, arte, traducción y enviar los gráficos finales a Perú para su impresión, lo que puede ser más económico que imprimir en Canadá. El importador usualmente puede dar asistencia en estos detalles.

Todos los productos importados en Canadá deben de cumplir con la legislación canadiense, incluyendo las Leyes y Regulaciones Canadienses de Alimentos y Drogas y las Leyes y Regulaciones de empaque y etiquetas para el consumo. Es responsabilidad del importador canadiense su cumplimiento, y de quien se espera que esté al tanto de todos los riesgos involucrados en la importación de alimentos y los controles necesarios para demostrar que los alimentos importados son seguros y cumplen con la legislación canadiense. Los importadores canadienses también son requeridos a tener acceso a la documentación que pruebe que los productores extranjeros de estos productos alimenticios cuentan con los controles necesarios. En este sentido, el Gobierno de Canadá está trabajando para eventualmente contar con HACCP y Global GAP (para productos frescos) como requisitos de introducción estándar. Además, hay un interés creciente en Canadá en adoptar la Iniciativa de Seguridad Alimenticia Global (Global Food Safety Initiative (GFSI), administrada globalmente por el Foro de Productos de Consumo, para mejorar y estandarizar los sistemas de seguridad alimenticia GFSI, que actualmente se utilizan en más de 150 países. Algunas de las grandes cadenas en Canadá (Loblaws por ejemplo) usan GFSI como requisito para sus proveedores. Más

<sup>3</sup> Leyes y Regulaciones Canadienses de Alimentos y Drogas, Agricultura y Agro Alimentos de Canadá (Canada's Food and Drug Act and Regulations, Agriculture and Agri-Food Canada).

información sobre GFSI puede encontrarse en la siguiente página web: [www.mygfsi.com](http://www.mygfsi.com).

Otra agencia gubernamental canadiense que proporciona información valiosa acerca de cómo importar a Canadá es la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (Canada Border Services Agency, CBSA). La CFIA trabaja en conjunto con la CBSA y el Departamento de Asuntos Globales de Canadá para regular la importación de alimentos. El Memorandum D-11 (encontrado en el sitio web de CBSA) también contiene información detallada sobre las Reglas de Origen, las cuales son bastantes rigurosas y particularmente complejas en Canadá, aunque no especialmente concerniente a las aceitunas. Se recomienda fuertemente a los exportadores visitar el sitio web de CBSA y consultar estos requisitos (la dirección se detalla después en este informe).

El Gobierno de Canadá también cuenta con las Regulaciones para Productos Orgánicos (Organic Products Regulations), que requiere certificaciones obligatorias del Estándar Nacional de Orgánicos (National Organic Standard) para productos agrícolas que son presentados como orgánicos en el comercio internacional e inter-provincial, o que cuentan con el sello de producto agrícola orgánico federal o el logo federal. La CFIA es la entidad principal responsable de asegurar que las importaciones cumplan con los requisitos adecuados concernientes a su descripción y declaraciones.

La CFIA también proporciona una lista de agencias acreditadas en certificación con las cuales trabaja en todo el mundo. El sitio web de la CFIA es el siguiente: [www.inspection.gc.ca](http://www.inspection.gc.ca).

La CFIA también ofrece el Sistema Automatizado de Referencia para Importaciones (Automated Import Reference System (AIRS)), para asistir a los importadores y exportadores a determinar permisos específicos, documentación y otros requisitos de aduanas para alimentos. AIRS básicamente es una base de datos disponible en línea, actualizada con los requisitos más recientes de la CFIA para la importación de comida, plantas y animales. Es recomendado por el CFIA como la primera referencia concerniente a los requisitos para importación/exportación. El sitio de la AIRS solicita a los usuarios el código del Sistema Armonizado (SA) del producto, el país de origen, la provincia de destino en Canadá y el uso final, y así genera una lista de los requintos aplicables.

### Transporte y logística

En el caso en que los exportadores envíen muestras de sus aceitunas procesadas o conservadas o aceitunas frescas o refrigeradas, enviar el producto vía aérea no es una opción viable. Los cargamentos aéreos para este tipo de productos puede realizarse a través de empresas norteamericanas (American Airlines, Delta Airlines, United Airlines), Air Canadá o Lan Perú. Sin embargo, a menos que los exporta-

dores cuenten con envíos muy regulares vía aérea, garantizar un espacio en la sección de carga de una aeronave no es una opción viable. Si se envían cargamento con una empresa norteamericana, los productos pasaran por los Estados Unidos y luego serán enviados vía aérea a Canadá o en camión a Canadá (usualmente en camiones en depósito bajo fianza, "in bond") de los Estados Unidos. Si los productos son transportados en camión en depósito bajo fianza ("in bond"), se adicionarán los costos por transporte.

Enviar cargamento vía marítima es la opción más adecuada para aceitunas preparadas/conservadas. En cuanto a las rutas, si el envío es para Vancouver, los barcos navegaran a través de las costas del Pacífico (a veces vía Los Ángeles). Si el destino es Montreal o Toronto, la ruta más común es a través del Canal de Panamá. El tiempo en cada caso es de 4 a 6 semanas. Los envíos también pueden hacerse a través de ciudades norteamericanas como Miami, Filadelfia, Wilmington (Delaware) o Nueva York. Sin embargo, los importadores que fueron entrevistados para este informe mencionaron que los costos de transportar mercancía de los Estados Unidos en camión pueden ser altamente onerosos. Además, mientras los productos sean menos manipulados hacia su destino en Canadá, menos probabilidades que el producto sea dañado. El transportar mercadería en camiones en depósito bajo fianza ("in bond") desde los Estados Unidos representa una carga adicional, según los importadores entrevistados.

### Métodos de pago

Si las muestras son aceptadas, el importador podría ordenar un pedido de prueba al proveedor. Si algunos ajustes son requeridos, el importador solicitará nuevas muestras que cumplan con los cambios requeridos. Una vez las muestras cumplan con lo solicitado, un pedido de prueba bajo un calendario de entrega acordado será enviado a Canadá. El importador hace las recomendaciones al proveedor sobre las características de los productos que se venden en Canadá y sobre las condiciones dentro de las cuales debe llegar a Canadá. El importador usa muestras para examinar el interés de los mayoristas y detallistas que ya venden este tipo de producto.

Los términos de pago varían de acuerdo a cada importador individual. En general, las estimaciones deben de ser FOB. al puerto extranjero, incluyendo empaquetado, pero podría requerir CIF (Cost Insurance and Freight) a una bodega conocida. La forma de pagos de importaciones de proveedores tradicionales es generalmente efectiva contra entrega de documentos. La mayoría de los importadores canadienses no trabajan con cartas de crédito pero podrían escoger otras formas y términos que convengan a ambas partes. El exportador debe de usar el sistema bancario, ya que brinda opciones para las transferencias monetarias que protegen ambas partes.

Los contratos a menudo incluyen cláu-

## 03

## Canales de Distribución y Comercialización

sulas que estipulan que los productos deben de ser inspeccionados y firmados para su salida del país por el comprador o el agente antes de su embarque. El importador usualmente solicita una garantía incluida en el contrato que cubra cualquier defecto de calidad no identificado. Una vez el producto importado tenga establecida una reputación de alta calidad, una marca debe adoptarse. Este tipo de identificación de marca es importante para que el consumidor pueda reconocer fácilmente el producto y saber que el mismo representa una buena calidad. Una vez que la relación de negocios entre el exportador y el importador se desarrolle, los términos usualmente se vuelven más flexibles.

### Proceso de importación

CBSA proporciona documentación útil dirigida a los importadores canadienses para que puedan entender completamente los requisitos de importación. Aunque no están desarrolladas específicamente para los exportadores extranjeros que deseen exportar a Canadá, la información y guías son extremadamente útiles y se recomienda que sean leídas para que los exportadores peruanos tengan un mejor entendimiento del proceso que los importadores deben de seguir para adquirir exitosamente los productos. Uno de estos

documentos es el siguiente: "Importando Productos Comerciales a Canadá" (Importing Commercial Goods into Canada), el cual proporciona excelente información de fondo sobre estos requisitos. La Guía de Importación brinda todos los pasos a seguir y es una herramienta valiosa, como se mencionó anteriormente.

La documentación básica que es requerida a los importadores para sus productos importados incluye:

- » Factura comercial (Commercial Invoice) (usualmente 2 copias son requeridas).
- » Certificado de origen (Certificate of Origin) (en caso necesario).
- » Documento de Control de Cargamento (Cargo Control Document) - usualmente el Formulario ABA (B) (usualmente 2 copias son requeridas).
- » Formulario de Aduanas Codificado (The Canada Customs Coding Form) – Formulario B3
- » Bill of Lading (BL).
- » Lista de embalaje (Packing List).
- » Certificado Orgánico (Organic Certificate) (Aplicable).

Los exportadores tienen varias opciones cuando se trate de decidir el canal de distribución para sus productos. Una opción es la venta directa a los detallistas principales en Canadá (solamente las grandes cadenas tienen la capacidad económica de importar directamente). Aunque esta opción generalmente es atractiva, ya que es vista como una manera en que el exportador/productor en Perú y el detallista eliminan a los "intermediarios" de la cadena de suministro, tiene una serie de desventajas que no deben de ignorarse. Una de ellas es que estas cadenas que compran directamente a los productores, cuentan con reglas sumamente rigurosas de compra y prácticas que los vendedores deben de cumplir. Los exportadores que no cuenten con una presencia física en Canadá para tratar con su cliente detallista podrían estar en desventaja y encontrar dificultad en cumplir con estas reglas y prácticas.

Una segunda opción, a menudo la más común y preferida, es la de tratar con un importador que compre el producto directamente del productor/exportador y distribuye el producto de manera total o parcial en el país. Este importador toma posesión física del producto, realiza los trámites de aduanas y almacena el

producto para su posterior distribución a los detallistas o compradores en el sector de servicios alimenticios. El sector de servicios alimenticios representa un poco menos de la mitad de todas las ventas de alimentos en el mercado canadiense y por ende, puede ser una opción atractiva para el exportador.

Una tercera opción es la contratación de un agente intermediario (usualmente escogido en base regional), quien no toma posesión física del producto, pero que toma un porcentaje como comisión de las ventas realizadas a los distribuidores y detallistas, dependiendo del caso. Los agentes usualmente encuentran los clientes a nombre de los exportadores, quienes luego envían directamente sus productos a los compradores.

En términos de la concentración del mercado, el comercio alimenticio canadiense está altamente concentrado. La mayoría de las compañías tiene centros de almacenes y de redistribución de productos en todo el país, principalmente localizados en Toronto, Montreal y Vancouver. La consolidación de cargamentos a estas ciudades es común, para posterior distribución en otros puntos de Canadá.

## 04

## Información Adicional

### 4.1. Datos de contacto de importadores

Los volúmenes de ventas y demás información específica de compañías puede obtenerse a través de un informe específico por compañía en el sitio web Dun and Bradstreet (DNB) ([www.dnb.ca](http://www.dnb.ca) en Canadá o [www.dnb.com](http://www.dnb.com) para el resto del mundo). Uno de sus productos, Hoover, es una de las mejores herramientas disponibles en el mercado para obtener la información más actualizada y las cifras de negocios de los compradores y clientes potenciales. Esta

puede ser una herramienta de ventas y mercadeo poderosa. Hay costos implicados en la obtención de estos informes, pero definitivamente es una inversión que vale la pena realizar si se considera que se realizarán negocios con clientes nuevos y que son desconocidos. DNB también ofrece otras herramientas para la administración de riesgos y crédito, que pueden ser de interés.

Las siguientes compañías son algunas de las mayores importadoras de aceitunas en el mercado de Canadá.

Tabla N° 9: Datos de contacto de importadores

Empresa	Ubicación	Contacto	Página Web
Aliments I-D Foods	1800 Autoroute Laval, Laval, Québec H7S 2E7	Tel: 450-687-2680 Fax: 514-682-4797	<a href="http://www.idfoods.com">www.idfoods.com</a>
Attica Foods	148 Bourbon Street, Woodbridge, Ontario L4I 6Y9	Tel: 416-571-5555 Fax: 905-856-5242	<a href="http://www.atticafoods.ca">www.atticafoods.ca</a>
Corporation Alimentaire Whyte's Inc.	1540, Rue des Patriotes, Laval, Québec H7L 2N6	Tel: 450-625-1976 Fax: 450-625-9295	<a href="http://www.whytes.ca">www.whytes.ca</a>
Costco	415 West Hunt Club Road, Ottawa, Ontario K2E 1A1	Tel: 613-221-2000	<a href="http://www.costco.ca">www.costco.ca</a>

Empresa	Ubicación	Contacto	Página Web
Délices de la Forêt	3400, Boulevard Losch	---	---
St-Hubert, Quebec	J3Y 5T6	Tel: 450-443-0060	<a href="http://www.delicesdelaforet.net">www.delicesdelaforet.net</a>
Jan K. Overweel Ltd.	3700 Steeles Avenue West, Suite 702, Woodbridge, Ontario L4L 8K8	Tel: 905-850-9010 Fax: 905-850-9277	<a href="http://www.jkoverweel.com">www.jkoverweel.com</a>
Les Aliments Tousain Inc.	95 rue Stinson Ville St-Laurent, Québec H4N 2E1	Tel: 514-748-7353 Fax: 514-747-7483	<a href="http://www.tousain.com">www.tousain.com</a>
Loblaw Co. Ltd. (Nota: vendedor al detalle)	1 President's Choice Circle, Brampton, Ontario L6Y 5S5	Tel: 905-459-2500 Fax: 905-861-2387	<a href="http://www.loblaw.ca">www.loblaw.ca</a>
Metro Inc. (Nota: vendedor al detalle)	11011, Boul. Maurice-Duplessis Montreal, Quebec H1C 1V6	Tel: 514-643-1000	<a href="http://www.corpo.metro.ca">www.corpo.metro.ca</a>
Pilaros International Trading Inc.	755 Autoroute Chomedey, Laval, Québec H7W 5N4	Tel: 450-681-6900 Fax: 514-681-6944	<a href="http://www.pilaros.com">www.pilaros.com</a>
Sardo Foods	99 Pillsworth Road, Bolton, Ontario L7E 4E4	Tel: 905-951-9096 Fax: 905-951-0372	<a href="http://www.sardofoods.ca">www.sardofoods.ca</a>
Shafer-Haggart Ltd.	1055 West Hastings Street, Suite 1038 Vancouver, British Columbia V6E 4E2	Tel: 604-669-5512 Fax: 604-669-9554	<a href="http://www.shafer-haggart.com">www.shafer-haggart.com</a>
Terra Foods	7298 Hume Avenue, Delta, British Columbia V4G 1C5	Tel: 604-946-7277	<a href="http://www.terrafoods.ca">www.terrafoods.ca</a>

## 4.2. Ferias comerciales

Los importadores canadiense, los agentes intermediarios (brokers) y algunos mayoristas visitan todos los años al menos una de las ferias de alimentos internacionales principales, como la Feria Anuga en Alemania y Sial en Francia, así como eventos especializados como el Fancy Food Show (el evento de invierno es en San Francisco, en enero, y el evento de verano es en Nueva York, en junio – [www.specialtyfood.com](http://www.specialtyfood.com)). Dentro de Canadá, el evento más grande es SIAL, el cual se realiza cada año en abril o mayo y que alterna de lugar entre Montreal y Toronto. El próximo SIAL es del 13 al 15 de abril del 2016, y luego en Toronto, del 2 al 5 de mayo del 2017. Otro evento que podría ser de interés es el Grocery Innovations Canada, organizado por la Federación Canadiense de Comerciantes Independientes. Los deta-

lles relacionados con este evento pueden encontrarse en el sitio web incluido en la lista a continuación. La Asociación Canadiense de Alimentos Saludables (Canadian Health Food Association) también organiza pequeños eventos en el este de Canadá (CHFA Oeste), en Toronto (CHFA Este) y en la provincia de Quebec (CHFA Quebec). Estos eventos son más pequeños que SIAL pero están focalizados en alimentos especializados y saludables. Para productos frescos, los exportadores deben de considerar visitar la Convención Anual y Feria Comercial CPMA. Esta feria es normalmente realizada en diferentes ciudades cada año. La edición del 2016 se realizara en Calgary, Alberta, del 12 al 14 de abril. La edición del 2017 será en Toronto del 9 al 11 de mayo.

## 4.3. Links de interés

- » TFO Canada  
[www.tfocanada.ca](http://www.tfocanada.ca)  
Asistencia a PYMES de países en desarrollo para ayudarles exportar a Canadá
- » Canadian Association of Importers and Exporters  
[www.iecanada.com](http://www.iecanada.com)
- » Global Affairs Canada  
[www.international.gc.ca](http://www.international.gc.ca)  
Para información sobre el Tratado de Libre Comercio entre Canadá y Perú
- » Industry Canada  
[www.ic.gc.ca/tdo](http://www.ic.gc.ca/tdo)  
Para estadísticas comerciales (también: [www.statcan.gc.ca](http://www.statcan.gc.ca))
- » Canadian Food Inspection Agency  
[www.inspection.gc.ca](http://www.inspection.gc.ca)  
Requisitos sobre productos orgánicos y no-orgánicos.
- » Canada Border Services Agency (CBSA)  
[www.cbsa-asfc.gc.ca](http://www.cbsa-asfc.gc.ca)  
Información sobre importaciones y los requisitos de importación en el Mercado de Canadá. Directorio de las oficinas de CBSA en Canadá disponible en el sitio web.

Tabla N° 10: Ferias comerciales

Ferias	Descripción	Página Web
SIAL Canada	La feria comercial más internacional de comida y bebidas que se realiza cada primavera, alternando entre Montreal y Toronto.	<a href="http://www.sialcanada.com">www.sialcanada.com</a>
Canadian Health Food Association	--	<a href="http://www.chfa.ca">www.chfa.ca</a>
Grocery Innovations Canadá	--	<a href="http://www.cfig.ca/index.asp">www.cfig.ca/index.asp</a>
Canadian Produce Market Association	--	<a href="http://www.cpma.ca">www.cpma.ca</a>

# Anexo

## Tipo de Cambio

Las siguientes cifras obtenidas del Banco de Canadá pueden asistir al lector a comprender los períodos específicos dentro de los cuatro años:

	2012	2013	2014	2015
Tasa de cambio monetario promedio	1 CAD= 1,0004 USD	1 CAD = 0,9709 USD	1 CAD = 0,9314 USD	1 CAD = 0,7820 USD
Tasa más baja anual	1 CAD= 0,9576 USD	1 CAD = 0,9314 USD	1 CAD = 0,8568 USD	1 CAD = 0,7141 USD
Tasa más alta anual	1 CAD= 1,0371	1 CAD = 1,0188 USD	1 CAD = 0,9444 USD	1 CAD = 0,8562 USD



# 2016



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo