

.....

## Estudio de Mercado - Canadá

# Azúcar crudo y refinado





**Proexport Colombia**  
**y**  
**Banco Interamericano de Desarrollo- Fondo Multilateral de Inversión (BID-FOMIN)**

**Proexport – Colombia**  
Dirección de Información Comercial e Informática  
[www.proexport.gov.co](http://www.proexport.gov.co)  
[www.proexport.com.co](http://www.proexport.com.co)  
Calle 28 No 13a – 15, Pisos 35 y 36  
Tel: (571) 5600100  
Fax: (571) 5600118  
Bogotá, Colombia

**Banco Interamericano de Desarrollo**  
[www.iadb.org](http://www.iadb.org)  
Carrera 7ª No. 71-21 Torre B, Piso 19  
Tel: (571) 3257000  
Fax: (571) 3257050  
Bogotá, Colombia

**Equipo Consultor**  
Consultora Senior: Elizabeth Giraldo ([egiraldo@durant-intl.com](mailto:egiraldo@durant-intl.com))  
Consultores Júnior:  
Patricia Fajardo  
Mónica Guevara  
Nicolás Arango

1200 Georgia W. suite 2606  
Zip code: V6E4R2, Vancouver, BC, Canadá  
Tel: 604 639 7634  
Vancouver, Canadá

El presente estudio de mercado se ha desarrollado dentro del marco del PROGRAMA DE INFORMACION AL EXPORTADOR POR INTERNET - PROYECTO COOPERACIÓN TÉCNICA NO REEMBOLSABLE No. ATN/MT-7253-CO, con aportes de Proexport Colombia y el Banco Interamericano de Desarrollo-Fondo Multilateral de Inversiones (BID-FOMIN).

Todos los derechos reservados. El Banco Interamericano de Desarrollo concede a Proexport Colombia una licencia no exclusiva, a título gratuito, por un plazo indeterminado, sin derecho a sublicenciar, para utilizar la información obtenida en el presente estudio. Ni la totalidad ni parte de este documento puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopias, impresión, grabación magnética o cualquier almacenamiento de información y sistemas de recuperación, sin permiso escrito de Proexport – Colombia.

Las denominaciones empleadas en este documento y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, de parte de PROEXPORT ni del BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO, juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites. Si bien se otorgó particular atención para garantizar la exactitud de la información contenida en este Estudio, PROEXPORT y el BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO no asumen responsabilidad alguna por las modificaciones que pudieran intervenir ulteriormente por lo que respecta a los datos presentados o la calidad de los contenidos y/o juicios emitidos por los consultores.

Cítese como: Proexport Colombia. Estudio de Mercado Canadá – Azúcar crudo y refinado. Convenio ATN/MT-7253-CO. Programa de Información al Exportador por Internet. Bogotá, Colombia, 157 páginas.

**Estimado Empresario:**

La búsqueda de acuerdos comerciales que nos permitan como país ampliar los escenarios y mercados de exportación, nos reta como PROEXPORT a apoyar en forma directa a los empresarios en sus iniciativas exportadoras, ofreciendo servicios dentro de un modelo de gestión comercial y compartiendo un conocimiento más detallado sobre los mercados y sus oportunidades.

Para lograr lo anterior, PROEXPORT, con inversión de recursos propios y de cooperación técnica no-reembolsables del BID-FOMIN, emprendió una labor de recolección y análisis de información de primera mano en los principales mercados de interés a través de la contratación de consultorías internacionales especializadas en investigaciones de mercados. Los resultados de estos trabajos permitieron analizar y conocer la dinámica comercial de los sectores en los cuales existe un potencial para nuestras exportaciones, así como detallar aspectos de competitividad, información valiosa para la orientación de las iniciativas exportadoras de nuestros empresarios.

La información que contiene este estudio, sobre la dinámica del sector, la demanda y consumo, la situación competitiva de los productos, estructura y características de la comercialización y logística de acceso al mercado, es una contribución e invitación a profundizar y conocer aspectos que nos permitan avanzar en la realización de negocios en escenarios internacionales.

Cordialmente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'LGP' with a stylized flourish.

**Luis Guillermo Plata P.**  
Presidente PROEXPORT

## **TABLA DE CONTENIDO**

<b>AZÚCARES Y MELAZAS</b>	<b>1</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>1</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>4</b>
<b>1 INFORMACION GENERAL</b>	<b>6</b>
1.1. SEGMENTACIÓN DEL SECTOR AZÚCAR	6
1.1.1. SEGMENTACIÓN SEGÚN CLASIFICACIÓN NAICS	6
1.1.2. SEGMENTACIÓN SEGÚN CÓDIGO ARANCELARIO	7
1.2. INFORMACIÓN GENERAL DE LA INDUSTRIA AZUCARERA EN CANADÁ	9
1.2.1. LA INDUSTRIA CANADIENSE DE AZÚCAR	10
1.2.1.1. Concentración de refinerías	10
1.2.1.2. Situación geográfica estratégica de las refinerías.	10
1.2.1.3. Monopolio desde el punto de vista regional	11
1.2.1.4. Tipos de oferta	11
1.2.1.5. Usos del azúcar	12
1.3. SITUACIÓN ACTUAL DE LA INDUSTRIA AZUCARERA	13
<b>2 COMPOSICION Y CARACTERISTICAS DEL MERCADO</b>	<b>15</b>
2.1. TAMAÑO DEL MERCADO	15
2.1.1. BALANZA COMERCIAL PARA EL SECTOR AZÚCAR	18
2.1.2. CONSUMO APARENTE DEL MERCADO DE AZÚCAR CRUDO Y REFINADO	27
2.2. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO	28
2.2.1. COSTUMBRES ALIMENTICIAS	28
2.2.2. RECOMENDACIÓN NUTRICIONAL PARA LOS CANADIENSES	28
2.2.3. FUENTES DE AZÚCAR	31
2.2.4. TIPOS DE PRODUCTOS, SUS CARACTERÍSTICAS Y USOS.	31
2.2.5. NICHOS DE INTERÉS EN EL MERCADO CANADIENSE	33
2.3. CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA	34
2.3.1. DEMANDA DE AZÚCAR REFINADO	37
2.3.2. DECISIÓN DE COMPRA.	38
2.4. PLANES DE GOBIERNO QUE PUEDEN AFECTAR O FAVORECER LA INDUSTRIA.	38

<b>3</b>	<b>ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA</b>	<b>41</b>
3.1.	SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMPETENCIA	41
3.2.	INFORMACIÓN GENERAL DE LAS REFINERÍAS LOCALES.	42
3.3.	PRODUCTOS SUSTITUTOS.	44
3.3.1.	MIEL DE MAPLE	45
3.3.2.	MIEL DE ABEJAS	46
3.3.3.	OTROS SUSTITUTOS	47
3.4.	PRODUCTOS EXISTENTES EN EL MERCADO	48
3.5.	ILUSTRACIÓN FOTOGRÁFICA DE LOS PRODUCTOS EN SUPERMERCADOS Y TIENDAS	52
3.6.	ESTRATEGIA PUBLICITARIA DE LA COMPETENCIA	56
<b>4</b>	<b>CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN</b>	<b>57</b>
4.1.	CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE AZÚCAR CRUDO EN CANADÁ	57
4.2.	TEMPORADAS DE COMPRA DEL AZÚCAR CRUDO	58
4.3.	TÉRMINOS DE PAGO DE AZÚCAR CRUDO.	58
4.4.	CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE AZÚCAR REFINADO EN CANADÁ.	58
4.5.	SUPERMERCADOS Y TIENDAS MÁS IMPORTANTES.	59
4.5.1.	THE GREAT ATLANTIC AND PACIFIC CO. (A & P)	61
4.5.2.	CANADA SAFEWAY LIMITED	62
4.5.3.	GEORGE WESTON LIMITED	64
4.5.3.1.	LOBLAWS COMPANIES LIMITED	64
4.5.3.1.1.	PROVIGO INC.	67
	<a href="http://www.provigo.ca">www.provigo.ca</a>	67
4.5.4.	SOBEYS INC	68
4.5.4.1.	COMMISSO'S FOOD MARKETS	71
4.5.5.	METRO INC.	72
	MARCAS PRIVADAS:	72
	IRRESISTIBLE, SUPER C, SELECTION MERITE.	72
4.5.6.	MASS MERCHANDISERS	73
4.5.7.	TIENDAS DE VARIEDADES	74
4.6.	IMPORTADORES-DISTRIBUIDORES	76
4.7.	CONSUMIDOR INDUSTRIAL	77
4.8.	PRECIO DE COMPRA	81
<b>5</b>	<b>ACCESO AL MERCADO</b>	<b>82</b>
5.1.	AGENCIA REGULADORA DEL INGRESO Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS.	82
5.2.	SISTEMA ARANCELARIO CANADIENSE	82
5.3.	IMPUESTOS INTERNOS EN CANADÁ.	88
5.4.	BARRERAS NO ARANCELARIAS.	89
5.5.	REQUISITOS DE ENTRADA DE MERCANCÍAS Y REGLAMENTACIÓN GENERAL.	89
5.5.1.	DOCUMENTOS QUE EL VENDEDOR O EXPORTADOR DEBEN PROPORCIONAR PARA LIBERAR LAS MERCANCÍAS.	89
5.5.2.	REGULACIONES Y REQUISITOS PARA LA IMPORTACIÓN.	91

<b>5.6. REQUERIMIENTOS GENERALES EN ETIQUETAS Y EMPAQUE.</b>	<b>92</b>
5.6.1. REQUERIMIENTOS GENERALES:	95
<b>5.7. COSTUMBRES DE NEGOCIOS Y AMBIENTE EMPRESARIAL.</b>	<b>97</b>
<b>5.8. ASPECTOS GENERALES DE LAS NEGOCIACIONES</b>	<b>98</b>

## **6 DISTRIBUCIÓN FÍSICA** **100**

<b>6.1. ASPECTOS GENERALES DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA EN CANADÁ.</b>	<b>100</b>
<b>6.1.1. INFRAESTRUCTURA PARA LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA EN EL PAÍS.</b>	<b>100</b>
6.1.1.1. Puertos	100
6.1.1.2. Aeropuertos	101
6.1.1.3. Carreteras	102
6.1.1.4. Vías férreas	102
6.1.1.5. Servicios inter modales	103
6.1.1.6. Integración Norteamericana	103
<b>6.1.2. MODALIDADES DE TRANSPORTE</b>	<b>104</b>
6.1.2.1. Transporte aéreo:	104
6.1.2.2. Transporte marítimo	107
6.1.2.3. Transporte Terrestre	109
6.1.2.4. Proceso logístico multimodal.	111
<b>6.1.3. TARIFAS</b>	<b>114</b>
<b>6.1.4. TIEMPOS DE TRÁNSITO APROXIMADOS PARA DIFERENTES PUERTOS ENTRE COLOMBIA, CANADÁ Y ESTADOS UNIDOS.</b>	<b>117</b>
<b>6.1.5. DOCUMENTACIÓN DE IMPORTACIÓN</b>	<b>118</b>
<b>6.1.6. REQUISITOS PARA IMPORTAR MUESTRAS SIN VALOR COMERCIAL.</b>	<b>122</b>
<b>6.2. ANÁLISIS DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL PARA AZÚCAR</b>	<b>124</b>
<b>6.3. BROKERS Y AGENTES ADUANEROS.</b>	<b>126</b>
<b>6.4. OBSERVACIONES GENERALES DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL</b>	<b>127</b>

## **7 PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES** **130**

<b>7.1. PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES</b>	<b>130</b>
<b>7.2. SUGERENCIAS GENERALES AL EXPORTADOR</b>	<b>131</b>

## **8 CONCLUSIÓN GENERAL** **136**

## **ANEXOS** **137**

## TABLAS

TABLA 1. SEGMENTACIÓN DE LA INDUSTRIA. SEGÚN CLASIFICACIÓN NAICS .	6
TABLA 2. SEGMENTACIÓN DEL SECTOR POR PARTIDA ARANCELARIA (1701.11). AZÚCAR DE CAÑA	7
TABLA 3. SEGMENTACIÓN DEL SECTOR POR PARTIDA ARANCELARIA (1701.91). DEMÁS AZÚCAR REFINADO CON AROMATIZANTE O COLORANTE.	8
TABLA 4. SEGMENTACIÓN DEL SECTOR POR PARTIDA ARANCELARIA (1701.99). DEMÁS AZÚCAR REFINADO OTRAS POSICIONES.	8
TABLA 5. SEGMENTACIÓN DEL SECTOR POR PARTIDA ARANCELARIA (1703.10). MELAZA DE CAÑA	9
TABLA 6. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE USO DEL AZÚCAR REFINADO EN LAS INDUSTRIAS ALIMENTICIAS.	13
TABLA 7. INDICADORES ECONÓMICOS CANADIENSES	16
TABLA 8. CONTRIBUCIÓN DE LA INDUSTRIA AZUCARERA A LA ECONOMÍA CANADIENSE.	16
TABLA 9. BALANZA COMERCIAL. AZÚCAR DE CAÑA CRUDO. (1701.11)	19
TABLA 10. BALANZA COMERCIAL. AZÚCAR DE REMOLACHA CRUDO. (1701.12)	19
TABLA 11. BALANZA COMERCIAL. AZÚCAR REFINADO CON AROMATIZANTE Y COLORANTE. (1701.91)	20
TABLA 12. BALANZA COMERCIAL. DEMÁS AZÚCAR REFINADO. (1701.99)	20
TABLA 13. BALANZA COMERCIAL. MELAZA CAÑA. (1703.10)	21
TABLA 14. IMPORTACIONES CANADIENSES DE AZÚCAR DE CAÑA CRUDO POR PAÍS.	22
TABLA 15. IMPORTACIONES CANADIENSES POR PAÍS. AZÚCAR REFINADO CON AROMATIZANTE Y COLORANTE. (1701.91)	23



TABLA 16. IMPORTACIONES CANADIENSES POR PAÍS. DEMÁS AZÚCAR REFINADO. (1701.99)	24
TABLA 17. IMPORTACIONES CANADIENSES POR PAÍS. MELAZA. (1703.10)	25
TABLA 18. CANTIDADES IMPORTADAS AZÚCAR CRUDO Y REFINADA 2001 AL 2003	26
TABLA 19. CONSUMO APARENTE INDUSTRIA DE MANUFACTURA DE AZÚCAR	27
TABLA 20. RECOMENDACIONES PARA UNA DIETA BALANCEADA	30
TABLA 21. DESCRIPCIÓN EN INGLÉS DE LOS TIPOS DE AZÚCARES, CARACTERÍSTICAS Y SUS USOS EN CANADÁ	32
TABLA 22. CONSUMO PROMEDIO DE AZÚCAR POR PERSONA DE 2 AÑOS Y MÁS	34
TABLA 23. BALANZA COMERCIAL DE CANADÁ 2001, 2002, 2003.	35
TABLA 24. COMPARATIVO ÍNDICES DE POBLACIÓN DE CANADÁ 1996 Y 2001.	37
TABLA 25. CLASIFICACIÓN DE LA MIEL DE MAPLE.	46
TABLA 26. CUADRO COMPARATIVO DE PRECIOS DE VENTA AZÚCAR REFINADA EN BOLSA DE PAPEL 2 KILOS	49
TABLA 27. VARIEDADES DE AZÚCAR EN PUNTO DE VENTA	50
TABLA 28. VARIEDAD DE MELAZAS EN PUNTO DE VENTA	52
TABLA 29: VENTAS EN SUPERMERCADO CANADÁ, 2002	60
TABLA 30. IMPORTADORES DE AZÚCAR MORENA REFINADA EN FORMA SÓLIDA.	76
TABLA 31. IMPORTADORES DE AZÚCAR REFINADO CON AROMATIZANTES O SABORIZANTES DESTINADA A LA VENTA AL DETAL.	77
TABLA 32. IMPORTADORES DE AZÚCAR REFINADO EN FORMA SÓLIDA.	78
TABLA 33. IMPORTADORES DE AZÚCAR REFINADO GRANULADA, NO EN CUBOS Y NO DESTINADA A LA VENTA AL DETAL.	79

TABLA 34. IMPORTADORES DE AZÚCAR REFINADO EN FORMA SÓLIDA CON COLOR O SABORIZANTES NO PARA LA VENTA AL DETAL. _____	79
TABLA 35. IMPORTADORES DE MELAZA DE CAÑA. _____	80
TABLA 36. IMPORTADORES DE MELAZAS _____	80
TABLA 37: ABREVIACIONES DE LOS ACUERDOS COMERCIALES VALIDOS EN CANADÁ _____	83
TABLA 38. COMPARACIÓN ARANCELES COLOMBIA- PAÍSES COMPETIDORES. AZÚCAR DE CAÑA _____	84
TABLA 39. COMPARACIÓN ARANCELES COLOMBIA- PAÍSES COMPETIDORES. AZÚCAR REFINADO _____	85
TABLA 40. COMPARACIÓN ARANCELES COLOMBIA- PAÍSES COMPETIDORES. DEMÁS AZÚCAR REFINADO _____	86
TABLA 41. COMPARACIÓN ARANCELES COLOMBIA- PAÍSES COMPETIDORES. MELAZA ____	87
TABLA 42. DISCRIMINACIÓN DE LOS IMPUESTOS A LAS VENTAS AL DETAL, EQUIVALENTE A SISTEMA IVA EN COLOMBIA. _____	88
TABLA 43. CAPACIDAD DE CARGA POR TIPO DE AERONAVE (EJEMPLOS) _____	105
TABLA 44. NORMAS Y RESTRICCIONES PORTUARIAS EN CANADÁ _____	109
TABLA 45. PAÍSES SIN PERMISO DE INGRESO A TERRITORIO FLUVIAL CANADIENSE. _____	109
TABLA 46. CUADRO COMPARATIVO DE DISTANCIAS ENTRE PRINCIPALES PUERTOS Y CENTROS COMERCIALES DE CANADÁ. _____	111
TABLA 47. TABLAS DE PRECIOS DE TRANSPORTE. _____	115
TABLA 48. INFORMACIÓN COSTO APROXIMADOS POR CONTENEDOR PUERTO A PUERTO. _	116
TABLA 49. TIEMPOS APROXIMADOS (EN PAPEL) POR VÍA MARÍTIMA O MULTIMODAL. ____	117

TABLA 50. TIEMPOS DE TRANSPORTE ENTRE ALGUNOS PAÍSES COMPETIDORES Y PUERTOS EN CANADÁ. _____	117
TABLA 51. EJEMPLO DE CUOTAS PARA EL ENVÍO DE MUESTRAS DE BOGOTÁ HACIA MONTREAL, TORONTO O VANCOUVER: _____	123
TABLA 52. FERIAS Y EVENTOS COMERCIALES _____	134

## GRAFICAS

GRÁFICA 1. SITUACIÓN GEOGRÁFICA DE LAS PLANTAS REFINADORAS _____	11
GRÁFICA 2. PRODUCCIÓN LOCAL DE AZÚCAR CRUDO, REFINADO Y DESTINO UTILIZACIÓN PORCENTUAL _____	12
GRÁFICA 3. PRODUCCIÓN LOCAL DE AZÚCAR A BASE DE REMOLACHA (1992-2002) _____	15
GRÁFICA 4. GUÍA PARA UNA DIETA BALANCEADA _____	29
GRÁFICA 5. GUÍA PARA UNA DIETA BALANCEADA. PORCIONES _____	30

## ANEXOS

ANEXO 1. REFINERÍAS _____	137
ANEXO 2. IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES DE ALIMENTOS. _____	138
ANEXO 3. CLIENTES INDUSTRIALES _____	139
ANEXO 4. PRINCIPALES SUPERMERCADOS _____	141

ANEXO 5. TRANSPORTE Y LOGÍSTICA \_\_\_\_\_ 143

ANEXO 6. FUENTES DE INFORMACIÓN ÚTILES \_\_\_\_\_ 147

# Azúcares y Melazas

## RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente resumen ejecutivo de la industria del azúcar crudo se basa en las observaciones y análisis de las diferentes fuentes de información, visitas a los supermercados, entrevistas con algunos de los compradores e importadores de azúcar, igualmente en el artículo publicado por el periódico “Toronto Star el 24 de Mayo, 2004 en las páginas E1 y E4” Redpath refines success” escrito por el señor Dick Loek con motivo de la conmemoración de los 150 años de existencia de la empresa Redpath, artículo que reafirma los hechos encontrados por los consultores durante el desarrollo de la investigación.

- La industria de la refinación de azúcar en Canadá inició su desarrollo en 1818 ofreciendo azúcar para el uso industrial, hoy por hoy se ofrecen más de 80 diferentes variedades de empaques tanto para el consumo industrial como del hogar.
- La primera empresa en abrir una refinería local en Montreal fue Redpath, la cual ha sobrevivido y se ha re-estructurado de acuerdo a las condiciones económicas del país y del comercio internacional del azúcar, actualmente localizada en Toronto cuenta con 350 empleados y una producción anual de 500 mil toneladas métricas, esta empresa hace parte del grupo Tate & Lyle PLC de Inglaterra. Toronto Star, mayo 25, página E4.
- Existen tres grandes compañías refinadoras de azúcar en Canadá: **Rogers Sugar Income Fund, Lantic Sugar Ltd, y Redpath.** Rogers se localiza en el oeste de Canadá con dos plantas de refinación una en Alberta y otra en British Columbia, la segunda empresa, Lantic que cuenta con una planta en Montreal, fue adquirida por Rogers en el 2002, gracias a esta fusión las dos empresas controlan el 60% de los 1.1 millones de toneladas métricas que se producen en el mercado. La tercera compañía es Redpath localizada en Toronto quien maneja el 40% restante del mercado de la refinación local de azúcar.
- El mercado del oeste canadiense está dominado por Rogers Sugars Ltd, este maneja el 90% de la distribución y consumo de

azúcar a todos los niveles. Cabe mencionar que durante el estudio de campo realizado en Vancouver, no se vieron marcas diferentes a Rogers en los supermercados. En el Oeste aún se cultiva remolacha y parte de este azúcar es extraído de la misma, hoy por hoy, existe un promedio de 500 cultivadores de esta legumbre.

- La industria del azúcar en Canadá se mueve bajo una política comercial transparente, sin ayudas o subsidios gubernamentales y basando sus precios en el comercio internacional del azúcar; se ofrecen productos de alta calidad a precios bajos. “El azúcar contribuye al desarrollo de la economía Canadiense. Tenemos una mentalidad de libre comercio y acceso a los precios del mercado internacional de producción de azúcar crudo, lo que nos permite mantener precios más bajos que los de nuestros refinadores vecinos” afirmó el señor Silvio Allamandi, Presidente de Tate & Lyle Norteamérica-Sugar Ltd. Toronto Star, mayo 25 página E4.
- “Algunos Gobiernos en otros países productores de azúcar apoyan la manipulación de los precios, logrando precios altos que afectan al consumidor final, tanto en azúcar refinado como en azúcar que se utiliza como materia prima. Por ejemplo; en Estados Unidos, Japón, y Europa los precios están dos y tres veces por encima de los precios Canadienses. La industria ha cambiado dramáticamente a través de los años. El precio del azúcar crudo que va a los mayoristas en Estados Unidos es de 22 centavos y en Canadá está entre 6 y 6.5 centavos de dólar”. Afirmó la señora Sandra Marsden, Presidente del Canadian Sugar Institute. Toronto Star, 25 mayo, página E4.
- Las tres refinadoras en Canadá trabajan en equipo y mantienen acuerdos de distribución que les permite reducir costos de transporte y mantener una presencia en las diferentes provincias y mercados de interés.
- Canadá es un importador neto de azúcar crudo, y exporta azúcar obtenido de remolacha en bajas cantidades, su principal destino es Estados Unidos donde tiene una cuota asignada de 10 mil toneladas al año, igualmente hace unas exportaciones menores a Jamaica, Bahamas, y las Bermudas.
- El transporte de azúcar refinado se hace en buques de gran calado que llegan a los puertos de Vancouver y Montreal principalmente, luego son transportados por tierra desde Vancouver al interior del país o desde Montreal por el río “St. Lawrence” en barcos de menor calado y que mueven entre 17 y 25 toneladas métricas por viaje.

- Generalmente los supermercados no hacen la importación del azúcar directamente, y en el estudio de campo se notó un dominio total de las tres refinadoras locales donde las marcas que se consiguen son: Lantic, Redpath y Rogers. Existen unos pequeños importadores que ayudan a dinamizar el mercado ofreciendo productos de otras marcas que generalmente van a un nicho étnico en particular y a ciertos supermercados de especialidad. Igualmente se determinó una apertura de los supermercados a considerar el desarrollo de sus propias marcas de azúcar, siempre y cuando se les hagan entregas y reposiciones locales.
- Existen unos nichos donde los refinadores y exportadores Colombianos pueden explorar y medir su capacidad de competitividad en el mercado; el azúcar en sus múltiples presentaciones tiene usos en las industrias de los vinos, sopas, repostería y panadería, jugos y refrescos, el plástico, las tintas para impresoras, el cuero, fertilizantes artificiales, asentamiento de cementos y pegas, helados etc.

## **INTRODUCCIÓN**

El presente estudio de mercado tiene como objetivo proporcionar al exportador colombiano de azúcar y melazas la información necesaria para conocer las exigencias del mercado, las características de la competencia, los factores determinantes de la demanda de estos productos y las condiciones de acceso. Se presenta también un análisis del potencial para los productos antes mencionados y algunas recomendaciones clave para posicionarlos exitosamente en Canadá.

El azúcar tiene la categoría de “commodity” y en muchos países del mundo la importación y exportación está regulada y protegida por cuotas y precios controlados. El precio internacional es publicado diariamente por el “New York Coffee, Sugar and Cocoa Exchange”.

Las estadísticas y datos presentados a continuación se refieren al azúcar extractado de la Caña de Azúcar bajo el capítulo 17 del régimen arancelario canadienses, con especial interés en 1701.11, 1701.12, 1701.91, 1701.99, y 1703.10.

La información contenida en este documento fue desarrollada considerando las fuentes más recientes disponibles a la fecha de elaboración del estudio. Asimismo, una parte significativa del contenido se deriva de entrevistas con empresas de la industria de azúcar y estudio de campo.

El exportador Colombiano podrá utilizar este documento como punto de partida para estructurar su estrategia de oferta y entrada al mercado, no obstante debido a la rapidez con que se mueven los mercados internacionales es de vital importancia que las estadísticas, los nombres y contactos de las empresas importadoras y distribuidoras y la estructura del mercado aquí expuestas sean validadas periódicamente. De igual manera debe mencionarse que el azúcar es un mercado concentrado que cuenta con un número reducido de compradores y participantes.

Sin embargo puede afirmarse que los gustos de los consumidores, las características culturales, y los precios de los productos aquí estudiados



son más estables y forman la base para el diseño de una estrategia de entrada.

Para facilitar la lectura del siguiente estudio, las entrevistas y material publicado últimamente sobre el sector se incluyen en el documento con las referencias respectivas.

Se perciben oportunidades tanto para el azúcar crudo y refinado siempre y cuando se estructure una estrategia de ingreso al mercado que sea entendida y compartida por los ingenios Colombianos y por su representante de comercialización a nivel internacional: la Sociedad de Comercialización Internacional de Azúcares y Mieles S.A. “CIAMSA”

## 1 INFORMACION GENERAL

### 1.1. Segmentación del sector azúcar

La Industria Azucarera en Canadá está identificada de acuerdo al Sistema de Clasificación de Industrias en Norte América (NAICS). En Canadá para efectos estadísticos y presentación de información de participación en el PIB el código NAICS asignado es **31131-“Sugar Manufacturing”**. Para efectos de las estadísticas de importación y exportación la categorización del azúcar está designada bajo el capítulo 17 del código arancelario Canadiense.

#### 1.1.1. Segmentación según clasificación NAICS

El North American Industry Classification System fue desarrollado bajo el marco del Tratado de Libre Comercio de América del Norte por las agencias estadísticas de los países firmantes: Canadá, Estados Unidos y México. Este sistema se diseñó para proporcionar definiciones comunes de la estructura industrial de los tres países para facilitar el análisis comparativo entre dichas economías. Para efectos de este estudio, se utilizará esta clasificación para analizar la industria general en cuanto a número de establecimientos y empleados del sector en Canadá y para participación en el PIB.

**Tabla 1. Segmentación de la industria. Según Clasificación NAICS .**

NAICS	DEFINICION INGLES	DESCRIPCION
31131	Beet sugar refining, Granulated sugar, manufacturing, Cane sugar refining, Invert sugar, manufacturing, Confectioners' sugar, manufacturing, Molasses, manufacturing.	Refinación de azúcar de remolacha, azúcar granulado, refinación de caña de azúcar, producción de Azúcar invertida, azúcar industrial y melazas.

Fuente: Strategis Canadá. Esta clasificación no incluye la industria de miel, syrup o endulzantes como aspartame y sacarina.

### 1.1.2. Segmentación según código arancelario

Aunque en este reporte nos referiremos generalmente a los primeros 6 dígitos del sistema arancelario armonizado se debe tener en cuenta que para las exportaciones a Canadá los productos deben venir relacionados bajo los 10 dígitos completos de la partida arancelaria correspondiente.

El código armonizado (HS) es el mismo de Colombia y todos los países que suscriben el sistema hasta los 6 dígitos. A partir de ahí, en 2002 el gobierno Canadiense ha implementado la necesidad de especificar al nivel de 10 dígitos.

Los principales códigos de interés para este estudio son el azúcar de caña bajo la partida 1701.11, azúcar refinado con aromatizantes y saborizantes bajo la partida 1701.91, demás azúcar refinado no comprendido en las anteriores 1701.99 y melazas de caña 1703.10.

**Tabla 2. Segmentación del sector por partida arancelaria (1701.11). Azúcar de caña**

POSICIÓN ARANCELARIA INTERNACIONAL	ARANCELES SUBDIVISIÓN CANADA	DESCRIPCIÓN INGLÉS	DESCRIPCIÓN ESPAÑOL
<b>1701.11</b>		<b>Cane Sugar Raw</b>	<b>Caña de Azúcar crudo</b>
	10.00	For use by sugar refineries in the production of refined sugar used in the manufacturing of wine	Azúcar crudo sin color o sabor para refinar en Canadá y para el uso en la industria vinícola
	20.00	Not exceeding 96° of polarization	Sin exceder 96 grados de polarización
	30.00	Exceeding 96° but not exceeding 97° of polarization	Más de 96 y hasta 97 grados de polarización
	40.00	Exceeding 97° but not exceeding 98° of polarization	Más de 97 y hasta 98 grados de polarización
	50.00	Exceeding 98° but not exceeding 99° of polarization	Más de 98 y hasta 99 grados de polarización

Fuente: <http://cbsa-asfc.gc.ca/general/publications/tariff2004/ch17ne.pdf>

**Tabla 3. Segmentación del sector por partida arancelaria (1701.91). Demás azúcar refinado con aromatizante o colorante.**

POSICIÓN ARANCELARIA INTERNACIONAL	ARANCELES SUBDIVISIÓN CANADA	DESCRIPCIÓN INGLÉS	DESCRIPCIÓN ESPAÑOL
1701.91		Refined sugar. Containing added flavoring or coloring matter	Azúcar refinado, con adición de aromatizante o colorante. <sup>1</sup>
	00.11	Brown put up for retail sale	Azúcar Morena para venta al detal
	00.19	Other	Otras no descritas en el anterior código
	00.21	Powder for the preparation of lemonade and the like put up for retail sale	Azúcar en polvo para preparaciones como limonadas
	00.29	Other	Otras dentro del código de Azúcar en Polvo
	00.91	Other, put up for retail sale	Otras para la venta al detal
	00.99	Other	Otras

Fuente: <http://cbsa-asfc.gc.ca/general/publications/tariff2004/ch17ne.pdf>

**Tabla 4. Segmentación del sector por partida arancelaria (1701.99). Demás azúcar refinado otras posiciones.**

POSICIÓN ARANCELARIA INTERNACIONAL	ARANCELES SUBDIVISIÓN CANADA	DESCRIPCIÓN INGLÉS	DESCRIPCIÓN ESPAÑOL
1701.99		Refined sugar. Not else where specified.	Los demás azúcares refinados no comprendidos en las posiciones anteriores.
	00.10	Icing sugar	Azúcar para cubiertas decorativas
	00.21	Granulated, not cubed put up for retail sales	Granulada, no en cubos para la venta al detal
	00.29	Other	Otras
	00.90	Other	Otras

Fuente: <http://cbsa-asfc.gc.ca/general/publications/tariff2004/ch17ne.pdf>

<sup>1</sup> Definición en página de Proexport. Azúcar en bruto.

**Tabla 5. Segmentación del sector por partida arancelaria (1703.10). Melaza de caña**

POSICIÓN ARANCELARIA INTERNACIONAL	ARANCELES SUBDIVISIÓN CANADA <sup>2</sup>	DESCRIPCIÓN INGLÉS	DESCRIPCIÓN ESPAÑOL
1703.10		Molasses resulting from the extracting of refining sugar	Melaza de caña. Melazas producidas desde la extracción o refinación de Azúcar.
	10.00	Power with admixture other than colouring or anti-caking agents	Polvo con mezclas de colorantes o agentes “anti caking”
	90.10	Concentrated sugar cane juice (fancy molasses)	Jugo de caña de azúcar concentrado
	90.90	Other	Otras

Fuente: [http://cbsa-asfc.gc.ca/general/publications/customs\\_tariff-e.html](http://cbsa-asfc.gc.ca/general/publications/customs_tariff-e.html)

## 1.2. Información general de la Industria azucarera en Canadá

La industria del azúcar en Canadá inició su desarrollo en 1818 cuando se abrió la primera refinería en la Provincia de Nova Scotia. La visión de la empresa fue producir azúcar igual o superior al importado a mejor precio “The proprietors of this establishment inform the public that they manufacture sugar equal to, if not superior, quality, and cheaper than can be imported”. Este lema ha caracterizado la industria y su desarrollo. Para mantener su competitividad frente a otros refinadores internacionales, la industria se ha transformado hasta lograr la consolidación y concentración que ha permitido mantener una posición líder frente a productos internacionales. Lo anterior ha dejado la producción, distribución y comercialización del **azúcar refinado** en manos de tres empresas, de las cuales dos pertenecen varios grupos de accionistas: Lantic, Rogers, Belcorp Industries y Onex Corporation Inc. y la tercera, Redpath, es una filial de la multinacional Tate & Lyle. Esta es una industria con unos niveles de competencia bastante agresivos, tanto en precio como en oferta de productos novedosos. El éxito de las

empresas canadienses se debe a la tecnología de punta, y el acuerdo de manejo del mercado entre las empresas, factores que hacen que el ingreso del exportador extranjero se vea limitado en el azúcar refinado que se vende al detal.

### **1.2.1. La industria Canadiense de azúcar**

Este es un mercado que desde sus inicios ha sufrido grandes modificaciones y el cual ha ubicado estratégicamente sus refinerías teniendo en cuenta dos conceptos: Ciudades con acceso marítimo o férreo y ciudades con el mayor número de población para consumo inmediato. En 1818 Nova Scotia era la provincia líder en desarrollo industrial y en tamaño poblacional, pero luego este desarrollo se localizó en ciudades como Toronto, Montreal y Vancouver. Según las nuevas tendencias demográficas y de intereses del mercado internacional el negocio de la refinación de azúcar y la importación de azúcar crudo se concentra particularmente en las provincias de Ontario y Québec. Una descripción del mercado se puede resumir desde cinco puntos de vista:

#### **1.2.1.1. Concentración de refinerías**

Como se ha mencionado en este documento, la refinación de azúcar en Canadá se concentra en tres empresas: Redpath, Rogers, y Lantic, estas dos últimas pertenecen a un mismo grupo de inversionistas (Onex Corporation y Belcorp Industries). La multinacional Tate & Lyle es la dueña de Redpath.

#### **1.2.1.2. Situación geográfica estratégica de las refinerías.**

Según lo anterior, Canadá cuenta con tres empresas refinadoras que se han ubicado estratégicamente para servir el mercado local. Este es el segundo país más grande del momento en extensión territorial, pero en términos poblacionales y según el último censo su población asciende a 31.5 millones de habitantes aproximadamente, donde el mayor porcentaje de estos se concentra en las provincias de Ontario y Québec.

**Gráfica 1. Situación geográfica de las plantas refinadoras**



Fuente: [www.sugar.ca](http://www.sugar.ca)

**1.2.1.3. Monopolio desde el punto de vista regional**

Acuerdo de manejo regional y distribución, para ahorro de costos en transporte y venta de productos en ciudades intermedias. Lantic obtiene azúcar en las Bodegas de Red Path para ser distribuida a sus clientes en Ontario y Red Path a su vez hace lo mismo en Lantic para distribuir a sus clientes en Montreal.

Oferta de productos similares o iguales, con diferenciación de precios según categoría de supermercados y puntos de venta, los cuales se ubican de acuerdo a la segmentación y poder adquisitivo del consumidor.

Número pequeño de empleados y alta tecnología.

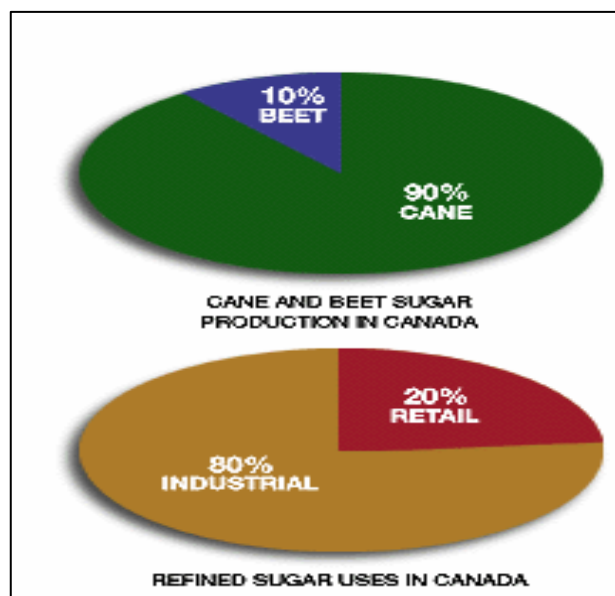
**1.2.1.4. Tipos de oferta**

Según el “Canadian Sugar Industry” actualmente los 3 refinadores y pequeños importadores ofrecen más de 80 tipos de empaques y tamaños, igualmente se busca ofrecer productos con diferentes características para mantener el interés del consumidor. Lo que se ha mantenido constante desde los inicios de la industria son los precios competitivos y la alta calidad de la refinación del azúcar.

**1.2.1.5. Usos del azúcar**

El 80% del azúcar es para uso industrial y el 20% restante para venta al detal.

**Gráfica 2. Producción local de azúcar crudo, refinado y destino utilización porcentual**



Fuente: Canadian Sugar Institute

Como se puede ver en la primer figura y según lo confirmado por la directora del departamento de comercio de la empresa Redpath Señora Emmy Ruscio-Millar ([ermillar@redpathsugars.com](mailto:ermillar@redpathsugars.com)), la industria de refinación de azúcar en Canadá depende de la disponibilidad de azúcar crudo en el mercado internacional, lo cual según ella por los mismos niveles de producción en Brasil no es un problema para la industria. Los retos radican en la negociación de precios, el entendimiento de los términos de pago y el transporte, este último aspecto es de vital importancia ya que en ciertas temporadas del año existe congelación del Río San Lorenzo y el Lago Ontario.

En cuanto al uso del producto refinado, Canadá es un país que utiliza el azúcar principalmente para consumo industrial y las industrias donde se percibe un mayor uso son: confitería, jugos, vinícola, textil y tintas para impresoras. Según el “Canadian Sugar Institute” el azúcar refinado dirigido al sector industrial presenta la siguiente distribución porcentual.



(Téngase en cuenta que el 80% de la producción estimada de 1.1 millones de toneladas al año se dirige al uso industrial):

**Tabla 6. Distribución porcentual de uso del azúcar refinado en las industrias alimenticias.**

INDUSTRIA	% participación
Vinícola y otras	19.0
Confitería y dulces	16.9
Bebidas	16.9
Comida enlatada	12.4
Lácteos y derivados	11.0
Repostería y panadería	8.9
Cereales	7.9
Galletería	7.0

Fuente: Sugar Institute

### 1.3. Situación actual de la industria azucarera

- Las refinerías locales han respondido a la presión de la competencia internacional y se han estructurado eficientemente para ofrecer productos de excelente calidad a precios competitivos.
- La industria de la refinación de azúcar en Canadá no depende o recibe ningún subsidio de ninguno de los estamentos gubernamentales.
- Aunque la industria compra el azúcar crudo a los precios del mercado, los precios del azúcar refinado están entre los más bajos a nivel mundial.
- La industria del azúcar ayuda al desarrollo de otros sectores de la economía, los bajos precios han atraído los inversionistas extranjeros, especialmente del sector manufacturero de alimentos, generando indirectamente miles de empleos.
- La industria del azúcar refinado en Canadá puede ser vulnerable debido a las desventajas que se tienen frente a otros países y los acuerdos comerciales que firma el Gobierno donde se dan preferencias al ingreso de azúcar refinado de países como Costa

Rica, Australia, Nueva Zelanda, Chile, y todo el grupo de los países pobres.

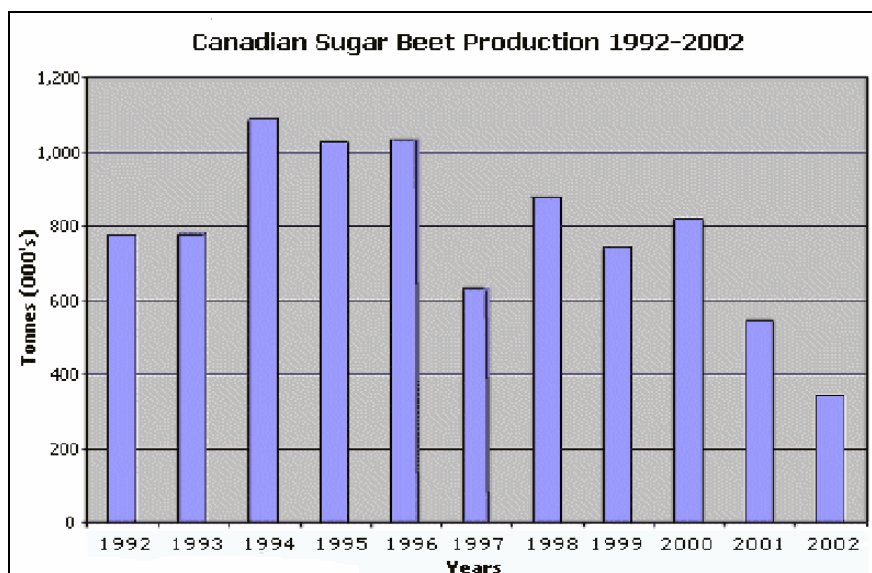
- La producción del azúcar refinado Canadiense es un negocio netamente local, los altos aranceles y otras barreras para arancelarias en países como Estados Unidos, Japón entre otros no permiten que se logren exportaciones significativas. Canadá exporta azúcar refinado a base de remolacha y según una cuota que se tiene de 10 mil toneladas con Estados Unidos.

## 2 COMPOSICION Y CARACTERISTICAS DEL MERCADO

### 2.1. Tamaño del mercado

Según información del “ Canadian Sugar Institute” [www.sugar.ca](http://www.sugar.ca) Canadá produce mas de 1.1 millones de toneladas métricas de azúcar al año, de las cuales el 90% proviene del azúcar crudo importado, y el 10% restante del azúcar producido a partir de la remolacha que se cultiva en la provincia de Alberta. La producción de azúcar cada vez depende más del azúcar crudo importado y no de la producción local de remolacha que ha disminuido en los últimos años.

**Gráfica 3. Producción local de azúcar a base de remolacha (1992-2002)**



Fuente: Statistics Canadá. En millones de toneladas.

La contribución de la industria de manufactura de azúcar en la economía se representa en los siguientes índices de empleo: al año 2000 existían 750 cultivadores de remolacha y 1500 empleados en las refinerías, en el 2003 las estadísticas muestran 1500 empleos en la parte de refinería y unos 500 cultivadores de remolacha.

En cuanto al PIB la industria de manufactura de azúcar<sup>3</sup> creció de C\$ 153 millones en 1997 a C\$ 191 millones en 2003. Este aumento representa una tasa de crecimiento anual compuesto de 3.8%. En comparación, entre 2002-2003, el total del valor agregado de la industria de manufactura de azúcar aumentó 11.7%.<sup>4</sup>

**Tabla 7. Indicadores económicos canadienses**

CANADA	2003	2004e	2005e
PIB REAL (% Cambio)	1.7	2.2.	3
PRECIOS CONSUMIDOR (% Cambio)	2.8	1.5	1.9
TASA DE DESEMPLEO %	7.6	7.5	7.4
BALANCE DEL PRESUPUESTO FEDERAL (C\$ b n)	3	3	3
POBLACION (Mill)	31.2	31.5	

Fuente: [http://www.scotiacapital.com/English/bns\\_econ/bnsmt.pdf](http://www.scotiacapital.com/English/bns_econ/bnsmt.pdf)

**Tabla 8. Contribución de la industria azucarera a la economía canadiense.**

Estadísticas	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	99/98	AAG <sup>*</sup>
									90-99
Refinerías y procesadores	8	8	9	10	12	N/A	N/A	20.0%	4.6%
Refinerías	5	5	6	8	9	6	5	12.5%	6.7%
Número de empleados <sup>b</sup>	1,468	1,563	1,588	1,402	1,560	N/A	N/A	11.3%	-1.7%
Área de Producción	1,018	1,077	1,119	1,019	1,178	1,100	1,100	15.6%	0.2%
Área administrativa	450	486	469	383	382	N/A	N/A	-0.3%	-6.0%

Fuente: Agriculture and Agri Food Canada. Mr. Bill Goodman, e-mail: [goodmanb@agr.gc.ca](mailto:goodmanb@agr.gc.ca)

<sup>a</sup> Statistics Canada, Annual Survey of Manufactures, International Trade Data.

<sup>b</sup> Annual Survey of Manufactures

<sup>c</sup> North American Industrial Classification System NAICS 31131 Industria de la manufactura de azúcar, 1990-2001

\* Average Annual Growth. Crecimiento promedio anual.

<sup>3</sup> Sugar Manufacturing (NAICS 31131)

<sup>4</sup> Fuente: Strategis. "GDP in the Sugar Manufacturing (NAICS 31131) industry increased from \$153.0 million in 1997 to \$191.0 million in 2003. The increase in GDP reported between 1997 and 2003 represented a compound annual growth rate of 3.8 %. In comparison, between 2002 and 2003, the total value-added of the Sugar Manufacturing industry increased by 11.7 %."

Aunque se determina que el sector ha crecido en los últimos años, este aumento no es muy representativo.

En general no se percibe un crecimiento exagerado en el sector ya que además el aumento de la población Canadiense no es alto, las familias normalmente no tiene mas de dos hijos y la reposición de población y/o dinámica de crecimiento se mantiene debido los nuevos inmigrantes que Canadá recibe cada año bajos los diferentes programas ofrecidos. Normalmente las familias nuevas en el país que vienen de países en vía de desarrollo tienen entre 3 y 4 hijos, pero las segundas generaciones de estos grupos se socializan bajo las tendencias demográficas y conforman familias con un número reducido de hijos.

Para el año 2003 el Ministerio de Ciudadanía e Inmigración estableció que recibirá entre 220,000 y 245,000 mil nuevos inmigrantes. Tanto en el año 2002 como 2003 el mayor número de inmigrantes llegaron de China, India, Pakistán, Filipinas y Corea.<sup>5</sup>

La industria ha concentrado su capacidad productiva pasando de seis plantas refinadoras a cuatro bajo el dominio de dos grupos empresariales; Tate & Lyle y Lantic-Rogers. La tendencia del sector en los últimos cinco años ha sido centralizar la producción en las zonas de mayor población y por ende de consumo, así mismo lograr alianzas estratégicas entre los pocos refinadores existentes, para protegerse del mercado internacional a nivel de azúcar refinado. Sin embargo aunque se nota que se ha dado una concentración en la manufactura del mercado y en distribución del mismo, se ve que pequeños importadores han venido exitosamente ofreciendo productos alternativos para ciertos nichos del mercado.

Para la industria refinadora de azúcar en Canadá el mayor riesgo posible seria el ingreso de azúcar refinado de otros países a precios bajos y con calidad similar, lo cual disminuiría notablemente su participación en el mercado y sus ganancias se verían afectadas por guerra de precios. El mayor riesgo se percibe en las negociaciones de los acuerdos comerciales que el Gobierno Federal firma con diferentes países que cuentan con producción de azúcar, como Costa Rica, y próximamente Guatemala.

---

<sup>5</sup>Información detallada se puede encontrar en <http://www.cic.gc.ca/english/monitor/issue04/02-immigrants.html#table2>

En cuanto a los productos ofrecidos en el mercado, la calidad y el precio están ligados a la variedad los mismos, que de alguna forma buscan satisfacer las nuevas tendencias de la demanda, como son por ejemplo; productos orgánicos o productos que van dirigidos a una comunidad étnica o a un sector industrial en particular.

#### **2.1.1. Balanza comercial para el sector azúcar**

Para cumplir con las necesidades del consumo local, la industria refinadora de azúcar en Canadá importa azúcar crudo y mediante procesos industrializados logra refinar azúcar que sale al mercado con excelente calidad y precios bajos que hacen difícil que las refinadoras extranjeras puedan competir en el mercado en productos al detal.

Como lo demuestran las cifras de exportaciones y teniendo en cuenta que en Canadá se producen entre 1.1 y 1.2 millones de toneladas métricas de azúcar refinado y que según las publicaciones del “Canadian Sugar Institute” esta producción tiene un valor promedio de 700 millones de dólares canadienses (US\$ 500 aprox.), se puede afirmar que el negocio de las exportaciones no es representativo y que la producción local es para consumo interno.

De esta manera a pesar de ser un país con refinerías de alta tecnología, produciendo azúcar de alta calidad y a precios competitivos, las exportaciones de azúcar refinado solo alcanzaron los US\$ 8.8 millones. de dólares en 2003 y US\$ 12 de melazas de caña.

Sus exportaciones principales se hacen a Estados Unidos y según un acuerdo comercial solo se puede exportar azúcar refinado a partir de la remolacha y con una cuota de 10 mil toneladas al año y es Rogers quien cumple con esta cuota exportadora. Sin embargo, el mercado de la exportación de azúcar a base de remolacha se verá cada día más deteriorado debido a la baja en la producción a causa de los cambios dramáticos en las condiciones climáticas del país.

La imposibilidad de ser exitosos en el mercado internacional se debe a diferentes barreras. Según entrevista sostenida con la señora Emmy-Millar Ruisco de Red Path, las barreras que otros países imponen como cuotas en el caso de Estados Unidos y altas tarifas arancelarias como es el caso de México y Japón hacen que se pierda competitividad y oportunidad de competir.

Las refinерías han tratado de expandir sus mercados externos, pero las barreras comerciales hacen que la competencia sea difícil. Según un artículo publicado por el "Canadian Agri-Food Trade Alliance-CAFTA" en su página de Internet [www.cafta.or/factsheet5.html](http://www.cafta.or/factsheet5.html) países como México, Estados Unidos, los países de la Unión Europea y Japón no solo tienen altos porcentajes de gravamen arancelario que van hasta el 400% como es el caso de Japón, sino que también tienen algunas formas de subsidio a la industria local cuando exportan sus productos.

A continuación analizamos la balanza comercial para los diferentes tipos de azúcar objeto de este estudio.

**Tabla 9. Balanza comercial. azúcar de caña crudo. (1701.11)**

	1999	2000	2001	2002	2003
Exportaciones	14,457	15,295	39,728	62,021	7,806
Importaciones	193,122,413	194,296,167	240,064,028	184,909,086	243,802,221
<b>Balanza</b>	<b>(193,107,956)</b>	<b>(194,280,872)</b>	<b>(240,024,300)</b>	<b>(184,847,065)</b>	<b>(243,794,415)</b>

Fuente: Statistics Canada. Valores en dólares americanos. Incluye el código arancelario: 1701.11 - CANE SUGAR - RAW

**Tabla 10. Balanza comercial. azúcar de remolacha crudo. (1701.12)**

	1999	2000	2001	2002	2003
Exportaciones	--	--	--	--	1,213
Importaciones	20,148	10,674	31,523	63,960	62,341
<b>Balanza</b>	<b>(20,148)</b>	<b>(10,674)</b>	<b>(31,523)</b>	<b>(63,960)</b>	<b>(61,128)</b>

Fuente: Statistics Canada. Valores en dólares americanos. Incluye el código arancelario: HS 170112 - BEET SUGAR - RAW

De esta manera Canadá es un país netamente importador de azúcar de caña crudo, ya que debido a las condiciones climáticas no tiene cultivos de este producto, dependiendo de las importaciones para refinar y suplir el mercado local tanto a nivel de consumo industrial como del hogar. Las importaciones muestran un crecimiento constante (a pesar de una baja en 2002) y una balanza comercial negativa en todos los periodos. Los montos de importación de azúcar de caña crudo llegaron a US\$ 243 millones en el 2003, mientras que para el periodo de Enero a Julio 2004, las importaciones alcanzaban los US\$ 119 millones.

Haciendo un análisis de las estadísticas y su comportamiento se nota como las refinadoras canadienses cada día buscan comprar azúcar crudo con un mayor grado de polarización, por ejemplo se nota que hasta el año 2000 se importaban cantidades importantes de azúcar crudo de 95 grados de polarización y hasta un máximo de 96, hoy por

hoy ese mercado, tanto para Brasil, Guatemala y Colombia se ha movido a la compra de productos con mayor grado de polarización como 97, 98 y 99 o más grados, allí, Colombia ha venido ganando una participación importante como lo demuestran las estadísticas.

El comercio internacional de azúcar crudo de remolacha no es representativo. Pero las importaciones que se ven en la tabla anterior provienen principalmente de Colombia, quien exportó US\$ 37.240 en 2002 y US\$ 36.336 en 2003. De esta manera como aspecto interesante y nicho a considerar se identifica el azúcar crudo a base de remolacha, donde pueden presentarse una buena oportunidad, y donde Canadá ha empezado a mostrar un interés de importación.

**Tabla 11. Balanza comercial. azúcar refinado con aromatizante y colorante. (1701.91)**

	1999	2000	2001	2002	2003
Exportaciones	58,655	103,286	136,128	145,844	695,162
Importaciones	2,324,895	5,869,085	2,424,185	1,956,364	2,235,807
<b>Balanza</b>	<b>(2,266,240)</b>	<b>(5,765,799)</b>	<b>(2,288,057)</b>	<b>(1,810,520)</b>	<b>(1,540,645)</b>

Fuente: Statistics Canada. Valores en dólares americanos. Incluye el código arancelario: HS 170191  
REFINED SUGAR - CONTAINING ADDED FLAVOURING/COLORING MATTER

**Tabla 12. Balanza comercial. Demás azúcar refinado. (1701.99)**

	1999	2000	2001	2002	2003
Exportaciones	5,952,127	6,849,881	5,934,727	7,110,078	7,726,205
Importaciones	7,257,507	12,119,690	10,388,697	10,491,596	8,261,604
<b>Balanza</b>	<b>(1,305,380)</b>	<b>(5,269,809)</b>	<b>(4,453,970)</b>	<b>(3,381,518)</b>	<b>(535,399)</b>

Fuente: Statistics Canada. Valores en dólares americanos. Incluye el código arancelario: HS 170199  
REFINED SUGAR NES

Tal como se ha mencionado las importaciones de azúcar refinado no son tan significativas como aquellas de azúcar crudo. Los montos de importación de este producto se sitúan entre US\$ 10 a US\$ 12 millones y presentan pocas variaciones en los años analizados, para el 2004 (Enero a Julio) las importaciones alcanzaban los US\$ 5.5 millones.



La balanza comercial es negativa a pesar de la alta producción local ya que como se ha analizado anteriormente las exportaciones no son un fuerte de las refinerías locales por las diferentes barreras internacionales, de esta manera la mayoría del producto refinado dentro de Canada se destina al consumo interno.

Para este nicho en particular hay que tener en consideración que los mayores consumidores de azúcar refinado son los industriales o los supermercados. Aquí se ha venido dando un cambio, aunque lento, donde algunos supermercado han empezado a contratar sus propias marcas con empaques y distribuidores locales que siempre buscan tener los mejores precios en el mercado y que ve a las refinerías locales como una competencia ya que éstas tienen posicionadas sus marcas en los diferentes puntos de venta.

**Tabla 13. Balanza comercial. Melaza Caña. (1703.10)**

	1999	2000	2001	2002	2003
Exportaciones	2,001,044	1,770,275	4,837,221	3,755,119	12,931,186
Importaciones	15,012,813	12,117,644	19,414,831	13,961,856	8,083,208
<b>Balanza</b>	<b>(13,011,769)</b>	<b>(10,347,369)</b>	<b>(14,577,610)</b>	<b>(10,206,737)</b>	<b>4,847,978</b>

Fuente: Statistics Canada. Valores en dólares americanos. Incluye el código arancelario: HS 170310  
CANE MOLASSES

En cuanto a la melaza de caña, también encontramos una balanza comercial negativa en todos los periodos analizados, menos en 2003 donde se presentó un aumento inusual de las exportaciones y una disminución de las importaciones, que parece ser constante, ya que para el 2004 (a Julio) las exportaciones alcanzaban los US\$ 7.6 millones frente a US\$ 3.7 de importaciones.

En conclusión las importaciones de azúcar han venido creciendo y en el 2003 el valor de las posiciones 1701.11, 1701.12, 1701.91, 1701.99 y 1703.10 ascendió a US \$ 262 millones.

En cuanto al origen de las importaciones, encontramos lo siguiente. El azúcar es un "Commodity" cuyos precios están regidos por el mercado mundial, la oferta de azúcar y las condiciones económicas de los países productores, y también por las condiciones climáticas que pueden afectar los cultivos. Los principales competidores para Colombia en

azúcar crudo son: Australia, Brasil, Costa Rica, Cuba. En lo referente al azúcar refinado, la mayor competencia es el azúcar de Estados Unidos, seguido de Costa Rica. Las melazas también presentan una competencia local bien posicionada en el mercado, tanto a nivel industrial como en los pocos productos que se ofrecen para el uso casero.

**Tabla 14. Importaciones canadienses de azúcar de caña crudo por país.**

	2001	2002	2003	Participación 2003
Brasil	71,111,102	94,875,885	125,029,245	51.3%
Australia	107,495,771	34,946,457	54,481,444	22.3%
<b>Colombia</b>	<b>2,361,027</b>	<b>3,729,506</b>	<b>21,555,752</b>	8.8%
Guatemala	23,285,661	18,235,077	16,267,941	6.7%
Costa Rica	8,236,360	13,663,087	14,342,330	5.9%
Cuba	17,619,856	12,954,036	5,276,753	2.2%
El Salvador	367	341	3,835,461	1.6%
Guyana	--	--	2,402,419	1.0%
China	85,586	69,688	127,044	0.1%
Tailandia	2,845	140,685	124,656	0.1%
<b>Total</b>	<b>240,064,028</b>	<b>184,909,087</b>	<b>243,802,220</b>	<b>100</b>

Fuente: Statistics Canada. Valores en dólares americanos. Incluye el código arancelario: 1701.11 - CANE SUGAR - RAW

Brasil, tal como fue confirmado en las entrevistas con las refinerías canadienses, es el principal proveedor de azúcar crudo de caña de azúcar con el 51.3% de participación en el 2003, seguido de Australia y Colombia quien presentó un aumento considerable de sus exportaciones durante dicho año, que desafortunadamente no parece ser constante para lo que va corrido del 2004, donde a Julio las importaciones desde Colombia alcanzaban US\$ 5.3 millones. El aumento de las importaciones desde Colombia parece estar relacionado con la baja de las importaciones procedentes de Cuba que sigue con la misma tendencia en el 2004.

Las estadísticas de importación demuestran que Colombia tiene un comportamiento variable, no solo mirando los tres últimos años, sino también cuando se analizan las cifras de diez años atrás, existen altibajos de las exportaciones Colombianas a Canadá, en un año se puede estar exportando 17 millones de dólares americanos y al año siguiente entre 3 y 5 millones aproximadamente. Dado el volumen total de toneladas y dólares americanos que representan las importaciones en Canadá de azúcar crudo y melazas se puede confirmar que definitivamente Colombia tiene grandes oportunidades, pues cada que se da inicio a negocios las exportaciones Colombianas se posicionan por encima de los 10 millones de dólares como lo demuestran las estadísticas, el reto radica entonces en convertir estas exportaciones en valores constantes, y hacer que Colombia sea un participante a largo plazo en el mercado.

**Tabla 15. Importaciones canadienses por país. azúcar refinado con aromatizante y colorante. (1701.91)**

	2001	2002	2003
Estados Unidos	1,708,904.00	1,226,487.00	1,579,805.00
China	522,866	575,309	387,138
Paraguay	16,806	14,250	89,464
India	84,156	43,816	48,838
Alemania	12,522	13,604	31,604
Hong Kong	25,310	2,435	19,773
Brasil	--	2,420	15,731
Filipinas	1,755	2,438	11,763
Francia	1,883	7,696	10,112
Tailandia	4,452	20,306	7,515
Colombia	7,232	13,357	5,570
<b>Total</b>	<b>1,708,903</b>	<b>1,226,487</b>	<b>1,579,806</b>

Fuente: Statistics Canada. Valores en dólares americanos. Incluye el código arancelario HS 170191 REFINED SUGAR - CONTAINING ADDED FLAVOURING/COLORING MATTER

**Tabla 16. Importaciones canadienses por país. Demás azúcar refinado. (1701.99)**

	2001	2002	2003
Estados Unidos	5,245,745	3,977,815	3,210,325
<b>Colombia</b>	<b>27,949</b>	<b>7,687</b>	<b>1,383,529</b>
Costa Rica	--	--	869,475
Paraguay	58,144	366,818	564,535
Brasil	2,337,001	1,514,894	562,598
India	577,950	211,564	482,454
México	388	2,415,666	295,147
Francia	195,415	220,127	258,318
China	68,495	291,387	171,629
Hong Kong	124,360	62,440	94,607
<b>Total</b>	<b>10,388,697</b>	<b>10,491,596</b>	<b>8,261,604</b>

Fuente: Statistics Canada. Valores en dólares americanos. Incluye el código arancelario: HS 170199  
REFINED SUGAR NES

Estados Unidos se posiciona como el mayor proveedor de azúcar refinado, sin embargo cabe resaltar la presencia de Colombia en este rubro en 2003, donde exportó US\$ 1.3 millones de dólares.

Igualmente en el azúcar refinado que va al sector industrial se ha venido ganando algún espacio, empresas como Riopaila han logrado ingresar al mercado a través de intermediarios o mayoristas en la provincia de Ontario.

Colombia puede seguir creciendo en este nicho siempre y cuando ofrezca precios competitivos y empaques novedosos.

**Tabla 17. Importaciones canadienses por país. Melaza. (1703.10)**

	2001	2002	2003
Estados Unidos	3,964,783	4,322,881	4,594,471
Guatemala	798,917	648,533	1,234,892
Honduras	698,968	1,126,255	1,209,614
México	4,333,317	3,717,424	617,197
<b>Colombia</b>	<b>2,709,569</b>	--	<b>262,215</b>
India	106,367	63,949	78,662
<b>Total</b>	<b>19,414,831</b>	<b>13,961,856</b>	<b>8,083,208</b>

Fuente: Statistics Canada. Valores en dólares americanos. Incluye el código arancelario: HS 170310 - CANE MOLASSES

En esta categoría de producto el mercado de la importación ha venido perdiendo espacio frente a las mismas refinadoras locales, por ejemplo, Redpath produce 25 toneladas métricas al año, las cuales distribuye ante sus clientes en Ontario y Québec.

Este nicho ha disminuido sus importaciones, cuando se comparan las estadísticas del 2001 con el 2003 vemos que el mercado perdió un 50 por ciento de su capacidad importadora a pesar que se nota un esfuerzo de los países oferentes en la reducción de su precio de venta. La conclusión a que se llega es que las refinadoras locales están produciendo lo suficiente para proveer las empresas que utilizan este producto. En el mercado existen dos marcas en melazas "Fancy" es decir para el uso en el hogar y específicamente con fines en la elaboración de pasteles etc. Estas dos marcas pertenecen a la misma compañía: Crosby Mollasses Company Limited de la ciudad de Saint John en New Brunswick.

**Tabla 18. Cantidades importadas azúcar crudo y refinada 2001 al 2003**

	Cantidades en millones toneladas				
					% Cambio
HS	Descripción	2001	2002	2003	03/02
	Importaciones Totales				
	17 AZUCARES				
	1701 CAÑA Y REMOLACHA EN FORMA SÓLIDA	1,183,023.00	1,179,055.00	1,443,450.00	22.42
170111	AZUCAR CRUDA DE CAÑA EN FORMA SÓLIDA	1,145,211.00	1,137,558.00	1,413,274.00	24.24
170112	AZUCAR CRUDA DE REMOLACHA EN FORMA SÓLIDA.	523.00	1,180.00	918.00	-22.2
170191	AZUCAR REFINADA CON COLORANTES O SABORIZANTES.	6,962.00	5,819.00	6,348.00	9.09
170199	OTRAS AZUCARES PURAS, REFINADAS	30,327.00	34,498.00	22,910.00	-33.59
	1703 MELAZAS A BASE DE AZUCAR	278,826.00	237,626.00	191,724.00	-19.32
170310	CAÑA	217,280.00	174,171.00	105,452.00	-39.45
170390	OTRAS DISTINTAS A LAS 1703	61,546.00	63,455.00	86,272.00	35.96

Fuente: World Trade Atlas. Cantidad en TNE

## 2.1.2. Consumo aparente del mercado de azúcar crudo y refinado

El consumo total de azúcar crudo y refinado ha mantenido un crecimiento estable a través de los años, y ha estado ligado directamente con el crecimiento poblacional. Es decir el crecimiento de la industria azucarera depende del consumo y necesidades que genere la nueva población.

La población actual de Canadá se estima en 31.5 millones de habitantes y se espera un crecimiento de 37.1 millones para el año 2016.

Para calcular el consumo aparente en valor de US\$, se tomaron las estadísticas de producción de la industria de manufactura de azúcar, y las importaciones y exportaciones registradas bajo NAISC.

**Tabla 19. Consumo aparente industria de manufactura de azúcar**

	1999	2000	2001	2002	2003
Producción Nacional	533,906	521,100	539,258	511,182	n/a
Importaciones	229,075	238,424	290,135	230,475	282,119
Exportaciones	48,494	44,152	35,082	18,431	30,178
Balanza Comercial	-180,581	-194,272	-255,053	-212,045	-251,941
<b>Consumo Aparente</b>	<b>714,487</b>	<b>715,372</b>	<b>794,311</b>	<b>723,226</b>	<b>n/a</b>
Participación producción local	67.9%	66.7%	63.5%	68.1%	n/a
Participación importaciones	32.1%	33.3%	36.5%	31.9%	

Fuente. Strategis NAICS 31131 - Sugar Manufacturing. Monto en miles de US\$. Cálculos consultores

Encontramos entonces que la producción nacional se mantiene en niveles de US\$ 500 millones siendo en el 2002 de US\$ 511 millones, y que el consumo aparente se encuentra alrededor de los US\$ 723 millones para ese periodo. De esta manera el consumo aparente es abastecido por la industria local en un 68% y por las importaciones en 31.9%.

## **2.2. Descripción del mercado**

En general el consumo del azúcar está ligado a dos factores: crecimiento poblacional y al desarrollo de las industrias que requieren de ésta como un insumo para sus procesos manufactureros. Canadá ha venido creciendo en la manufactura de productos alimenticios y agroindustriales como confitería, galletas, jugos etc., sin embargo el crecimiento de la población es estable y cada día se genera más conciencia del consumo de productos naturales, orgánicos y con bajas calorías. Existen algunos nichos del mercado donde se perciben posibilidades para ingresar y lograr una presencia constante. Para esto se requieren productos innovadores, constancia, inversión y planeación a mediano y largo plazo.

### **2.2.1 Costumbres alimenticias**

En general el canadiense tiende a comer saludable y busca balancear su dieta diaria, el Ministerio de Salud (<http://www.hc-sc.gc.ca>) adelanta una campaña a nivel televisivo y de Internet promoviendo una dieta balanceada, los temas donde más se hace énfasis es en prevención de diabetes y la disminución de fumar. Igualmente se hacen campañas en los programas de televisión del segmento infantil incentivando a los niños a practicar algún deporte.

La dieta alimenticia en Canadá tiende a incluir una variedad de vegetales, legumbres, harinas y carnes, esta variedad es acentuada por las fuertes diferencias en las temporadas climáticas, durante la temporada de marzo a septiembre se encuentran frutas y vegetales locales, pero estos no son suficientes para suplir la demanda, lo que hace que durante todo el año haya oportunidad para las importaciones de vegetales, frutas y alimentos en general. Por ejemplo, una ensalada típica canadiense puede estar compuesta de Brócoli, Coliflor, Pimentón rojo y verde; y Zanahoria.

### **2.2.2 Recomendación nutricional para los canadienses**

- La dieta alimenticia debe incluir nutrientes esenciales de acuerdo a lo recomendado en la gráfica de porciones y tipos de alimentos incluida al final de este texto.



- Una dieta balanceada en Canadá es aquella que incluye no más de un 30% de energía proveniente de las grasas, 33gramos/1000 calorías o 39 gramos /5000calorías)
- La dieta diaria no debe contener más del 55% de energía proveniente de los carbohidratos (138gramos/1000 caloría o 165 gramos/5000 calorías). Estos preferiblemente provenientes de diferentes tipos de alimentos.
- Se recomienda consumir pequeñas cantidades de Sodio.
- Una dieta balanceada no debe incluir más de 5 de energía proveniente de productos alcohólicos y no debe exceder más de dos bebidas alcohólicas por día.
- La dieta diaria no debe contener más de la cafeína contenida en cuatro tasas regulares de café.

El instituto de Medicina de la Academia Nacional, recomienda que una dieta saludable deba contener 13-gramos diarios de productos sin fibra y productos sin contenido de alcohol, tanto para adultos como para niños, esto basado en la glucosa que el mismo cerebro requiere. Por ejemplo para las mujeres en embarazo la recomendación es de 175 gramos por día, y para mujeres en periodo de lactancia es de 210 gramos diarios. En general se afirma que una dieta saludable es aquella donde el 40 a 60 por ciento de los productos consumidos sean frutas, vegetales, legumbres y trigos.<sup>6</sup> La guía actual sugerida por el ministerio de salud para llevar una dieta balanceada es la siguiente (<http://www.hs-sc.gc.ca>):

**Gráfica 4. Guía para una dieta balanceada**



Fuente: Health Canada

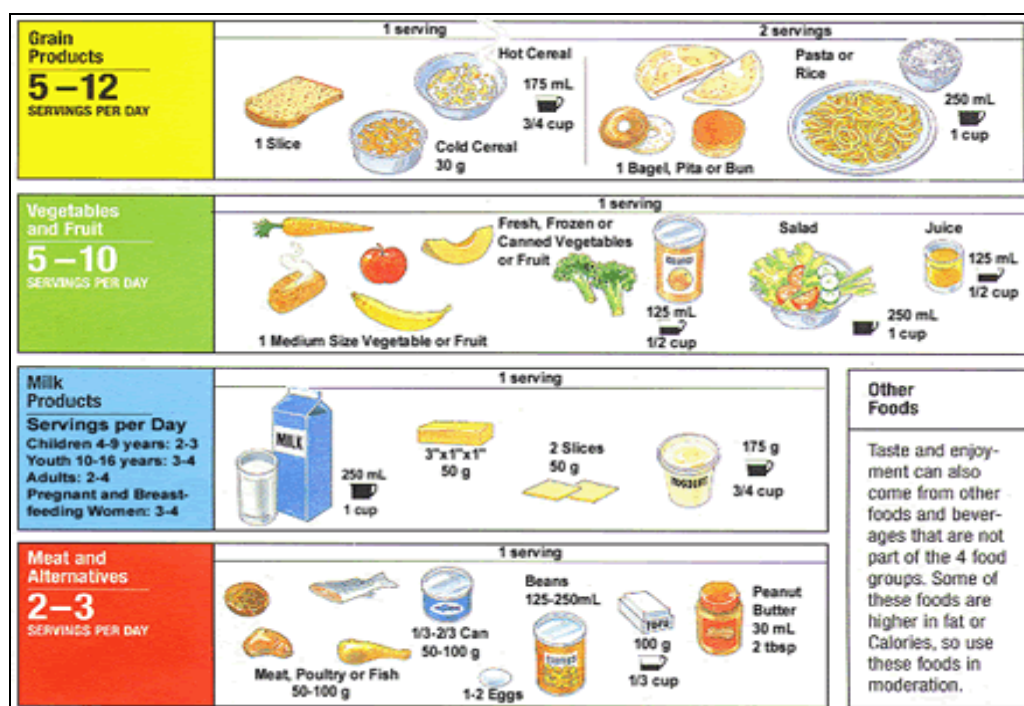
<sup>6</sup> Fuente: [www.hs-sc.gc.ca/hpf-dgpsa](http://www.hs-sc.gc.ca/hpf-dgpsa)

**Tabla 20. Recomendaciones para una dieta balanceada**

Granos	Vegetales y frutas	Lácteos	Carnes de alternativas
Escoja granos y productos enriquecidos más a menudo.	Escoja vegetales de color verde oscuro o color naranja, también incluya naranjas en su dieta.	Escoja leche baja en grasa con mayor frecuencia.	Consuma carnes blancas, pollo y pescado, como también lentejas y frijoles.

Fuente: Health Canada. Recomendaciones para dieta balanceada

**Gráfica 5. Guía para una dieta balanceada. Porciones**



Fuente: Health Canada

### **2.2.3 Fuentes de azúcar**

Azúcar es un término que tradicionalmente se utiliza para describir los monosacáridos y los disacáridos. Un producto alimenticio puede contener azúcar natural y/o adicionada, entonces para saber el contenido total de azúcar hay que sumar ambas. El azúcar natural está presente en frutas, leche, vegetales, trigos etc., estos productos también proveen al individuo de otros micro nutrientes, el azúcar adicionado, se encuentra en productos como jugos no naturales, gaseosas, galletas, confites, pasteles.

### **2.2.4 Tipos de productos, sus características y usos.**

La información presentada en esta tabla no se traducirá al español ya que se cree importante que el exportador en Colombia se familiarice con las descripciones en Inglés de los productos, especialmente para cuando tenga solicitudes del cliente y entienda las diferenciaciones que pueden haber en un mismo producto y como se pueden usar distintos nombres para referirse al mismo producto.

**Tabla 21. Descripción en inglés de los tipos de azúcares, características y sus usos en Canadá**

NAME	DESCRIPTION AND USAGE OF THE PRODUCT
Brown Sugar	Also called Golden Yellow Sugar. White moist granulated sugar blended with small quantities of pure sugar syrups selected for colour and taste. Can also be produced from boiling refinery cane syrups until brown sugar crystals form. Used in baked goods, meat glazes, and condiments
Burnt Sugar	Also called Caramelized Sugar. Sugar caramelized by cooking at high temperature. Prepared in specialty items requiring a special flavour and colour (i.e. crème caramel dessert). Not available for purchase, but can be made at home
Caramelized Sugar	See Burnt Sugar
Castor Sugar	Type of sugar sold in parts of Europe and Australia. In Canada, this type of sugar would be sold under the names "Super-fine Sugar", "Fruit Sugar", "Fruit Powder", "Powdered Sugar" or "Instant Dissolving Sugar" - any of these sugars can be used as a substitute in recipes listing castor sugar as an ingredient
Coarse Sugar	Also called Confectioners' Sugar. White granulated sugar having a very large crystal size. Used as a decorative sugar
Confectioners' Sugar	See Coarse Sugar
Demerara-style-Sugar	Very moist granulated sugar having a heavy molasses coating. Used as a specialty item for household baked goods and uses
Decorative Sugar	See Pearl Sugar
Fondant Sugar	See Icing Sugar
Golden Syrup	Also called Refiners' syrup or Refined Sugar Syrup. Table syrup containing sucrose and invert sugar (sucrose broken down into glucose and fructose) Made from selected blended refinery cane syrups, which are thickened by evaporation. Used in recipes or as a syrup topping
Golden Yellow Sugar	See Brown Sugar
Granulated Sugar – white	Types: Coarse Sugar, Sanding Sugar, Medium White Granulated Sugar, Fine White Granulated Sugar, Extra Fine Sugar (or Special Fine Sugar), Superfine Sugar (or Fruit Sugar, Fruit Powder, Powdered Sugar, Instant Dissolving Sugar). Granulated sugars of varying crystal size. General household use. Used in bread, pastries, candy and processed foods. Superfine Sugar is used commercially in powdered preparations and dissolves easily in cold beverages
Icing Sugar	Also called Fondant Sugar and Fondant Icing Sugar. Finely ground granulated sugar. Contains not more than 5% starch or other anti-caking agent (i.e. maltodextrin) to prevent lumping. Used in special glazes/icings for cakes and donuts
Liquid Invertid Sugar	Mixture of glucose and fructose when sucrose is broken down. Mainly used in soft drinks; also used in confectionery, canning and baking. Used by food industry; not available for purchase by consumers

NAME	DESCRIPTION AND USAGE OF THE PRODUCT
Liquid Sugar/Liquid Sucrose	Granulated white sugar dissolved in water. Used in beverages, jams, candy, ice cream, syrups, and cooked fondants (i.e. fudge), Used by food industry; not available for purchase by consumers
Molasses	Not all types of molasses are suitable for food products or cooking, however, those that are packaged and sold in grocery stores meet standards for food use. Beet sugar molasses is not edible, but is used in the manufacturing of yeast, citric acid and cattle feed mixtures
Muscovado sugar	Dry crystal sugar made by crystallization of dark syrups (similar to Demerara) Produced at an early stage of the refining process where not all plant pigments and flavours are removed
Pearl Sugar	Also called Decorative or Sanding Sugar. Lumps of refined sugar particles. Used as a decoration in baking
Plantation Sugar	See Turbinado-style Sugar
Raw Sugar	In the form of dry, brown sugar crystals (the colour being due to the presence of impurities) obtained from the evaporation of clarified sugar cane juices. Imported for processing into refined sugar. This product is not sold to consumers because it does not meet Canadian standards for health and hygiene
Refined Sugar Syrup	See Golden Sugar
Refiners' Syrup	See Golden Sugar
Sanding Sugar	See Pearl Sugar and Granulated Sugar
Turbinado-style Sugar	Also called Plantation Sugar or "Sugar in the Raw". Specialty, semi-refined product - not "raw sugar". Found in restaurants and specialty shops - used for hot beverages and specialty shops, also used for hot beverages.

Fuente: [www.sugar.ca](http://www.sugar.ca)

### 2.2.5 Nichos de interés en el mercado canadiense

El nicho en el que se ven oportunidades inmediatas es el del azúcar refinado para el consumo industrial, especialmente para el que va a la industria del vino y empackado en bolsas de 20 y 40 kilos, se nota algunas oportunidades en el nicho de azucares gourmet o especiales.

Igualmente existen algunas posibilidades en los supermercados o marcas privadas como The Great Atlantic & Pacific Company (A&P) y Mr. Goudas para ofrecer azúcar refinado en 2 kilos y bolsa de papel, esto siempre y cuando los precios sean competitivos. Las empresas refinadoras locales han manifestado su preocupación frente a países como Costa Rica donde ya se tiene un acuerdo comercial que le permite vender bajo el sistema de cuotas algunas toneladas. Las empresas locales perciben que el ingreso de un producto refinado de cualquier parte del mundo les quita automáticamente una porción del mercado, ya

que el mismo está limitado por el número de habitantes que crece establemente afectando directamente las cantidades consumidas.

### **2.3. Características de la demanda**

Canadá se caracteriza por ser un país de consumo permanente, algunos de los productos, y debido a las mismas condiciones climáticas, son consumidos y/o comprados según la temporada o la ocasión. Esto no se aplica de manera notoria en el caso del azúcar. Las siguientes son características generales, las cuales seguramente presentan algunos pequeños cambios cuando se va a los grupos étnicos:

**Tabla 22. Consumo promedio de azúcar por persona de 2 años y más**

CONSUMO DIARIO DE AZÚCAR POR PERSONA de 2 AÑOS O MAYOR EN CANADA *1, 2								
CANADA	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Consumo en gramos por persona/día	61.5	60.0	60.1	61.7	64.7	61.3	62.0	60.5
Porcentaje de Energía *3	12.3	12.0	12.0	12.3	12.9	12.3	12.4	12.1

Fuente: Panfleto, Carbohydrate New, Winter 2004, publicado por Canadian Sugar Institute

\*1: Incluye azúcar refinado, fructuosa de maíz, glucosa, miel, y otras melazas comestibles.

\*2: Estimados por el Canadian Sugar Institute con base en los resultados de la encuesta realizada entre 1994 y 1996 de consumo de alimentos, azúcar y la producción de azúcar en Canadá y Estados Unidos.

- Cuando se mira el volumen de importaciones totales en el país, se afirma que Canadá es el mayor importador per. capita del mundo. En si el comercio internacional que juega un papel importante en el comportamiento de la economía.

**Tabla 23. Balanza comercial de Canadá 2001, 2002, 2003.**

Importaciones y Exportaciones Totales Canadá			
Enero-Diciembre			
Millones de Dólares			
Año	2001	2002	2003
Exportaciones	261,045.8	252,410.4	272,009.4
Importaciones	221,595.1	222,096.3	239,471.1
Balaza comercial	39450.7	30314.0	32538.3

Fuente. Statistics Canada.

- Un mercado **altamente sensible al precio** y una alta exigencia en la calidad. En el caso particular del azúcar en todos los diferentes niveles de documentación encontrado se afirma que Canadá es un proveedor confiable del azúcar de más alta calidad con los precios más bajos del mercado internacional. Ver listado de productos.
- Alto **impacto de las estaciones** en las tendencias del consumo de sus 31 millones de habitantes. Por los efectos que el invierno tiene en el calor del cuerpo, se piensa que el consumo de productos con alto contenido de calorías y derivados del azúcar tienen su mayor consumo durante la época de frío Octubre a Marzo.
- Un mercado con **canales de distribución, promoción y control muy estructurados y especializados**. Existe una definición clara de la concentración del mercado tanto en términos de refinerías como se mencionó anteriormente, así como en los supermercados. Ilustramos la magnitud de este efecto con tres de las cadenas de supermercados o grupo industriales más importantes en el sector.

**WESTON GROUP:** Connors Bros – Connors Seafood – Ready Bake Food – Weston Bakeries - Stroehmann Bakeries – Neilson Dairy – Maplehursts Bakeries – Interbake Foods- Heritage Aquaculture. Atlantic Super Store – Extra Foods- Fortinos - MAXI- Maxi & Co Provigo – The Real Canadian Super Stores Independent - Valu Mart – Loblaws - No frills – Lucky Dollar Food - Dominion (New Foundland), Atlantic Save Easy The Real Canadian Whole Sale Club, Zehrs, IGA. Para información detalla ver página de Internet: [www.weston.ca](http://www.weston.ca)

Como se puede ver este grupo no solo es dueño de supermercado, si no que su portafolio de empresas incluye

empresas de panadería y repostería, lácteos, comida de mar que por supuesto son los mayores proveedores de las cadenas de supermercados.

**SOBEYS:** Action Plus – Boni Choix – Foodland – Food Town – Garden Market IGA – IGA – Knechtel – Kwik Way - Lawtons – Le Deppeneur – Needs – Omni – Price Choppers – Riteway – Sertard - Sobey – Thrifty Foods – Tradition. Para información detalla ver página de Internet: [www.sobeys.com](http://www.sobeys.com)

**METRO:** Ami - Brunet - Clini Plus – Extra – Gem – Les 5 Saisons – Loeb – Metro – Richelieu – Service – SOS Depanneur –Super C. Para información detalla ver página de Internet: [www.metro-richelieu.com](http://www.metro-richelieu.com)

- **Largas distancias** entre los principales centros de distribución (Montreal y Toronto) los centros de consumo. Es por esto que las empresas hace un gran esfuerzo a través de consolidaciones y compras de pequeñas cadenas que trabajan a nivel regional, así logra una mayor participación en el mercado y llegan a todos sus clientes.
- **Tendencias y hábitos de compra.** La población canadiense está concentrada en tres provincias Ontario Québec, British Columbia, con un crecimiento notorio en la provincia de Alberta por su desarrollo en las industrias del petróleo y gas, agrícola y servicios. El canadiense en general (puede no aplicarse a grupos étnicos) conforma familias con un número pequeño de integrantes, sus hábitos de consumo está ligados al área donde vive y a la cercanía de los centros de abastecimiento. Debido a que el azúcar hace parte de los productos de la Canasta familiar este se adquiere durante el tiempo dedicado al “Grocery Shopping” que normalmente es cada 8 días, o en las fechas de pago: semanal, quincenal, o mensual.



**Tabla 24. Comparativo Índices de Población de Canadá 1996 y 2001.**

Population and Dwelling Counts, for Canada, Provinces and Territories, 2001 and 1996 Censuses - 100% Data			
Name	Population		
	2001	1996	% change
Canada †	30,007,094	28,846,761	4
Newfoundland and Labrador	512,930	551,792	-7
Prince Edward Island	135,294	134,557	0.5
Nova Scotia	908,007	909,282	-0.1
New Brunswick	729,498	738,133	-1.2
Quebec †	7,237,479	7,138,795	1.4
Ontario †	11,410,046	10,753,573	6.1
Manitoba †	1,119,583	1,113,898	0.5
Saskatchewan †	978,933	990,237	-1.1
Alberta †	2,974,807	2,696,826	10.3
British Columbia †	3,907,738	3,724,500	4.9
Yukon Territory	28,674	30,766	-6.8
Northwest Territories	37,360	39,672 A	-5.8
Nunavut	26,745	24,730 A	8.1

Fuente: [www12.statcan.ca/english/census01/products/standard/popdwel/Table-PR.cfm?T=1&S=6&O=A](http://www12.statcan.ca/english/census01/products/standard/popdwel/Table-PR.cfm?T=1&S=6&O=A)

### 2.3.1. Demanda de azúcar refinado

El azúcar refinado tiene dos grandes grupos compradores: el industrial y el consumidor de hogar.

El industrial tiene dos divisiones, una son las grandes empresas que importan directamente o compran a las refinadoras locales el azúcar refinado o líquido para sus procesos industriales. El segundo grupo es el de los importadores medianos y pequeños que importan azúcar refinado para re-empacar y vender a nivel de los supermercados o para vender en bolsas de 20 y 40 kilos a las industrias del sector de alimentos.

El consumidor de hogar se ve representado por un intermediario que son las cadenas de supermercados y/o tiendas independientes. Estos Supermercado por efectos de facilidad en el manejo del producto y la facilidad de ordenar localmente pequeños pedidos de reposición compran sus productos directamente a las refinadoras y/o empacadores medianos que han venido ganado un espacio, ofreciéndose como alternativa para empacar bajo la marca del mismo

supermercado o posicionando su propia marca como es el caso de “Mr. Goudas” quien es altamente reconocida en el sector alimenticio ofreciendo productos de excelente calidad a precios muy bajos.

### **2.3.2. Decisión de compra.**

En este aspecto y teniendo en cuenta los canales de distribución la decisión de compra esta determinada así:

- Importadores de azúcar crudo: En estas empresas la decisión es tomada por el director de ‘Trading’. Para Red Path las compras se definen en Toronto, y para Lantic-Rogers, las compras se definen en Montreal.
- Importadores de azúcar refinado: Este negocio es manejado por pequeños importadores localizados en las provincias de British Columbia, Québec, y Ontario. Normalmente en los pequeños importadores la determinación la toma el dueño de la empresa, en los medianos y grandes importadores (Mayoristas) la determinación de compra esta bajo la responsabilidad del ‘Category Manager y/o Buyer’
- Supermercados: La determinación de compra la toma el “Category Manager y/o Buyer”.

Se ha comprobado que los supermercados no están interesados en importar directamente, sin embargo si están abiertos a comprar nuevas marcas como es el caso de Richdale y Mr. Goudas siempre y cuando se les ofrezca precios competitivos y el mismo servicio que ofrecen las refinadoras locales: “ Automatic replenishment” es decir entrega de pedidos pequeños y de acuerdo a movimiento de las ventas en las tiendas.

Con los importadores pequeños existen oportunidades, si el exportador es eficiente en respuesta a las solicitudes de los importadores tales como A & P o Mr. Goudas. Tanto este último como Richdale lograron posicionar sus productos en Wal-mart. Igualmente se han presentado oportunidades con importadores que venden el azúcar refinado para la industria vinícola y otros manufactureros de alimentos.

### **2.4. Planes de gobierno que pueden afectar o favorecer la industria.**

En general puede afirmarse que el Gobierno Federal canadiense es pro-activo en la promoción de las exportaciones e importaciones, esto lo

demuestran los acuerdos comerciales ya sea bilaterales o unilaterales que firma favoreciendo el comercio de Canadá y sus industrias. Dentro de los planes que el actual gobierno tiene están la firma de varios acuerdos comerciales con países donde se percibe un beneficio mutuo de comercio, dentro de las prioridades para el 2004 están:

- **Canada's Market Access Priorities for 2004.-CENTRO AMERICA**
  - Concluir el acuerdo comercial con El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua. Un acuerdo como este seguramente como lo hizo el de Costa Rica, le otorgará beneficios a Guatemala para exportar azúcar refinado con tarifas arancelarias mas bajas, sin embargo también se espera que tenga una cuota límite de ingreso.
- **Canada's Market Access Priorities for 2004-CARICOM**
  - Iniciar negociaciones que busquen la firma de un acuerdo de libre comercio con los países que conforman el grupo CARICOM.
  - Según el BSE finalizar los detalles y arreglos con Bahamas, Jamaica, y Trinidad y Tobago para reiniciar el comercio de carne y otros productos y continuar con las representaciones con otros países del grupo CARICOM para reiniciar el comercio.
- **Canada's Market Access Priorities for 2004 –CUBA**
  - Monitorear El desarrollo de las regulaciones Cubanas que afecten las operaciones y las inversiones extranjeras. Dar consultoría a los exportadores canadienses para el lobby ante el gobierno Cubano.
- **Canada's Market Access Priorities for 2004-REPUBLICA DOMINICANA**
  - Continuar trabajando para lograr un acuerdo de libre comercio con Republica Dominicana.
  - Continuar las representaciones que busquen remover las barreras y medidas arancelarias y para arancelarias que tienen los productos canadienses exportados a Republica Dominicana.

Con relación a Colombia aunque no lo indican como una prioridad para el 2004, se encontró lo siguiente:

En agosto del 2002 Canadá y los países que conforman el Grupo Andino (Bolivia, Colombia, Perú y Venezuela) anunciaron que acordaron

iniciar conversaciones exploratorias para lograr un acuerdo de libre comercio. Representantes de los gobiernos se han reunido en dos ocasiones, la última reunión se llevo a cabo en Ottawa en mayo del 2003 donde se intercambiaron ideas y conceptos generales que envuelve un tratado de libre comercio de esta naturaleza. En noviembre 2002, el Gobierno Canadiense inició el proceso de consulta ante los Gobiernos provinciales y territoriales, los gremios, los empresarios y ciudadanos en general donde se buscan obtener los puntos de vista tanto negativos como positivos y las consecuencias para la economía que un acuerdo comercial de ésta naturaleza. La mayoría de las respuestas han sido positivas, sin embargo se requiere de conversaciones posteriores y aclaratorias antes de definir las fechas de iniciación de las mesas de negociación. Canadá y el Grupo de Países de la Comunidad Andina firmaron un acuerdo de Cooperación de comercio e inversión (TICA) en mayo de 1999<sup>7</sup>.

En general no se encontró literatura sobre algún plan del gobierno específicamente dirigido al desarrollo de la industria azucarera, existe "CANADIAN SUGAR INSTITUTE, cuyo mandato es hacer lobby para proteger y desarrollar planes ante el gobierno federal y provincial, igualmente mantener información actualizada sobre el desarrollo de la industria etc., en las dos visitas que se realizaron a la organización se demostró que la información que manejan no está actualizada o que simplemente no la tienen, por ejemplo impacto de la industria en la economía, producción etc.

---

<sup>7</sup> Fuente: [http://www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac/2004/5\\_04-en.asp?#60](http://www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac/2004/5_04-en.asp?#60)

### **3 ANALISIS DE LA COMPETENCIA**

#### **3.1. Situación actual de la competencia**

Como se ha dejado ver anteriormente, este es un mercado donde la importación de azúcar refinado es mínima, cuando se compara con la cantidad de azúcar crudo que se importa y refina localmente.

Entonces la mayor competencia que tiene el azúcar refinado colombiano es la misma manufactura local, en cuanto al azúcar crudo, los países de competencia son Brasil, Costa Rica, Guatemala, Honduras, Australia.

Las estadísticas adjuntas en este estudio apuntan más a identificar como se puede dimensionar el mercado y perfilar unas estrategias que permitan competir con las refinerías locales o a formar alianzas estratégicas que ayuden a ganar espacios en el azúcar refinado.

En lo que se refiere al azúcar crudo, y debido a las condiciones de cuotas, precios internacionales y políticas de venta internacional que la Sociedad de Comercialización Internacional de Azúcares y Mielles S.A. “CIAMSA” define, la participación Colombiana es prácticamente dirigida y garantizada por esas características, entonces en la mayoría de los casos cualquier incremento o disminución en la participación del Azúcar crudo o refinado Colombia, es un hecho ajeno a la misma demanda del consumidor final.

La competencia local de refinería es bastante fuerte, Canadá llegó a tener 6 refinerías bien establecidas, pero con el tiempo y con miras a mantener una industria saludable y competitiva, la consolidación de la industria se fue dando de tal forma que hoy en día es un negocio manejado por multinacionales como TATE & LYLE, siendo una industria fuerte. Igualmente los efectos de los bajos precios de venta tanto al detal como al nivel industrial han hecho que empresas manufactureras usuarias de azúcares refinados y líquidos como Kraft and Hershey tengan operaciones en Canadá.

Las refinadoras locales han ubicado sus centros de producción y distribución cerca de las grandes ciudades, logrando con esto prestar un

servicio ágil a los clientes y entregas periódicas, evitándoles bodegaje. Los supermercados locales y manufactureros se sirven de esta facilidad, es por esto que es recomendable para la empresa Colombiana tener una bodega en Montreal o Toronto para iniciar su proceso de venta con un servicio local que permita romper el círculo o cadena de distribución a que está acostumbrado el consumidor local.

### **3.2. Información general de las refinerías locales.**

Como se ha mencionado en cuanto al azúcar refinado, la mayor competencia son las refinerías locales<sup>8</sup>, si tenemos en cuenta el volumen de producción y la ubicación estratégica para servir el mercado, podríamos afirmar que el grupo Rogers-Lantic es el refinador de azúcar más importante en Canadá.

- **Lantic:** Como es conocida hoy, inicio sus operaciones bajo el nombre de “Acadia Sugar Refining Co”, quien a su vez fue formada de tres pequeñas refinerías que operaban en Nova Scotia, Canadá. En Enero del 2003, la empresa Rogers Sugar adquirió 35.5 millones de acciones de la empresa Lantic, dándoles a ambas una posición ventajosa en el mercado., tanto a nivel de producción como de posición geográfica. En sus inicios la capacidad productiva de la empresa fue de 50 mil toneladas métricas, hoy por hoy su capacidad productiva es de **440 mil toneladas** métricas en un turno de operación. Esta opera en el Este de Canadá y el 75% de su producción esta destinada al consumo industrial; Panadería y Reposterías, Lácteos y Confitería. La oficina central esta localizada en Montreal, pero para lograr una mejor eficiencia, mejor servicio y corto tiempo de respuesta a los pedidos de los clientes, se tiene un centro de distribución y ventas en Toronto donde se mantiene almacenamiento de azúcar refinado y liquido.

Para información detallada sobre estados financieros, productos etc. ver [www.lantic.ca](http://www.lantic.ca)

- **Rogers Sugar:** La empresa inició sus operaciones en 1890 y ubicó su operación estratégicamente en Vancouver, ya que

---

<sup>8</sup> Estas mismas empresas son a su vez los mayores clientes potenciales para azúcar crudo.

importa el azúcar crudo desde el Oriente. Igualmente tuvo refinería en Winnipeg la cual fue cerrada en 1997 debido al acceso restringido que se tiene en Estados Unidos.

Rogers Sugar tiene dos refinerías, una enfocada a la refinación de azúcar a base de Caña localizada en Vancouver y la segunda ubicada en Taber, Alberta donde se procesa azúcar a base de remolacha. Todos los productos son mercadeados bajo la marca Rogers y se ofrece azúcar granulado, en polvo, cubos, azúcares morena, líquido., gourmet, y melazas y pulpa que son vendidas para el consumo animal.

La planta de Taber produce unas **150 mil toneladas** métricas al año, esta producción esta apoyada por 400 pequeñas y medianas fincas cultivadoras de remolacha en un espacio físico de unos 45 mil acres, adicionalmente la planta de Vancouver produce 240 mil toneladas métricas al año.

Estas dos empresas; Lantic y Rogers venden un promedio de **650 mil toneladas métricas** al año es decir más del 50 por ciento del total de la producción total local de azúcar. La cual se ofrece en paquetes de 2,4, 10,20, 40 y 1000 kilogramos y azúcar líquido en camiones tipo abastecedores de tanque. Su centro de compra está centralizado en Lantic quien define las políticas y lugar de donde se importará el azúcar crudo.

Para información detallada sobre la empresa, estados financieros, productos etc., ver [www.rogerssugar.com](http://www.rogerssugar.com)

- **Redpath:** Esta empresa fue fundada por John Redpath, e inició sus operaciones bajo el nombre de “The Canada Sugar Refining Co. Ltd” en Montreal en 1854. En 1930 la empresa se fusionó con The Dominion Sugar Company of Chatham de Ontario con plantas en las ciudades de Wallaceburg y Chatham y su producción era a base de remolacha. En 1959 volvieron a tomar el nombre de Redpath y abrieron operación y desde 1980 consolidaron toda la operación en Toronto donde hoy aún existe la refinería. Sus ventas están más enfocadas hacia el sector industrial. La producción de remolacha esta totalmente centrada en el Oeste de Canadá, esto ha hecho que la empresa tenga que importar azúcar crudo para refinar y procesar para mantener su participación en el mercado. Actualmente refina unas 660 mil toneladas métricas al año y unas 25 mil toneladas métricas de melazas.

Los productos son mercadeados bajo la marca Redpath en todo el territorio canadiense, actualmente se ofrecen las tradicionales bolsas de papel de 1 y 2 kilos para el consumo del hogar, a nivel de la industria de la comida se ofrece bolsitas individuales y par el sector industrial bolsas de 20, 40, bultos para el consumo de las grades industrias y tanques de azúcar liquido.

Esta empresa que pertenece al grupo Tate & Lyle, tienen su oficina central en Toronto y un centro de distribución y ventas en Montreal.

Información detallada de la empresa se encuentra disponible en [www.redpathsugars.com](http://www.redpathsugars.com).

### **3.3. Productos Sustitutos.**

El azúcar como alimento y/o endulzante puede ser sustituido por miel, panela, maple syrup y otros productos naturales y/o químicos. En la comunidad canadiense el uso de endulzantes artificiales ha venido ganando un espacio y aceptación para una dieta baja en calorías, sin embargo como se manifiesta en el documento publicado en [www.strategis.gc.ca](http://www.strategis.gc.ca) bajo el título de “Industry Definition Sugar Manufacturing”, los endulzantes químicos no tienen las características de textura, cristalización y acidez que son necesarios tanto en aplicaciones alimenticias, al igual que industriales.

Entre los productos existentes que compiten con el azúcar a nivel de endulzante y prácticamente para el uso domestico están: La miel de abejas, el “Maple Syrup”, el azúcar morena, “Sorghum”, “Corn syrup” y los endulzante como “Edulcorant Hypocalorique” y Splenda entre otros. En la entrevista con Emmy-Miller Ruisco, se manifestó que en ningún momento esto ha disminuido el consumo de azúcar refinado, pero si ha abastecido la necesidad de un nicho que requería un producto mas bajo en calorías.

Respecto a azucares diferentes al tradicional, la competencia está enfocada hacia la variedad de productos, tanto en sus características de sabor e ingredientes , como en presentación. De esta manera el mercado cuenta con tipos de azúcar morena, hasta gourmet y orgánico.





Fuente: [www.rogerssugar.com/products/specialty](http://www.rogerssugar.com/products/specialty)

Como se observa en la foto superior la oferta de azúcares especiales por parte de las empresas Lantic y Rogers cuenta con azúcar morena en cubos y orgánico en un empaque tipo caja dispensadora

### 3.3.1. Miel de maple

La miel de maple es muy utilizada en Canada y es considerada como un producto tradicional. Esta es extraída del árbol de Maple y bajo un proceso de ebullición se logra un liquido viscoso que sirve como endulzante y como una especie de mermelada liquida para colocar sobre los panes y los pancakes. La miel de maple fue explotada por las diferentes tribus indígenas en Canadá, hoy por hoy su producción industrial está concentrada en las provincias de Québec, Ontario y las provincias marítimas. La demanda de la miel de maple es mas alta que la oferta y sus precios son elevados comparados con otros endulzantes. La miel de maple tiene diferentes presentaciones y se clasifica por su color, sabor y uso.

**Tabla 25. Clasificación de la miel de maple.**

Clasificación de miel de maple según su color , sabor y usos		
Canada #1		
Color	Sabor	Usos
Extra Light (Extra claro)	Muy delicado	Pancakes, waffles
Light (Claro)	Sabor delicado	Tostadas francesas, cubierta de postres, cereales al desayuno
Medium (Medio)	Sabor medio	Acaramelado; endulzante o postre por si solo
Canada #2		
Amber	Fuerte	Repostería, saborizante
Ontario Amber	Fuerte	Cualquiera anterior

Fuente: [www.ontariomaple.com](http://www.ontariomaple.com)



Fuente: [www.edsmith.com](http://www.edsmith.com) y [www.labontehoney.com/eng/frame.html](http://www.labontehoney.com/eng/frame.html)

### 3.3.2. Miel de abejas

En Canadá existen unos 140 apiarios registrados en el consejo de miel de abejas. Pero según la misma asociación existen más de 11.700 apiarios ya sea de medio tiempo o que llevan sus actividades como un hobby. La producción anual de miel de abeja esta alrededor de unas 42 mil toneladas métricas y está concentrada en las provincias de Alberta, Saskatchewan y Manitoba. La oferta de los productos que van al consumo final a través de los supermercados está sectorizada por regiones y marcas, por ejemplo se ve un dominio en el mercado en Ontario por la marca Billy Bee, igualmente Labonté domina en Québec y las provincias del Atlántico, y Beemaid en Alberta y British Columbia. El

consumo de la miel de abeja se ve como un endulzante saludable y natural, algunos cafés la ofrecen como una alternativa al azúcar granulado y a los azúcares dietéticos. Los supermercados ofrecen sus propias marcas, por ejemplo el grupo Weston Loblaw ofrece su No-Name, el grupo de Atlantic and Pacific (A&P) ofrecen su marca equality.<sup>9</sup>



Fuente: <http://www.beemaid.com/alberta/alberta.htm> , [www.labontehoney.com](http://www.labontehoney.com), [www.billybee.com](http://www.billybee.com)

### 3.3.3. Otros sustitutos<sup>10</sup>

#### Sucralosa (SPLENDA)

Endulzante bajo en calorías el cual tiene las propiedades del azúcar refinado en sabor y uso, sin embargo se dice que puede ser usado por los diabéticos sin tener los efectos del azúcar. Cuando se compara sus precios con los del azúcar estos son altos, una caja de 100 sobres de porción individual tiene un costo de Cad\$ 6.99. Este producto proviene de la Sucrosa y tiene una estructura molecular similar a otros



Fuente: [www.westons.com](http://www.westons.com)

<sup>9</sup> <http://www.agr.gc.ca/misb/hort/honey.html>

<sup>10</sup> Información detallada: [www.calgaryhealthregion.ca/hlthconn/items/sugar.htm](http://www.calgaryhealthregion.ca/hlthconn/items/sugar.htm) - [www.alwaysyourchoice.com/ayc/nutrition/diet\\_weight/sugar\\_substitutes.php](http://www.alwaysyourchoice.com/ayc/nutrition/diet_weight/sugar_substitutes.php)

endulzantes, este no es absorbido por el cuerpo y se dice que es 600 veces más endulzante que el azúcar, igualmente no genera caries.

**SPLENDA\* Information Centre**

McNeil Consumer Healthcare  
890 Woodlawn Road West  
Guelph, Ontario N1K 1A5  
Teléfono: 1 800 561-0070

**Aspartame**

Las marcas que ofrecen este producto son Nutrasweet, Equal, Sugar Twin, Sweet'n' low, normalmente con una presentación en sobres individuales y en cajas de 100 sobres con un precio promedio entre Cad\$ 2.99 y Cad\$ 3.99, igualmente la marca Sugar Twin ofrece el producto en presentación líquida en frasco plástico con dispensador de gotas y en 200ml. a Cad\$ 3.99. Se dice que el Aspartame es 200 veces más endulzante que el azúcar y por esta razón las cantidades requeridas para endulzar los alimentos y/o bebidas son pequeñas.

**Cyclamates**

Este endulzante es presentado bajo las marcas Sucaryl, Sugar Twin en cajas y sobres amarillos, y Sweet'n' low en sobres y cajas color rosado.

**Saccharin**

Conocido en el mercado con el nombre de hermesetas y vienen en presentación de pequeñas pastillas.

**3.4. Productos existentes en el mercado**

Existen aproximadamente 80 productos en el mercado que se diferencian tanto en empaque, tamaño como características del azúcar.

Las empresas se han visto envueltas en la guerra de los puntos de venta que buscan ofrecer mas variedad a sus clientes. La mayoría de los supermercados han empezado a buscar mejores ingresos y posicionamiento a través de sus programas de marcas propias, lo que puede generar una oportunidad al exportador colombiano que tenga la capacidad de desarrollar estas marcas para los supermercados o para los importadores. De esta manera podría abrirse un espacio nuevo y no solo competir en azúcares especiales o azúcares para el mercado étnicos.

Por ejemplo; Walmart ha entrado fuerte al mercado y ha iniciado su venta de productos alimenticios, en azúcar ofrece dos marcas Mr. Goudas una de las más agresivas en precios, igualmente ofrece un producto con un empaque novedoso y a bajo precio cuando se compara con productos del mismo peso.

Se nota es que existe una diferenciación de precios dentro de un mismo producto y marca dependiendo del tipo de supermercado en el cual se este vendiendo el producto, igualmente y por la marca ofrecida se nota el dominio particular de una de las tres empresas refinadoras existentes en el mercado. Ver tabla siguiente que ilustra dicho fenómeno.

**Tabla 26. Cuadro comparativo de precios de venta azúcar refinada en bolsa de papel 2 kilos**

AZUCAR REFINADA						
MANUFACTURERO Y MARCA	ORIGEN	PESO	PRECIO CAD\$	PRESENTACION	EMPAQUE	CANAL VENTA
RICH DALE-Upper Canada Mall	Importada y empacada en Ontario por	2Kilos	1.93	Refinada	Caja Lechera Cartón	Walmart Canada
Mr. Goudas-Goudas Food Products	Importada y empacada en Ontario para	2Kilos	1.77	Refinada	Bolsa Papel	Walmart Canada
Lantic-Lantic	Montreal	2Kilos	2.19	Refinada	Bolsa Papel	No Frills
Red-Path RedPath	Montreal	2Kilos	1.99	Refinada	Bolsa papel	Dominion
Red-Path RedPath	Montreal	2Kilos	1.99	Refinada	Bolsa de Papel	Loblaws
Lantic-Lantic	Ontario	2Kilos	2.29	Refinada	Bolsa de Papel	Loblaws

Fuente: Estudio de campo

**Tabla 27. Variedades de azúcar en punto de venta**

AZUCARES Y MELAZAS						
MANUFACTURERO Y MARCA	ORIGEN	PESO	PRECIO CAD\$	PRESENTACION	EMPAQUE	CANAL VENTA
RICH DALE-Upper Canada Mall	Importada y empacada en Ontario por	2Kilos	1.93	Refinada	Caja Lechera Cartón	Walmart Canada
Mr. Gouda-Goudas Food Products	Importada y empacada en Ontario para	2Kilos	1.77	Refinada	Bolsa Papel	Walmart Canada
Lantic-Lantic	Montreal	2Kilos	2.19	Refinada	Bolsa Papel	No Frills
Lantic-Lantic	Montreal	500gr	1.29	Cubos	Caja Cartón	No Frills
Lantic-Lantic	Montreal	500gr	1.69	Pulverizada	Bolsa plástica Caja Cartón	No Frills
Lantic-Lantic	Montreal	1Kilo	1.89	Azúcar para decorado	Bolsa plástica	No Frills
Cassonade-Lantic	Montreal	1Kilo	1.97	Morena oscura	Bolsa plástica	No Frills
Cassonade-Lantic	Montreal	1Kilo	1.97	Morena clara	Bolsa plástica	No Frills
Lantic-free flowing	Montreal	4.50gr	2.27	Morena	Bolsa Aséptica	No Frills
Rogers-Rogers	Vancouver	1Kilo	2.67	Azúcar Morena Demerara	Bolsa Plástica	No Frills
Red-Path RedPath	Montreal	2Kilos	1.99	Refinada	Bolsa papel	Dominion
Red-Path RedPath	Montreal	500gr	1.89	Cubos	Caja Cartón	Dominion
Red-Path Cassonade	Montreal	1Kilo	2.19	Granulada	Bolsa plástica	Dominion
Red-Path Cassonade	Montreal	1Kilo	2.19	Granulada	Bolsa plástica	Dominion
Red-Path RedPath	Montreal	1Kilo	2.97	Azúcar Morena Demerara	Bolsa plástica	Dominion
Red-Path- Red Path	Montreal	2Kilos	3.99	Morena clara	Bolsa plástica	Dominion
Red-Path- Red Path	Montreal	500 gr.	2.29	Azúcar refinado	Bolsita papel/bolsa plástica	Dominion
Red-Path- Fruit Powder	Montreal	500gr	2.19	azúcar en polvo	Bolsa plástica	Dominion
Red-Path RedPath	Montreal	1Kilo	2.39	Azúcar decorativo	Bolsa Plástica	Dominion
Red-Path RedPath	Montreal	500gr	1.59	Azúcar decorativo	Bolsa plástica	Dominion
Tate-Lyle Tate-Lyle	Inglaterra	500gr	3.89	Morena Demerara/Cubos	Caja Cartón	Dominion
RICH DALE-Rich Dale Sugar Corporation	Ontario	500gr	2.49	Morena Demerara	Caja Cartón Lechera	Dominion
Red-Path RedPath	Montreal	2Kilos	1.99	Refinada	Bolsa de Papel	Loblaws
Lantic-Lantic	Ontario	2Kilos	2.29	Refinada	Bolsa de Papel	Loblaws
President Choice- Orgánica	Importada por Loblaws Montreal / Calgary	900gr	2.99	Refinada	Caja Cartón lechera	Loblaws
Lantic-Lantic	Montreal	900gr	1.99	Granulada	Caja Cartón lechera	Loblaws
Lantic-Lantic	Montreal	500gr	2.39	Pulverizada	Bolsa plástica-Caja	Loblaws
Lantic-Lantic	Montreal	500gr	1.89	Cubos	Caja Cartón	Loblaws
Lantic-Lantic	Montreal	2Kilos	3.99	Morena Oscura	Bolsa Plástica	Loblaws
Lantic-Lantic	Montreal	500gr	2.39	Refinada Blanca	Bolsitas individuales	Loblaws

					-Bolsa Plástica	
Tate-Lyle Tate-Lyle	England	500gr	3.99	Morena Demerara/Cubos	Caja de Cartón	Loblaws
CEDAR-Produits Phoenicia Products Ltd.	Importada por Montreal	900gr	1.59	Refinada en Cubos	Caja Cartón/Pap el Celofán	Loblaws
Rock Sugar-Yellow Lump	China	400gr	0.99	Sucre En Roche	Caja de Cartón	Loblaws
Lantic-Cassonade	Montreal	2Kilos	3.99	Morena clara	Bolsa plástica	Loblaws
Lantic-Cassonade	Montreal	1Kilo	2.19	Morena Clara	Bolsa plástica	Loblaws
Rogers-Demerara	Vancouver	1Kilo	2.99	Morena oscura	Bolsa Plástica	Loblaws
Lantic-Muscovado	Montreal	450gr	3.29	Morena oscura-Exótica	Bolsa Fina-Especial	Loblaws
Lantic-Sucre Plantation Raw	Montreal	450gr	2.69	Morena clara	Bolsa Fina-Especial	Loblaws
Lantic-Sucre Plantation Raw	Montreal	500gr	2.49	Morena Cubos	Caja Cartón	Loblaws
Splenda-McNeil	USA	110gr	5.79	En polvo	Cartón	Dominion
Splenda-McNeil	USA	110gr	6.19	Polvo-100 Sobres	Cartón	Dominion

Fuente: Estudio de campo

Se puede confirmar que Canadá tiene unos precios estables en la oferta de azúcar al consumidor final, comparando con un estudio anterior que realizó Proexport “Perfil Sectorial del azúcar”, se encontró que los precios se han mantenido estables en el mercado. Lo que si se nota es una mayor oferta en la variedad de productos y empresas locales y extranjeras participando en nichos específicos como lo hace Cedar y Tate & Lyle con azúcar morena en cubos o la empresa Zhongshan de la China con azúcar en piedra para el consumo de la comunidad étnica en Canadá

**Tabla 28. Variedad de melazas en punto de venta**

MELAZAS						
MANUFACTURERO Y MARCA	ORIGEN	PESO	PRECIO CAD\$	PRESENTACIÓN	EMPAQUE	CANAL VENTA
Grandma Food Products Ltd-Grandma	New Brunswick	675 Gr	2.79	Liquida Concentrada-Fancy	Caja dispensador lechera	Loblaws
Crosby's Mollasses Co	New Brunswick	675gr	2.39	Liquida Concentrada-Cooking	Caja dispensador lechera	Loblaws
Grandma Food Products Ltd-Grandma	New Brunswick	675 Gr	2.27	Liquida Concentrada Fancy	Caja dispensador lechera	No-frills
Crosby;s Mollasses Co	New Brunswick	675gr	1.77	Liquida Concentrada-Cooking	Caja dispensador lechera	No-frills
Grandma Food Products Ltd-Grandma	New Brunswick	1K	3.39	Liquida Concentrada-Cooking	Caja dispensador lechera	Dominion
Crosby's Mollasses Co	New Brunswick	675gr	2.79	Liquida concentrada fancy	Caja dispensador lechera	Dominion
Crosby's Mollasses Co	New Brunswick	675gr	1.99	Liquida concentrada cooking	Caja dispensador lechera	Dominion

Fuente: Estudio de campo

### 3.5. Ilustración fotográfica de los productos en supermercados y tiendas

A continuación se presentan material fotográfico de los productos encontrados en los puntos de venta e información sobre las empresas.



### Rogers Sugar Fund.



Fuente: [www.rogerssugar.com](http://www.rogerssugar.com)

### Lantic Sugar Ltd.



Fuente: [www.lantic.ca](http://www.lantic.ca)



Fuente: [www.lantic.ca](http://www.lantic.ca)

**Redpath (TATE & LYLE)**  
Tate & Lyle –Thames Refinery  
Silverstown, London. UK. E16 2EW



Fuente: Foto tomada por investigador

**REDPATH-TATE & LYLE GROUP**  
95 Queen's Quay East  
Toronto, On M5E 1A3  
Teléfono: (416) 366 3561  
E-mail: [ermillar@redpathsugar.com](mailto:ermillar@redpathsugar.com)



**REDPATH SUGARS - TORONTO, ON**

Fuente: Canadian Sugar Industry brochure

**Produits PHOENICIA Products Inc.**  
2605 Pittfield, Ville Saint Laurent. H4S 1T2  
Teléfono:(514) 389 6363. Fax: (514) 389 6017  
E-mail: [phoenmtl@phoeniciaproducts.ca](mailto:phoenmtl@phoeniciaproducts.ca)  
[www.phoeniciaproducts.com](http://www.phoeniciaproducts.com)



Fuente: Foto tomada por investigador

**GOUDAS FOODS PRODUCTS**  
241 Snidercroft Road,  
Concord, ON L4K 2J8  
Teléfono (905) 660 3232  
E-Mail; [Goudas@bellnet.ca](mailto:Goudas@bellnet.ca)  
[www.goudasfoods.com](http://www.goudasfoods.com),  
[www.flyermall.com](http://www.flyermall.com)



Fuente: Foto tomada por investigador

**PRESIDENT'S CHOICE**  
(MARCA REGISTRADA DEL GRUPO LOBLAWS.)  
22 St. Claire Avenue East  
Toronto, On M4T 2S5  
Contacto: Godfredy Salazar  
E-mail: [gsalazar@ngco.com](mailto:gsalazar@ngco.com)



Fuente: Foto tomada por investigador

**IMPORTADA POR UPPER CANADA MALT. CO**  
RICHDALE.  
Burlington, Ontario



Fuente: Foto tomada por investigador

**Crosby Molasses Company Limited.**  
P.O. Box 2240. Saint John. N.B. E2L  
3V4  
Teléfono: (506) 634-7515.  
Fax: (506) 634-1724  
E mail: [feedback@crosbys.com](mailto:feedback@crosbys.com)  
Web: [www.crosbys.com](http://www.crosbys.com)



Fuente: Foto tomada por investigador

### **3.6. Estrategia publicitaria de la competencia**

La publicidad del azúcar que va dirigida hacia el consumidor final es muy poca, se encuentran cupones de descuento en los catálogos de los supermercados, estos sacan una revista en papel periódico cada quince días con una rebaja o una oferta especial. Cuando un proveedor desea promover su producto en este panfleto debe pagar por dicho servicio.

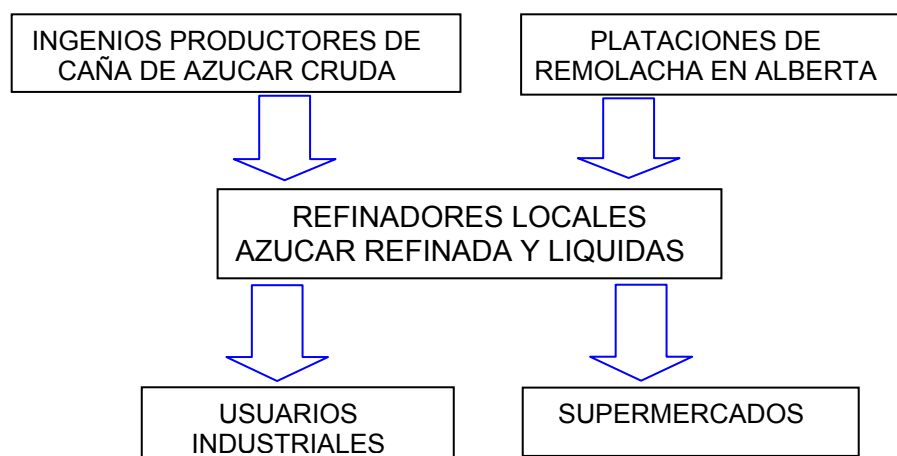
Pero en general el azúcar refinado que normalmente se compra en los supermercados no es promovido u ofrecido de una manera especial ya que es un producto que se considera parte de la canasta familiar.

En cuanto a productos sustitutos últimamente “splenda” se esta tratando de posicionar como un sustituto del azúcar refinado que ayuda disminuir el consumo de calorías, de esta manera tiene una campaña televisiva de promoción.

## 4 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Los canales de distribución del azúcar en Canadá son sencillos y fáciles de identificar ya que la industria no se encuentra muy dispersa y esta controlada por tres grades refinadores.

### 4.1. Canales de distribución de azúcar crudo en Canadá



Debido a la situación de la industria en términos de dólares este es el canal que mueve el mayor volumen de producto tanto a nivel de importación de azúcares crudos como a nivel de la venta de azúcar refinado. Como se ha mencionado anteriormente las tres empresas refinadoras tienen sus centros de manufactura y distribución estratégicamente ubicados en las provincias más importantes: Alberta, British Columbia, Ontario y Québec.

En los supermercados se nota el dominio amplio de las marcas Lantic, Rogers y Red Path. De esta manera el canal de entrada para azúcar crudo no tiene un nivel diferente al de las refinadoras.



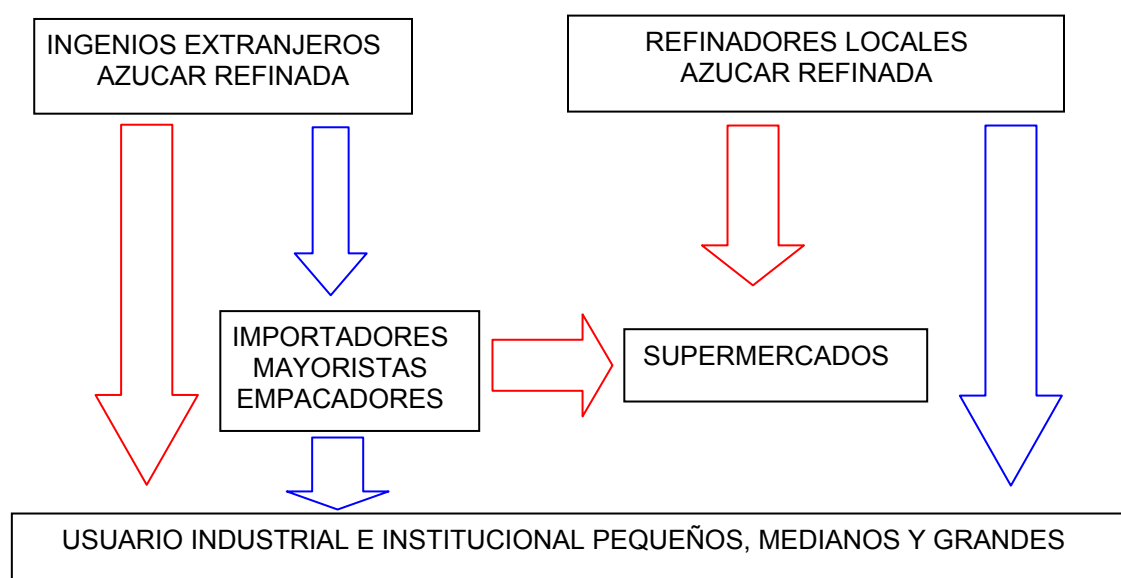
#### **4.2. Temporadas de compra del azúcar crudo**

Debido a que Lantic y Redpath están ubicados cerca de un puerto marítimo, Montreal y Toronto respectivamente y por los efectos de la congelación del Lago Ontario y del Río Saint Lawrence en la temporada de invierno, las empresas se ven obligadas a comprar con anticipación azúcar crudo y tenerla almacenada para los meses de diciembre a marzo. Esto ha generado que se prefiera tener negocios con empresas que firmen contratos de proveeduría por dos años. Lo anterior tiene sus efectos para ambos comprador y vendedor con relación al aumento y/o baja de los precios en el mercado internacional. Debido a que este es un producto que se maneja a través del valor en la bolsa en New York, no hay unas fechas especiales de compra o de temporada, como lo afirma La directora de comercio Señora Emmy Millar-Ruisco de la empresa Red Path.

#### **4.3. Términos de pago de azúcar crudo.**

Normalmente se extiende una carta de crédito a la vista, se han visto casos que se requieren pagos por anticipado.

#### **4.4. Canales de distribución de azúcar refinado en Canadá.**



Este canal de distribución tiene su centro de apoyo en el consumidor del hogar y en el industrial. El consumo de hogar adquiere sus productos en el supermercado de su gusto y el industrial en la refinería que ofrezca las mejores ventajas como ubicación y precio.

En general se percibe en los documentos encontrados y estadísticas que el volumen del negocio en términos de toneladas y dólares está en el azúcar refinado, especialmente en el destinado al sector manufacturero de alimentos, es allí donde Colombia debe hacer un esfuerzo para ingresar, aunque terminaría siendo competencia de sus clientes más importantes: las refinadoras locales.

#### **4.5. Supermercados y tiendas más importantes.**

En el caso del azúcar refinado para consumo en el hogar, el canal de distribución más importante frente al consumidor final es el representado por los supermercados y tiendas de alimentos.

Es importante mencionar que al momento los supermercados no están importando directamente azúcar refinado, los productos diferentes a los que ofrecen de Lantic, Rogers y/o Red Path, son importados y en algunos casos re-empacados por pequeños importadores locales. Estos productos son normalmente en el nicho de “specialty sugar” y están dirigidos a una comunidad o uso específico, excepto Wal-Mart Canadá quien está utilizando dos importadores locales, Mr. Goudas y Richdale.

De esta manera los supermercados son sin duda el canal de distribución a abordar para productos terminados, sin embargo el exportador colombiano debe pasar generalmente por un importador/distribuidor para alcanzar este segmento.

También cada súper mercado tiene su marca propia de azúcar que generalmente es empacada por las refinerías importantes, pero que podría ser un nicho a explorar por los exportadores.

Dado que los supermercados son el canal que alcanza un mayor volumen de ventas de los productos de interés, a continuación se hace un análisis de las principales cadenas en Canadá.

Es importante resaltar que una forma de llegar directamente a los supermercados es ofreciendo productos diferenciales y el servicio de tener una bodega local desde donde se puedan hacer despachos semanales, la Sociedad de Comercialización Internacional de azúcares y Mieles S.A. "CIAMSA" probablemente y debido a que es la organización que representa las exportaciones de los ingenios Colombianos podría abrir su propia operación en Ontario y/o Montreal.

**Tabla 29: Ventas en Supermercado Canadá, 2002**

	<b>Ventas</b>	<b>Participación</b>
Ventas en supermercado	58,191	78.0
Productos comestibles en otros canales	16,409	22.0
<b>Total</b>	<b>74,600</b>	<b>100.0</b>
<b>Loblaw</b>	23,894	32.0
<b>Sobeys</b>	10,960	14.7
<b>Safeway</b>	5,492	7.4
<b>Metro</b>	5,201	7.0
<b>Overwaitea</b>	2,380	3.2
<b>A&amp;P</b>	4,400	5.9
<b>C-Store</b>	3,250	4.4
<b>Costco Food</b>	3,550	4.8
<b>Drug</b>	2,659	3.6
<b>Wal-Mart</b>	2,758	3.7
<b>Co-Op</b>	2,667	3.6
<b>Other Mass Merchandisers</b>	494	0.7
<b>Commisso Wholesale</b>	757	1.0
<b>Hy Louie</b>	595	0.8
<b>North West Co.</b>	333	0.4
<b>Commisso's Food Markets</b>	466	0.6
<b>Thrifty Foods</b>	374	0.5
<b>T&amp;T Foods</b>	170	0.2
<b>Otros/ Independientes</b>	4,200	5.6

Fuente: Canadian Grocer. Cifras en millones de dólares canadienses.



#### 4.5.1. THE GREAT ATLANTIC AND PACIFIC CO. (A & P)

[www.freshobsessed.com](http://www.freshobsessed.com)

[www.aptea.com](http://www.aptea.com)



Fuente: [www.freshobsessed.com](http://www.freshobsessed.com)

Desde 1927 en Canadá , A&P ha llevado a la industria de los supermercados un servicio personalizado, con una mercancía de alta calidad y precios con grandes descuentos. A&P está funcionando tanto en Estados Unidos como en Canadá. En Canadá cuenta con aproximadamente 200 tiendas localizadas en Ontario, con 4 centros de distribución en la misma provincia.

Tiene servicios "on-line" donde su red de afiliados cada día buscan nuevas formas de proporcionar un valor agregado a sus clientes. Con estas organizaciones en línea se ofrecen varias reducciones en los costos y tiempo.

A &P cuenta con las siguientes divisiones de supermercados:

- A & P
- DOMINION
- ULTRA FOOD & DRUG
- FOOD BASICS
- THE BARN

#### **Marcas privadas:**

Master Choice, ,Equality, Body Basics ,Basics for Less y Eight O'Clock Coffee.

#### **Número y localización de sus tiendas:**

- 92 A&P: Ontario
- 54 Dominion: Ontario
- 85 Food Basics: Ontario
- 9 Ultra Food & Drug: Ontario
- 8 The Barn

### **Política de compra:**

Desde la casa matriz en Etobicoke, se dividen por productos así:  
No Perecederos, frutas y verduras frescas y carne y pescados, entre otros. La central es A & P y cualquier producto que se desee vender bajo las marcas de ellos debe ser aprobado en casa matriz. Los supermercados tienen sus propios gerentes de línea para definir compras. Sin embargo para azúcar lo recomendable es contactar A & P.

### **Contactos:**

Mr. Domic Calce  
Vicepresident, Category Manager  
Teléfono: (416) 234 6916  
e-mail: [calced@aptea.com](mailto:calced@aptea.com)

Mr. Frank Dunn  
Food Basics Store Marketing  
Teléfono: (416) 234 6184  
e-mail: [frankd@aptea.com](mailto:frankd@aptea.com)

Dirección:  
5559 Dundas St. West.  
Etobicoke ON. M9b 1B9

#### **4.5.2. CANADA SAFEWAY LIMITED<sup>11</sup>**

[www.safeway.com](http://www.safeway.com)



Fuente: [www.safeway.com](http://www.safeway.com)

Safeway fue creada en Estados Unidos y ahora cuenta con supermercados en Canadá, localizados particularmente en la zona

---

<sup>11</sup> Para mas información de como ser proveedor de este supermercado referirse a este documento:  
[http://www.safeway.com/suppliers/canada/pdf/CanadaSafewayHandbook\\_1.7.pdf](http://www.safeway.com/suppliers/canada/pdf/CanadaSafewayHandbook_1.7.pdf)

oeste del país. En Estados Unidos opera con diferentes divisiones de supermercados, pero en Canadá solo opera bajo Safeway.

La clave del éxito de Safeway ha sido la introducción de uno de los programas más extensos de marcas privadas de Estados Unidos. Los clientes de Safeway pueden elegir entre más de 2.500 productos de sus marcas incluyendo Safeway, Alfalfa y Ms. Wright. Esta última es una división de Safeway, Inc., Pleasanton, California.

### **Número y localización de sus tiendas:**

En total de 1812 supermercados hay 217 supermercados distribuidos en las diferentes provincias del Canadá así:

- 75 en British Columbia
- 86 en Alberta
- 56 en Winnipeg

### **Marcas privadas:**

Empress, Safeway, Cragmont, Tom House, Taste Tells, Lucerne, Bel-air, Edwards, Skylark, Stonehedge, Truly Fine, Nature's Blend, Mrs. Wright's Select.

Esta cadena de supermercados ofrece unos 2.500 productos bajo sus diferentes marcas privadas, además 1.250 productos se ofrecen bajo la marca más representativa de este supermercado: Select.

### **Política de compra:**

Compran a través de su oficina de comercial ubicada en la ciudad de Calgary.

### **Contactos:**

Mr. C. Mulvenna  
Vicepresidente de Operaciones Retail  
Teléfono: (403) 730 3500

Mr. Ian Livers  
Information Standards Manager  
Teléfono: (403) 730 3593  
Fax: (403) 730 3912

e-mail: [ianlievers@safeway.com](mailto:ianlievers@safeway.com)

Dirección  
1020-64th Avenue NE  
Calgary, AB T2E 7V8

#### **4.5.3. GEORGE WESTON LIMITED**

[www.weston.ca](http://www.weston.ca)

George Weston es una compañía canadiense fundada en 1882 y es considerada como una de las empresas mas grandes de procesamiento y distribución de comida.

- Weston Foods: Transformación de alimentos, panadería y galletería, lácteos.
- Food Distribution: Distribución de alimentos
- Fisheries: Pescados

El grupo George Weston usa azúcar refinado tanto para sus puntos de venta, como nivel industrial para todas sus empresas de manufactura de alimentos.

Para efectos de este estudio nos concentraremos en el segmento de distribución de comidas (Food Distribution) operado por Loblaw Companies.

##### **4.5.3.1. LOBLAWS COMPANIES LIMITED**

[www.loblaw.com](http://www.loblaw.com)



Fuente: [www.loblaw.com](http://www.loblaw.com)

Loblaw, es el distribuidor de comidas mas grande de Canadá, a su vez conforma el grupo de supermercados más amplio del país y genera empleo en el sector privado con más de 126.000 empleados a tiempo completo y parcial.

Generó ventas por US \$17.98 billones<sup>12</sup> año corrido a Enero 3, 2004, las cuales fueron 9.3% superiores en comparación con el periodo

---

<sup>12</sup> En el 2003 1CD\$= US\$0.7135 - Bank of Canada, Exchange rates. Annual Averages-  
<http://www.bankofcanada.ca/en/exchange.htm>

anterior y que a su vez generaron utilidades netas de CD \$845 millones a enero 3, 2004.

Su objetivo es ofrecer al consumidor todo lo que necesita “bajo el mismo techo” y continuamente aplica un programa de inversiones a cada una de sus tiendas.

Loblaw companies cuenta con las siguientes divisiones de supermercados:

- LOBLAWS: [www.loblaws.ca](http://www.loblaws.ca)
- ATLANTIC SAVEEASY
- ATLANTIC SUPERSTORE: [www.atlanticsuperstore.ca](http://www.atlanticsuperstore.ca)
- DOMINION (IN NEWFOUNDLAND)
- EXTRA FOODS
- FORTINOS: [www.fortinos.ca](http://www.fortinos.ca)
- INDEPENDENT: [www.yourindependentgrocer.ca](http://www.yourindependentgrocer.ca)
- LUCKY DOLLAR FOODS
- MAXI: [www.maxi-cie.com](http://www.maxi-cie.com)
- NO FRILLS
- PROVIGO: [www.provigo.ca](http://www.provigo.ca)
- SHOP EASY FOODS
- THE REAL CANADIAN SUPERSTORE:  
[www.therealcanadiansuperstore.ca](http://www.therealcanadiansuperstore.ca)
- SUPER VALUE
- VALU-MART
- THE REAL CANADIAN WHOLESALE
- ZEHR'S FOOD PLUS
- ZEHR'S MARKET: [www.zehrs.ca](http://www.zehrs.ca)

En las provincias del Oeste operan bajo el nombre de The Real Canadian Super Store, en el Atlántico establecieron presencia comprando una parte de los supermercados Dominion. Las fortalezas de esta cadena están en el consorcio de empresas proveedoras del que hace parte, su marca propia President's Choice que ofrece toda clase de productos y una segmentación de los supermercados de acuerdo al tipo de población que se sirve, ofreciendo una variedad de precios y productos.

Se puede afirmar que en el caso de Ontario, donde se ofrecen los mejores productos y precios más altos es Fortinos, seguido de Loblaw's y No Frills.

**Marcas privadas:**

Loblaw es una de las cadenas de supermercados mas fuerte en marcas propias, sobresale President Choice, que no solo tiene presencia en Canadá sino también a nivel internacional.

President's Choice ([www.presidentschoice.ca](http://www.presidentschoice.ca)), No name, Teddy's Choice, G.R.E.E.N., Natural Choice, Too Good To Be True, Sunspun.

**Número y localización de sus tiendas:**

En total tienen 585 propias de la compañía y 417 banners. 78 Loblaw's: 70 Ontario y 8 en Québec

**Política de compra:**

Dentro de la estructura de compras de Loblaw existe una división geográfica: en la parte Oeste (Calgary), donde se manejan productos como plásticos, artículos para hogar, bolas de Navidad y prendas de vestir, también congelados y marca propia por medio de Westfair foods, por otro lado en la parte del Este (Ontario) y Mississauga, se maneja sólo la parte de supermercado o comestibles.

Casa Matriz en Toronto, tiene tres grades centros de compras, para productos perecederos y comida de mar su centro de acción esta en Mississauga, productos alimenticios y de limpieza en Toronto y todo lo relacionado con decoración de hogar y "non food" artículos su centro de compra es Calgary. Existe un vicepresidente para cada categoría y compradores por línea de productos.

**Contactos:**

Mr. David R. Jeff  
Senior Vicepresident Sourcing & Procurement

Dirección:  
22 St. Clair Ave. E. Suite 1500  
Toronto, On M4T 2S8  
Tel: (416) 922 8500

**4.5.3.1.1. PROVIGO INC.**

www.provigo.ca



Fuente: [www.provigo.ca](http://www.provigo.ca)

Provigo Inc hace parte de la compañía Loblaw Limited y es el vendedor al detalle de alimentos más importante en la provincia de Québec y mayor empleador privado. En total esta compañía cuenta con 300 supermercados.

Igualmente, a través de su Grupo de Distribución, la compañía abastece más de 550 comerciantes independientes y otros que actúan bajo el nombre de Groupe Axep, Dépanneur Proprio y Atout-Prix. Provigo y sus comerciantes asociados emplean aproximadamente 30,000 personas.

En su estrategia de mercadeo, Provigo busca caracterizarse como un supermercado de ambiente caluroso donde se ofrece al cliente una gran variedad de productos de calidad y frescos. Esta cadena de supermercados enfatiza su oferta principalmente en las frutas y las legumbres, las carnes preparadas, la panadería, la salsamentaría, las carnes, los quesos y los congelados; en total estos productos ocupan 50% del espacio de venta.

Esta compañía cuenta también con una de las más grandes flotas de remolques multi-temperatura utilizadas para la distribución de sus productos a los diferentes almacenes.

Provigo abastece sus almacenes a través de centros de distribución repartidos en toda la provincia de Québec, los cuales buscan la optimización de los inventarios y un tiempo de entrega de las mercancías puntual.

Esta compañía apoya continuamente los productos y productores de la provincia de Québec, en sus superficies de venta se puede encontrar gran variedad de productos de origen Canadiense.

#### 4.5.4. SOBEYS INC

www.sobeys.com



Fuente: www.sobeys.com

**Sobeys Inc.** Es la segunda cadena de ventas al pormenor más grande de Canadá, con más de 1,300 tiendas (entre franquicias y puntos de venta propios). Sobeys está en el negocio desde 1907 y tiene su casa matriz en Stellarton, Nueva Escocia. Tiene operaciones en cada provincia desde Newfoundland hasta British Columbia.

Esta red de distribución alcanzó ventas por US \$7,030.75 millones <sup>13</sup> durante el año 2003, generando utilidades netas por un total de US \$127.7 millones.

#### **Marcas privadas:**

Produce a través de terceros sus marcas propias las cuales comercializa en los diferentes supermercados de su grupo “Nous Compliments/ Our Compliments” y Smart Choice

Sobeys Inc. cuenta con las siguientes divisiones de supermercados y tiendas:

- SOBEYS CANADA
- BONI SOIR
- CLOVER FARM
- FOOD TOWN
- DOWNEAST VIDEO DISTRIBUTORS
- EASTERN SIGN-PRINT
- FOODLAND
- IGA: [www.iga.net](http://www.iga.net)
- SMART CHOICE

---

<sup>13</sup> En el 2003 1CD\$= US\$0.7135 - Bank of Canada, Exchange rates. Annual Averages-  
<http://www.bankofcanada.ca/en/exchange.htm>



- LAWTONS DRUGS
- LE DEPANNEUR
- LOFOOD STORES
- NEEDS & GREEN GABLES
- BONICHOIX
- PRICE CHECK FOODS
- OMNI FOODS
- SERTARD
- COMISSO'S
- PRICE CHOPPER
- VOISIN
- NEEDS
- LES MARCHES TRADITION
- THRIFTY FOODS

**Número y localización de sus tiendas:**

- 133 Sobeys: (133 de la compañía)
- 545 IGA (38 corporación, 507 franquicias)
- 19 Price Check de la compañía
- 103 Foodlands ( 3 de la Compañía y 100 franquicias)
- 14 Lofood (14 compañía)
- 104 Food Town (1 de la compañía y 103 franquicias)
- 118 Convenience Stores ( 117 compañía, 1 franquicia)
- 17 Thrifty Foods ( 14 compañía, 3 franquicias)
- 59 Knechtel (2 compañía, y 57 franquicias)
- 119 Boni Choix franquicias
- 15 Tradition franquicias
- 65 Lawtons (60 de la compañía y 5 franquicias)

**Política de compra:**

Todas las tiendas de la corporación son suplidas a través de centros de distribución manejados por cuatro unidades de negocios:

Sobeys Atlantic: División de Nova Scotia

En la región del atlántico, Sobeys opera 81 corporaciones bajo el mismo nombre de Sobeys. También tiene operaciones con 66 Foodlands, 12

Lofood Stores, 118 Needs & Green Gables convenience stores y 65 Lawtons drug stores.

**Sobeys Ontario: División Mississauga, ON**

Sobeys Ontario opera 143 tiendas de IGA y Garden Market IGA, 33 Sobeys , 73 Knechtels, 56 Foodlands, 52 Price Choppers, 24 Price Checks y 28 Food Town stores.

**Sobeys Québec: División Montreal, QC**

Sobeys Québec maneja 19 Sobeys , 1,700 franquicias, al igual que 238 IGA, 119 Bonichoix, 15 Tradition Markets, 93 Omni stores, 76 Action Plus, 233 Boni-Soir, 118 Le Dépanneur, 146 Sertard y 18 Voisin stores.

**Sobeys West: División de Edmonton, AB**

Sobeys West opera en 98 tiendas de IGA, 66 Garden Market IGA, y 61 Food Towns incluyendo dos en Nunavut.

Estas cuatro divisiones se encargan de proveer valor agregado al servicio, incluyendo promociones, entrenamiento del personal, supervisión y desarrollo de cada una de sus tiendas.

**Contactos:**

Mr. Pierre Charon

Senior Vicepresident, National Procurement and Category Management

**Dirección:**

115 King St.

Stellarton, NS B0K 1S0

Telephone: (902) 752 8371

**Sobeys Québec**

11281 Albert Hudon Boulevard

Montreal QC

H1G 3J5

(514) 324-1010

**Sobeys Ontario**

6355 Viscount Road

Mississauga, Ontario

L4V 1W2

Tel (905) 672-6633

#### 4.5.4.1. COMMISSO'S FOOD MARKETS

www.commisso.com



Fuente: [www.commisso.com](http://www.commisso.com)

Esta cadena de supermercados fue adquirida por Sobeys en el 2004.

#### **Número y localización de sus tiendas:**

- 16 Commisso's Food Markets en todo Ontario, desde Niagara, Hamilton, Burlington, Brantford, Orangeville, Cambridge hasta Mississauga.

#### **Tamaño de tiendas:**

- Siete tiendas entre 20.000 y 25.000 pies cuadrados
- Dos entre 30.000 a 35.000
- Tres entre 40.000 a 45.00

#### **Política de compra:**

Parte de sus compras se hacen a través de un mayorista, Lanzas Wholesale Grocers Limited, especialmente cuando se trata de importaciones. Las compras locales se manejan directamente.

#### **Contacto:**

Mr. Vince Comisso  
Director of Produce Buying & Merchandising  
Dirección  
318 Ontario Street  
St Catherines, On L2R 5L8  
Teléfono: 688 2112  
e-mail: [vince@commisso.com](mailto:vince@commisso.com)

#### **4.5.5. METRO INC.**

www.metro.ca



Fuente: [www.metro.ca](http://www.metro.ca)

Hace 55 años, algunos minoristas independientes de pequeñas tiendas de comestibles decidieron formar a un grupo de compradores que les permitiera ofrecer productos de consumo con precios comparables a los de las cadenas más importantes de alimentos. Esto condujo al nacimiento de Magasins Lasalle Stores, que pronto se convirtió en una fuerza que entró a la industria siendo altamente competitiva. Hoy se conoce como METRO-INC.

Metro cuenta con las siguientes divisiones de supermercados y tiendas:

- METRO: [www.metro.ca](http://www.metro.ca)
- MARCHÉ RICHELIEU
- SUPER C
- LES 5 SAISONS
- LOEB: [www.loeb.ca](http://www.loeb.ca)
- BRUNET (Drugstores) [www.brunet.ca](http://www.brunet.ca)
- CLINI-PLUS (Drugstores) [www.cliniplus.ca](http://www.cliniplus.ca)

#### **Marcas privadas:**

Irresistible, Super C, Selection Merite.

#### **Número y localización de sus tiendas:**

- 40 Super C (39 QC y 1 ON)
- 39 Loeb supermercados en Ontario
- 279 Metro QC
- 176 Richelieu QC
- 101 Ami QC
- 178 Gem QC
- 63 Clinic plus QC

- SOS Depanneur QC

#### **4.5.6. Mass Merchandisers**

“Mass Merchandisers” o cadenas mayoristas por afiliación, están experimentando el mayor índice de crecimiento en la industria, y se espera que este crecimiento continúe en los próximos años.

Inicialmente, los productos alimenticios que se vendían en estos grandes almacenes estaban limitados a comidas congeladas, enlatados y algunos alimentos para hornear. Pero con el fin de incrementar la frecuencia de las visitas de sus clientes, empezaron a introducir productos perecederos. En total aproximadamente se ofrecen 3.500 diferentes ítems en comparación con los 8.500 que se venden en un supermercado tradicional. En Canadá la empresa líder en este sector es Costco.<sup>14</sup>

#### **COSTCO CANADA INC.**

[www.costco.com](http://www.costco.com)

#### **Número y localización de sus tiendas:**

60 Price Club & Costco Wholesales:

- 11 British Columbia
- 8 Alberta
- 2 Saskatchewan
- 2 Manitoba
- 20 Ontario
- 14 Nova Scotia
- 1 New Brunswick
- 1 New Foundland

#### **Política de compra:**

Oficinas Regionales de Canadá en la casa matriz de Eastern Canadian Region, Québec o Western Canadian Region, British Columbia.

---

<sup>14</sup> Formato Makro.

**Productos:**

Electrodomésticos, libros, CD, dvd, videos, computadores, aparatos electrónicos, cámaras, muebles y enseres, regalos, flores, productos de belleza y deporte, casa, patio, oficina, drogas, comida gourmet, joyas, accesorios y juguetes.

**Contacto:**

**Oficina Québec:**

300 Jaques Bureau, Laval, PQ, H7P 5P7

Tel: 514-686-4444

Fax: 514-686-7455

**Oficina British Columbia**

**Dirección:** 3550 Brighton Av. Burnaby, British Columbia, V5A 4W3

**Teléfono:** (604) 444-9338

**Fax:** (604) 444-9479

**Correo electrónico:** jandruski@costco.com

**Contacto:** Jim Andruski- Assistant General Merchandise Manager, Food and Sundries

**4.5.7. Tiendas de variedades**

Son tiendas que ofrecen todo tipo de productos, la más importante en Canadá en este segmento es Wal-Mart.

**WAL-MART CANADA INC.**

[www.walmart.ca](http://www.walmart.ca)

Wal-Mart ingreso al mercado canadiense en 1994. Desde ese momento ha penetrado el mercado creciendo rápidamente gracias a una alta aceptación por parte de los consumidores. Actualmente emplea 60.000 canadienses.

La filosofía revolucionaria de Wal-Mart es la venta de productos a bajos precios accesibles al consumidor.

**Número y localización de sus tiendas**

230 Wal-Mart y 5 Sam's Club

Aproximadamente:

14 British Columbia

21 Alberta  
10 Saskatchewan  
10 Manitoba  
62 Ontario  
31 Québec  
31 Nova Scotia  
4 New Brunswick  
1 Prince Edward Island  
7 Newfoundland  
1 Northwest Territories

### **Política de compra**

Wal-Mart Canadá tiene autonomía para definir sus compras y proveedores localmente, cuando se encuentra un proveedor con precios competitivos y capacidad de producción adecuada a las necesidades de Wal-Mart, se refiere a la central en Estados Unidos para lograr una negociación global. Normalmente para proveedores nuevos que cumplen con los requerimientos de calidad, precios y capacidad de producción se inicia con pedido de temporada hasta que se tiene la credibilidad suficiente para ingresar como proveedor permanente.

Contacto:

Casa Matriz:

1940 Argentia Rd., Mississauga, ON, L5N 1P9

Tel: 905-821-2111

Fax: 905-821-6359

Contacto: Mr. Paul Perrier

Division Merchandising Manager

Teléfono: (905) 821-2111 EXT. 4118

Se hace la siguiente observación que sirve de base a una de las conclusiones que se presentan al final sobre la bodega de distribución. Como se podrá notar cada uno de los supermercados o hipermercados tiene tiendas o puntos de venta extendidos en unas zonas geográficas que normalmente son bastante amplias entonces la distribución y logística siempre es un tema de importancia en cualquier negociación que se pretenda hacer con cualquiera de estos clientes potenciales.

#### 4.6. Importadores-distribuidores

La información fue obtenida de [www.strategis.gc.ca](http://www.strategis.gc.ca) donde aparecen los nombres y códigos postales de los importadores más importantes del 2003, esta lista es publicada con base en las posiciones arancelarias y con los importadores más importantes en cada categoría. La lista fue complementada con los datos disponibles en páginas amarillas [www.yellowpages.ca](http://www.yellowpages.ca) para obtener los números de teléfonos y direcciones, igualmente se contrastó con las marcas y productos existentes en el mercado. Este procedimiento se realizó para todas las posiciones que se describen a continuación:

**Tabla 30. Importadores de azúcar morena refinada en forma sólida.**

1701910011- Refined Sugar, Brown, in solid form, for retail sale					
Importador	Dirección	Ciudad	Provincia	Código Postal	Teléfono
CHEONG HING DRY SEAFOOD LIMITED	4372 Steels Ave. E	Richmond Hill	Ontario	L3E 9V8	905-415-3488
GRACE, KENNEDY (ONTARIO) INC	45 Mural Street	Richmond Hill	Ontario	L4B 1J4	905-226-1002
KAM WAH RESOURCES CO LTD	4500 Sheppard Ave E	Richmond Hill	Ontario	M1S 3R6	416-292-1300
KENMARK ENTERPRISES LTD	11782 River Road,	Richmond	British Columbia	V6X 1Z7	604-207-1138
LOC-SKY TRADING COMPANY INC	30 Alden Rd. Unit 5	Markham	Ontario	L3R 2S1	905-415-1010
MANUFACTURIER DE BOITES EUROBOX INC	2851 Duchesne	Saint-Laurent	Quebec	H4R 1H9	
QUALITY NATURAL FOODS LTD	91 Select Ave	Scarbouroug	Ontario	M1V 4A8	416-261-8700
S.C.M.N GLOBAL SERVICES	5450 Maingate Dr	Mississauga	Ontario	L4W 1X5	905-361-1300
STARS TRADING CO, LTD	6631 Graybar Rd.	Richmond	British Columbia	V6W 1H3	604-279-8815
TOPWIN TRADING CO LTD	2700 Simpson Rd	Richmond	British Columbia	V6V 1J8	604-303-1039
WAH LOONG LTD	5388 Parkwood Place	Richmond	British Columbia	V6V 2N1	604-273-1688
Y M YEUNG TRADING CO LTD	360 tapscott Rd	Scarbouroug	Ontario	M1P 3E6	416-292-3939



**Tabla 31. Importadores de azúcar refinado con aromatizantes o saborizantes destinada a la venta al detal.**

1701910091 – Refined sugar, in solid form, flavoured or coloured, for retail sale, N.E.S.					
Importador	Dirección	Ciudad	Provincia	Código Postal	Teléfono
BIG LAND FARM LTD	240 Alton Towers Cir	Toronto	Ontario	M1V 3Z3	905-803-8788 416-321-8819
CHOCOLATE MASTERS INC	3212 Lenworth Dr.	Mississauga	Ontario	L4X 261	905-238-556
CRS WORKERS' HOLDINGS LTD/HORIZON DIST	8335 Winston St	Burnaby	British Columbia	V5A 2H3	604-420-6751
LENTIA ENTERPRISES LTD	17733, 66 Ave	Surrey	British Columbia	V3R 0A1	604-576-8838
PURESOURCE INC/NATURAL HEALTH PRODUCTS	RR7 Stn Main	Guelph	Ontario	N1H 6J4	519-837-2140
TERRA INTERNATIONAL FOOD INC	3902 Fraser St	Vancouver	British Columbia	V5V 4E4	604-879-1922
TUN HAU ENTERPRISES (CANADA) LTD	8320 Prince Edward St	Vancouver	British Columbia	V5X 3R9	604-327-1163
Y M YEUNG TRADING CO LTD	360 tapscott Rd	Scarbouroug	Ontario	M1P 3E6	416-292-3939

#### 4.7. Consumidor Industrial

Como se mencionó anteriormente un 80% del azúcar refinado en Canadá está destinada para el consumo industria, es decir para la manufactura de otros productos ya sean alimenticios etc. Las industrias que más utilizan el azúcar refinado son:

- La industria Vinícola
- La industria de confitería y chocolatería.
- La industria de las tintas para impresoras y fotocopiadoras.
- La industria de curtidos del cuero.
- La industria textil
- La industria cemento y pegantes.
- La industria de repostería, panadería y helados.

El siguiente cuadro detalla los importadores más importantes de azúcar refinado tanto para el uso industrial como de re-empaque que va a los supermercados. Se nota una gran fuerza de empresas que importan azúcar refinado de China y la India. Como lo demuestran las

estadísticas y debido al acuerdo comercial bilateral Costa Rica, este país a ganado el acceso a una cuota de azúcar refinado con un arancel bajo y ha empezado a cautivar un mercado, especialmente en el mercado de la Costa Oeste.

**Tabla 32. Importadores de azúcar refinado en forma sólida.**

1701990090 - Refined sugar, N.E.S., in solid form					
Importador	Dirección	Ciudad	Provincia	Código Postal	Teléfono
ACTION-G T MARKETING INC	6250, boulevard des Grandes-Prairies,	Saint-Léonard	Quebec	H1P 1A2	514-493-9900
ALIMENTS TOUSAIN INC	95, rue Stinson,	Saint-Laurent	Quebec	H4N 2E1	514-748-7353
ASSOCIATED BRANDS INC	335 Judson Street,	Toronto	Ontario	M8Z 1B2	416-503-7000
HANIF'S INTERNATIONAL FOODS LTD	563 Ebury Place,	Delta	British Columbia	V3M 6M8	604-540-4001
KAM WAH RESOURCES CO LTD	4500 Sheppard Ave E	Richmond Hill	Ontario	M1S 3R6	416-292-1300
KENMARK ENTERPRISES LTD	11782 River Road,	Richmond	British Columbia	V6X 1Z7	604-207-1138
LEKIU IMPORTING CO LTD	550 Malkin Avenue,	Vancouver	British Columbia	V6A 3X2	604-681-6111
MARITIME SERVICES/PHAROS MARINE ELECTRONICS	3456 Bridgeway Street,	Vancouver	British Columbia	V5K 1B6	604-294-3944
NEW WORLD IMPORTS LTD	3850 Jacombs Road,	Richmond	British Columbia	V6V 1Y6	604-270-0036
NOVOPHARM LIMITED	30 Novopharm Court	Toronto	Ontario	M1B 2K9	416-291-8876
PUNJAB TRADING INC	1071 Brevik Place,	Mississauga	Ontario	L4W 3R7	905-629-1992
QUADRA CHEMICALS LTD/QUADRA CHIMIE LTEE	370, rue Joseph-Carrier,	Vaudreuil-Dorion	Quebec	J7V 5V5	450-424-0161
VAN WATERS & ROGERS LTD	7839 49 Avenue,	Red Deer	Alberta	T4P 2B4	403-342-1523

**Tabla 33. Importadores de Azúcar refinado granulada, no en cubos y no destinada a la venta al detal.**

1701990029 - Sugar, granulated, not cubed, other than for retail sale					
Importador	Dirección	Ciudad	Provincia	Código Postal	Teléfono
KRAFT CANADA INC	95 Moatfield Drive,	North York	Ontario	M3B 3L6	416-441-5000

**Tabla 34. Importadores de Azúcar refinado en forma sólida con color o saborizantes no para la venta al detal.**

1701910099 - Refined sugar, in solid form, flavoured or coloured, other than for retail sale, N.E.S.					
Importador	Dirección	Ciudad	Provincia	Código Postal	Teléfono
LA CIE MCCORMICK CANADA CO-CLUBHOUSE DIVISION		London	Ontario	N6A 4Z2	519-432-1166
NEALANDERS INTERNATIONAL INC	6980 Credit view Rd.	Mississauga	Ontario	L5N 8E2	905-812-7300
NOVOPHARM LIMITED	30 Novopharm Court	Toronto	Ontario	M1B 2K9	416-291-8876
QUALITY NATURAL FOODS LTD	91 Select Ave	Scarbouroug	Ontario	M1V 4A8	416-261-8700

**Tabla 35. Importadores de Melaza de Caña.**

170310- CANE MOLASSES					
Importador	Dirección	Ciudad	Provincia	Código Postal	Teléfono
LALLEMAND INC	151 Skyway Avenue,	Toronto	Ontario	M9W 4Z5	416-674-6484
WESTWAY MOLASSES INC	6, rue Place du Commerce,	Brossard	Quebec	J4W 3J9	450-465-1715
JANTA FOODS IMPORT LTD.	5569 Bruce Street,	Surrey	British Columbia	V5P 3M5	604-327-3331
URUTHIRA BROTHERS LTD	140 Milner Avenue,	Toronto	Ontario	M1S 3R3	416-412-4427
HANIF'S INTERNATIONAL FOODS LTD	563 Ebury Place,	Delta	British Columbia	V3M 6M8	604-540-4001
HERSHEY CANADA INC	2350 Matheson Blvd East	Mississauga	Ontario	L4W 5E9	905-602-9200
KRAFT CANADA INC	95 Moatfield Drive,	North York	Ontario	M3B 3L6	416-441-5000
NEALANDERS INTERNATIONAL INC	6980 creditview Rd	Mississauga	Ontario	L5N 8E2	905-812-7300
RALSTON PURINA CANADA INC	1313 Border St.	Winnipeg	Manitoba	R3H 0X4	204-632-6800
UNIFIN RICHARDSON BV	25 South Service Rd,	St. Marys	Ontario	N4X 1B7	519-349-6200
UNITED CANADIAN MALT LTD	843 Park Street South,	Peterborough	Ontario	K9J 3V1	705-876-9110

**Tabla 36. Importadores de Melazas**

170390 MOLESSAS NES					
Importador	Dirección	Ciudad	Provincia	Código Postal	Teléfono
CARGILL LIMITED	240 Graham Ave,	Winnipeg	Manitoba	R3C 0J7	204-947-0141
UNIFIN RICHARDSON BV	25 South Service Rd,	St. Marys	Ontario	N4X 1B7	519-349-6200
HANIF'S INTERNATIONAL FOODS LTD	563 Ebury Place,	Delta	British Columbia	V3M 6M8	604-540-4001
JANTA FOODS IMPORT LTD.	5569 Bruce Street,	Surrey	British Columbia	V5P 3M5	604-327-3331
TATE & LYLE NORTH AMERICAN SUGARS LTD/LES SUCRES NORD-AMERIC		Decatur	Illinois		

#### **4.8. Precio de compra**

Como se mencionó anteriormente el azúcar tanto crudo como refinado es un “Commodity” los precios varían a diario, sin embargo cuando se presenta una cotización normalmente esta se mantienen por un periodo de 10 días. Por ejemplo, “CIAMSA” normalmente no cotiza si no que pide que se le haga una oferta, por ejemplo el precio de la bolsa mas 10 o 15 puntos y así es que se hacen las negociaciones. Los precios se dan por toneladas en el caso del azúcar crudo y el azúcar refinado se puede negociar según empaque. Existen otros factores que determinan el precio del azúcar, por ejemplo el grado de polarización y el tipo de color, que normalmente se conoce como ICUMSA y hay entre 45 y 159 icumsas.

## **5 ACCESO AL MERCADO**

### **5.1. Agencia reguladora del ingreso y distribución de productos alimenticios.**

La Agencia de Inspección de Alimentos de Canadá (Canadian Food Inspection Agency-CFIA) es la entidad encargada de regular en cuanto a las condiciones mínimas que deben cumplir los productos alimenticios tanto de consumo humano como animal. Lo anterior implica las regulaciones tanto de contenido como de requerimientos en etiquetas y presentación.

### **5.2. Sistema Arancelario Canadiense**

El Sistema Arancelario Canadiense utiliza el “Escalonamiento Arancelario”. El mismo, no aplica ninguna o aplica una tasa arancelaria muy baja con respecto a materias primas. De esta forma, a medida que el procesamiento y pasos en la fabricación del producto importado sea de mayor cantidad de igual forma aumenta la tarifa arancelaria.

Colombia y Canadá son miembros de Organización Mundial del Comercio (OMC)\* creada en 1995. Como miembros de esta organización ambos países se comprometen a mantener un comercio sin discriminación, por lo cual, los países reciben el trato de nación mas favorecida (NMF) y obtienen una ventaja arancelaria sobre los países no miembros de la OMC, sin embargo, por este mismo principio todos los miembros de dicha organización reciben el mismo trato.

Adicionalmente, el gobierno canadiense otorga a Colombia bajo el sistema Tarifas General de Preferencias (GPT), denominación que corresponde al esquema del Sistema Generalizado Preferencial (SGP), mecanismo mediante el cual los productos colombianos gozan de preferencias arancelarias. Este sistema es “una ayuda a las economías menos competitivas para que puedan competir con los países desarrollados”. Para tener acceso a esta reducción, los exportadores colombianos tienen que adjuntar el certificado de origen, una certificación atestando que el producto fue manufacturado en Colombia y especificando el porcentaje del contenido de los

componentes. Este debe ser firmado por el representante legal de la empresa.

Customs Canada es la Agencia de Ingreso y Aduanas encargada de recaudar los ingresos por impuestos al comercio exterior. Se puede consultar la tarifa arancelaria canadiense en la siguiente dirección:  
[http://www.cbsa-asfc.gc.ca/general/publications/customs\\_tariff-e.html](http://www.cbsa-asfc.gc.ca/general/publications/customs_tariff-e.html)

Los siguientes son los convenios o acuerdos comerciales que existen en Canadá:

**Tabla 37: Abreviaciones de los acuerdos comerciales validos en Canadá**

ACUERDOS PARA REDUCCION DE TARIFAS ARANCELARIA		
Sigla	Description	Descripción
MFN	Most Favored Nations	Acuerdo Preferencial Naciones Mas Favorecidas
UST	United States Tariff	Tarifa Preferencial Estados Unidos
MT	México Tariff	Tarifa Preferencial con México
MUST	México -United States Tariff	Acuerdo Tarifario México-Estados Unidos
CT	Chile Tariff	Acuerdo Tarifario con Chile
CIAT	Canadá-Israel Agreement Tariff	Acuerdo Tarifario Canadá e Israel
GPT	General Preferential Tariff	Sistema General de Preferencias
LDCT	Least Developed Countries Tariff	Tarifa Preferencial para Países en Vía de Desarrollo
CCCT	Commonwealth Caribbean Counties Tariff	Tarifa Preferencial para de la Comunidad Británica
AUT	Australia Tariff	Tarifa Preferencial para Australia
NZT	Newzeland Tariff	Tarifa Preferencial para Nueva Zelanda
CRT	Costa Rica Tariff	Tarifa Preferencial para Costa Rica

Fuente: PBB-Global STATISTICS. WWW.PBB.COM

Al final de cada sección de las tablas se hace un análisis de las preferencias frente a los países que compiten directamente con Colombia.

La descripción de los productos en esta tabla no se traduce al español, ya que es conveniente que el empresario exportador identifique correctamente la subcategoría y numeración a 10 dígitos que describe su producto.

**Tabla 38. Comparación aranceles Colombia- Países competidores. azúcar de caña**

ARANCELES SUBDIVISIÓN CANADA <sup>15</sup>	DESCRIPCIÓN INGLÉS	MFN- Naciones Mas Favorecidas Valores en dólares canadienses	GPT. Sistema General de Preferencias COLOMBIA	Otros países <sup>16</sup>
1701.11	Cane Sugar			
1701.11.10.00	For use by sugar refineries in the production of refined sugar used in the manufacturing of wine	Libre de impuesto	Libre de Impuesto	NZT, UST, AUT, CCCT, LDCT, MT, CIAT, CT, CRT: Libre de impuesto
1701.11.20.00	Not exceeding 96° of polarization	\$22.05/tonelada	Libre de Impuesto	NZT, UST, AUT, CCCT, LDCT, CIAT, CT, CRT: Libre de impuesto MT: \$22.05/tonelada
1701.11.30.00	Exceeding 96° but not exceeding 97° of polarization	\$22.61/tonelada	Libre de Impuesto	NZT, UST, AUT, CCCT, LDCT, CIAT, CT, CRT: Libre de impuesto MT: \$22.61/ tonelada
1701.11.40.00	Exceeding 97° but not exceeding 98° of polarization	\$23.18/ tonelada	Libre de Impuesto	NZT, UST, AUT, CCCT, LDCT, CIAT, CT, CRT: Libre de impuesto MT: \$23.18/ tonelada
1701.11.50.00	Exceeding 98° but not exceeding 99° of polarization	\$25.57/ tonelada	Libre de Impuesto	NZT, UST, AUT, CCCT, LDCT, CIAT, CT, CRT: Libre de impuesto MT: \$25.57/ tonelada
1701.11.60.00	Exceeding 99° but not exceeding 99.5° of polarization	\$24.69/ tonelada	Libre de Impuesto	NZT, UST, AUT, CCCT, LDCT, CIAT, CT, CRT: Libre de impuesto MT: \$24.69/t tonelada

Fuente: <http://www.cbsa-asfc.gc.ca/general/publications/tariff2004/ch17ne.pdf>

Para cualquiera de los productos que están bajo la categoría 1701.11 azúcar de caña crudo, Colombia tiene libre acceso bajo el Sistema General de Preferencias (GPT). Los demás países con acuerdos comerciales también entran con cero arancel.

En esta categoría de productos se nota que a pesar que México tiene un acuerdo comercial con Canadá (NAFTA) paga el arancel asignado a las

<sup>15</sup> En Canadá y para efectos estadísticos y de tasas impositivas las clasificaciones arancelarias van hasta diez dígitos en importaciones y hasta 8 dígitos para exportaciones.

<sup>16</sup> Ver significado de siglas en la página anterior.



naciones mas favorecidas en todo el azúcar de cana crudo, menos el destinado a la industria vinícola.

Los bajos aranceles para el azúcar crudo se deben a la necesidad de importar el producto para refinarlo en el país. La situación cambia como se ve en la siguiente tabla para la importación de azúcar refinado.

**Tabla 39. Comparación aranceles Colombia- Países competidores. azúcar refinado**

ARANCELES SUBDIVISIÓN CANADA <sup>17</sup>	DESCRIPCIÓN INGLÉS	MFN- Naciones Mas Favorecidas Valores en Dólares Canadienses	GPT. Sistema General de Preferencias COLOMBIA	Otros países
1701.91.00	Containing added flavoring or coloring matter	\$30.86/ tonelada	No aplica (Se paga arancel bajo MFN)	UST, CCCT, LDCT, CIAT, CT: libre de impuesto NZT: \$22.05/ tonelada AUT: \$22.05/ tonelada MT: \$30.86/ tonelada CRT: \$24.00/ tonelada
1701.91. 00.11	Brown put up for retail sale	\$30.86/ tonelada	No aplica	
1701.91.00.19	Other			
1701.91.00.21	Power for the preparation of lemonade and the like put up for retail sale	\$30.86/ tonelada	No aplica	
1701.91.00.29	Other	\$30.86/ tonelada	No aplica	
1701.91.00.91	Other, put up for retail sale	\$30.86/ tonelada	No aplica	
1701.91.00.99	Other	\$30.86/ tonelada	No aplica	

Fuente: <http://www.cbsa-asfc.gc.ca/general/publications/tariff2004/ch17ne.pdf>

En esta categoría estamos en desventaja frente a países como Estados Unidos, Chile, Israel, Los países Pobres y los de Common Wealth que entran con cero arancel, igualmente frente a Nueva Zelanda y Australia que pagan \$22.05/tonelada, y Costa Rica que solo paga \$24/tonelada.

<sup>17</sup> En Canadá y para efectos estadísticos y de tasas impositivas las clasificaciones arancelarias van hasta diez dígitos en importaciones y hasta 8 dígitos para exportaciones.

No existe un arancel preferencial para Colombia y se paga el mismo arancel de los demás países como nación mas favorecida \$30.86.

**Tabla 40. Comparación aranceles Colombia- Países competidores. demás azúcar refinado**

ARANCELES SUBDIVISIÓN CANADA <sup>18</sup>	DESCRIPCIÓN INGLÉS	MFN- Naciones Mas Favorecidas Valores en Dólares Canadienses	GPT. Sistema General de Preferencias COLOMBIA	Otros países
1701.99	Other	\$30.86/ tonelada	No aplica )Se paga igual arancel que MFN)	UST, CCCT, LDCT, CIAT, CT: Free NZT: \$22.05/tonelada AUT: \$22.05/ tonelada MT: \$30.86/ tonelada CRT: \$24.00/ tonelada
1701.99 00.10	Icing sugar	\$30.86/ tonelada	No aplica	
1701.99.00.21	Granulated, not cubed put up for retail sales	\$30.86/ tonelada	No aplica	
1701.99.00.29	Other	\$30.86/ tonelada	No aplica	
1701.99.00.90	Other	\$30.86/ tonelada	No aplica	

Fuente: <http://www.cbsa-asfc.gc.ca/general/publications/tariff2004/ch17ne.pdf>

Canadá da acceso libre en esta categoría de productos a Estados Unidos, Países Pobres, Chile, Israel, una reducción de tarifa a Australia y Nueva Zelanda \$22.05/tonelada, y a Costa Rica \$24.00/ tonelada. Sin embargo bajo este código arancelario no hay reducciones para los países dentro del sistema general de preferencias arancelarias por ende Colombia paga igual arancel que los demás países como nación mas favorecida \$30.86 tonelada.

**Tabla 41. Comparación aranceles Colombia- Países competidores.  
Melaza**

ARANCELES SUBDIVISIÓN CANADA <sup>19</sup>	DESCRIPCIÓN INGLÉS	MFN- Naciones Mas Favorecidas Valores en Dólares Canadienses (Tonelada)	GPT. Sistema General de Preferencias COLOMBIA	Otros países
1703.10	Molasses resulting from the extracting of refining sugar from cane sugar			
1703.10.10.00	Power with admixture other than colouring or anticaking agents	12.5%	5%	UST, CCCT, LDCT, MT, CIAT, CT, CRT: Libre de impuesto
1703.10.90.10	Concentrated sugar cane juice (fancy molasses)	Libre de impuesto	Libre de impuesto	UST, CCCT, LDCT, MT, CIAT, CT, CRT: Libre de impuesto
1703.10.90.90	Other	Libre de impuesto	Libre de impuesto	UST, CCCT, LDCT, MT, CIAT, CT, CRT: Libre de impuesto

Fuente: <http://www.cbsa-asfc.gc.ca/general/publications/tariff2004/ch17ne.pdf>

México, Estados Unidos, Israel, Chile, Costa Rica, países del Commonwealth y los Países Pobres tienen libre acceso en esta categoría.

Para los productos de azúcar crudo y azúcar refinado Colombia puede encontrar una fuerte competencia en países como Guatemala y Costa Rica, este último ya firmó un acuerdo comercial que le permite en el caso del azúcar refinado vender sus productos con un arancel más bajo. En el caso de Guatemala se espera que próximamente firme un tratado

<sup>19</sup> En Canadá y para efectos estadísticos y de tasas impositivas las clasificaciones arancelarias van hasta diez dígitos en importaciones y hasta 8 dígitos para exportaciones.

comercial que incluye tres países más de Centro América y el cual seguramente le dará ventajas a Guatemala sobre este producto.

### **5.3. Impuestos Internos en Canadá.**

Toda importación en Canadá debe pagar el, General Service Tax-GST., el porcentaje es del 7% y se aplica sobre el valor total de la factura de exportación, es decir incluyendo el impuesto por arancel. También los productos deben pagar un arancel provincial que varía según la provincia. Igualmente para productos como joyería, alcoholes, cigarrillos y tabaco existen otras sobre cargas que van desde el 10% del valor del artículo hasta un porcentaje según el volumen de contenido o número de unidades como es el caso de los cigarrillos y tabacos. Este último impuesto de lujo no aplica para el azúcar.

**Tabla 42. Discriminación de los impuestos a las ventas al detal, equivalente a sistema IVA en Colombia.**

Provincia / Territorio	Provincial	Federal	Impuesto Total
Alberta	0.0%	7.0%	7.0%
Columbia Británica	7.0%	7.0%	14.0%
Manitoba	7.0%	7.0%	14.0%
Nuevo Brunswick	*	*	15.0%
Newfoundland	*	*	15.0%
Northwest Territorios.	0.0%	7.0%	7.0%
Nova Scotia	*	*	15.0%
Nunavut Territorios	0.0%	7.0%	7.0%
Ontario	8.0%	7.0%	15.0%
Isla del Príncipe Eduardo	10.0%	7.0%	17.0%
Québec	7.5%	7.0%	14.5%
Saskatchewan	7.0%	7.0%	14.0%
Yukon Territorios	0.0%	7.0%	7.0%

Fuente: Import Guide-Taxation. Canada Customs and Revenue Agency.

#### 5.4. Barreras no arancelarias.

En general se puede decir que no existen restricciones o barreras de orden arancelario específicas impuestas en esta categoría de productos provenientes de Colombia. En aquellos productos que se paga algún impuesto arancelario, solo algunos países tienen preferencias debido a los acuerdos comerciales. Está demostrado que cuando se presenta un producto ya sea a nivel de azúcar crudo o refinado que cumple con las condiciones esperadas por el cliente en cuanto a calidad, empaque y precio se logran hacer ventas interesantes. Las barreras son más de estructura y conveniencia de los agentes que demandan los productos, por ejemplo:

- Solicitud de pedidos y despachos semanales para los supermercados.
- Acuerdo entre los productores locales de distribución que hace que su servicio sea excelente, y que permite tener un control del canal de distribución y prestar el servicio a bajo costo.
- Conocimiento de gusto de los consumidores finales y oferta de productos novedosos para mantener el interés.
- Diferenciación en las cantidades empaçadas especialmente para la bolsa de 20 y 40 kilos, ya que en Colombia normalmente se empaça en bolsas de 50 kilos.
- Altos costos del transporte desde Colombia a Canadá.
- Extra costo por revisión de contenedores provenientes de Colombia, los cuales están en un promedio de 600 dólares. Esto por revisiones detalladas a que son sometidas nuestras mercancías.

#### 5.5. Requisitos de entrada de mercancías y reglamentación general.

##### 5.5.1. Documentos que el vendedor o exportador deben proporcionar para liberar las mercancías<sup>20</sup>.

Los importadores y los agentes aduanales (*custom broker*) tienen la obligación de proporcionar los documentos y declaraciones necesarias para liberar la mercancía. Los agentes aduanales ofrecen los siguientes servicios:

- Liberar la mercancía de importación

---

<sup>20</sup> Guía para la importación de mercancías comerciales a Canadá, publicada por Revenue Canada.

- Cubrir los derechos exigibles de acuerdo a las diferentes tarifas y leyes
- Obtener, completar y presentar o transmitir los documentos e información necesaria.
- Mantener un registro de las operaciones.
- Responder a preguntas realizadas por la Agencia de Aduanas de Canadá después del pago de derechos.

Los agentes aduanales cobran honorarios por prestar sus servicios, no son parte del gobierno federal.

Antes de realizar una expedición de mercancía, es posible comunicarse con la agencia aduanal para determinar los derechos exigibles por la entrada de mercancías comerciales a Canadá. También las oficinas aduanales pueden apoyar en la clasificación arancelaria, la determinación del valor comercial gravable y el tratamiento arancelario apropiado.

Todas las mercancías comerciales introducidas a Canadá están sujetas al pago de derechos de aduana y al impuesto de productos y servicios (GST), a menos que estén libres de arancel de acuerdo a la tarifa.

Los cargos deben cubrirse en divisa canadiense.

El vendedor o exportador debe proporcionar un recibo o factura comercial describiendo con detalle las mercancías de venta y el valor de la venta.

También debe proporcionarse un certificado de origen para que las mercancías puedan ser sujetas a tarifas arancelarias preferenciales otorgadas a ciertos países (en el caso de Colombia, para que se aplique la Tarifa General Preferencial o GPT).

Para que el importador pueda declarar y liberar las mercancías, es necesario que el exportador proporcione los siguientes documentos:

- Dos copias del documento de control de transporte. Este documento se conoce como formulario A8A y sirve como registro inicial a la llegada de las mercancías.
- Dos copias de la factura comercial indicando claramente el nombre del vendedor, el país de origen, el precio pagado o a pagar por las mercancías, descripción detallada de las mercancías y la cantidad de venta.

- Certificado de origen. Los certificados de origen deben ser completados por un representante de la empresa productora que conozca el procedimiento de fabricación.
- Licencias de importación, certificados sanitarios, etc. Requeridos por ministerios federales. Según la CFIA, no existe ningún permiso especial requerido para alimentos SALVO SI SE TRATA DE PRODUCTOS CÁRNICOS. Por otro lado, también se exige AL IMPORTADOR licencias de importación para productos como: productos lácteos, pescados y mariscos, productos avícolas, etc.

El importador debe llenar el formulario B3 con información proporcionada por el exportador.

En el caso de enviar muestras por mensajería cuyo valor comercial no excede los \$20.00 dólares canadienses, estas están exentas de aranceles en virtud del memorando D8-2-16.

#### 5.5.2. Regulaciones y Requisitos para la Importación.

La agencia gubernamental encargada de la inspección de productos alimenticios en todos los niveles comerciales es la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA). Esta agencia lleva a cabo los servicios de inspección federal relacionados con la seguridad de los productos alimenticios, los programas para prevención de pestes y enfermedades en animales y plantas. La CFIA administra y hace cumplir las siguientes leyes:

- Foods and Drugs Act
- Canada Agricultural Products Act
- Consumer Packaging and Labelling Act

La responsabilidad para asegurar la seguridad del consumidor final de bienes alimenticios se comparte también con agencias de salud a nivel provincial.

Por su lado, Health Canada es la agencia Federal encargada de establecer las políticas y estándares de seguridad, salud y calidad nutricional de los productos alimenticios de venta en Canadá.

## **5.6. Requerimientos generales en etiquetas<sup>21</sup> y empaque.**

Todos los productos importados o empacados con destino al consumidor canadiense deben cumplir con los requerimientos establecidos en:

**Foods and Drugs Act and Regulations<sup>22</sup>**. Los exportadores deberán confirmar con el importador canadiense los requisitos en cuanto al etiquetado de productos destinados a este mercado.

La etiqueta constituye la fuente de información sobre los siguientes aspectos principales:

- Información básica del producto (nombre común, lista de ingredientes, cantidad neta, caducidad del producto, grado y calidad, país de origen y nombre o dirección del productor, agente o importador del producto).
- Los ingredientes deben listarse en orden descendente o por porcentaje en los dos idiomas.
- Información nutricional (contenido de grasas, proteínas, carbohidratos, vitaminas, minerales presente por cada porción, información específica para consumidores con necesidades dietéticas determinadas), así como las instrucciones sobre la preservación del producto para una óptima conservación.
- Marca, promoción y rasgos promocionales.

En general, el tamaño y el material de empaque del azúcar varían de acuerdo al uso final de producto. Lo mas usado son bolsas de papel, cajas de cartón de diferentes gramajes, y bolsas plásticas transparentes. Algunas de las normas generales que se deben observar son las siguientes:

- No se permite mencionar que un producto comestible sirve para tratar, prevenir, o curar condiciones enfermizas de los seres humanos o animales a no ser que haya sido aprobado por la

---

<sup>21</sup> Para información detallada de la regulación para etiquetas se recomienda consultar <http://www.inspection.gc.ca/english/toce.shtml> y <http://laws.justice.gc.ca/en/F-27/60727.html#rid-60755>  
<http://laws.justice.gc.ca/en/C-38/index.html>

<sup>22</sup> Canadian Food Inspection Agency: Labeling Guide.  
<http://www.inspection.gc.ca/english/fssa/labeti/guide/toce.shtml>



división respectiva de la agencia de inspección de comidas de Canadá (CFIA)

- Las etiquetas deben estar diseñadas en las dos lenguas oficiales de Canadá: inglés y francés.
- Se debe ser claro al establecer las condiciones de peso, cantidades netas, contenidos, vida de duración del producto, manufacturero. Cualquier información que se compruebe como fraudulenta hará que se asignen multas que van desde 5.000 hasta los 250.000 dólares y/o hasta 2 años de cárcel. Esto adicionalmente al retiro de los productos del mercado.
- La parte principal o panel principal del empaque debe permitir a primera vista y en forma clara y entendible el nombre del producto y la cantidad neta del contenido.
- La etiqueta o empaque debe tener el nombre del exportador y dirección o en su defecto el nombre de exportador y la empresa que está importando el producto con su respectiva duración, por ejemplo:
- Imported for/Importeé pour Loblaws Inc. Montreal H4N 3L4, Toronto MT4 2S8, Calgary T2E 7S9, Canada 2002. Se tomo este ejemplo ya que el importador tiene varias direcciones donde se tienen centros de importación.
- Todo producto vendido en Canadá requiere de su código de barras, normalmente las empresas Canadienses entregan la información requerida al empresario extranjero para que ellos contacten la autoridad pertinente y lleven a cabo su definición de serie de números a seguir,
- Vida o duración del producto. Se puede usar fecha de producción estableciendo la vida del producto o se puede establecer bajo la palabras "best before" and "meilleur avant"
- Instrucciones de cuidado y uso después de abierto por primera vez. Por ejemplo mantener en lugar seco o refrigerado etc.
- Se debe declarar el contenido nutricional del producto y debe identificarse con relación a cada componente del mismo en relación del peso que representa.
- Igualmente se debe identificar el contenido nutricional por porción, en el caso del azúcar por cucharada cafetera o lo que se conoce como “Teaspoon”, por cubito de azúcar. A continuación se presenta un ejemplo de un empaque que cumple con las reglas bajo la marca President’s Choice:

Ejemplo de la caja azúcar orgánico de President's Choice.



Fuente: foto tomada por el investigador

### Tabla de contenido nutricional.

Una parte importante en la etiqueta es la información de contenido nutricional del producto, en este aspecto se debe relacionar de mayor a menor la participación de los ingredientes y los nutrientes.

Existe una tabla de nutriente básicos y los cuales deben estar discriminados en caso que se contengan: calorías, cantidad de grasa, cantidad de grasa saturada y trans, colesterol, hierro, y vitamina A y C.

En virtud de un nuevo reglamento, los fabricantes de productos alimenticios pre-envasados deberán indicar el número de calorías, la concentración de lípidos, grasas saturadas y trans, colesterol, sodio, carbohidratos, fibras, azúcar, proteínas, vitaminas, calcio, hierro etc. Por una cantidad determinada del alimento.

Existen diferentes presentaciones que son posibles para las etiquetas, pueden ser consultadas en la página de Internet mencionada en el pie de pagina anterior. Ejemplo:

Nutrition Facts		Valeur nutritive	
Per 125 mL (87 g)		par 125 mL (87 g)	
Amount	% Daily Value	Teneur	% valeur quotidienne
Calories 80		Calories 80	
Fat 0.5 g	1 %	Lipides 0,5 g	1 %
Saturated 0 g	0 %	saturés 0 g	0 %
+ Trans 0 g	0 %	+ trans 0 g	0 %
Cholesterol 0 mg		Cholestérol 0 mg	
Sodium 0 mg		Sodium 0 mg	
Carbohydrate 18 g		Glucides 18 g	
Fibre 2 g	8 %	Fibres 2 g	8 %
Sugars 2 g		Sucres 2 g	
Protein 3 g		Protéines 3 g	
Vitamin A 2 %	Vitamin C 10 %	Vitamine A 2 %	Vitamine C 10 %
Calcium 0 %	Iron 2 %	Calcium 0 %	Fer 2 %
4.7 cm x 6.5 cm = 30.6 cm <sup>2</sup>		4.7 cm x 6.5 cm = 30.6 cm <sup>2</sup>	

Fuente: Health Canada. [http://www.hc-sc.gc.ca/hpfb-dgpsa/onpp-bppn/labelling-etiquetage/nutrition\\_fact\\_labels\\_e.pdf](http://www.hc-sc.gc.ca/hpfb-dgpsa/onpp-bppn/labelling-etiquetage/nutrition_fact_labels_e.pdf)

Explicación al diseño y contenido de los factores nutrientes.

The nutrient information is based on a specified amount of food. Compare this to the amount you eat.

This number is the amount of the nutrient in the specified quantity of food.

The *Nutrition Facts* table will include this list of Calories and 13 nutrients

The **horizontal format** may only be used when there is not enough room for the standard format.

The **linear format** may appear on smaller

**Nutrition Facts**  
Per 125 mL (87 g)

Amount	% Daily Value
<b>Calories 80</b>	
<b>Fat 0.5 g</b>	<b>1 %</b>
Saturated 0 g	0 %
+ Trans 0 g	
<b>Cholesterol 0 mg</b>	
<b>Sodium 0 mg</b>	<b>0 %</b>
<b>Carbohydrate 18 g</b>	<b>6 %</b>
Fibre 2 g	8 %
Sugars 2 g	
<b>Protein 3 g</b>	
Vitamin A 2 %	Vitamin C 10 %
Calcium 0 %	Iron 2 %

The % Daily Value gives a context to the amount of the nutrient in the specified amount of food. The Daily Values are based on recommendations for healthy eating.

**Nutrition Facts**  
Per 1 bar (40 g)  
pour 1 tablette (40 g)

Amount / Teneur	% DV / % VD*
<b>Fat / Lipides 13 g</b>	<b>26 %</b>
Saturated / saturés 5 g	42 %
+ Trans / trans 3.5 g	
<b>Cholesterol / Cholestérol 10 mg</b>	
<b>Sodium / Sodium 70 mg</b>	<b>3 %</b>
Vitamin A / Vitamine A	2 %
Calcium / Calcium	6 %

**Nutrition Facts** per 1 cup (254 g): Calories 260  
Fat 13 g (26 %), Saturated Fat 3 g + Trans Fat 2 g (25 %), Cholesterol 30 mg,  
Sodium 660 mg (28 %), Carbohydrate 31 g (10 %), Fibre 0 g (0 %), Sugars 5 g,  
Protein 5 g, Vit A (4 %), Vit C (2 %), Calcium (15 %), Iron (4 %). % = % Daily Value

Fuente: Health Canada. [http://www.hc-sc.gc.ca/hpfb-dgpsa/onpp-bppn/labelling-etiquetage/nutrition\\_fact\\_labels\\_e.pdf](http://www.hc-sc.gc.ca/hpfb-dgpsa/onpp-bppn/labelling-etiquetage/nutrition_fact_labels_e.pdf)

#### 5.6.1. Requerimientos generales:

##### Lenguaje.

La información obligatoria que debe exponerse en las lenguas oficiales de Canadá (inglés y francés) es:

**Nombre común** del producto (desplegado en el panel principal de la etiqueta).

**Contenido Neto** en unidades del sistema métrico decimal (panel principal de la etiqueta).

Las siguientes abreviaciones se consideran bilingües y no deberán ser seguidas de ningún signo de puntuación:

**g**                      gramos  
**kg**                     kilogramos

**l, L or ℓ -** litros

453.59 se representa 454

6.43 se representa 6.4

Considere las siguientes equivalencias:

1 oz = 28.350 g

La identidad, nombre y dirección principal de la empresa por quien o para quien el producto fue envasado o empacado, procesado o producido para su re-venta.

Quando un prodotto haya sido empackado fuera de Canadá para su venta final, la etiqueta deberá incluir la información **"imported by/importé par"** o **"imported for/importé pour"** y preceder la dirección del agente distribuidor en el país. También deberá mencionarse el país de origen del producto.

Lista de ingredientes presentada en ambos idiomas. Los ingredientes deberán aparecer en orden descendente con respecto a su peso relativo en el producto.

Declaración de componentes que **puedan causar alergias** (Ejemplo: cacahuates, nueces, soya, trigo, girasol, etc).

Recomendaciones: Los siguientes alimentos y sus derivados, cuando son incluidos en la lista de ingredientes, deben también ser declarados en las etiquetas por su nombre específico<sup>23</sup>. Ejemplo:

<sup>23</sup> Canadian Journal of Allergy and Clinical Immunology, 1999. Reporte de recomendaciones a la CFIA y Health Canadá.

<b>Español</b>	<b>Inglés</b>	<b>Francés</b>
Maní	Peanut	Arachides
Almendras	Almonds	Ammandes
Nueces	Nuts	Noix
Dátiles	Pecans	Pecans
Pistaches	Pistaccios	Pistaccios
Trigo	Wheat	Blé
Soya	Soy	Soya

**Fecha de caducidad.** Cuando un alimento tenga una vida menor a 90 días, se deberá incluir la información bilingüe: **"best before"/"meilleur avant"** fecha de caducidad, así como las condiciones de conservación del alimento si éstas difieren de condiciones normales.

El formato utilizado define primero el año, luego el mes y finalmente el día. Ejemplo:

**Best before**  
**04 JAN 28**  
**Meilleur avant**  
**04 JAN 28**

Quiere decir “Mejor antes del 28 de enero del 2004”.

#### **5.7. Costumbres de negocios y ambiente empresarial.**

Los canadienses son menos agresivos que los Norte Americanos para iniciar los negocios, en su primera etapa prefieren hacer pedidos pequeños, los cuales buscan medir la capacidad de respuesta de los clientes, su cumplimiento y calidad del producto durante los envíos. Requiere de comunicación permanente sobre el desarrollo de los procesos. Son personas serias pero amables, en general son grandes conocedores de sus productos tanto a nivel de la manufactura como de la comercialización local e internacional.

- Conozca a su comprador; antes de entablar cualquier relación comercial, es importante investigar todo lo relacionado con la empresa interesada en sus productos. Haga su tarea. No vaya a las citas sin estos conocimientos.
- El canadiense espera que sus comunicaciones sean respondidas en el término de 24 horas.

- El canadiense espera que su proveedor le facilite el proceso de compra y venta. Se sugiere al exportador tener un buen conocimiento del proceso de exportación y trámite aduanal de todos aquellos puertos y fronteras por donde deba atravesar el embarque.
- Toda correspondencia debe estar escrita en inglés y para el caso de Quebec, preferiblemente en francés.
- Siempre debe haber una persona que hable inglés disponible para comunicaciones telefónicas. El exportador colombiano debe contar con por lo menos una persona en su empresa que domine el Inglés y que pueda dar seguimiento adecuado a las transacciones con los nuevos clientes canadienses.
- Los bienes exportados se deben siempre ajustar a las muestras enviadas con anticipación.
- El ambiente de negocios es informal y el protocolo es mínimo, una vez se han establecido las relaciones comerciales.
- El cumplimiento de las citas, en cuanto a puntualidad, es indispensable.

### **5.8. Aspectos generales de las negociaciones**

Una vez se ha establecido contacto con el comprador se sugieren lo siguiente:

- **Carta de presentación:** Envío de una carta de presentación de la empresa, en inglés y/o francés.
- **Breve Perfil de la Empresa (Corporate Profile):** Este debe contener, en no más de dos hojas, los datos básicos de la empresa tales como nombre, razón social, dirección completa, números de teléfono y fax, correo electrónico, actividades principales, breve reseña histórica incluyendo año de establecimiento, clientes principales en Colombia y en el extranjero, y nombre y cargo de la persona a contactar.
- **Catálogos:** Estos deben contener una descripción detallada del producto y sus especificaciones técnicas en inglés. Las compañías canadienses esperan que el material impreso sea de excelente calidad, y que la información allí contenida sea presentada en forma profesional. Recuerde que el catálogo sirve la doble función de promoción inicial y consulta posterior del producto exportable. En muchas ocasiones, el catálogo será el

único recurso inmediato con que cuente el comprador para tomar una decisión con respecto a su producto.

- **Lista de Precios:** Esta debe ser concreta, debe contener los precios de los productos descritos en el catálogo y en dólares americanos, y debe determinar el INCOTERM que más se adapte al negocio, o aquel sugerido por el importador.
- **Empaque y embalaje:** En el momento de estipular los precios debe quedar claro que tipo de empaque tanto del producto como a nivel de los paquetes que se enviara. Igualmente se recomiendan incluir información sobre métodos de empaque de los productos, forma y requisitos de embarque, tiempo de entrega y tipo de pago. Para grandes despachos de mercancía, los precios deben ser presentados según el peso de los contenedores.
- **Muestrario:** En el momento de realizar una visita o contactar a un cliente específico, en lo posible es conveniente presentar **Muestras Físicas** que garanticen la calidad total del producto. Las muestras deben estar claramente referenciadas contra la lista de precios y el catálogo. También deben estar acompañadas de una descripción detallada de las materias primas o elementos que componen el producto y de una etiqueta con un código que permita identificar el producto en la lista de precios.

## **6 DISTRIBUCIÓN FÍSICA**

### **6.1. Aspectos generales de la distribución física en Canadá.**

Canadá cuenta con una de las infraestructuras de transporte más avanzadas del mundo, tanto en su parte terrestre (sistema de carreteras y ferroviario), marítima (infraestructura portuaria) y aérea (sistema de aeropuertos).

#### **6.1.1. Infraestructura para la Distribución Física en el país.**

##### **6.1.1.1. Puertos**

Canadá es una nación marítima con acceso a tres océanos – Pacífico, Atlántico y Ártico. Asimismo tiene entrada al sistema de navegación mediterráneo más largo del mundo – El corredor San Lorenzo - Grandes lagos. Cuenta con más de 300 puertos comerciales y numerosas bahías por las que transitan las más diversas mercaderías tanto interna como internacionalmente.

El puerto más grande es Vancouver, ubicado en la costa oeste. Dicho puerto es el principal en importancia para los envíos hacia y desde la región de Asia - Pacífico. El puerto de Príncipe Ruperto, ubicado bajo la península de Alaska constituye el punto de navegación mas cercano entre Norte América y los países de la Cuenca del Pacifico.

Por su parte, en el Este, los envíos se dividen en diversos puertos, incluyendo Montreal, Halifax, Port Cartier, Sept/Iles/Point Noire, Saint John y Québec.

A pesar del frío existente en los meses de invierno, la mayoría de los puertos de aguas profundas en Canadá se encuentran abiertos y operando a lo largo del año. En los puertos de Montreal y Vancouver, existen las instalaciones e infraestructuras necesarias que permiten un



rápido movimiento de las mercancías, satisfaciendo así las necesidades de los comerciantes más exigentes.

El puerto de Montreal es el puerto líder en Canadá en cuanto a número de contenedores, dada su situación estratégica de encontrarse al interior del continente, así como el sistema multimodal que lo conecta con rutas (carreteras) y sistemas ferroviarios y que le permiten un rápido acceso a numerosos puntos de Canadá y de los Estados Unidos.

El río San Lorenzo, una “carretera marítima” casi tan larga como la anchura del Océano Atlántico, ve pasar por sus aguas más de 200 millones de toneladas de carga al año. Entrada vital para la competitividad Canadiense, esta ruta marítima proporciona un camino directo al corazón industrial de Norte América. Sin embargo debido a las condiciones climáticas que afecta la navegación por el Río St. Lawrence y el Lago Ontario no hay servicio de navegación entre los meses de Diciembre a Marzo.

#### **6.1.1.2. Aeropuertos**

Canadá cuenta con 10 aeropuertos internacionales y más de 300 aeropuertos más pequeños. La principal línea aérea nacional es Air Canadá, la cual cuenta con rutas extensivas tanto a nivel nacional como internacional.

Asimismo operan en Canadá numerosas líneas aéreas locales o regionales, de “descuento” y líneas aéreas internacionales. Las alianzas estratégicas desarrolladas entre Air Canadá y un grupo de líneas aéreas del resto del mundo – conocida como Star Alliance – permite conectar a Canadá con el resto del mundo.

Transportistas canadienses y norteamericanos tienen un acceso ilimitado a efectuar vuelos entre puntos de ambos países. A la vez, Canadá cuenta con acuerdos aéreos bilaterales con más de 66 países.

En Canadá circulan más de 20 transportistas de los Estados Unidos y 47 extranjeros que operan vuelos regulares desde y hacia Canadá.

#### **6.1.1.3. Carreteras**

Canadá cuenta con más de 900 mil kilómetros cuadrados de caminos públicos. La carretera conocida como Trans Canadá Highway, es la arteria principal que une el país de este a oeste y que recorre más de 7300 kilómetros uniendo todas las 10 provincias.

El sistema de caminos, incluye un número importante de cruces hacia los Estados Unidos, de los cuales 18 son puertas comerciales importantes.

Anualmente se registran más de 10 millones de cruces de camiones entre los Estados Unidos y Canadá, con un transporte de mercaderías estimado de 400 billones de dólares, lo cual convierte a esta forma de transporte en el principal modo de intercambio entre el norte y el sur.

Consciente de la importancia del transporte terrestre para el comercio, Canadá invierte un monto importante de capital en seguridad de la ruta y calidad de la infraestructura de sus carreteras.

#### **6.1.1.4. Vías férreas**

El sistema ferroviario provee la forma más económica de transporte de mercaderías para largas distancias. Por las vías férreas canadienses se transportan más de 270 millones de toneladas de carga al año.

La industria ferroviaria en Canadá se encuentra dominada por dos empresas, “Canadian National Railways” (CN) y “Canadian Pacific Railways” (CP), ambas ofreciendo servicios a escala nacional (incluyendo íter modal). Tanto CN como CP cuentan con redes domésticas importantes, así como conexiones hacia los Estados Unidos, incluyendo la propiedad de numerosas líneas ferroviarias en los Estados Unidos y un creciente número de afiliados regionales al sistema ferroviario, que les permite servir a los principales mercados Norte americanos. Asimismo cuentan con fácil acceso a los principales puertos Canadienses y las comunidades interiores, ya sea directamente o indirectamente a través de un sistema íter modal de tren-camión.

#### **6.1.1.5. Servicios inter modales**

Un sistema de transporte eficiente y confiable, requiere una buena transición de las mercaderías entre los distintos modos de transporte.

En Canadá, se han realizado importantes inversiones y avances en infraestructura y procesos tendientes a mejorar los procesos inter modales de trasposos de mercaderías.

Así por ejemplo CN y CP han simplificado sus procesos de carga y descarga y utilizan terminales descentralizados y más pequeños para llevar a efecto esta tarea, terminales que son menos congestionados y que hacen los trasposos inter modales más atractivos. Asimismo, han introducido un sistema de servicios de contenedores de doble pila (double stack) en tres de sus principales puertos, Vancouver, Montreal y Halifax, lo cual permite ahorrar costos por sobre los trenes de contenedores convencionales.

En la costa Oeste, Deltaport, ofrece excelentes servicios inter modales. Su terminal de contenedores es uno de los más avanzados de su tipo y una puerta de acceso a servicios de transporte para Norte América. Tecnología de punta, sistemas computarizados especializados en operaciones inter modales y acceso directo a dos servicios férreos transcontinentales han permitido duplicar la capacidad de contenedores en el puerto de Vancouver.

#### **6.1.1.6. Integración Norteamericana**

Con una cifra del billón de dólares al día en intercambios comerciales cruzando la frontera entre los Estados Unidos y Canadá, tanto por aire, mar, tierra y por tren, contar con una buena infraestructura que permita la fácil circulación de la carga entre ambos países ha constituido una prioridad para el gobierno canadiense, en especial luego de la adopción del Tratado de Libre Comercio de América del Norte y del acuerdo bilateral de cielos abiertos con los Estados Unidos. Gracias a este acuerdo, se ha visto un aumento importante en el número de vuelos a los Estados Unidos de los 8 principales aeropuertos Canadienses (Vancouver, Calgary, Edmonton, Winnipeg, Toronto, Ottawa, Montreal y Halifax).

Los sistemas de transporte de carga Canadienses, tanto por tren, por camión y por aire, se encuentran plenamente integrados con las redes de los Estados Unidos, otorgando así un acceso eficiente a los consumidores y proveedores a lo largo de Norte América, lo cual constituye una ventaja atractiva para aquellos empresarios deseosos de transportar internacionalmente sus mercaderías.

Por lo mismo, los gobiernos de México, Estados Unidos y Canadá están tomando medidas para integrar las regulaciones fronterizas y mejorar los procedimientos que faciliten el movimiento de personas y carga en las distintas fronteras. Dentro de las medidas adoptadas se encuentran, la posibilidad de los transportistas de preparar con anticipación el desaduanamiento de sus mercaderías, así como toda la inversión en infraestructura y tecnología que expedita los procesos.

#### **6.1.2. Modalidades de transporte**

##### **6.1.2.1. Transporte aéreo:**

Cuando el exportador elige el transporte aéreo, tiene que considerar los costos de manejo de la mercancía hasta el aeropuerto.

Los cargos aéreos están cotizados por peso y también dependen del volumen y características de la carga.

Dentro de los diferentes factores a considerar al momento de elegir flete aéreo se encuentran:

- a. Tiempo de tránsito
- b. Precio (7-10 veces superior a la tarifa de transporte marítimo)
- c. Disponibilidad de equipo
- d. Disponibilidad de aeropuertos con capacidad de carga en los puntos de origen o destino.
- e. Seguros.

La ventaja de este tipo de transporte es sin duda la rapidez en el servicio. Por otro lado, una de las desventajas es el alto costo por liberar la mercancía por parte del agente aduanal y el tiempo que esta puede permanecer en el aeropuerto (de 3 a 4 días).

En cuanto a puntos de entrega, la mercancía estaría liberada sólo en el aeropuerto.

Con respecto al Transporte aéreo desde Colombia a Canadá, los vuelos se hacen vía Estados Unidos, haciendo escala en Miami, Nueva York o Chicago. Desde Colombia salen de Bogotá y Medellín. Sin embargo, en

Julio de 2004, Air Canadá comenzó a operar vuelos directos entre Bogotá y Toronto, con una frecuencia de 3 vuelos semanales (Jueves, Sábado y Lunes). En este caso la mercancía se declarará en tránsito hasta Toronto y después el des aduanamiento se realiza en el punto final de destino. Otra posibilidad de transporte aéreo es vía Cuba.

Existe la limitación de que estos vuelos son vuelos comerciales, es decir con un 95% es de pasajeros, por lo cual hay restricción en cuanto a

pesos y medidas de los contenedores. Por otro lado también es importante una mayor planeación puesto que el sistema de espacio es más restringido. **En este tipo de vuelos, resulta claramente recomendable el envío de muestras pero no así de carga.**

**Tabla 43. Capacidad de Carga por Tipo de Aeronave (Ejemplos)**

Item \ Nave	BOEING 767 - 300	BOEING 767 - 200	BOEING 757 - 200	MD-83
<b>Capacidad máxima por vuelo</b>	10.000 Kgs.	10.000 Kgs.	4.000 Kgs.	1.400 Kgs.
<b>Peso máximo por pieza</b>	1000 Kgs.	1000 Kgs.	100 Kgs.	80 Kgs.
<b>Dimensiones máximas de volumen por pieza</b>	150 x 300 x 200 cms.	150 x 300 x 200 cms.	100 x 135 x 135 cms	75 x 120 x 150 cms.

Fuente: Empresa de Transporte Aéreo Deprisa internacional.  
[www.deprisa.com/servicios/servicio\\_internacional\\_carga.htm](http://www.deprisa.com/servicios/servicio_internacional_carga.htm)

Para el caso en que se haga escala en los Estados Unidos, es importante recordar que por cuanto el producto se detendrá en territorio estadounidense, debe cubrir con los requisitos y documentos para su transferencia hacia Canadá.

Por tratarse de productos provenientes de Colombia, es altamente probable que éstos sean sujetos a revisión tanto en Estados Unidos como en Canadá por las autoridades aduaneras y también fitosanitarias.

La duración del tránsito es de 3 a 4 días. La carga para en tránsito en los Estados Unidos y está sujeta a cumplir con los requisitos que exige dicho país. Si el exportador no es conocido en dicho país debe acreditarse.

La documentación necesaria es la siguiente:

- Factura en inglés o francés. NO puede estar en español.
- Packing list o lista de empaque – también en inglés o francés
- Certificado de origen
- Documentación relacionada con la seguridad

Estos documentos deben estar listos y ser entregados al agente de aduanas 24 horas antes de la salida del vuelo.

La reservación del espacio se hace desde Colombia y cualquiera de las rutas vía Miami, Nueva York o Chicago sirve para el destino final.

La elección de la ruta a elegir dependerá del servicio y tiempo de tránsito y de la fiabilidad de la empresa de transporte (conexiones a tiempo). En general mientras más largo es el tiempo de tránsito más bajo será el precio aunque en transporte aéreo no se observa una gran variación.

Para envíos aéreos el mínimo es de 45 kilos. La cotización se hace por carga de

- 45 kilos o más;
- 100 kilos o más;
- 300 kilos o más;
- 500 kilos o más; y
- 1000 kilos o más.

Generalmente el agente de aduanas está en la capacidad de preparar la documentación necesaria.

La empresa que se contrate como agente logístico se compromete a buscar la mejor opción y envío en el día acordado.

Existen empresas que prestan el servicio de “charter”. Actualmente este servicio es ofrecido de Bogotá o Medellín hasta Miami. Desde Miami la carga es enviada a Canadá en camión. Sólo está disponible el servicio para carga seca.

En los Estados Unidos la carga deberá hacer aduana, trámite que se repetirá a su entrada a Canadá. En atención a la particular situación de

Colombia, es altamente probable que la carga esté sujeta a una inspección cobrada e inapelable.

Los costos promedios del trámite de aduana son de 50 a 100 dólares americanos por embarque.

La carga se traspasa a una bodega en donde de un contenedor se traspasa a otro ya sea para el transporte aéreo o terrestre.

#### **6.1.2.2. Transporte marítimo**

Para el evento que se trate de carga seca, existen contenedores de 20', 40', y 45' pies.

Las cotizaciones para carga marítima se realizan por tonelada métrica.

El peso total admisible para cada contenedor varía dependiendo de los países. En Canadá el máximo permitido es de 40,000 kilogramos (40 toneladas).

En el caso de contenedores con temperatura controlada, sólo existen contenedores de 40' y 40' High Cube .

Los cargamentos por mar pueden clasificarse como LTL que significa Less than truck load o como full load, carga completa.

- Less than truck load

En el caso de LTL, las tarifas de transporte se dan por clase de productos. Los productos son clasificados por clase de acuerdo a las características requeridas para su transporte. Es importante hacer notar que este servicio no está disponible para carga fresca.

La tarifa se da por cada 100 libras por clase de producto.

Dentro de los factores que influyen en el establecimiento de la tarifa, se encuentran:

- a. El peso y volumen del producto
- b. La fragilidad
- c. El tipo de carga
- d. El valor por unidad o riesgo.

- Full load containers (FCL).

Existen contenedores para carga seca y con características especiales para productos perecederos, frescos o congelados sólo bajo la opción de FCL (Full container load).

Las tarifas son dadas por tonelada métrica, lo cual quiere decir que se calcula a volumen o peso según sea el mayor factor.

Las líneas marítimas internacionales o representantes que se encuentran en Colombia son<sup>24</sup>:

CMA CGM  
Evergreen  
Hamburg Sud  
Hapag-Lloyd  
Lykes Lines  
Maersk Sealand  
McLean Kennedy  
Montship Inc [www.montship.com](http://www.montship.com), [www.molpower.com](http://www.molpower.com)  
MSC,  
Nortec Marine Agencies  
Seaboard Marine  
Seanautic Marine  
TMM Lines

### **Restricciones**

Normas que establecen restricciones o disposiciones especiales respecto al transporte marítimo de carga. Por ejemplo: Reserva de Carga, prohibiciones para utilizar buques de determinada bandera, etc.

---

<sup>24</sup> Ver anexo



**Tabla 44. Normas y Restricciones portuarias en Canadá**

NORMA	RESTRICCION / DISPOSICION
Todo barco mercante que entre a cualquier puerto de Canadá deberá presentar la forma A6A.	La forma A6A deberá describir en una forma detallada el tipo de mercancía, el peso, el nombre del vendedor y del comprador.
Antes de que un barco entre a cualquier puerto en Canadá, el dueño del barco o su representante enviará la forma de Notificación de pre-arribo por lo menos 24 horas antes.	La Notificación de pre-arribo deberá ser diligenciada por la persona responsable del barco, sin importar la nacionalidad de la persona.
Todo producto considerado peligroso (explosivos, productos radioactivos) deberá obtener un permiso previo de importación.	El permiso para productos peligrosos deberá ser diligenciado por el intermediario aduanero. El permiso tiene un valor de \$37.92.CND y puede ser comprado en cualquier puerto.

El siguiente cuadro refleja los países que tienen prohibido que sus buques entren a Canadá por razones políticas:

**Tabla 45. Países sin permiso de ingreso a territorio fluvial canadiense.**

Afganistán	Irán
Angola	Irak
Bosnia	Israel
Camboya	Líbano
Croacia	Liberia
Cuba	Somalia
Haití	Sri Lanka

#### 6.1.2.3. Transporte Terrestre

Los cargamentos por tierra pueden clasificarse como LTL que significa Less than truck load) o como full load o carga completa.

En el caso de LTL, las tarifas de transporte se dan por clase de productos. Los productos son clasificados por clase de acuerdo a las características requeridas para su transporte.

La tarifa se da por cada 100 libras por clase de producto y para establecer dicha tarifa, se considera:

- El peso y volumen del producto
- La fragilidad
- El tipo de carga
- El valor por unidad o riesgo.

Las ventajas de usar este tipo de transporte son:

- a. Disponible para todos los destinos entre terminales y para entregar la mercancía directamente a la planta del cliente.
- b. Retraso mínimo
- c. Se asegura la carga parcial.
- d. Los costos disminuyen entre 7 y 10%.

Las desventajas son:

- a. Hay que considerar el manejo por carga y descarga de mercancías.
- b. El volumen de la mercancía es limitado.
- c. Este método de transporte da poca flexibilidad para manejar diversos tipos de carga.

Para el caso del Full load containers, los cargos de flete o tarifas se hacen por milla de recorrido.

En esta opción, sin embargo, el daño o pérdida parcial de la carga no está asegurada, por lo que hay que tener cuidado de asegurar el daño y esclarecer quien es responsable por la mercancía.

Existen contenedores con características especiales para productos perecederos, frescos o congelados sólo bajo la opción de FCL (Full container load).

Ventajas:

- a. Precio competitivo
- b. No se cobra por manejo de mercancías
- c. Se puede elegir la ruta de entrega
- d. Hay flexibilidad para establecer fechas de envío y entrega.
- e. Se presenta menor daño a las mercancías.

Es posible obtener tarifas por cargas parciales de  $\frac{1}{2}$  carga o  $\frac{1}{4}$  de carga, aunque los precios no son proporcionales a la fracción de carga. Es decir, por  $\frac{1}{2}$  carga, el precio puede ser  $\frac{3}{4}$  del total.

Las tarifas de transporte terrestre dependen además de las distancias entre el puerto y el punto final de destino. Aproximadamente la tarifa que se cobra es de US \$ 1 (1 dólar americano) por kilómetro de recorrido.

A continuación se muestra una tabla de distancias entre principales puertos y centros urbanos en Canadá.

**Tabla 46. Cuadro Comparativo de distancias entre principales puertos y centros comerciales de Canadá.**

	Halifax	Montreal	Toronto	Calgary	Edmonton	Vancouver
Halifax		1.318	1.857	5.042	5.082	6.119
Montreal	1.318		539	3.743	3.764	4.801
Toronto	1.857	539		3.434	3.455	4.492
Calgary	5.042	3.743	3.434		299	1.057
Edmonton	5.082	3.764	3.455	299		1.244
Vancouver	6.119	4.801	4.492	1.057	1.244	

Fuente: Equipo consultor.

Nota: Todas las distancias anteriores se encuentran expresadas en kilómetros.

#### 6.1.2.4. Proceso logístico multimodal.

- Montreal y Toronto en la costa Este, por su ubicación geográfica, infraestructura y capacidad, proporcionan ventajas estratégicas y económicas sirviendo de enlace entre los centros urbanos e industriales de Canadá y el Este Americano.
- El puerto de Montreal ofrece una excelente conexión a la vía férrea con acceso directo a los muelles, y Toronto, al sistema vial brindando la opción de servicios regulares.
- Vancouver en la costa Oeste de Canadá es uno de los puertos más grandes de América del Norte, cuenta con acceso a los sistemas férreos y viales interestatales Americanos, ofreciendo servicios de reexpedición de mercancías hacia las ciudades del interior del Oeste de Canadá.
- Si bien la estructura de transporte marítimo de Colombia a Canadá, no ofrece servicios directos, especialmente hacia el Este Canadiense, existen múltiples conexiones que permiten un fácil acceso.

- De acuerdo a la conformación de servicios marítimos, desde la Costa Atlántica, especialmente Cartagena, Barranquilla, y Buenaventura hacia Montreal y Toronto, no hay oferta de servicios directos.
- Las líneas marítimas Americen President, Compañía Chilena de Navegación, Compañía Sudamericana de Vapores y Crowley American Transport unidas en el consorcio "Américas", ofrecen un buque semanal, tiempos de transito que oscilan entre 8-12 días y conexión terrestre desde Nueva York (Estados Unidos). Otras navieras, como Maersk-Sealand, Mediterranean Shipping, Seaboard, P&O Nedlloyd, Hamburg Sud y Zim Container Line prestan el servicio vía Caribe, Charleston, Elizabeth, Fernandina Beach y Nueva York, con mas de 15 días en trayecto desde Cartagena y Buenaventura.
- En la ruta Atlántico – Costa Oeste, se puede contar con dos frecuencias directas cada 15 días, de las líneas marítimas D'amico Line e Italia de Navagazione y uno con trasbordo en Estados Unidos, con salidas cada 8 días, de la línea marítima Maersk-Sealand, el tránsito de los buques entre puertos del Norte de Colombia y Vancouver esta entre 14 y 20 días aproximadamente.
- Así mismo, desde Buenaventura se cuenta con dos servicios directos cada 14 días uno de ellos con el Consorcio AMPAG, conformado por las líneas marítimas Columbus Line, Maruba, TMM y TMG, en tanto que Maersk-Sealand presta servicio con trasbordo en Panamá y Estados Unidos, cada 8 días, la travesía desde Buenaventura toma alrededor de 20 días. Es importante señalar que, algunas navieras están en capacidad de hacer extensión de sus servicios hasta ciudades del interior por el río de St Lawrence
- En el desarrollo de rutas y consolidados marítimos, es todavía precaria la consecución de espacios para carga fraccionada; esta necesidad deberá ser cubierta por el exportador a través de las gestiones propias que pueda coordinar con un broker o forwarder, en Estados Unidos principalmente en Miami.

Como primer punto hay que considerar que de acuerdo a la conformación de servicios marítimos, desde la Costa Atlántica, especialmente Cartagena, Barranquilla hasta Montreal o Toronto, no hay oferta de servicios directos, hay que pasar por Nueva York, lo cual

representará tiempo de revisión de contenedores provenientes de Colombia en los Estados Unidos.

Las siguientes rutas consideran una combinación de transporte marítimo y terrestre:

**Para entrar a la Costa Este de Canadá (Halifax, Toronto, Montreal)**

- **Cartagena → Nueva York → Toronto o Montreal.** Ruta con un tránsito de 15 a 18 días y con frecuencia de 2 veces por semana. La carga llega por vía marítima a Nueva York y de ahí sale por tren o camión a Montreal o Toronto. Es importante cotizar precios en las navieras ya que se observan diferencias de precios a veces significativas.
- **Buenaventura → Halifax :** El tránsito desde Colombia a Halifax es de 21 días. De Halifax se distribuye por tren camión hacia Toronto o Montreal. Este servicio opera con una frecuencia de 1 vez por semana.
- **Cartagena a Halifax** → tránsito de 20 a 23 días

**Para entrar a la Costa Oeste de Canadá (Vancouver, Alberta)**

- **Buenaventura → Vancouver** – tránsito de 15 a 18 días. Opera con una frecuencia de 2 a 3 salidas por semana. En esta ruta el buque recala en un puerto de los Estados Unidos pero normalmente no hay inspección.

La ventaja de embarcar hacia Halifax o Vancouver es que se podría evitar la inspección en los Estados Unidos, la cual tiene un costo aproximado de \$1.200 dólares americanos por revisión, más gastos de manipulación de carga.

Una inspección física en los Estados Unidos no garantiza que en Canadá no se lleve a cabo otra. El costo de la inspección dependerá del tiempo que demore la misma (en promedio en Canadá es de 500 a 800 dólares canadienses).

Sin embargo la desventaja es que son tiempos de tránsito más largos, costos más altos dado que el transporte terrestre se cotiza por milla de recorrido y el puerto tiene restricción de equipos especializados. Además sólo hay oferta de una o dos navieras en esta ruta.

Se le recomienda al exportador no considerar a los Estados Unidos como una barrera a sortear en la distribución física en cuanto a la regulación de los productos, por cuanto para mediados del 2004, Canadá exigirá esta misma documentación y aplicará el mismo proceso para todas las modalidades.

Se le recomienda al exportador con un full container optar por las rutas a los puertos de Nueva York o Halifax.

Opción de consolidación: en atención a que el comercio entre Colombia y Canadá no alcanza volúmenes importantes, generalmente no hay carga para consolidar directamente a Canadá. Existe la alternativa de enviar consolidado con otra carga a Miami en donde se consolida con otra carga a Canadá. Una opción es hacerlo desde Cartagena-Buenaventura a Miami, con una frecuencia de servicio de una vez por semana, y desde Miami a Canadá en camión con un tránsito de 24 a 48 horas.

Otra opción a disposición del exportador, es el reunirse con 2 ó 3 exportadores más que tengan productos que requieran de un envío frecuente para optar por un servicio consolidado bajo tarifa preferencial.

También existe la opción de un consolidado exclusivo, en el cual se reúnen productos de diferentes exportadores y que tienen como destino final el mismo importador.

### **6.1.3. Tarifas**

En la última década, el gobierno federal ha introducido importantes reformas al sistema de transporte en Canadá, medidas tendientes a incentivar la comercialización de la industria del transporte y a remover regulaciones gubernamentales innecesarias.

En muchos casos, estas reformas han creado nueva competencia en los servicios de aprovisionamiento y han estimulado las fuerzas de libre mercado al privatizar empresas del gobierno en el sector de transporte.

Para determinar la tarifa por tipo de transporte, el exportador debe considerar que la tarifa para cada tipo de transporte está definida en función de:

1. Peso y volumen de la carga
2. Valor del producto
3. Fragilidad del producto
4. Tiempo de entrega
5. Volumen anual de la carga.

A continuación se inserta una tabla comparativa de precios para transporte dentro de América del Norte según ciertas rutas escogidas:

**Tabla 47. Tablas de precios de transporte.**

Ruta	Aéreo	Tren	Terrestre
Nueva York – Montreal	50	En general para el transporte por vía terrestre (tren o camión) los precios corresponden aproximadamente a US\$1 (1 dólar Americano) por kilómetro recorrido, por lo que el valor total dependerá de la distancia a recorrerse. Aunque la referencia es general, se le sugiere al exportador estimar hasta US\$ 1.5.	
Nueva York – Toronto	80		
Halifax – Montreal	157*	112	
Halifax – Toronto	207	148	
Vancouver – Calgary	157	112	
Vancouver – Montreal	294	210	
Vancouver – Toronto	294	210	

Fuente: Equipo Consultor.

Notas: los precios aquí contenidos se encuentran expresados en dólares americanos. En algunos casos se encuentran expresados en ambas monedas usando la tasa de cambio publicada por el Banco de Canadá de 2003 de 1 USD = 1,4015 CD\$ o 1 CD\$ = 0.7135 USD.

Los precios por transporte aéreo fueron cotizados con Air Canadá Cargo y están sujetos a cambio sin previo aviso.

Los precios aquí referidos para transporte aéreo corresponden a un envío de 100 kilos, salvo que se indique que se trata de un contenedor. Para transporte por tierra, se considera al transporte de un contenedor.

### **Fletes**

Costo imputable al importador por la movilización de una tonelada, contenedor de 20' y 40', en los principales puertos (cargue/descargue, movilizaciones internas, almacenaje, llenado/vaciado de contenedores, re-empaque, etc.)<sup>25</sup>.

**Tabla 48. Información costo aproximados por contenedor puerto a puerto.**

PUERTO	NOMBRE DEL SERVICIO	COSTO		
		TON	Ctnr20'	CNT 40'
Cartagena – Montreal	Servicio de descargue por un valor de US\$ 25 (Ctnr20' o 40').	-----	US\$ 2015	US\$ 2390
Cartagena – Toronto	Servicio de descargue por un valor de US\$25 (Ctnr20' o 40').	-----	US\$ 2150	US\$ 2690
Buenaventura – Vancouver	Servicio de descargue. (El valor no esta disponible)	----	US\$1650	US\$2440

Fuente: Consultores, entrevista a Panalpina.  
Unidad Monetaria: Dólar americano

### **Otros precios de referencia:**

BAF \$250 USD

Transporte terrestre local en Montreal o Toronto \$ 195.00 USD

Handling \$ 50.00 USD

Bill of lading fee \$ 35.00 USD

Customs Clearance \$ 75.00 USD

Los precios varían constantemente por lo cual el exportador debe contactar a las empresas para cotizaciones específicas. Las cotizaciones se hacen incluyendo todo el transporte, es decir la fracción marítima y terrestre para facilidad del exportador.

<sup>25</sup> Los costos fueron dados por Panalpina y estos incluyen la distribución de la carga a los mercados cercanos siempre y cuando estén dentro del área metropolitana de las ciudades antes mencionadas. El movimiento de carga entre las ciudades de:

- Cartagena - Montreal demora 14 días y las embarcaciones son cada 15 días.
- Cartagena – Toronto demora 14 días y las embarcaciones son semanales.
- Buenaventura – Vancouver demora 19 días y las embarcaciones son cada 15 días.
- Todos los costos aquí estipulados están sujetos a cambios y tienen que ser verificados con Panalpina.



#### 6.1.4. Tiempos de tránsito aproximados para diferentes puertos entre Colombia, Canadá y Estados Unidos.

El siguiente cuadro muestra los días aproximados que toma el transporte marítimo o terrestre entre los puertos definidos con la información disponible, a través de la asesoría con la empresa de distribución logística Panalpina.

**Tabla 49. Tiempos aproximados (en papel) por vía marítima o multimodal.**

	Cartagena	Buenaventura	Miami	NY	Mtl	Toronto	Halifax	Vancouver
<b>Cartagena</b>			5	13	16	9 a 20	15 a 20	
<b>Buenaventura</b>				16	18 a 19	18 a 19	24	15
<b>Miami</b>	5				3	3		
<b>Nueva York</b>	13	16			3	3	15	
<b>Montreal</b>	16	18 a 19		3		4 a 5	5 a 10	
<b>Toronto</b>	19 a 20	18 a 19	3	3	4 a 5			
<b>Halifax</b>	15 a 20	24		15	5 a 0	9 a 10		
<b>Vancouver</b>		15			7	3 a 5		

Fuente: Empresa de distribución logística Panalpina.

A continuación se enumera de forma indicativa los tiempos aproximados de tránsito por vía marítima de países competidores para diferentes productos de puerto a terminal.

**Tabla 50. Tiempos de transporte entre algunos países competidores y puertos en Canadá.**

Origen	Destino	Tiempo aproximado
Italia	Montreal	14 días
España	Montreal	12-14 días
Portugal	Montreal	12-14 días
Alemania	Montreal	10 días
Reino Unido	Montreal	10 días
Brasil	Montreal	25 días
Chile	Montreal	25 días

Fuente: Equipo Consultor

El tiempo de tránsito ideal entre Vancouver a Montreal por tierra es de 7 días.

#### **6.1.5. Documentación de importación**

Los importadores y los agentes aduanales (custom broker) tienen la obligación de proporcionar los documentos y declaraciones necesarias para liberar la mercancía. Los agentes aduanales ofrecen los siguientes servicios:

Liberar la mercancía de importación

Cubrir los derechos exigibles de acuerdo a las diferentes tarifas y leyes

Obtener, completar y presentar o transmitir los documentos e información necesaria.

Mantener un registro de las operaciones.

Responder a preguntas realizadas por la Agencia de Aduanas de Canadá después del pago de derechos.

Los agentes aduanales cobran honorarios por prestar sus servicios, no son parte del gobierno federal.

Antes de realizar una expedición de mercancía, es posible comunicarse con la agencia aduanal para determinar los derechos exigibles por la entrada de mercancías comerciales a Canadá.

También las oficinas aduanales pueden apoyar en la clasificación arancelaria, la determinación del valor comercial gravable y el tratamiento arancelario apropiado.

Todas las mercancías comerciales introducidas a Canadá están sujetas al pago de derechos de aduana y al impuesto de productos y servicios (GST), a menos que estén libres de arancel de acuerdo a la tarifa.

Los cargos deben cubrirse en divisa canadiense.

El vendedor o exportador debe proporcionar un recibo o factura comercial describiendo con detalle las mercancías de venta y el valor de la venta.

También debe proporcionarse un certificado de origen para que las mercancías puedan ser sujetas a tarifas arancelarias preferenciales otorgadas a ciertos países (en el caso de Colombia, para que se aplique la Tarifa General Preferencial o GPT). Los certificados de origen deben

ser completados por un representante de la empresa productora que conozca el procedimiento de fabricación.

Según la CFIA, no existe ningún permiso especial requerido para alimentos SALVO SI SE TRATA DE PRODUCTOS CÁRNICOS. Por otro lado, también se exige AL IMPORTADOR licencias de importación para productos como: productos lácteos, pescados y mariscos, productos avícolas, etc. NO se exige ninguna licencia para productos empacados como las galletas.

Es responsabilidad del exportador colocar a disposición del transportista toda la documentación necesaria para el transporte de su carga, con al menos 24 horas de anticipación (se sugieren 48) antes de que el contenedor llegue al puerto de salida. Si no se cumple con este requisito, los cargos de almacenaje del contenedor quedan a cargo del exportador.

La manera más sencilla de llevar esto a cabo, es utilizar el manifiesto electrónico, en el cual debe constar la identificación clara del producto, el código HS en la factura (idealmente a 10 dígitos, según lo exigido en Canadá). El costo promedio de este servicio es de \$25 a \$45 dólares (AMS fee: Automated Manifest Service).

Los documentos y regulaciones son actualizados constantemente, por lo que se recomienda al exportador colombiano siempre verificar la documentación necesaria con el importador canadiense y el agente de aduanas.

En síntesis, la documentación requerida por aduana consiste en lo siguiente:

- El transportista debe entregar al exportador:

El conocimiento de embarque (Bill of Lading) en caso de transporte marítimo o la guía aérea

- El exportador debe entregar los siguientes documentos:

1. Al proveedor (en caso de que el exportador no sea el productor directo): La orden de compra

2. Al importador:            El contrato de venta  
                                     La factura pro forma  
                                     La factura comercial  
                                     Lista de empaque  
                                     Certificado de origen

3. Al transportista:        La carta de instrucciones de transporte

- El importador canadiense o su agente aduanal debe contar con la siguiente documentación por parte del proveedor o compañía de seguros:

1. Lista de empaque.
2. Certificado de origen
3. Certificación de seguro
4. Factura estandarizada de la aduana canadiense (Canadian Customs Invoice).

- Otros documentos emitidos por autoridades independientes como:

1. Certificados de inspección
2. Certificado fitosanitario
3. Certificado de calidad.

- Las autoridades canadienses requieren:

1. Factura comercial C.C.I Canadian Customs Invoice
2. Declaración de venta realizada
3. Formato B3 llenado (esto lo puede hacer el agente aduanal)
4. Customs Cargo Control Document

- Documentos internacionales.

1. Factura comercial
2. Lista de empaque
3. Certificado de origen
4. Certificado de seguro
5. Certificado de inspección
6. Certificado fitosanitario

Es importante destacar que las cajas de los productos tienen que presentarse con caracteres en inglés y francés y deben contener la siguiente información básica:

- Nombre y descripción del producto.
- Peso en Kg y libras, además del número de productos contenidos en un envase (caja o pallet).
- Nombre y dirección del exportador.
- Códigos UPC, Canadian Standard Product Code, Shipping Container Code.
- Tamaño y valor de cada envase individual contenido.
- Número de orden de compra.
- País y región de origen.
- Fecha de expiración de la mercadería.
- Número de lote (para identificar envíos).

La regulación en la importación está dada fundamentalmente por la Canadian Food Inspection Agency y Health Canadá. Estas instituciones pueden solicitar inspecciones de la carga una vez que ésta en territorio canadiense. No obstante, las inspecciones también pueden tener lugar en el punto de venta, de modo que el cumplimiento estricto de las normas de salud canadienses es fundamental.

Si la carga es sujeta a inspección en territorio canadiense, fundamentalmente se verificará la documentación y contrastará con los hallazgos dentro del container respectivo. Básicamente:

- Que la mercadería cumpla con los estándares de identificación.
- Container en condiciones propicias para el tipo de carga.
- Envasado y etiquetado conforme a la norma.
- Control de salud.

Las reglas de origen a considerar para exportar los productos a Canadá bajo GPT referido en la sección anterior sobre aranceles son las siguientes:

1. No más de un 40% del valor exfábrica es producido fuera del país.
2. Lo anterior exceptúa el caso en que el restante valor provenga de otro país bajo GPT, mientras no supere el 60% del valor total.
3. Todos los requisitos de envase para el transporte deben ser del país de origen.

Existen algunas alternativas en el mercado canadiense para poder diferir el pago de aranceles una vez que la mercadería llegue a destino.

Es usual que el cliente (importador) utilice estos mecanismos (fundamentalmente el primero), por lo que vale la pena sintetizarlos aquí.

1. Bonded warehouse: Almacenamiento en el puerto u otro destino debidamente autorizado (bajo licencia) de la mercadería, de tal manera que ésta sólo pagará aranceles y otros impuestos una vez que llegue al punto de venta (en algunos países se conoce esta modalidad simplemente como warrant).
2. Duties relief: Solicitud de suspensión del pago de arancel si el bien será destinado a la reexportación.
3. Duty drawback: Mismo objetivo que el punto anterior pero es cuando el importador solicita la devolución del arancel pagado al reexportar la mercadería.

#### **6.1.6. Requisitos para importar muestras sin valor comercial.**

La entidad encargada de regular el envío de muestras a Canadá es “Canadá Borders Services Agency” <http://www.cbsa-asfc.gc.ca>. Para enviar muestra a Canadá se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Las muestras debe se enviadas con una factura comercial como se hacen las exportaciones rutinarias.
- La factura comercial debe discriminar el valor de los artículos, este valor se usará para calcular el impuesto arancelario que deberá pagarse, cuando el valor del arancel, mas el valor del impuesto a la venta (GST-General Service Tax) es superior a dos dólares se pierde el derecho a la exención. En la factura se debe discriminar tanto el código como el del artículo en particular.
- La factura comercial debe decir “Samples not to be sold”.
- Todas las muestras son sujetas al pago del GST, General Service Tax, impuesto a las ventas. Cuando las muestras son temporales y regresarán al país de origen, este valor puede ser reembolsado. En Canadá las muestras que se utilizarán para Ferias, Show o muestrarios a utilizar durante una visita, podrán importarse bajo el código arancelario 9993.00.00 y serán exentas de impuesto de entrada. Mayor información se puede encontrar en <http://www.cbsa-asfc.gc.ca/E/pub/cm/d8-1-1/d8-1-1-e.pdf>
- En el caso de enviar muestras por mensajería CUYO VALOR COMERCIAL NO EXCEDE LOS \$20.00 dólares canadienses, éstas están exentas de aranceles en virtud del memorando D8-2-16. Sin embargo es muy importante que el exportador no declare

un valor comercial de CERO. Esto no es permitido en Canadá. Hay que declarar un valor aunque sea de \$1.00 dólar para el caso de muestras sin valor comercial.

- El número de unidades debe ser razonable.

Debido a la competencia que existe en el mercado de parte de otros países el importador canadiense no está acostumbrado a pagar por las muestras. Igualmente el exportador colombiano deberá correr con los gastos tributarios y costos de transporte que el envío de las muestras genere.

Empresas como Federal Express, UPS o DHL ofrecen el servicio de envío de paquetería por el cual pueden enviarse hasta 150 libras. La mayoría de estas grandes empresas de envío cuentan con centros donde se consolida su carga y posteriormente se envía a la ciudad determinada.

Las ventajas ofrecidas por este método de transporte son la rapidez, la garantía ofrecida por estas empresas de mensajería y la seguridad en el envío.

Para envíos de muestras por paquetería o mensajería, se obtuvieron cotizaciones de 3 de las compañías más importantes a nivel internacional. Para efectos del ejercicio se consideró una caja de cartón corrugado de una medida aproximada de 45x17x30 cm. y un peso promedio de 10kg (estos valores son estimados como promedio para un envío de muestras carga general).

**Tabla 51. Ejemplo de cuotas para el envío de muestras de Bogotá hacia Montreal, Toronto o Vancouver:**

Cantidad	Descripción	Peso en Kg	Servicio	UPS	FedEx	DHL
1 caja	Muestras en caja de 45x17x30 cm.	10 kg	Express 1-2 días	\$153.05	\$ 144.27	\$35 1.12
				+custom duties	+custom duties	+custom duties
			Expedited 3 días	\$ 138.08	n/a	n/a
				+ custom duties		

Fuente: Equipo Consultor. Precios en USD dólares americanos (tasa de cambio = 1.3 cdn\$/USD)

## **6.2. Análisis de la Distribución Física Internacional para azúcar**

Para azúcar crudo el transporte se lleva a cabo en barcos de alto calado, que llegan normalmente al puerto de Montreal, Toronto y Vancouver. Como se ha mencionado anteriormente las refinadoras se han ubicado estratégicamente y en el caso de Lantic y de Redpath están pegadas al puerto y tienen sus propias zonas de embarque y desembarque para ir sacando el azúcar crudo para ser procesado. De acuerdo a la información obtenida de la empresa Redpath, el azúcar crudo y refinado es transportado en barcos que traen entre 17 a 60 mil toneladas métricas por viaje, el volumen depende de la temporada del año, el precio del azúcar y del costo del transporte que se negocie.

Normalmente los barcos con mayor volumen ocurren a finales del año y entre los meses de Septiembre a principios de Diciembre. En el caso de Redpath se utilizan tanto el puerto de Toronto como el de Montreal para traer sus mercancías, cuando se trae hasta el puerto de Montreal se hace un cambio a barcos mas pequeños que pueden navegar por el río St Lawrence. Estos barcos no traen más de 25 mil toneladas métricas por restricciones de navegabilidad. De nuevo es importante recalcar que el río St Lawrence y los lagos tienen restricciones durante el invierno. De esta manera empresas como Redpath hacen negociaciones a un año, a mediados de Noviembre reciben pedidos grandes los cuales guardan en bodegas flotantes, luego en Marzo que se reabre la navegación del lago Ontario empiezan a recibir los cargueros rutinariamente

El azúcar crudo y refinado normalmente se negocia bajo los términos **FOB y son las empresas locales las que hacen los arreglos con las empresas transportadoras.**

Sin embargo siempre es recomendable, si el exportador debe ocuparse del transporte, que este contrate los servicios de una empresa de logística de transporte o, en su defecto, de un agente de aduanas, quien le proveerá los detalles relativos a la tramitación de su carga.

Las empresas de logística de transporte sólo son expertas en transporte pero el productor colombiano es quien debe conocer las condiciones mediante las cuáles se conserva la calidad del producto (en esto se debe estar especialmente atento a las recomendaciones del agente en Canadá o a los requerimientos del importador). Esto último es



especialmente necesario, dado que la aceptación de las muestras no garantiza que se aceptarán los envíos finales para la venta. Si el producto perdió su calidad por malas condiciones de transporte, la carga será rechazada y los costos serán a cargo del exportador. Las empresas de logística de transporte se encargan de recibir la mercadería en el puerto de origen y gestionan todos los aspectos relacionados con el transporte hasta el destino final, asesorando en materia de aranceles y gastos adicionales para una carga específica. Además, aconsejan sobre las rutas más convenientes, presentando un presupuesto con varias alternativas para que el exportador evalúe la opción más económica o aquella que le da más seguridad para, por ejemplo, cumplir con los plazos de entrega.

Para este tipo de productos el procedimiento de envío es muy sencillo por tratarse de mercancías no restringidas, es decir que no presentan riesgo contra la seguridad aérea, marítima ni terrestre, ni contra las personas.

Debido a las características del producto se recomienda utilizar el transporte marítimo.

Los costos de transporte son muy variables, dependiendo de las condiciones del momento (demanda y oferta de transporte desde Colombia), de la ruta elegida y el tipo de carga (sus características especiales y valor).

De esta forma, las rutas críticas son las siguientes:

#### **Para ingresar a la Costa Este de Canadá**

- Por vía marítima existe la alternativa de enviar mercancía desde Cartagena, transbordando por Nueva York o Miami o bien, de manera directa hasta el puerto de Halifax.
- Otra alternativa es un servicio de embarcación conferenciado que recalca en Buenaventura, luego pasa por el canal de Panamá para hacer trasbordo en Centroamérica y para luego llegar a Halifax.
- Por transporte multimodal, se parte de los escenarios anteriores para llegar hasta Nueva York o Miami y de estos puertos por vía terrestre hasta Montreal o Toronto.
- Otra alternativa multimodal considerando que el puerto de entrada a Canadá sea Halifax, es tomar la mercancía por tren (a través de Canadian National) hasta Toronto o Montreal o bien, por vía terrestre.

Esta última opción resulta excesivamente cara considerando que el transporte terrestre se cobra por milla de distancia.

**Para ingresar a la Costa Oeste de Canadá.**

- Por vía marítima la mejor ruta crítica sería embarcar la mercancía en el puerto de Buenaventura y luego llegar a Vancouver. Esta ruta sin embargo requiere definitivamente el paso por Estados Unidos y presenta costos superiores al Atlántico (alrededor de 5% a 10% mayor) pero es la mejor alternativa para llegar al extremo oeste de Canadá. Hasta Saskatchewan, puede ser recomendable buscar las rutas atlánticas que son menos costosas.

**6.3. Brokers y agentes Aduaneros.**

La gestión de logística en el país importador, requiere del conocimiento de los intermediarios de comercio exterior.

En los diferentes países, las actividades inherentes a los trámites de aduana y el comercio exterior en general, son prestadas por empresas/personas denominadas con distinto nombre: agente aduanal, broker, transitorio, intermediario aduanero; y así mismo las labores y competencias de estas difieren. Adicionalmente, hoy, es muy común la figura de operadores logísticos, quienes directamente o a través de asociados prestan algunos o todos los servicios requeridos para la importación/exportación, incluidos transportes internacionales.

En Canadá existe la asociación internacional de envío de carga “Canadian International Freight Forwarders Association”. Esta asociación se encarga de representar sus socios y a la vez mantener les informados de los cambios en la industria, igualmente representa los intereses del sector ante el Gobierno Federal y Provinciales. En la página de Internet bajo el subtítulo de Directorio “directory” se puede encontrar la información de transportadores aéreos, marítimos, terrestres, autoridades portuarias etc. Esta Información esta en detalle e incluye, nombre de la empresa, dirección, teléfonos, páginas de Internet, contactos principales y sus correos electrónicos. Se le recomienda al lector ingresar a:

[http://www.ciffa.com/members\\_directory.asp](http://www.ciffa.com/members_directory.asp)

Para una lista de los contactos y participantes de la industria, referirse a los anexos.

#### **6.4. Observaciones generales de Distribución Física Internacional**

Igualmente se recomienda al exportador, siempre tener presente lo siguiente:

- Verificar el tiempo de entrega con el transportista, ya que los tiempos de tránsito son aproximados.
- Preguntar a la empresa logística o transportista si puede garantizar la fecha de entrega.
- La descripción del producto contenida en la Guía de Embarque puede influir en los costos.
- Contemple cierto margen de error en los tiempos de entrega dependiendo del puerto de entrada, considerando la alta probabilidad de revisión de carga en Estados Unidos, en Canadá, así como el tráfico de mercancías en diferentes puertos en Canadá.

A continuación se enumerará de forma descriptiva los pasos y procedimientos a seguir desde el momento en que se da una orden de compra hasta que se libera la mercancía en Canadá.

El procedimiento aquí descrito es general y pueden surgir más especificaciones dependiendo del tipo de producto, de la negociación con el comprador y de las requisiciones del comprador.

1. Una vez ha acordado un precio y volumen con el comprador canadiense: éste emitirá una orden de compra al exportador especificando los volúmenes y características del producto de interés;
2. A partir de la orden de compra, el exportador colombiano debe preparar una factura pro forma, que debe enviar al comprador canadiense para que se procese el documento bancario o la modalidad de pago en caso de tratarse de carta de crédito, contra documentos o transferencia bancaria. El exportador colombiano debe

- especificar en la factura pro forma el banco y cuenta con el cual se hará la transferencia;
3. Cuando el comprador o importador recibe la factura pro forma, se puede solicitar el documento bancario: carta de crédito, transfer, etc;
  4. El exportador fijará la fecha de embarque con la empresa transportista. El exportador colombiano debe considerar la fecha de cierre de las empresas navieras, que generalmente es 3 días antes de la fecha de partida, para efectuar la carga del producto en la embarcación a tiempo;
  5. Una vez que la mercancía está a bordo, la empresa transportista emite una Guía de Embarque (Bill of Lading). Se requieren 3 originales y 3 copias de este documento;
  6. La empresa transportista también debe emitir una lista de empaque;
  7. El exportador debe preparar la factura comercial, el certificado de origen y el certificado fitosanitario;
  8. La mercancía parte al puerto de destino;
  9. El exportador debe consolidar los documentos anteriores y enviarlos al banco notificador (en caso que se pague por carta de crédito o contra documentos);
  10. El banco notificador verifica los documentos y remite el pago al vendedor;
  11. El banco notificador o bien el exportador envía los documentos al banco emisor de la carta de crédito (banco del comprador);
  12. El banco emisor notifica al comprador o importador la llegada de los documentos para la autorización de la transferencia en los términos acordados;
  13. La mercancía llega al puerto de destino en donde, en caso necesario, deberá ser inspeccionada por la CFIA (Canadian Food Inspection Agency) con respectivos costos de inspección generalmente a cargo del exportador;

- 14.El comprador presenta documentos originales a la aduana para legalizar los papeles, cubrir los derechos y cargos tributarios correspondientes y que se puedan sellar los documentos para liberar la mercancía;
- 15.Una vez que las autoridades han quedado satisfechas con los documentos, pago de impuestos e inspecciones fitosanitarias, la mercancía se libera al transportista; y
- 16.El transportista remite la mercancía al punto requerido por el comprador.

Es importante hacer notar que en Canadá los importadores o empresas de distribución conocen los trámites a seguir para liberar las mercancías. La presencia de un agente aduanal NO es obligatoria, pero sí recomendable en el caso de que el exportador colombiano esté encargado de entregar las mercancías hasta el almacén del comprador cubriendo los aranceles.

## **7 PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES**

### **7.1. Perspectivas y oportunidades**

- La industria del azúcar refinado en Canadá representa una producción de 1.2 millones de toneladas anuales aproximadamente, éstas son consumidas en su totalidad, excepto 10 mil toneladas que se exportan a Estados Unidos y las Islas del Caribe, por el mercado local. Se dice que el 80% de la producción la consume el sector industria y el 20% restante va al mercado del consumo del hogar.
- Los productos que se definen como “specialty sugar” tiene un espacio en los supermercados y hay una oferta variada que va desde productos orgánicos hasta producto étnicos como es el azúcar “YELLOW LUMP” que va al mercado Chino.
- Colombia viene participando en el mercado del azúcar crudo, pero no tiene una presencia continua. Lo que si se nota es que en el momento que los exportadores Colombianos representados por la Sociedad de Comercialización Internacional de Azúcares y Mieles S.A. “CIAMSA” desean vender su producto, lo logran con efectividad.
- El azúcar refinado es un mercado que presenta una concentración y competencia con las refinadoras locales, sin embargo se ha notado que en algunos nichos tanto Colombia, Costa Rica y Guatemala han empezado a competir. El medio indicado es utilizar los importadores medianos y re-empacadores para lograr ubicar el producto en el canal de consumo.
- Colombia ha iniciado unas exportaciones menores de azúcar crudo a base de Remolacha, todo depende del grado de industrialización y capacidad exportadora de la industria del cultivo de Remolacha en Colombia, aquí podría explorar más para ofrecer el producto a las refinadoras locales.
- Esta es una industria local que se ha reestructurado y consolidado dramáticamente en los últimos cinco años, de las seis refinerías solo queda cuatro plantas las cuales representan tres Marcas que son al final dos grupos de las empresas:

Redpath (Tate Lyle) y Lantic-Rogers. Este es el canal principal para azúcar crudo. La oportunidad existe para Colombia y los volúmenes de ventas serían muy significativos si se logran alianzas para ser proveedores de estas refinerías. Estas alianzas deben venir acompañadas de un compromiso de los exportadores Colombianos en cumplir las cantidades y ser eficientes en la logística y entrega a tiempo del azúcar crudo.

- Una estrategia para los empresarios exportadores logren ingresar a los supermercados, requeriría inversión en abrir una operación de bodegaje que permita hacer entregas pequeñas y en el momento que los supermercados y clientes industriales lo requieran. Esto es lo que hacen los importadores independientes, pero estos tienen la opción de comprar donde logren los mejores precios.
- En referencia al punto anterior y para disminuir los costos de inversión, se podría considerar hacer una alianza estratégica con uno de los importadores medianos y que ya tienen bodega para ayudar a posicionar una marca en particular del azúcar colombiano.
- Como se puede observar en la gráfica The Canadian Cane & Beet Sugar Industry, tanto el consumo como la producción de azúcar en Canadá es bastante estable y no se proyecta un crecimiento dramático para los próximos años, igualmente el crecimiento de la población canadiense se mantiene constante, lo que no aceleraría o dispararía el consumo.
- Otra estrategia de ingreso al mercado es hacer un acuerdo comercial o “Joint Venture” con LOBLAW COMPANIES LIMITED. Ya que es una de las cadenas de supermercados más fuertes en Canadá, y hacen parte del grupo George Weston Limitada, quienes no solo usan azúcar refinado para sus puntos de venta, sino también a nivel industrial para todas sus otras industrias alimenticias, Weston Bakery, Beatrice Food, etc. Con esta empresa que ya vende sus productos bajo la marca President’s Choice en Colombia se podría ofrecer el azúcar refinado, de hecho ya tienen sus productos “Organic President’s Choice Sugar”, entonces esto no es algo nuevo para ellos.

## **7.2. Sugerencias generales al exportador**

El exportador colombiano debe estar muy al tanto de las prácticas comerciales canadienses antes de entrar a competir en el mercado.

- El mercado canadiense es relativamente pequeño, si se le compara con el de Estados Unidos este es cerca del 10% en población en muchas ocasiones en consumo.
- Tener presente que cualquier producto que desee ingresar al mercado canadiense al detal y satisfacer a sus consumidores, debe al menos ser:
  - Innovador en sus atributos, variedades y envase o presentación.
  - Muy cercano al concepto de "natural", que no dañe la salud ni el medioambiente (su envase) y no esté genéticamente modificado.
- Considerar siempre los idiomas inglés y francés en conjunto, para sus etiquetas y embalaje.
- Los aspectos de envase, color y gráfica son de importancia, especialmente en los aspectos comunicacionales relacionados con el merchandising y posicionamiento.
- El mercado de nichos, si bien no presenta altos volúmenes, no debe descartarse en consideración a la cantidad importante de inmigrantes existente en Canadá.
- El exportador Colombiano debe considerar la inversión que tiene que realizar para la adaptación de su producto al mercado, entre otras, etiquetas bilingües francés e inglés, posible inversión en publicidad, también el cumplimiento de envío de muestras, información a tiempo, la calidad constante y de acuerdo a las muestras.
- Las distancias de transporte entre los centros de distribución son grandes y los costos de este inciden en los precios finales del producto, esto combinado con el tamaño del consumo hace que la mayoría de los mayoristas e intermediarios siempre busquen contratos de exclusividad para vender y representar productos importados.
- Los márgenes de ganancia de un intermediario mayorista y/o distribuidor normalmente son entre el 5% y el 10%. Los supermercado manejan márgenes que van desde el 25% hasta el 100% y mas dependiendo el producto.
- Por regla general, los importadores o sus agentes visitan las fábricas con el fin de asegurarse de la capacidad y calidad de producción, así como para estrechar las relaciones comerciales.
- Por su lado, los exportadores Colombianos deberán mantener una buena comunicación con sus compradores canadienses, no solo en la etapa de la venta sino también de la post-venta. Es de vital importancia el cumplir con todos los procesos de importación.



- Es importante anotar que los compradores eligen a sus proveedores con base en su capacidad, seriedad, experiencia, competitividad y su compromiso por mantener una relación a largo plazo.
- Desde el primer contacto el importador canadiense esta dado a pedir muestras, las cuales deben ir acompañadas por un certificado de análisis del producto realizado por una reconocida autoridad Colombiana.
- Es usual también el hecho de que el importador solicite un descuento como resultado de mala calidad del producto, daño antes o durante el transporte, o también como resultado de un retraso en el tiempo de entrega inicialmente pactado.
- Cuando se están negociando cantidades industriales grandes, el importador también puede solicitar condiciones especiales que le permiten cambiar el destino de las mercancías para ser entregadas directamente al distribuidor final.
- El tiempo pactado para el despacho de mercancías hasta las bodegas del importador, es normalmente entre 2 y 3 meses, y debe ser respetado.
- El empaque como el contenido serán examinados. Algunos de los alimentos manufacturados que llegan a Canadá, son detenidos en las bodegas del importador hasta no tener la aprobación de la Agencia de Inspección de Alimentos de Canadá. Los importadores por su parte, realizan su propia inspección para determinar si el producto cumple con las especificaciones requeridas
- El importador por lo general sugiere a su proveedor las condiciones en las que el producto debe llegar al país y los tamaños y variedades que mejor se venden.
- La participación en ferias es un aspecto fundamental para lograr un adecuado posicionamiento en el mercado local. Se sugiere trabajar una participación “país” para promocionar diferentes tipos de producto en estos eventos. Esta estrategia la han utilizado países como Italia, Francia, Chile entre otros.

**Tabla 52. Ferias y Eventos Comerciales**

CALENDARIO DE EVENTOS DEL SECTO AGROALIMENTICIO.			
<b>Feria</b>	<b>Lugar y Fecha</b>	<b>Perfil del Evento</b>	<b>Información General.</b>
<b>Bakery Showcase 2004</b>	Lugar: Toronto Congress Centre. Normalmente se lleva a cabo en el mes de Mayo	Objetivo: Para Manufactureros y Mayoristas que desean promover sus productos a los distribuidores, tiendas y supermercados de cadena y/o independientes.	Baking Association of Canada. Phone: 888-674-2253. Email: info@baking.ca . Web Address: http://www.baking.ca
<b>The Toronto Wine &amp; Cheese Show</b>	Lugar: International Trade Centre. Fecha: Normalmente se lleva a cabo en Marzo de cada año	Objetivo: Abierto al publico, también es visitado por mayoristas.	Tel: 416-229-2060 Fax: 416-223-2826 Email: info@TOwineandcheese.com. Web site: www.towineandcheese.com/contact.asp <a href="http://www.ofbshow.com">www.ofbshow.com</a>
<b>The Canadian Food and Beverage Show</b>	International Centre, Mississauga, Ontario e se lleva acabo en Febrero.	Tipo: Comercial. Objetivo: Promover productos del sector para la industria de autoservicio y para la industria de los restaurantes.	
<b>Grocery Showcase West</b>	Vancouver Convention and Exhibition Centre, Vancouver BC. Se lleva a cabo en marzo.	Tipo: Comercial. Objetivo: Promover productos del sector para la industria de autoservicio y para la industria de los restaurantes.	Productos: Alimentos frescos, congelados y productos de conveniencia en el sector de alimentos y bebidas. Este evento es organizado por la Federación Canadiense de Almacenes Independientes. Tel. 1.416.4922311. <a href="http://www.cfig.ca">www.cfig.ca</a>
<b>Grocery Innovations Canada</b>	Metro Toronto Convention Centre, Toronto ON. Se lleva a cabo en octubre.	Tipo: Comercial. Objetivo: Feria destinada a la industria detallista de alimentos. Participan productores, distribuidores, mayoristas y agentes nacionales e internacionales.	Productos: Alimentos frescos, congelados y productos de conveniencia en el sector de alimentos y bebidas.

CALENDARIO DE EVENTOS DEL SECTOR AGROALIMENTICIO.			
<b>Feria</b>	<b>Lugar y Fecha</b>	<b>Perfil del Evento</b>	<b>Información General.</b>
<b>SIAL Montreal.</b>	Saint Bonaventure Convention Centre. Normalmente se lleva a cabo en Marzo	Se lleva a cabo cada dos años y ha tenido gran acogida en la industria alimenticia.	Productos: Alimentos procesados y frescos y bebidas de todo el mundo. <a href="http://www.sialmontreal.ca">www.sialmontreal.ca</a>

Estos eventos son importantes en la medida que se defina una estrategia del sector en que se quiera promover nuestros productos, por ejemplo si se busca vender las bolsas de 20 y 40 kilos el ideal es visitar el Bakery show, si es para la venta de productos que van al consumo del hogar lo importante es visitar el Grocery Innovations y SIAL.

## **8 CONCLUSIÓN GENERAL**

Debido a las condiciones de precio las cuales se comercializa internacionalmente el azúcar crudo y refinado en Colombia, se debe estructurar una estrategia que reúna las necesidades de las empresas que La Comercializadora Internacional de Azúcares y Mieles S.A. representa.

Es importante anotar que debido a los programas que tanto el gobierno Canadiense y Estadounidense vienen adelantando para disminuir la obesidad en la población infantil y adulta en algún momento se puede perjudicar el consumo del azúcar en los hogares Canadienses. Por ejemplo en un artículo publicado en mayo 10, 2004 en la revista “24 hours”, ‘Krispy Kreme Profits Crunches’ informan que las ganancias de este año para esta compañía se redujeron en un 10%, debido a la baja en el consumo de sus productos de pastelería ya que la demanda de productos de bajas calorías ha crecido perjudicando sus ventas.

Se perciben oportunidades para el azúcar refinado que va al consumo industrial, especialmente en productos destinados a la industria vinícola, la panadería y de la confitería. En lo referente al azúcar para el consumo de hogar pueden tenerse oportunidades en algunos supermercados como Wal-Mart que viene creciendo su oferta de productos de la canasta familiar, y los supermercados como Loblaws y A&P a quienes se les puede ofrecer la elaboración de sus marcas propias. Las empresas locales como Lantic, Redpath y Rogers, mantienen sus marcas en todos los supermercados ofreciendo entrega de pedidos rutinarios y pequeños, entonces para poder competir con ellos cualquier estrategia debe contener tres características: calidad, precio, y servicios de reposición local.

La oportunidad más grande en términos de cantidades es para proveer a las refinerías locales.

## ANEXOS

### **Anexo 1. refinерías**

Las refinерías son los principales clientes potenciales para azúcar crudo.

#### **REDPATH-TATE & LYLE GROUP**

95 Queen’s Quay East

Toronto, On M5E 1A3

Teléfono: (416) 366 3561 1-800-267-1517

Contacto: Emmy Miller

E-mail: [ermillar@redpathsugar.com](mailto:ermillar@redpathsugar.com)

#### **Montreal**

Québec sales and distribution office

7400 TransCanada

Montréal, QC H4T 1A5

Tel: (514) 738-1743 or 1-800-361-1657

Página web: **redpathsugar.com**

[www.tateandlyle.com](http://www.tateandlyle.com)

Compañía importadora de azúcar crudo y refinadora. Información general del grupo de empresas y de los procedimientos de azúcar.

#### **LANTIC SUGAR**

##### **Montreal:**

Executive Office and Cane Sugar Refinery

4026 Notre Dame East

Montréal, QC H1W 2K3

Tel: (514) 527-8686 o 1-800-361-7742

##### **Toronto:**

Sales and Distribution Office

198 New Toronto Street

Toronto, ON M8V 2E8

Tel: (416) 252-9431 or 1-800-387-7325

[www.lantic.ca](http://www.lantic.ca)

Compañía importadora de azúcar crudo y refinadora. Información de la empresa su desarrollo y estados financieros.  
Procesos de importación, y refinación de azúcar.

## **ROGERS SUGAR**

### **Vancouver:**

Cane sugar refinery  
123 Rogers Street - Box 2150  
Vancouver, BC V6B 3V2  
Contacto:  
Mr Bryon Karren  
Tel: (604)253-1131  
Fax: (604)253-2517

### **Taber:**

Beet sugar factory  
5405 64th Street  
Taber, AB T1G 2C4  
Tel: (403) 223-3535

Pagina [www.rogerssugar.com](http://www.rogerssugar.com)

Compañía importadora de azúcar crudo y refinadora. Información de la empresa su desarrollo y estados financieros.  
Procesos de importación, y refinación de azúcar.

## ***Anexo 2. Importadores y distribuidores de alimentos.***

Algunos de estos importadores y distribuidores tienen sus marcas propias de azúcar para venta al detal. Otros podrían estar interesados en el desarrollo de las mismas. Ver también sección canales de distribución.

**Empresa:** Aliments Tousain

**Dirección:** 95 Stinson, St-Laurent (Montreal), Québec, H4N 2E1

**Teléfono:** (514) 748-7353

**Fax:** (514) 748-7483

**Página Web:** [www.tousain.com](http://www.tousain.com)

**Correo electrónico:** [info@tousain.com](mailto:info@tousain.com)

**Contacto:** Haig Markarian, Presidente

**Empresa:** Clic Import Export  
**Dirección:** 2185 Francis Hugues Avenue Laval, Québec, H7S 1N5  
**Teléfono:** (450) 669 2663 ext 252  
**Fax:** (450) 667-6799

**Página Web:** www.clicfoods.com  
**Correo electrónico:** berberi@clicfoods.com  
**Contacto:** Georges Berberi Directeur de Développement - Development Manager

**Empresa:** Goudas Food Products&Investments Limited  
**Dirección:** 241 Snidercroft Road, Concord, ON L4K2J8  
**Teléfono:** (905) 660-3232  
**Página Web:** www.goudasfoods.com  
**Correo electrónico:** apanos@goudasfoods.com  
**Contacto:** Panos Goudas Mr. Peter Goudas-Presidente

**Empresa:** PHOENICIA PRODUCTS INC  
**Dirección:** 2924 Portland Drive Oakville, Ontario, M1P 4S2  
**Teléfono:** (905)829-2488  
**Fax:** (905) 829-2433  
**Página Web:** www.phoeniciaproducts.com  
**Correo electrónico:**PhoenixiaTor@phoeniciaproducts.com  
PhoenixiaMtl@phoeniciaproducts.com

### ***Anexo 3. Clientes industriales***

---

**Empresa:** CELL FOODS INC.  
**Dirección:** 21 A. Ch. de L'Aviation  
Pointe Claire, Québec  
H9R 4Z2, Canadá  
**Teléfono:** (514)428-8778 ext. 225  
**Fax:** (514) 428-8787  
**Página Web:** www.cellfoods.com  
**Correo electrónico:** dpimentel@cellfoods.com gcolletti@cellfoods.com  
**Contacto:** Dinaldo Pimentel: Comprador

---

---

**Empresa:** McCormick Canada, Inc.  
**Dirección:** 316 RECOTRY ST. LONDON ONT. N5W3V9  
**\*\*Mailing address:**  
PO Box 5788  
London, Ontario N6A 4Z2, Canada  
**\*\*Courier Address:**  
600 Clarke Road  
London, Ontario N5V 3K5, Canada  
**Teléfono:** (519) 432-1166 / 7311---1-800-265-4988  
**Fax:** (519) 673-0089  
**Página Web:** [www.clubhouse-canada.com](http://www.clubhouse-canada.com) [www.mccormick.com](http://www.mccormick.com)  
**Correo electrónico:** [dennis.luc@mccormick.ca](mailto:dennis.luc@mccormick.ca)  
**Contacto:** Mr Bill Stuttle. :Purchasing Manager    Geneviève Laforce:  
Consumer Services

---

**Empresa:** Nabisco Ltd  
**Dirección:** 10 Park Lawn Road Etobicoke, Ontario, M8V 1A3  
**Teléfono:** (416) 253-3200 -Walsh (416) 253-3224  
**Fax:** (416) 253-3201  
**Página Web:** [www.nabisco.ca](http://www.nabisco.ca)  
**Contacto:** Sr.Peter Walsh, Departamento de Compras

---

**Empresa:** Puresource Inc.  
**Dirección:** 7018 Hwy 24 South Guelph, Ontario, N1H 6J4  
**Teléfono:** (519) 837-2140  
**Fax:** (519) 837-1584  
**Página Web:** [www.puresource.ca](http://www.puresource.ca)  
**Correo electrónico:** [Matt.Lebeau@puresource.ca](mailto:Matt.Lebeau@puresource.ca)  
[shelley.conte@puresource.ca](mailto:shelley.conte@puresource.ca)  
**Contacto:** Sr. Matt Lebeau: Gerente de Mercado Sra. Shelley:  
Departamento de Operaciones

---

**Empresa:** KRAFT  
**Dirección:** 2150 Lakeshore Blvd. West Etobicoke, Ontario M8V 1A3 /  
Dirección 2: Kraft Canada Inc.95 Moatfield Drive Don Mills, Ontario M3B  
3L6  
**Teléfono:** (416) 503-6001  
**Fax:** (416) 503-6201  
**Página Web:** [www.kraft.ca](http://www.kraft.ca)

---



**Empresa:** Unilever Canada: Sopas: Lipton, Knorr, Bovril. Condimentos: Lawry's  
**Dirección:** 307 Orenda Rd Toronto, Ontario L6T 1G4  
**Teléfono:** (905) 793 8250  
**Fax:** (905) 793 7627  
**Página Web:** [www.unilever.ca](http://www.unilever.ca) [www.lipton.ca](http://www.lipton.ca) [www.knorr.ca](http://www.knorr.ca)  
**Contacto:** Mr. David Dobbin, Manager - Plant

---

#### **Anexo 4. Principales supermercados**

---

**Empresa:** THE GREAT ATLANTIC AND PACIFIC CO. (A & P)  
**Dirección:** 5559 Dundas St. West. Etobicoke ON. M9b 1B9  
**Teléfono:** (416) 234 6916  
**Página Web:** [www.freshobsessed.com](http://www.freshobsessed.com)  
**Correo electrónico:** [calced@aptea.com](mailto:calced@aptea.com) [frankd@aptea.com](mailto:frankd@aptea.com)  
**Contacto:** Mr. Domic Calce, Vicepresident, Category Manager , Mr. Frank Dunn, Food Basics Store Marketing

---

---

**Empresa:**SAFEWAY  
**Dirección:** 1020-64th Avenue NE Calgary, AB T2E 7V8  
**Teléfono:** (403) 730 3500, (403) 730 3593  
**Fax:** (403) 730 3912  
**Página Web:** [www.safeway.com](http://www.safeway.com)  
**Correo electrónico:** [ianlievers@safeway.com](mailto:ianlievers@safeway.com)  
**Contacto:** Mr. C. Mulvenna- Vicepresidente de Operaciones Retail , Mr. Ian Lievers- Informations Standards Manager

---

---

**Empresa:** COSTCO CANADA INC.  
**Dirección:** 3550 Brighton Av. Buranby, British Columbia, V5A 4W3  
**Teléfono:** (604) 444-9338  
**Fax:** (604) 444-9479  
**Página Web:** [www.costco.com](http://www.costco.com)  
**Correo electrónico:** [jandruski@costco.com](mailto:jandruski@costco.com)  
**Contacto:** Jim Andruski- Assistant General Merchandise Manager, Food and Sundries Western Canada

---

**Empresa:** LOBLAW

**Dirección:** 22 St.Clair Avenue East, Toronto, ON M4T 2S8

**Teléfono:** (416) 922-8500

**Página Web:** [www.loblaw.com](http://www.loblaw.com)

**Correo electrónico:** [jtavoli@ngco.com](mailto:jtavoli@ngco.com)

**Contacto:** Mr. David R. Jeff

Senior Vicepresident Sourcing & Procurement/

John Tavolieri, Senior VP, Sourcing & Procurement

Mas contactos: [http://www.loblaw.com/en/abt\\_operdir.html](http://www.loblaw.com/en/abt_operdir.html)

---

**Empresa:** PROVIGO INC.

**Dirección:** 400, avenue Sainte-Croix, Ville Saint-Laurent, QC H4N 3L4

**Teléfono:** Tel.: (514) 383-3000

**Página Web:** [www.provigo.ca](http://www.provigo.ca)

**Contacto:** Ver Loblaw

---

**Empresa:** MÉTRO INC.

**Dirección:** 11 011, boul. Maurice-Duplessis Montreal (Quebec) H1C 1V6

**Teléfono:** (514) 643-1000 (514) 356-5850, ext. 6007 / ext. 6005

**Página Web:** [www.metro.ca](http://www.metro.ca)

**Correo electrónico:** [mjose.bertrand@metro.ca](mailto:mjose.bertrand@metro.ca) [mturcotte@metro.ca](mailto:mturcotte@metro.ca)

**Contacto:** Martin Turcotte, chef de développement (jus surgelés) -  
Marie-Josée Bertrand, chef de développement (jus tablette) -

---

**Empresa:** SOBEYS/IGA

**Dirección:** 11 281, boul. Albert-Hudon, Montréal-Nord, QC H1G 3J5

**Teléfono:** (514) 3241010 ext: 3670

**Página Web:** [www.sobeys.com](http://www.sobeys.com) [www.iga.net](http://www.iga.net)

**Correo electrónico:** [raymond\\_laplante@sobeys.net](mailto:raymond_laplante@sobeys.net)

**Contacto:** Raymond Laplante

---

**Sobeys Ontario**

6355 Viscount Road

Mississauga, Ontario

L4V 1W2

Tel (905) 672-6633

---

**COMISSIO'S (Parte de Sobeys)**

Mr. Vince Comisso: Director of Produce Buying & Merchandising

318 Ontario Street

St Catherines, On L2R 5L8

Teléfono: 688 2112

e-mail: [vince@commisso.com](mailto:vince@commisso.com)

---

## Anexo 5. Transporte y logística

Listado de empresas que prestan servicios de logística y distribución física						
Empresa	Teléfono	Contacto	Dirección	Ciudad	Sitio Web	Tipo
Ambassador Brokerage Limited	(519) 258-6072		2489 Seminole St., P.O. Box 1267, STN. “A” N9A 6R3	Windsor, Ontario	www.ablcustoms.com	Agente aduanal
BGL Brokerage Ltd	(514) 288-8111		300 St. Sacrement Street, Suite 123 H2Y 1X4	Montreal, Quebec	www.bglbrokerage.com	Agente aduanal
Buckland Customs Brokers Ltd	(519) 631-4944		73 Gaylord Road N5P 3R9	St. Thomas, Ontario, Canada,	www.bucklandcustoms.com	Agente aduanal
Carlstedt Trade Logistics & Freight Forwarders Ltd	1-845-634-8810		91 Robin Hood Lane, 10956	New City, NY	www.carlstedt-tlc.com	Agente aduanal
Davidson & Sons Customs Brokers Ltd			Suite 1220 - 1188 West Georgia Street	Vancouver, British Columbia	www.davidsonandsons.com	Agente aduanal
Delmar International Inc	(905) 672-8800		3270 Orlando Drive, L4V 1C6	Mississauga, Ontario	www.delmar-group.com info@delmar.ca	Agente aduanal
DHL International Express Ltd					www.dhl.com	Agente aduanal
Exel Global Logistics (Canada) Inc	613 739 7120		Unit 6 140 Thad Johnson Road K1V 0R4	Gloucester Ontario	www.exel.com	Agente aduanal
Film Logic Customs Brokers Inc	(604) 805-7957	John Parsons	#110-5000 Miller Road V7B 1K6	Richmond, B.C. Canada	www.filmlogic.ca	Agente aduanal
GCB Glover Customs Brokers Inc	(613) 731-2500		1510 Walkley Road K1V 6P5	Ottawa, ON	www.glovertrade.com	Agente aduanal
Geologistics Co.	(1)(403) 291 9790		Bay 8-2611-37, Avenue NE T1Y 5V7	Calgary Canada	www.geo-logistics.com	Agente aduanal
Hellmann Worldwide Logistics Inc	57 - 1 - 4 39 30 00	C.I. Almayiva S.A..	Cra 106 # 15 - 25 Bodegas 1 & 2 Zona Franca	Bogota	www.hellmann.net	Agente aduanal
J. Rene Hebert Ltee.	(514) 281-0112		300 St-Sacrement	Montréal Québec,	www.jrhebert.com info@jrhebert.com	Agente aduanal

Listado de empresas que prestan servicios de logística y distribución física						
Empresa	Teléfono	Contacto	Dirección	Ciudad	Sitio Web	Tipo
			, suite 28 H2Y 1X7	Canada		
Licingston International Inc	(416) 626-2800		405 The West Mall M9C 5K7	Toronto ON	www.livingstonintl.com	Agente aduanal
Maple Freight Ltd	905-673-8101		Vista Center, Core "D" 6500 Silver Dart Dr.,	Mississauga, L5P 1C3	www.maplefreight.com	Agente aduanal
Omnitrans Inc	866-892-6665		6299 Airport Road, L4v 1N9	Mississauga, ON	www.omnitrans.com	Agente aduanal
P. Mines Customs Services Inc.	905-871-7434		P.O. Box 1197, 28 Princess Street Fort Erie, L2A 5Y2	Ontario	www.pmines.com	Agente aduanal
Pacific Customs Brokers Ltd.	1-888-538-1566		#101 - 17637 1st Avenue Canada V3S 9S1	Surrey, British Columbia	www.pcb.ca	Agente aduanal
PBB Global Logistics	(416) 241-3106		62 Vulcan Street, M9W 1L2	Etobicoke, ON,	www.pbb.com	Agente aduanal
Percy H. Davis Customs Brokers Ltd	306.927.2165	Mark Davis	4 Abbott Avenue, P.O. Box 90 S0C 1W0	North Portal, Saskatchewan	www.percydavis.com	Agente aduanal
Rodair Customs Brokers Limited					www.rodair.com	Agente aduanal
Russel A. Farrow Limited	(519) 252-4415		2001 Huron Church Road P. O. Box 333 N9C 2L6	Windsor, Ontario, Canada	www.farrow.com	Agente aduanal
Summit Int'l Trade Services Inc./CUS.BR K	(604) 278-3551	James A. Kendall			www.summitcustomsbros.com	Agente aduanal
Traders Customs Brokerage Ltd	(905) 855-1334		2359 Royal Windsor Drive Canada, L5J 4S9	Mississauga, Ontario	www.traderscb.com	Agente aduanal
Universal Logistics Inc.	(905) 882-4880		125 Commerce Valley Drive West Suite 750	Thornhill, Ontario	www.universallogistics.ca	Logística

Listado de empresas que prestan servicios de logística y distribución física						
Empresa	Teléfono	Contacto	Dirección	Ciudad	Sitio Web	Tipo
UPS Canada Ltd (United Parcel Service)	1-800-742-5877		L3T 7W4 6285 Northam Drive, Suite 400	Mississauga, ON Canada	www.ups.com	Mensajería
W.G. Mckay Limited	416-593-1380		40 University Avenue, M5J 1J9	Toronto Ontario	www.wgmckay.com	Logística en general
A & A Customs Brokers Ltd	(604) 538-1042		A & A Contract Customs Brokers Ltd., Suite 101, 120-176th Street, V3S 9S2	Surrey, B.C., Canada	www.aacb.com	Agentes de carga y transporte
CONOVA LOGISTICS	514.634.5115	Andrew Konovalenko	150 Boul. Montreal-Toronto suite 102B	Lachine, Québec	www.conova.ca andrewk@conova.ca	Agentes de carga, transporte y flete
Affiliated Customs Brokers Ltd.	(416) 675-1211, 1 (888) 457-7802		500 Carlingview Drive M9W 5R3	Etobicoke, Ontario	www.affiliated.ca	Agentes de carga, transporte y flete
L.A.C. Shipping	514.735.7038	Paco Steindl	5475 Pare St. Suite 252	Montreal	www.lacshipping.com	Agentes de carga, transporte y flete
Listado electrónico de Freight Forwarders en Canadá					www.freightnet.com	Agentes de carga, transporte y flete
Sociedad Canadiense de Agentes de Aduana					www.cscd.ca/directory/direct.htm	
PANALPINA	514.822.4610	Rodrigo Carvajal	2520 Marie-Curie	Saint-Laurent	www.panalpina.com	Servicios de logística a nivel global
CMA CGM Group	514-871-3229, 905-671-2921, 604-681-0987, 57 1 217 8677	Maritrans Ltda	Carrera 7 No. 67-02 Oficina 1201 Bogota	Montreal, Toronto, Vancouver	www.cma-cgm.com	Línea de transporte y carga
Hapag-Lloyd Container Line	514-841-7447, 905-282-0244, 604-605-8689, 902-453-4747, 1/2825200/1873	BOGOTA EDUARDO L. GERLEIN S.A.	CRA 10 NO 28-49 EDF BAVARIA PISO 15 BOGOTA	Montreal, Toronto, Vancouver, Halifax	www.hlcl.com	Línea de transporte y carga
Maersk Sealand	514-871-0210, 905-624-5585, 604-687-1530	Maersk Colombia S.A.	Calle 98 No.22-64 Oficina 409 Edificio	Montreal, Toronto, Vancouver	www.maersksealand.com	Línea de transporte y carga

Listado de empresas que prestan servicios de logística y distribución física						
Empresa	Teléfono	Contacto	Dirección	Ciudad	Sitio Web	Tipo
			Calle 100 Bogota			
Montship Inc	514-286-4646, 1-800668- 6850, 905-629- 5900,		360, rue Saint- Jacques Suite 1000 Montreal, Quebec H2Y 1R2	Montreal, Toronto	www.montship.ca	Línea de transporte y carga
P & O Nedlloyd	514-905-3600, 604-688-7797, 902-423-9140, +57 1-327 4040	NEDTRAN S S.A.	EDIFICIO BAVARIA TORE A. PISO 17, CARRERA 10 NO.28- 49, BOGOTA	Montreal, Vancouver, Halifax	www.ponl.com	Línea de transporte y carga
Seaboard Marine	514-286-1002, 905-212-9411, 1-571-313- 0513	Gabriel Mejia Cuellar	Crr. 12 No. 79-43 oficina 701Bogota	Montreal, Toronto	www.seaboardmarine.com	Línea de transporte y carga
Seanautic Marine	514-287-1812, 416-620-7224		20, rue Saint-Paul Ouest, Montreal QC H2Y 1Y7	Montreal, Toronto	www.seanauticmarine.com	Línea de transporte y carga
TMM Lines	604-683-3362, 905-212-6057, +57 1 6019000	AMG		Vancouver, Toronto, Bogotá	www.tmmllines.com	Línea de transporte y carga
Wallenius Wilhelmsen	1-57 1 317 2400	Naves	Carrera 12 no. 79-32, 4th piso BOGOTA, D.C.		www.2wglobal.com/www/W EP/index.jsp	

Fuente: Equipo Consultor sobre la base de entrevistas y directorios

## **Anexo 6. Fuentes de información útiles**

**Canadian Sugar Institute.** [www.sugar.ca](http://www.sugar.ca)

Información de la industria y perspectivas

**Alberta Sugar Beet Growers.** [www.absugar.ca](http://www.absugar.ca)

Asociación de cultivadores y productores de Remolacha de la provincia de Alberta. Información sobre la industria.

**Ministerio de Relaciones Exteriores y Comercio Internacional.**

[www.dfait-maeci.gc.ca](http://www.dfait-maeci.gc.ca)

Información de acuerdos comerciales y tratados bilaterales.

Permisos e información de cuotas de importación.

Información de Comercio Internacional en general.

**Canadian Border Services Agency.** [www.cbsa-asfc.gc.ca](http://www.cbsa-asfc.gc.ca)

Impuestos para personas naturales y jurídicas

Información de importación y exportación

Aranceles e impuestos especiales a las importaciones

**Industry Canada.** [www.strategis.ic.gc.ca](http://www.strategis.ic.gc.ca)

Regulaciones de empaque y etiquetas para productos no comestibles

Información sobre las industrias en Canadá.

Listado de importadores y estadísticas

**Estadísticas Canadá.** [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

Estadísticas Sociales, Económicas y Financieras del país.

Estadísticas sobre importaciones y exportaciones

**Bank of Nova Scotia.** [www.scotiacapital.ca](http://www.scotiacapital.ca)

Información financiera de economía.

**Ministerio de Ciudadanía e inmigración.** [www.cic.gc.ca](http://www.cic.gc.ca)

Información sobre tendencias de inmigración.

Procedimientos para inmigrar a Canadá

**Canadian Food Inspection Agency.** [www.inspection.gc.ca](http://www.inspection.gc.ca)

Agencia Canadiense de Inspección de alimentos.

Información sobre procedimientos, regulaciones y normas para el ingreso y distribución de productos alimenticios.

**Ministerio de Salud.** [www.hc-sc.gc.ca](http://www.hc-sc.gc.ca)

Información y guías para desarrollo en lo referente a los contenidos alimenticios y su presentación en las etiquetas y empaques.

**Agriculture and Agri-Food Canada.** [www.agr.gc.ca](http://www.agr.gc.ca)

Información sobre regulaciones y los sectores de la industria agrícola. Perfil de la industria de azúcar.

**The Canadian Agri-Food Trade Alliance.** [www.cafta.org](http://www.cafta.org)

Colisión de empresas y organizaciones productores, cultivadores.

**Yellowpages Canada** [www.yellowpages.ca](http://www.yellowpages.ca)

Información de direcciones y teléfonos de empresas manufactureras y comercializadoras, mayoristas y distribuidoras.