



Consulado General de la
República Argentina
Montreal - Canadá
Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto

PRODUCTOS ALIMENTICIOS ORGÁNICOS

PROVINCIA DE QUEBEC, CANADÁ

PRODUCTOS ALIMENTICIOS ORGANICOS

Este informe se concentra en el mercado de la provincia de Quebec, segundo mercado de productos orgánicos de importancia en el país y jurisdicción del Consulado General en Montreal.

La información fué obtenida de publicaciones del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de Quebec- MAPAQ-; de la organización sin fines de lucro Trade Facilitation Office-TFO y de diversos organismos gubernamentales provinciales y nacionales.

Las cifras y estadísticas corresponden en su mayoría al año 2017, fecha de la última publicación accesible.

SITUACION DEL MERCADO

En Canadá y en la provincia de Quebec, al igual que en otros países, la demanda de productos alimenticios orgánicos sigue en pleno crecimiento.

Las certificaciones que garantizan la autenticidad de los productos permiten que exista más confianza en estos productos resultando en el crecimiento del sector.

Aunque algunos productos agrícolas orgánicos tienden a tener un menor tiempo de durabilidad en comparación a frutas y verduras frescas convencionales, los productos orgánicos se han beneficiado por su reputación de tener mejor calidad en comparación a otros productos

La provincia de Quebec fue la primera en adoptar regulaciones para productos orgánicos, en apoyar el desarrollo del sector biológico y en la recopilación de data por lo que se presenta como líder en este sector entre las provincias y territorios canadienses.

En un primer momento las mencionadas tareas estuvieron a cargo del “Conseil des appellations de Quebec”, y luego el mandato fue transferido al “Conseil des Appellations réservées et des terms Valorisants”-CARTV.

El sector orgánico es ahora una parte integral de la Política de bio- alimentación 2018-2025, política que apunta en particular a duplicar el número de hectáreas dedicadas al manejo orgánico entre 2015 y 2025 en esta provincia.

Aunque la provincia de Ontario es el mercado más grande de Canadá para los productos agro-alimenticios orgánicos, Quebec tiene el mayor número y mayor proporción de granjas orgánicas como también empresas que procesan productos orgánicos.

La oferta de mercado quebequense crece continuamente gracias a los proveedores quebequenses, canadienses y a las importaciones internacionales.

En 2017 la provincia de Quebec participó con un 15% en el mercado de Canadá.

A nivel nacional el porcentaje correspondiente al sector orgánico fue del 2.6% mientras que en Quebec fue del 1, 5%.

En lo que respecta a ventas el valor estimado de ventas para Canadá en el año 2017 fue de \$ 4.2 mil millones CAD, mientras que para Quebec fue \$ 620 millones CAD.

Globalmente los productos orgánicos mantienen una posición modesta en la proporción de ventas de productos.

Por su lado, el crecimiento anual 2012–2017 fue para Canadá del 8.7% mientras que para Quebec el 9.2%.

LA OFERTA PROVINCIAL

Al presente, la creciente demanda de productos alimenticios orgánicos por parte de los consumidores excede la oferta.

En Quebec el número de empresas con certificación orgánica está en plena expansión y se ha duplicado en los últimos cinco años.

En mayo de 2019, casi 2.750 empresas tenían un certificado de cumplimiento biológico emitido por una de las organizaciones acreditadas.

De ese total, casi 2,135 son empresas agrícolas, seguidas de empresas procesadoras de alimentos y de empresas de re-acondicionamiento (envases y etiquetado).

El número de productos orgánicos certificados registrados en el CARTV, en 2019, rondaba los 12.500

Quebec tiene el mayor número y la mayor proporción de granjas orgánicas en comparación con el número total de empresas agrícolas. Esta proporción es del 4%, lo que representa casi el 30% de todas las granjas "orgánicas" canadienses y el 2% de todas las granjas del país.

Como en el resto del país, la mayoría de las granjas orgánicas en Quebec están especializadas en la producción vegetal, seguidas por establecimientos dedicados a la producción de jarabe de arce y a la producción lechera.

VENTAS

Los productos orgánicos se venden a los consumidores a través de una gama de nichos comerciales, incluidos los mercados públicos de productores, las granjas, programas agrícolas apoyados por la municipalidad, comercios especializados (p. ej. salud natural, fruterías, tiendas orgánicas), cadenas de supermercados (por ejemplo, IGA, Metro, Provigo), despensas, (convenience stores), grandes supermercados de venta general (por ejemplo, Walmart, Costco) y servicios de comida (p. ej., restaurantes, empresas de catering).

El canasto de la compra orgánica del consumidor quebequense contiene una gran variedad de productos, aunque hay algunos grupos que están menos representados. (La carne por ejemplo)

Entre las compras de productos orgánicos realizadas en grandes supermercados en Quebec, las frutas y verduras tuvieron la mayor participación, con el 26% del valor de ventas en 2017.

Los huevos y los productos lácteos representan poco más del 15% de las ventas, las bebidas, poco menos del 15% y las carnes solo el 2.2%.

Entre los productos alimenticios ofrecidos en las dos versiones, ya sean productos convencionales u orgánicos, las ventas de productos orgánicos representaron en 2017 el 3% del valor total de ventas, el resto o sea el 97%, correspondió a las ventas de productos

no orgánicos.

En el sector bebidas, el 4% de las ventas se compone de productos orgánicos y 96%, productos convencionales.

Hubo algunas excepciones sin embargo, como el caso del germen de trigo y de “chile” (comida preparada), productos que se compraron más en versión orgánica que en versión convencional.

Así, la versión orgánica del germen de trigo generó 84% de ventas mientras que su versión convencional obtuvo el 16%.

PARTICIPACION EN EL MERCADO ORGANICO, POR CATEGORIA DE PRODUCTO (Análisis de la participación en el año 2017)

Carnes

La carne orgánica no figura entre los productos más representados en el canasto de compras del consumidor, aunque tiene a su alcance cierta variedad. Entre las carnes orgánicas que se venden en los grandes supermercados de Quebec, el pollo ocupa la mayor parte del mercado con el 82% del valor de las ventas. Le sigue el cerdo, incluido el tocino, con el 11% del valor de venta.

El pollo orgánico apenas representa el 1.5% de las ventas totales de pollo.

Las proporciones de productos orgánicos son 0.3% para carne de cerdo y 0.1% para carne vacuna. El resto se vende en la versión convencional.

Pescados y frutos de mar

En esta provincia apenas solo el 0.2% de pescados y mariscos frescos son orgánicos. El 90,3% de las ventas de pescado y frutas mariscos orgánicos corresponde a productos frescos, mientras que los enlatados representan el 5.9% del valor de ventas y los congelados el 3,8%.

Productos lácteos

Quebec es líder en términos de producción de leche orgánica, que representa el 42% de la producción nacional y cuenta además con la mitad de los productores de leche orgánica certificada del país (126 productores del total de 246 registrados en 2017-2018)

Entre los productos lácteos orgánicos que se ofrecen en los supermercados de la provincia, el yogur representó el 63% de las ventas. Le siguió la leche con el 22% del mercado, los huevos con el 8%, el queso con el 2.5% y la crema con el 2.5%.

En la provincia, el 10% de las ventas de yogur refrigerado correspondieron a su versión orgánica.

Frutas y verduras

Las frutas y verduras frescas representan la mayoría de las ventas de productos vegetales orgánicos. El producto congelado, seco o enlatado le sigue con menos del 4% del valor de las ventas.

Entre las verduras orgánicas frescas, en orden descendiente, las zanahorias, las verduras de hoja grande, la ensalada en bolsa, los champiñones, los tomates y el apio representan el mayor valor de venta.

Las ventas de fruta congelada son menores en Quebec.

Las bayas (berries) orgánicas generan el mayor valor de venta en fruta fresca, seguidas por los limones y las manzanas.

Productos dulces (Sweets)

Aunque Quebec es un líder mundial en el producción de jarabe(sirope) de arce orgánico, el jarabe (sirope) de mesa (elaborado con azúcar) monopoliza la mayor cuota de mercado con casi la mitad del valor de las ventas, el 49,2%.

El jarabe de arce representa poco más de una cuarta parte (26,6%) del valor de venta, seguido de miel (21,7%) y, muy por detrás, por melaza y azúcar.

El jarabe de arce orgánico representa apenas el 3% de las ventas de jarabe de arce en los comercios de Quebec.

Las bebidas de soja y arroz, así como las bebidas alternativas orgánicas generan un porcentaje de ventas del 47,8%. Cabe señalar que este es también el caso de bebidas convencionales.

El agua, jugo de vegetales y bebidas energéticas orgánicas representan un 9,6% de las ventas en supermercados y tiendas.

El porcentaje de mercado del café orgánico es del 7,8%.

Porcentajes de ventas:

Jarabe de mesa 49,2%

Jarabe de arce 26,6%

Miel 21,7%

Melaza 2.6%

Azúcar 0.03%

CONSUMO

Hace apenas diez años, los productos alimenticios orgánicos eran la elección de una clientela limitada, mientras que hoy apelan a una gran parte de la población, quien manifiesta interés mayor por su salud y por el desarrollo sostenible.

El Ministerio de Agricultura de Quebec, basado en encuestas sobre el comportamiento del consumidor, muestra en su informe las preferencias:

- Género: las mujeres son las principales consumidoras de productos orgánicos. Compran más que hombres, todas las categorías de productos.
- Edad: la edad promedio del consumidor de este tipo de producto es de 35 años. De hecho, las personas que compran la mayoría de los productos orgánicos tienen entre 25 y 44 años de edad.

- Geografía: el consumidor vive principalmente en áreas urbanas y especialmente en grandes ciudades canadienses.
- Nivel de ingresos: ni el estado social ni la situación financiera son criterios determinantes en el consumo de productos orgánicos en Canadá.
- Conocimiento de productos orgánicos: el consumidor tiene un buen conocimiento de los productos orgánicos.
- Frecuencia de compra: casi el 70% de los consumidores canadienses han comprado un producto orgánico al menos una vez. Más de la mitad de los consumidores los compra regularmente.

El mismo estudio enumera las razones por la que los consumidores elijen productos orgánicos y que se detallan en el siguiente cuadro.

Razones compra productos orgánicos %	
No contienen pesticidas ni químicos	41
No son GMO	35
Afectan menos al medio ambiente	32
Son sanos y nutritivos	29
Tiene mejor gusto	22
Interés en probar algo nuevo	21
Infunden confianza	21
Son frescos	20
Por el bienestar animal	11

Entre los encuestados que afirmaron haber comprado productos orgánicos durante el los últimos 12 meses:

- alrededor del 28% eligió principalmente comprar frutas,
- 21%, verduras y
- 15%, huevos;

Donde compran:

- el 55%, elige comprar productos orgánicos en cadenas de supermercados y en supermercados tradicionales,
- el 22% dice que los compra directamente de los productores y
- el 11% va a las tiendas especializada en la venta de este tipo de producto.

Frecuencia de compras:

- 20 %: todos los días
- 38 %: todas las semanas
- 21 %: todos los meses
- 21 %: algunas veces al año

Impacto de los precios:

El principal factor que impide el mayor consumo de productos orgánicos es el precio.

- 42% de los consumidores basan su decisión de comprar alimentos orgánicos en el precio (en Canadá la proporción es de alrededor 61%).
- solo el 10% de los encuestados de Quebec dicen que están listos para pagar más por productos orgánicos.

IMPORTACIONES

LAS IMPORTACIONES AYUDAN A SUPLIR LA DEMANDA

El creciente interés de los consumidores de Quebec por productos orgánicos y una oferta de Quebec que no satisface la demanda contribuyen a la permanente demanda de alimentos y bebidas orgánicas importados.

Al igual que con los productos alimenticios convencionales, el clima nórdico de Quebec, así como las características demográficas cambiantes y las preferencias alimentarias de los quebequenses son factores que crean la necesidad de importar productos alimenticios orgánicos, como por ejemplo de frutas tropicales, de café, de té, de especias, etc

En 2017 Quebec importó 22 millones de toneladas de productos alimenticios orgánicos.

Las estadísticas publicadas por Industry Canada en el sitio Trade Data Online no discriminan las importaciones orgánicas.

Para consultar estadísticas de importación: <https://www.ic.gc.ca/eic/site/tdo-dcd.nsf/eng/home>

LAS FRUTAS DOMINAN LAS IMPORTACIONES DE QUEBEC

En 2017 la participación de Quebec en las importaciones canadienses de alimentos orgánicos fue del 11%. Sin embargo, en lo que se refiere a ciertos productos como el café y el té, así como al aceite de oliva, la parte Quebec asciende a 29% y 33% respectivamente para el mismo año.

En Quebec, la fruta ocupa el primer lugar, representando el 50% de Importaciones internacionales (en cantidad) de productos alimenticios orgánicos. Le siguen el café y el té con una proporción del 29%.

Las importaciones de productos alimenticios orgánicos provienen de varios países, con una gran participación para América del Sur.

Según publicaciones del Ministerio de Agricultura de Quebec, en 2017 Ecuador fue el principal país de suministro para Quebec, especialmente de frutas, que son los productos más importados por volumen. Estados Unidos, primer socio comercial de Canadá y de Quebec para todo el sector de bio-alimentación, ocupó el tercer puesto, después de Colombia y justo antes de Perú.

Se destaca que los cuatro países nombrados anteriormente suministraron el 56% del volumen de productos alimenticios orgánicos importados.

Importaciones desde Argentina: se observa la presencia de ajo orgánico en supermercado local. Debido a que las importaciones son publicadas sin diferenciar convencionales y orgánicos, se cuenta solo con las cifras totales de esta importación en la Provincia, las que fueron en 2019 de 6,7 millones U\$D, correspondiendo a Argentina 248 mil U\$D.

Más del 80% de la importación corresponde a ajos provenientes de China y de España.

Tabla de productos orgánicos importados, origen y porcentaje

PRODUCTO	ORIGEN Y PUESTO DE CADA PAIS		
	1	2	3
Frutas	Ecuador (36,9%)	Colombia (22,4%)	Perú (11,%)
Verduras	Estados Unidos (61,3%)	Francia (13,9%)	España (7,6%)
Te	China (47,9%)	Japón (43,3%)	India (4,1%)
Café	México (19,8%)	Colombia (17,1)	Perú (14,7%)
Aceite de oliva	Túnez (70,2%)	Italia (21,5%)	Francia (4,3%)
Salsa de tomate	Estados Unidos (95,5%)	Italia (4,14)	Inglaterra (0,005%)
Yogur	Estados Unidos (100%)		
Total prod.orgánicos	Ecuador (17,5%)	Colombia (16,0)	Estados Unidos (11,7%)

Importaciones por producto en \$CAD y crecimiento 2016-2017

	2017 (en Millones \$ CAD)	TASA CRECIM. 2016-2017 %
Bananas	60,4	1,7
Lechuga	56,3	-6,5
Espinacas	42,5	-3,3
Frutillas	39,7	20,5
Zanahorias	32,2	3,6
Manzanas	28,7	-1,7
Frambuesas	23,3	49,2
Arándanos	22,8	-6,3
Coliflor/brocoli	18,8	-1,2
Uvas	17,3	15,2
Tomates	15,2	46,2
Pimiento (capsicum)	14,1	110,4

Estos cuadros fueron creados en base a publicaciones del Ministerio de Agricultura de la provincia

CERTIFICACION ORGANICA

Para que un producto sea etiquetado como orgánico, el mismo deber ser certificado por una entidad de certificación. Las entidades de Certificación se encuentran reguladas por la Agencia Canadiense de inspección de Alimentos, y requieren que más del 95% de los ingredientes en un producto alimenticio sean orgánicos para que el producto pueda ser etiquetado como orgánico.



Las entidades de certificación tienen reglas muy estrictas y un proceso de verificación por una agencia independiente. Los proveedores deben mantener registros impecables para evitar que su certificación sea revocada.

Los productos orgánicos pueden ser importados si son:

- Certificados de acuerdo a la Norma Orgánica Canadiense;
- Certificados como orgánicos conforme a un acuerdo, celebrado con otro país, relacionado a la importación y exportación de productos orgánicos; y
- Certificados como orgánicos por una entidad de certificación que sea reconocida.

<https://www.inspection.gc.ca/organic-products/regulating/eng/1328082717777/1328082783032>

Acuerdos de Equivalencia:

Las regulaciones permiten que Canadá negocie acuerdos de importación-exportación con otros países.

En estas circunstancias, un producto importado sería certificado por medio del sistema de evaluación de conformidad del país extranjero con las normas extranjeras (con excepciones cuando corresponda) y sería considerado en cumplimiento con los requerimientos de Canadá.

Todos los importadores de productos orgánicos deben poder demostrar, en cualquier momento, que el producto importado se ajusta a estos requerimientos. Los importadores deben guardar todos los documentos que comprueban que los requerimientos son cumplidos. Estos documentos serán verificados por inspectores de la CFIA.

Todo proveedor que desee obtener certificación orgánica para un producto agrícola debe presentar una solicitud máximo 12 meses antes de que el producto agrícola sea comercializado como producto orgánico.

La certificación orgánica será renovada de manera regular, en un período de no más de 12 meses después de ser otorgada. Esta renovación de la certificación es necesaria para así poder verificar que el titular continúa cumpliendo con los criterios de la certificación.

Por su lado Quebec fue la primera provincia en promulgar y regular la certificación orgánica obligatoria. Se aplica en virtud de la Ley de respeto de las designaciones reservadas y las reclamaciones de valor agregado (2006). (Act Respecting Reserved Designations and Value-Added Claims (2006))

Quebec tiene además su propia marca orgánica, Bio Quebec, que se puede utilizar para identificar productos producidos en Quebec que contienen 95-100% de ingredientes orgánicos certificados por organismos de certificación acreditados por el "Conseil des appellations réservées et termes valorisants" - CARTV, autoridad de organismo público independiente financiado en parte por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de Quebec (MAPAQ).

La CARTV tiene como mandato monitorear el uso de los términos orgánicos.

CARTV: <https://cartv.gouv.qc.ca/registre-appellations-reservees-reconnues-au-quebec>
<https://www.cartv.gouv.qc.ca/en/accredited-certification-bodies-quebec-organic-designation>

Organismo argentino acreditado ante CARTV

Entre los organismos acreditados ante la CARTV- se encuentra la organización argentina LETIS S.A. acreditada desde 2008.

Sitio web: <http://www.letis.org/>

ETIQUETADO ORGANICO

Una vez acreditados y certificados, los productos orgánicos deben ser etiquetados de acuerdo con la Reglamentación para Productos Orgánicos

Los exportadores deben recordar que la afirmación:

- La leyenda "100% orgánico" no se permite en Canadá. Únicamente los productos con contenido orgánico mayor o igual a 95% pueden ser etiquetados como orgánicos o llevar un logotipo orgánico. Estos productos deben ser certificados e incluir en la etiqueta el nombre de la entidad que los certifica.
- Los productos con múltiples ingredientes cuyo contenido es 70-95% orgánico pueden incluir una declaración "contiene x% de ingredientes orgánicos" No pueden usar el logotipo orgánico y/o la afirmación "orgánico"
- Los productos con múltiples ingredientes con menos del 70% de contenido orgánico solo pueden incluir afirmaciones orgánicas en la lista de ingredientes del producto. Estos productos no requieren certificación y no pueden usar el logotipo orgánico. Sin embargo, los ingredientes orgánicos que contienen estos productos deben ser certificados.
- Los productos orgánicos importados deben ser identificados como tal e incluir en la etiqueta el logotipo y el nombre de la entidad que certifica

Ejemplos de textos prohibidos en etiquetas:

- 100% Orgánico
- Naturalmente orgánico
- Hecho con X Orgánico
- Transición a Orgánico
- Uso Permitido en Agricultura Orgánica

Para información completa consultar: <http://www.inspection.gc.ca/food/organic-products/labelling-and-generalinformation/questions-and-answers/eng/1328081798738/1328081871795>.

INGRESO A CANADA

La mayoría de los alimentos en este sector ingresan por los mismos canales de distribución que los alimentos regulares, pasando inicialmente por los puertos de las ciudades principales como Toronto, Montreal, Vancouver, para después ser distribuidos al resto de Canadá. Debido a la extensa geografía de Canadá, los exportadores en este sector deben tener en cuenta los costos adicionales para el transporte y refrigeración de estos alimentos para poder mantenerlos frescos.

Para un envío de volúmenes pequeños con tiempo y recursos limitados, o para uno de grandes volúmenes a un mercado nuevo o no conocido, tiene mucho sentido el usar un despachante de carga que:

- tenga buen conocimiento de los modos y métodos de distribución usados en todo el mundo;
- pueda consolidar pequeños envíos;
- pueda ofrecer oportunidades de precio por volumen;
- se encargue de la documentación y coordine el tema del flete; y
- ofrezca servicios específicos de logística como embalaje, etiquetado y depósito

El despachante de carga puede prestar virtualmente todos los servicios de distribución para el cliente.

CANALES DE DISTRIBUCION

Para el mercado de Montreal los canales de distribución de productos alimenticios orgánicos son los mismos que para esos productos en versión convencional:

Exportador: Importador, Distribuidor, Mayoristas, Grandes Cadenas , Grandes minoristas, Representante local.

De éstos a comercios minoristas, pequeños negocios independientes, distribuidores de servicios, cadenas medianas, Hoteles, instituciones
Consumidor.

CALIDAD

La Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA por sus siglas en inglés) en su Programa para Mejorar la Seguridad Alimentaria detalla los esfuerzos realizados para mejorar la seguridad e inocuidad alimentaria en el suministro de alimentos en Canadá.

Los productores deben considerar la aplicación de recomendaciones internacionales relacionadas a la inocuidad, a fin de ajustar sus sistemas de producción y monitoreo a las normas establecidas por este país.

Los Sistemas de Seguridad Alimentaria comprenden: controles de identificación, trazabilidad y seguridad alimentaria.

La identificación de los importadores de alimentos, por medio de licencias y registro de sus negocios es una práctica cada vez más común.

La trazabilidad del alimento desde su origen es cada vez más importante para los consumidores quienes cuestionan con frecuencia el origen de sus alimentos y los procesos involucrados – ‘del el campo a la mesa’ es ya una frase comúnmente usada por los consumidores.

Los controles de la seguridad alimentaria y normas Internacionales incluyen: Buenas Prácticas Agrícolas (GAP en inglés) y Buenas Prácticas de Elaboración (GMP en inglés).

Tanto el importador como el exportador deben conocer las guías canadienses que regulan el uso de los aditivos, los conservantes, los antioxidantes (dióxido de sulfuro), los pesticidas, y los residuos químicos, ya que el incumplimiento de estas normas puede resultar en multas y evitar que los productos sean incautados.

PRECIOS

Minoristas

Los precios minoristas de los alimentos orgánicos son más altos que de los alimentos no-orgánicos. La observación indica que se trata de un 30% o 40% más.

Mayoristas

Los precios al por mayor de frutas y verduras orgánicas en Canadá se publican en el Organic Price Tracker:

<http://organicpricetracker.ca/index.php/search?region=all-quebec>

Los márgenes de ganancia esperados, las condiciones de pago y la sensibilidad del mercado al precio, son entre otros, los factores a tener en cuenta al fijar los precios de lo que cuesta ingresar al mercado y mantenerse en el mismo.

Si el producto ingresa al mercado a través de un agente, el precio del producto debe reflejar el porcentaje que recibe el agente.

Si el producto es comercializado por medio de un mayorista, se debe considerar un precio competitivo a nivel global además de una propuesta de venta única.

Márgenes de ganancias: Tradicionalmente, los márgenes de los mayoristas son de aproximadamente 30% del precio al por mayor, mientras que los minoristas generalmente operan con un margen de 30 a 40%. El margen de los importadores es generalmente del 10%.

TRANSPORTE Y LOGISTICA

Todos los bienes importados deben ser etiquetados de acuerdo al Memorandum D11-3-1: Marcas de Bienes Importados. Generalmente, el embalaje externo para embarque debe estar marcado con la siguiente información:

- nombre y tipo de producto: para manzanas y peras, el nombre del producto, junto con la variedad se debe incluir en la etiqueta de la caja;
- peso de la caja en libras y en kilos y el número de artículos por envase; ▪ grado (si aplica);
- tamaño de la caja;
- país (y región si aplica) de origen;
 - nombre y dirección del productor o exportador para facilitar el seguimiento en caso de problemas – esto es crítico para alimentos orgánicos;
- UPC/PLU u otro código de barras, idéntico al que lleva cada producto;
- número de lote (para identificar envíos individuales).

Debe existir consistencia en el tamaño del empaquetado, acompañado por una lista con el orden en el cual el paquete debe ser cargado en los contenedores, marcas de envío en el bulto principal y el número de artículos contenido en los paquetes.

Para mayor información consultar: <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/dm-md/d11/d11-3-1-eng.html>

Los contenedores para el embarque deben estar claramente sellados por lo menos en dos de sus lados con los códigos correspondientes. Se debe utilizar tinta indeleble.

Embalaje en cajas de madera: toda madera usada como material de embalaje debe ser tratada térmicamente para evitar la propagación de patógenos e insectos dañinos. Todo embalaje hecho en madera sólida debe ir acompañado de un certificado fitosanitario oficial del país de origen

El empaquetado adecuado es vital ya que calidad inferior en el empaquetado puede dañar el producto y crear problemas para el importador en el despacho de aduanas y la comercialización de los bienes. Si esto sucediera, el importador suspendería su relación con el proveedor.

La CFIA regula cualquier potencial infestación de plagas causada por material de embalaje y estiba (www.inspection.gc.ca/english/plaveg/for/cwpc/wdpcgqae.shtml).

ARANCELES ADUANEROS

Dependen del producto, se aplica el mismo arancel para la versión convencional y la orgánica.

Para consultas visitar:: <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2020/menu-eng.html>

IMPUESTOS

Impuestos al consumidor: No se aplican a los alimentos considerados básicos.

“El suministro de alimentos básicos, que incluye la mayoría de los suministros de alimentos y bebidas comercializados para el consumo humano (incluidos los agentes edulcorantes, condimentos y otros ingredientes para mezclar o usar en la preparación de dichos alimentos o bebidas), no están sujetos a impuestos. Sin embargo, ciertas categorías de productos alimenticios, por ejemplo, bebidas gaseosas, dulces y confitería, y bocadillos están sujetos a impuestos”

Enlace a información: https://www.canada.ca/en/revenue-agency/services/forms-publications/publications/4-3/basic-groceries.html#_Toc155586101

En la provincia de Quebec el total de impuesto a la venta de productos (excepto los básicos) es del 15%.

FERIAS Y EXPOSICIONES

SIAL Canada Feria de Alimentos y bebidas que se realiza alternadamente en las ciudades de Montreal y de Toronto

La próxima feria tendrá lugar en Montreal del 29 de septiembre al 1ro de octubre 2020.

Sitio web:<https://sialcanada.com/en/>

CPMA Convention and Trade Show-Feris de frutas y verduras frescas que se realiza anualmente y en forma rotativa en Montreal, Toronto, Vancouver.

La próxima feria en Montreal tendrá lugar del 5 al 7 de abril de 2022.

Sitio web: <https://www.cpma.ca/events/cpma-convention>

ASOCIACIONES

A nivel país:

Canadian Organic Growers: <https://www.cog.ca/home/about-organics/acronyms-whos-who-in-the-organic-sector/>

Quebec:

Family Farmers Network

<https://www.fermierdefamille.org/en/the-network>

Fermes biologiques Quebec: <https://www.fabqbio.ca/>

RECOMENDACIONES

Los exportadores deben estar preparados para dedicar tiempo y esfuerzo en pos de un plan y puesta en marcha de un buen marketing que les permita entrar en el mercado, ya que las empresas importadoras son leales a los proveedores que son consistentes en la calidad y en la oferta.

Aspectos importantes a tener en cuenta:

- desarrollo de un sitio web fácil de usar con imágenes e información de contactos;
- Despacho rápido de muestras;
- Respuestas en el mismo día (vía e-mail, fax o teléfono) a cualquier consulta;
- Entregas en el tiempo establecido, o en su defecto las demoras deben ser acordadas y comunicadas por adelantado;
- Continuidad en el suministro y en la calidad del producto;
- Precio competitivo;
- Embalaje adecuado para el transporte marítimo;
- Instalaciones de manejo y almacenaje adecuados;
- Experiencia anterior: incluir nombre y dirección de clientes actuales y pasados, lugar de origen;
- Conocimiento de las condiciones de pago;
- Uso del francés o del inglés (claro y fluido) para toda la correspondencia y para el suministro de información sobre el producto, lista de precios, etc.; y
- Los precios deben cotizarse en dólares canadienses (CAD) o americanos (USD).

Los exportadores pueden enfocarse en estrategias que incluyan:

- ajustarse a la globalización convirtiéndose en vendedores en mercados nichos, especializándose por producto o por mercado;
- mejorar sus habilidades de marketing para exportación;
- Informarse sobre el mercado; conocer con quienes compite;
- poner énfasis en el desarrollo de los productos y la producción con garantía de calidad y adopción de la serie ISO 9000 (estándar de calidad); la serie ISO 14000 (estándar de gestión ambiental) la serie ISO 14001 (normas de gestión ambiental) y la ISO 26000 (responsabilidad civil) o similares.

Entre las recomendaciones a exportadores internacionales que la organización Trade Facilitation Office- TFO- ofrece, se menciona lo siguiente:

“No se debe dejar la calidad de los productos exportados a Canadá a discreción del exportador ya que un solo embarque de calidad inferior puede poner en peligro la reputación del país exportador. Al exigir el cumplimiento de las normas con todos los productos de un país se asegura una reputación internacional positiva, lo que conduce a una mayor competitividad y mayores ingresos por las exportaciones”

CONCLUSIONES

A pesar de existir una creciente demanda de productos alimenticios orgánicos el mercado de importación es aún pequeño en esta provincia.

Los exportadores interesados deben considerar que, según estudios realizados por organizaciones del sector, los alimentos que tienen mucha demanda en Canadá, y Quebec, incluyen tomates cherry, uvas, papayas, arándanos, pimientos, cilantro, quimbombo, dátiles,

higos, mangos y mangostanes, los que podrían tener un mayor valor agregado si obtienen la certificación orgánica.

Considerando también que las estadísticas indican que las bayas (berries) orgánicas generan el mayor valor de venta en fruta fresca, seguidas por los limones y las manzanas, de existir en Argentina una oferta exportable orgánica que incluya alguno de los productos en demanda, los productores podrían explorar la posibilidad de entrar en este mercado.

Las consideraciones para ingresar a este sector deben ser estudiadas cuidadosamente ya que a pesar que la mayor parte de los productos en esta categoría se venden a un mejor precio en comparación con productos regulares, una buena parte de esa diferencia va a cubrir costos adicionales asociados específicamente con certificaciones, y reglamentación para etiquetado y empaquetado que rigen estos productos.

Se debe tener en cuenta que un solo embarque de calidad inferior puede poner en peligro la reputación del país exportador.

Canadá, y por ende las provincias, tiene acuerdos comerciales con numerosos países, los que se pueden consultar en: <https://www.international.gc.ca/trade-commerce/trade-agreements-accords-commerciaux/agr-acc/index.aspx?lang=eng>

Se sugiere asimismo consultar la organización sin fines de lucro, "Trade Facilitation Office" (TFO) que es el principal proveedor de información, guías como exportar a Canadá, asesoramiento y contactos para exportadores de países en desarrollo, etc.
Sitio web: www.tfocanada.ca

FUENTES CONSULTADAS

Ministerio de Agricultura de Quebec: <https://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Productions/Production/agriculturebiologique/Pages/alimentsbio.aspx>

TFO: www.tfocanada.ca

Industrias Canadá: <https://www.ic.gc.ca/>

Agencia de Inspección de Alimentos Canadá:
<https://www.inspection.gc.ca/eng/1297964599443/1297965645317>

Aduanas Canada: <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/menu-eng.html>

Consejo de apelaciones orgánicas de Quebec: <https://www.cartv.gouv.qc.ca/lappellation-biologique-au-quebec>

Filiere Biologique Quebec: <https://www.filierebio.qc.ca/fr/>

Virage Bio: <http://viragebio.craaq.qc.ca/bio-quebec/bio-chiffres/bio-chiffres>