

BARRILETE CASO SUPER

BARRILETE CASO SUPER

BARRILETE CASO SUPER

WILLIAM PLATA

NICOLAS HERRERA

FEDERICO SERRANO

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

Tabla De Contenido

1. Anteproyecto
 - 1.1 Problema
 - 1.1.1 Identificación Del Problema
 - 1.1.2 Formulación Del Problema
 - 1.1.3 Descripción Del Problema
 - 1.2 Justificación
 - 1.3 Objetivos
 - 1.3.1 General
 - 1.3.2 Específicos
 - 1.4 Cronograma.
2. Diagnóstico De La Empresa
 - 2.1 Caracterización Del Sector
 - 2.2 Variables Económicas
 - 2.3 Tendencias Mundiales, Retos Y Oportunidades
 - 2.4 Diagnóstico De Las 5 Fuerzas
 - 2.5 Diamante De Porter
 - 2.5.1 Condiciones De Los Factores
 - 2.5.2 Condiciones De La Demanda
 - 2.5.3 Sectores Afines Y De Apoyo
 - 2.5.4 Estrategia, Estructura Y Rivalidad De La Empresa
 - 2.6 Complementos Del Diamante
 - 2.6.1 Casualidad Y Gobierno
 - 2.7 Analisis Financiero
 - 2.8 Producto
3. Oportunidades De Mercado
 - 3.1 Preselección Del Mercado
 - 3.1.1 Mercados Potenciales
 - 3.1.2 Selección Del País
 - 3.2 Análisis Del Mercado Objetivo
 - 3.2.1 Condiciones De Acceso
 - 3.2.2 Evaluación Y Caracterización De Los Acuerdos Vigentes
 - 3.2.3 Competencia
 - 3.2.4 Promoción
4. Estrategia De Inmersion
 - 4.1 Abastecimiento
 - 4.2 Estretagia De Produccion
 - 4.2.1 Cantidades A Producir

BARRILETE CASO SUPER

4.2.3 Costos Fijos

4.2.4 Inversiones Tecnológicas Para La Adaptación Del Producto Hacia El Mercado Internacional

4.2 Estrategia De Dfi

4.3.1 Cadena Logística De La Exportación

4.3.2 Modalidad De Exportación

4.3.3 Operadores Logísticos Dentro De La Cadena

4.3.4 Medio Y Modo De Transporte

4.3.5 Empaque Y Embalaje

4.3.6 Ruta Internacional:

4.3.7 Documentación

4.3.8 Datos Para Calcular Costos De DFI

4.3.9 Costeo DFI

4.3 Estrategia De Comercializacion

5. Evaluacion Financiera Y Conclusiones Finales

5.1 Viabilidad De Mercado

6. Conclusiones

7. Bibliografia

BARRILETE CASO SUPER

1. Delimitacion Problema

1.1 Qué necesidad del cliente satisface el producto o servicio?

Un barrilete de \$500, satisfacen las necesidades de muchísimas más personas, de lo que satisface por ejemplo un viaje al que pocos tienen acceso, la confitería es de satisfacción para la gente y podemos decir que todos los niveles sociales tienen acceso a este. Es un placer que cualquier persona puede obtener por un bajo costo en un caso especial los niños.

1.2 ¿Qué tipo de producto se pretende vender?

Pretendemos vender barriletes que se encuentra en el sector de la confitería es un caramelo relleno de Azúcares y artículos de confitería

Artículos de confitería sin cacao (incluido el chocolate blanco).

- Chicles y demás gomas de mascar, incluso recubiertos de azúcar:

- Recubiertos de azúcar

1.3 ¿Qué tiene de innovador el producto?

Barrilete siempre divertido y auténtico, trae consigo la mayor innovación hasta ahora vista en el mercado. Barrilete Elástico. Ahora el Barrilete presenta elasticidad, lo que permite que juegues y te diviertas mientras disfrutas del sabor original "Barrilete" de

BARRILETE CASO SUPER

siempre. También puedes disfrutarlo en grande, ya que Barrilete Elástico es el doble de tamaño de un

BARRILETE CASO SUPER

barrilete convencional. Con Barrilete Elástico pon a volar tu imaginación, puedes hacer figuras, accesorios para tu cuerpo, jugar y retar a tus amigos. Barrilete Elástico, es el único caramelo elástico del mercado.

1.4 ¿Es un producto único?

No, existen muchos productos sustitutos para este tipo de dulce debido a que cualquier dulce puede remplazar este producto como el Bianchi. Las barritas energéticas enriquecidas parecen también hacerse un hueco en el mercado de confitería. Aparecen cada vez más productos recubiertos de chocolate y enfocados para ser un snack de confitería sano. En ocasiones incluso se da este producto como un sustituto de una parte de la alimentación diaria. Los cambios en el estilo de vida de la población acercan este tipo de producto al consumidor por su comodidad, practicidad y asequible precio.

1.5 ¿Qué experiencia y habilidades posee el equipo de trabajo que sirvan para la puesta en práctica de la oportunidad de negocio?

Somos un equipo entusiasta con importantes habilidades administrativas, financieras, de mercadeo y logísticas. Con capacidades de crear, desarrollar y supervisar un adecuado plan de negocios con la finalidad de expandir mercados tanto nacionales como internacionales.

BARRILETE CASO SUPER

2. Analisis del Producto

Descripción del Producto Seleccionado	Posición arancelaria a 10 dígitos	Operación que su grupo quisier a realizar y porque?	Descripción del sector
<p>Azúcares y artículos de confitería</p> <p>Artículos de confitería sin cacao (incluido el chocolate blanco).</p> <p>- Chicles y demás gomas de incluso recubiertos de azúcar:</p> <p>- Recubiertos de azúcar.</p>	<p>1704.10.10.00</p>	<p>Joint Venture, ya que podría ser una alianza estratégica para poder penetrar los diferentes mercados disminuyendo el riesgo de inversión.</p>	<p>En Colombia, los confites y los chocolates tienen una participación significativa en la industria nacional en cuanto a producción, exportaciones y valor agregado, además es un gran consumidor materias primas del agro y de toda clase de servicios asociados a producción industrial (consumo intermedio), lo que lo convierte en una locomotora de este importante sector de la economía. Este subsector genera además más de mil empleos directos y un número superior de indirectos, por sus encadenamientos con el proveedor de materias primas e insumos. Sus productos se</p>

BARRILETE CASO SUPER

			desde hace más de 50 años y tienen presencia en más de noventa países.
--	--	--	--

3. Fuentes Secundarias a Utilizar:

FUENTES SECUNDARIAS	PAGINA WEB
ColombiaTrade	http://www.colombiatrader.com.co/
Super	http://www.super.com.co/
Superintendencia de Industria y Comercio	http://www.sic.gov.co/drupal/
Food and Agriculture Organization of the United Nations	http://www.fao.org/home/en/
ProColombia	http://www.procolombia.co/

BARRILETE CASO SUPER

4. Importancia de su proyecto

4.1. ¿Por qué es importante su propuesta?

El barrilete ha sido un producto de tradición para muchas generaciones de colombianos que se sienten identificados y orgullosos de este producto ya sea estando dentro o fuera del país. De llegar a nuevos mercados, para la empresa representaría beneficios económicos tanto de reconocimiento. Siendo los colombianos inicialmente sus primeros consumidores y al mismo tiempo impulsores.

Nuestra propuesta podría llegar a ser importante para su empresa ya que ofrecemos diferentes estrategias que contribuyen con la competitividad y productividad de la empresa frente a los diferentes mercados y competidores que se pueda enfrentar.

Por otro lado, con la inclusión de este producto en mercados foráneos se puede lograr un cambio en cuanto a la imagen que tiene el extranjero de Colombia. Esto pues, es un producto con sello y autenticidad nacional.

5. Problema

5.1 Identificación del problema.

Creación de nuevas alianzas para la expansión y comercialización de la marca Súper con el producto barrilete a nuevos mercados para lograr un mayor reconocimiento a nivel internacional.

BARRILETE CASO SUPER

5.2 Formulación del problema.

¿Qué estrategias se espera crear para lograr la expansión y comercialización de la marca súper y el producto barrilete para y así obtener un crecimiento en el reconocimiento internacional del producto?

5.3 Descripción del problema.

Súper es una empresa colombiana dedicada a la elaboración de chicles, bombones y golosinas en general, con una trayectoria de más de 68 años en el mercado nacional e internacional. Logrando un reconocimiento importante en el sector de confitería, alcanzando el quinto lugar de ventas generales a nivel país.

El barrilete es uno de los productos de la línea masticable con más acogida por parte de los consumidores. Este producto goza de un alto estándar de calidad y un bajo precio lo cual ha contribuido a la estabilidad en ventas y consumo de este producto en el mercado colombiano.

Con relación a las exportaciones de esta empresa y el producto en mención se puede concluir que es un producto que tiene potencial para posicionarse en diferentes mercados internacionales como Egipto, Corea etc... De la misma manera que éste lo ha hecho en Colombia.

BARRILETE CASO SUPER

6. JUSTIFICACIÓN.

El barrilete ha sido un producto de tradición para muchas generaciones de colombianos que se sienten identificados y orgullosos de este producto ya sea estando dentro o fuera del país. De llegar a nuevos mercados, para la empresa representaría beneficios económicos tanto de reconocimiento. Siendo los colombianos inicialmente sus primeros consumidores y al mismo tiempo impulsores.

Nuestra propuesta podría llegar a ser importante para su empresa ya que ofrecemos diferentes estrategias que contribuyen con la competitividad y productividad de la empresa frente a los diferentes mercados y competidores que se pueda enfrentar.

Por otro lado, con la inclusión de este producto en mercados foráneos se puede lograr un cambio en cuanto a la imagen que tiene el extranjero de Colombia. Esto pues, es un producto con sello y autenticidad nacional.

Por último, los autores de la propuesta consideran que por medio de este proyecto se podrá incrementar las utilidades de la empresa súper entre un 15% y 20% en esta clase de confitería, logrando beneficios no solo de mercado si no económicas para la empresa mediante la operación más favorable para súper.

BARRILETE CASO SUPER

7. OBJETIVOS.

7.1. Objetivo General.

Realizar estrategias que permitan diferentes alianzas para lograr la expansión y comercialización del barrilete en nuevos mercados internacionales cubriendo las necesidades de los consumidores.

7.2. Objetivos Específicos.

- Analizar las posibilidades de generar alianzas para lograr que el barrilete incursione en nuevos mercados con gran reconocimiento dentro de los mismos.
- Estimar la viabilidad financiera (igual o mayor al 17%) que generaría la posible utilización de la alianza estratégica para posicionar el producto barrilete en mercados internacionales.
- Realizar la respectiva investigación de mercados para reconocer las oportunidades que se tienen de incursionar en los nuevos mercados foráneos.
- Estructurar un plan idóneo que permita la evaluación de los diferentes canales de distribución por los cuales se espera comercializar el producto barrilete a los mercados internacionales.

BARRILETE CASO SUPER

8. Diagnostico de las 5

Fuerzas. Poder de negociacion de los clientes	● Medio bajo
Poder de negociacion de los proveedores	● Medio alto
Amenaza de nuevos competidores	● Alta
Amenaza productos o servicios sustitutos	● Medio alto
Rivalidad entre competidores	

8.1 Poder de negociación de los clientes:

Súper cuenta con 49 clientes que son sus distribuidores directos, teniendo en cuenta el tamaño de la compañía, se puede decir que no cuenta con un gran número de clientes lo cual quiere decir que no tienen mucho poder de negociación, aparte de esto, nuestros distribuidores o clientes depende mucho de la calidad de nuestros productos para obtener beneficios en el mercado. El mercado de la confitería en Colombia cuenta con 4 grandes representantes, que son quienes manejan el mercado nacional. Esto otorga una puntuación.

BARRILETE CASO SUPER

8.2. Amenazas productos sustitutos.

La amenaza del producto barrilete en el mercado es considerada alta debido a que existe gran variedad de productos sustitutos, los cuales ponen en riesgo que la preferencia de los consumidores

BARRILETE CASO SUPER

no sea solo exactamente el barrilete si o algún otro debido a que la variedad de precios y calidad es muy similar entre ellos, lo cual no ocasiona ningún obstáculo por el cambio de producto entre nuestros clientes.

8.3. Rivalidad entre competidores.

8.4. La rivalidad del producto en el mercado es considerada media alta debido a que existen competidores con igual calidad y precios de Productos los cuales pueden satisfacer las mismas necesidades de nuestros productos, a las vez existen empresas que ofrecen la misma variedades de productos que súper, lo que para los clientes no resultaría costoso cambiar de proveedor que suplan los productos. Esto, intensifica la rivalidad con nuestros competidores.

8.5. Amenaza de nuevos competidores.

La entrada de nuevos competidores en el mercado es medio alto debido a que en cualquier momento nuestros proveedores pueden decidir dejar de proveernos la materia prima y decidir entrar al mercado con un producto final o terminado. Una muestra de que Colombia debe ser tenida en cuenta dentro de los análisis de decisión de las empresas productoras de golosinas al momento de instalar o trasladar una nueva planta productiva. Es también una muestra de lo competitiva que es esta industria en Colombia y de su prospectiva en el mediano y largo plazo.

8.6. Poder de negociación de los proveedores.

El poder de negociación de los proveedores para súper es medio alto ya que para

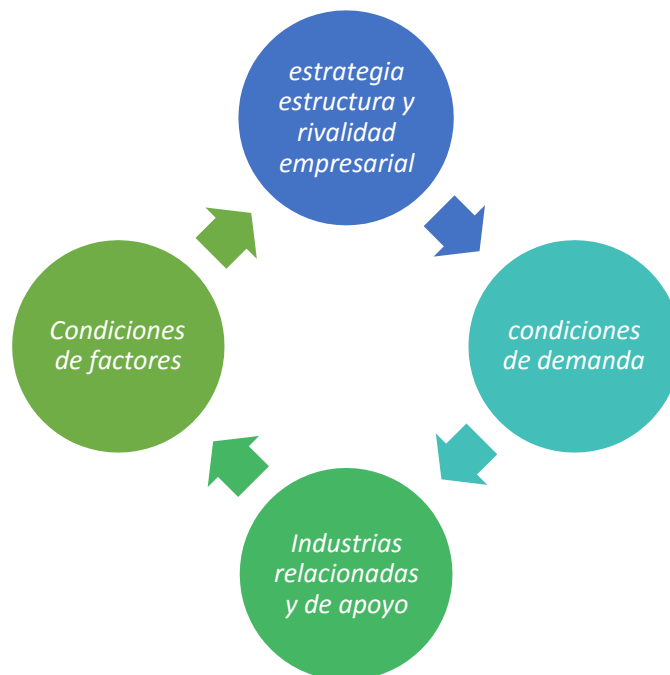
BARRILETE CASO SUPER

nosotros contamos con pocos proveedores de materia prima de barrilete lo cual podrán ejercer mayor

BARRILETE CASO SUPER

poder de negociación sobre nosotros, lo cual nos puede afectar a nosotros ya que el costo de cambio de proveedor nos resultaría costoso a nosotros debido a que uno de los factores que influyen son las programaciones ya planteadas con anterioridad entre el proveedor y la empresa, y también nuestra calidad del producto final barrilete depende mucho de la calidad de la materia prima que nos suministran los actuales proveedores lo cual cambiar de estos nos puede afectar.

9. DIAMANTE DE PORTER



BARRILETE CASO SUPER

9.1. Condiciones de los Factores

En Colombia, la industria de la confitería ha tomado relevancia dada la creciente demanda mundial por parte de los consumidores de todas las edades y la ventaja a nivel mundial que representa el producir internamente sus principales materias primas que son el

BARRILETE CASO SUPER

cacao, el azúcar y la glucosa. Es por esto que las empresas confiteras y chocolateras colombianas han apostado a la inversión en investigación y desarrollo, y a la adquisición de infraestructura y maquinaria necesaria para llevar a cabo esta actividad con el fin de fortalecer el mercado interno y así aumentar la competitividad en el ámbito internacional potencializando las exportaciones que se dirigen principalmente hacia Venezuela, Ecuador y Estados Unidos.

El sector genera más de 28 mil empleos directos y un número superior de indirectos por su encadenamiento con el eslabón proveedor de materias primas e insumos. Sus productos se exportan desde hace más de 50 años y tienen presencia en más de noventa países. Para los cacaoteros, el primer semestre de 2015 cerró con un balance positivo. Los buenos precios y los niveles de producción impulsaron estos resultados. De acuerdo con Eduard Baquero López, presidente ejecutivo de la Federación Nacional de Cacaoteros, Fedecacao, al cierre de junio los precios al productor estuvieron, en promedio, por encima de \$5.800 el kilo, e incluso, donde primó la calidad, se llegó a pagar hasta \$7.000 kilo, tal y como aconteció en algunas regiones. El material genético del cacao colombiano tiene aromas y sabores frutales y de nueces, que si se logran mantener a través del proceso de producción, almacenamiento y comercialización, lo hacen un cacao fino aroma, apetecido principalmente en Europa por la industria chocolatera.

BARRILETE CASO SUPER

9.2. Condiciones de la demanda

9.2.1 Composición de la demanda interior.

La confitería y chocolatería es quizá, junto a los hidrocarburos, el sector colombiano que más mercados tiene en el mundo. Los productos colombianos ya han conquistado paladares en los cinco continentes, y figuran entre los que más aumentan sus despachos al exterior. Según cifras de Proexport, las exportaciones han crecido en promedio 12,2 por ciento anual durante los últimos cuatro años.

Solo el año pasado, las ventas externas rondaron los 390 millones de dólares y, entre enero y julio de este año, el crecimiento es del 23 por ciento, con exportaciones por 272,5 millones de dólares.

En cuanto a los mercados, el 'top' 5 está conformado por Venezuela, Ecuador, Perú, Estados Unidos y Emiratos Árabes, aunque los productos ya están entrando a mercados poco explorados en África, Europa, Asia y Oceanía.

Según datos del Ministerio de Comercio, el 80 por ciento de las exportaciones corresponde a artículos de confitería sin cacao, el 14 por ciento son chocolates y otras preparaciones alimenticias que contienen cacao, y alrededor de 5 por ciento tiene que ver con ventas de cacao en grano o en polvo.

El otro asunto importante en este sector es que ha sido el vehículo para que más empresas en distintas regiones sean exportadoras. Los primeros departamentos en la lista son Valle del Cauca, Caldas, Bogotá, Antioquia y Santander. Sin embargo, cada vez más sectores pueden vincularse para producir este tipo de alimentos con potencial exportador.

BARRILETE CASO SUPER

9.2.2. Internacionalización de la demanda interior.

En Colombia, esta industria ha tomado relevancia dada la creciente demanda mundial por parte de los consumidores de todas las edades y la ventaja a nivel mundial que representa el producir internamente sus principales materias primas que son el cacao, el azúcar y la glucosa. Es por esto que las empresas confiteras y chocolateras colombianas han apostado a la inversión en investigación y desarrollo y a la adquisición de infraestructura y maquinaria necesaria para llevar a cabo esta actividad, con el fin fortalecer el mercado interno y así aumentar la competitividad en el ámbito internacional, potencializando las exportaciones. Vale la pena resaltar que Colombia es principalmente exportador de estos productos y se ha centrado en el mercado venezolano, ecuatoriano y norteamericano, logrando un crecimiento aproximado de 21% en los últimos seis años.

En nuestro país se reconocen tres compañías que sobresalen en el desarrollo de este mercado. La principal chocolatera colombiana, el grupo Nutresa, fue fundado en 1920 y actualmente hace presencia en doce países; cuenta con planta en ocho de ellos y ha alcanzado ventas cercanas a los 301,9 billones de pesos colombianos anualmente, con lo cual abarca el 25,9% del mercado nacional .

Por otro lado, Colombina S.A. es una empresa vallecaucana en constante crecimiento, al punto tal que logra vender 262,9 billones de pesos colombianos al año, posicionándose en el segundo puesto a nivel nacional y en los primeros 50 de la industria a nivel mundial. Finalmente, Aldor es otra compañía vallecaucana fundada más exactamente en la ciudad Cali que ha incursionado en el comercio internacional desde 1993, y poco a poco se ha ido consolidando como una potencia caleña en esta materia, la que ha apostado a la inversión en el sector, aumentando constantemente su producción.

BARRILETE CASO SUPER

Como se dijo anteriormente, los ingenios azucareros colombianos representan una ventaja comparativa para las empresas nacionales a la hora de producir confites y chocolates, aunque últimamente esta ventaja se ha ido convirtiendo en una debilidad, dado el elevado precio que ha adquirido el azúcar y la glucosa, materia prima necesaria para la elaboración de estos productos.

Entrando en el tema de exportaciones, los bombones, caramelos, confites y pastillas son los principales productos que se exportan, especialmente a Venezuela, Ecuador y EE.UU, países a los cuales se dirige el 60% del total de las exportaciones de esta industria, que en 2012 logró ventas de 1164,4 billones de pesos colombianos.

La industria confitera en Colombia se ha visto beneficiada de aumentar su presencia internacional, gracias al proceso de la firma de los acuerdos comerciales con Estados Unidos, el acuerdo con México y el acuerdo parcial con Venezuela, los cuales generan nuevos retos y oportunidades en estos mercados.

- Los consumidores quieren productos con alto contenido natural y sello verde.
- El comprador busca productos Premium, con alto contenido nutricional y proteínico.
- Las empresas están innovando para crear productos orientados a los adultos mayores.
- Hay muchos nichos de mercado desconocidos, una gran opción para las firmas.

9.2.3 Sectores afines y de apoyo.

El Gobierno nacional impulsó a comienzos de 2011 en su programa de Transformación Productiva el sector de chocolatería, confitería y materias primas, que

BARRILETE CASO SUPER
tiene

BARRILETE CASO SUPER

entre sus expectativas que países en vías de desarrollo como Colombia logren un crecimiento promedio de este mercado del 10 por ciento entre 2009 y 2014.

Es una muestra de que Colombia debe ser tomada en cuenta dentro de los análisis de decisión de las empresas productoras de golosinas al momento de instalar o trasladar una nueva planta productiva. Es también una muestra de lo competitiva que es esta industria en Colombia y de su prospectiva en el mediano y largo plazo.

9.2.4. Ventaja competitiva en sectores proveedores.

El programa de transformación productiva es un programa muy interesante. Colombia posee unas ventajas comparativas y competitivas que nos hacen creer que esta meta se alcanzará. A raíz de este programa se logró que el Gobierno nacional en su política de reducción de aranceles disminuyera en algunos puntos los aranceles de algunas materias primas como el azúcar, sin embargo, otras permanecieron con aranceles altos como lo es la glucosa.

Lo componen más de 40 grandes empresas de la región, sin contar muchas otras pequeñas y medianas que tienen amplias posibilidades en el mercado nacional e internacional. Las posibilidades de crecimiento de este micro cluster son enormes y ellas se concretarán en la medida en que se desarrollen las alianzas dentro del cluster y se den las condiciones externas apropiadas, debido a que presenta múltiples ventajas como su ubicación geográfica, su capacidad empresarial y la diversificación de su portafolio de productos.

BARRILETE CASO SUPER

9.2.5. Estrategia y estructura de las empresas domesticas:

La capacidad de ampliar la oferta exportable con productos con valor agregado, de darle a más regiones la oportunidad de ser exportadoras y de ayudar a la diversificación de mercados, dan todo el mérito para que la chocolatería y confitería sea considerado un sector de alto potencial.

No se trata solamente de una actividad, sino que reúne a toda una cadena productiva, con gran generación de empleo.

En el Programa de Transformación Productiva (PTP) del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, del cual hace parte el sector, están definidos dos eslabones.

Uno es el de la producción de materia prima –en particular el cacao–, que ocupa a más de 35.000 familias en distintas regiones del país y que cuenta con un área de producción cercana a las 150.000 hectáreas. Si bien se trata de un insumo, no es considerado un producto básico, en la medida en que Colombia está produciendo cacao fino de aroma, que es considerado Premium por parte de organizaciones internacionales del sector.

Aquí, el objetivo principal es ampliar las áreas sembradas y renovar los cultivos que así lo requieran. El segundo tiene que ver con la fabricación de bienes intermedios y productos finales, segmento en el que se generan alrededor de 100.000 empleos y que, a pesar de los altibajos de la producción industrial colombiana, no se ha visto afectado. Solo en el 2013, año de números rojos para las manufacturas, reportó un crecimiento de 8,5 por ciento.

9.2.6. Metas

Este año, las empresas que venden chocolates y golosinas en Colombia registrarán

BARRILETE CASO SUPER

ventas por 1,07 billones de pesos y para el 2019, se espera que facturen 1,25 billones de pesos, con un incremento del 16 por ciento. Esos son los cálculos de Euromonitor sobre el panorama del negocio que, por el Halloween, tendrá una semana importante para su facturación.

Para este año, la facturación de la categoría de confitería (dulces blandos y duros, y colombinas) será de 569.000 millones de pesos anuales. Ese monto es mayor en 20 por ciento al registrado en el 2009 (474.100 millones de pesos). Se estima que en cinco años, la venta de la industria de dulces en Colombia alcance los 623.000 millones de pesos, lo que significará un aumento del orden de los 9,5 por ciento. El volumen comercializado para este año se estima en 39.200 toneladas, en tanto que para el 2019 se estima en 41.800. El gasto de un colombiano en promedio en dulces es del orden de los 11.627 pesos al año y el consumo no alcanza el kilogramo (0,8), dice Euromonitor.

9.2.7. Rivalidad Domestica.

Al mostrar los protagonistas del sector, es necesario citar en primer lugar el actual Grupo Nacional de Chocolates, que en una estrategia de diversificación se ha especializado en invertir en compañías del sector alimentos. Esto se traduce en operaciones propias en 12 países, exportaciones a 66 destinos y más de 26.000 empleados, de los que al menos 4.500 trabajan fuera de Colombia.

La Compañía Nacional de Chocolates con sus marcas Jet, Montblanc, Chocolyne, Frunas, Blue mint y Roletto, junto con sus chocolates de mesa, lleva el liderazgo en el sector con ventas en 2008 que superan los \$820.000 millones, lo cual implica un incremento del 17% con respecto a las ventas del año anterior. Le sigue en importancia Colombina, que con

BARRILETE CASO SUPER

sus marcas Bom Bon Bum, Nucita, Coffee Delight, Choco Break, Menta Helada, Millows, Gomas Grissly, Galletas Quimbayas y Barquillos Piazza alcanzó ventas por \$565.000 millones en el mismo período y un incremento 2007-2008 del 12%.

En tercer lugar se encuentra Cadbury, que produce y exporta, a más de 45 países, marcas tan reconocidas como Chiclets Adams, Trident, Halls, Bubbalo, Motitas, Clorets, Certs, Sparkies y cuya planta de Cali, que ocupa 21.000 metros cuadrados y emplea más de 800 personas, es considerada una de las más eficientes del mundo. Las ventas de esta compañía en 2008 ascendieron a \$290.000 millones.

Por su parte, la compañía Súper de Alimentos, que compite con Supercoco, Barrilete, los Caramelos Bianchi y las gomas Trululu, vendió más de \$150.000 millones en 2008, y lanzó recientemente una campaña muy agresiva sobre la conexión entre los dulces y como el detalle de regalarlos o compartirlos cambia la vida, denominada “Super, la magia de la alegría”.

Comestibles Aldor da la pelea con las chupetas Yogueta, PinPop y las mentas Mist, marcas con las que logró ventas por \$128.000 millones y un muy destacado crecimiento 2007-2008 del 39% en este índice. Esta empresa asegura tener una de las más modernas plantas de América desde junio de 2004, en cuyos 28.000 metros cuadrados producen 300 toneladas de confitería de azúcar, que son exportadas a cerca de 40 países.

Finalmente Kraft Foods Colombia, que abastece los mercados de 11 países del área Andina y Centroamérica, como Perú, Ecuador, Venezuela y Panamá, maneja Toblerone, Oreo, Milka, Chips Ahoy y los productos Royal, alcanzando el año pasado

BARRILETE CASO SUPER
ventas por

\$84.000 millones y un crecimiento del 9% en este rubro.

BARRILETE CASO SUPER

RANKING	EMPRESA	VENTAS	CIUDAD
1	NACIONAL DE CHOCOLATES	\$903,102.25	MEDELLÍN
2	COLOMBINA	\$505,056.69	ZARZAL
3	CASA LUKER	\$487,989.53	MANIZALES
4	CADBURY ADAMS COLOMBIA	\$294,040.56	CALI
5	C.I. SUPER DE ALIMENTOS	\$151,170.62	MANIZALES
6	DISTRIBUIDORA COLOMBINA	\$143,962.56	CALI
7	KRAFT FOODS COLOMBIA	\$104,374.84	PALMIRA
8	COMESTIBLES ALDOR	\$92,697.16	YUMBO
9	DISCONFITES	\$83,207.38	SABANETA
10	CONFITECOL	\$80,042.66	BOGOTÁ
11	COMESTIBLES ÍTALO	\$53,684.38	BOGOTÁ
12	PROGEL	\$42,585.49	MANIZALES
13	DULCES DE COLOMBIA	\$38,710.07	CARMEN DE VIBORAL (ANTIOQUIA)
14	GELCO	\$37,328.39	BARRANQUILLA
15	TECNAS	\$36,495.73	ITAGUI
16	FERRERO DEL ECUADOR	\$28,442.21	BOGOTA
17	C. I. DULCES LA AMERICANA	\$22,796.02	BOGOTA
18	ADRO	\$15,041.07	ENVIGADO
19	CHOCOLATES TRIUNFO	\$11,087.17	BOGOTÁ
20	GIRONÉS	\$9,531.91	FLORIDABLANCA
21	ALINOVA	\$9,275.95	BARRANQUILLA
22	INSUMOS Y ADITIVOS	\$6,068.37	MEDELLIN
23	CHOCOLATES ANDINO	\$5,624.25	BOGOTA
24	CONSERVAS LA DELICIA	\$3,325.45	BOGOTA D.C.
25	MARBES CARRILLO	\$3,163.39	BOGOTA D.C.
26	DULCES EMILITA	\$1,058.61	BOGOTA
27	DULCES LA COLMENA	\$643.15	BOGOTA

BARRILETE CASO SUPER

10. CRONOGRAMA

Actividades	Semana			
	1-5	5-10	10-12	12-16
Delimitación del tema Con la finalidad de afinar la operación a realizar durante el				
Problema de Investigación. Identificación, descripción y formulación del problema.				
Presentación del anteproyecto co normas APA. n				
Diagnóstico de la empresa y diagnóstico de las fuerzas de				
Entrega financiera y oportunidades de				
Estrategia de s				

BARRILETE CASO SUPER

Evaluación Financiera, conclusiones y sustentaciones del proyecto.				
---	--	--	--	--

Estudio de Mercado en Canadá para la Confitería Colombiana

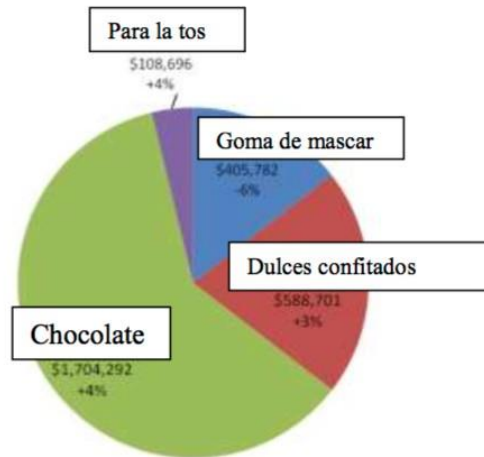
Tamaño del Mercado

Las ventas al por menor de confitería han venido creciendo en Canadá, con cifras especialmente fuertes durante los últimos cuatro años. En 2011 las ventas superaron los \$7 mil millones, la mayor de las cifras desde 2009. Unas buenas ventas incluso durante los años de turbulencia económica, tales como 2008 y 2009, implican que los canadienses continúan consumiendo estos antojos que pueden pagar incluso cuando les recortan el presupuesto a otros conceptos.

	2007	2008	2009	2010	2011
Almacenes de alimentos y bebidas	2,96	3,17	3,47	----*	----*
Almacenes de salud y cuidado personal	0,57	0,56	0,60	0,69	0,65
Almacenes de mercancía variada	1,96	2,17	2,40	2,11	2,38
Distintos tipos de almacenes	0,80	0,79	1,54	----*	----*
Comercio al por menor	6,29	6,69	7,22	6,87	7,04

los productos de chocolate representan casi 61% del mercado. Los dulces representan el 21%, la goma de mascar 14%, y los productos medicados de consumo diario (pastillas para la tos y productos similares) representan 4%. Los productos de chocolate y las pastillas para la tos representaron el mayor aumento en dólares durante este período de dos años, mientras que la goma de mascar mostró una reducción en el volumen de ventas.

BARRILETE CASO SUPER



Tendencias del consumidor

Se espera que los siguientes aspectos tengan influencia sobre los patrones de compra de los canadienses para 2020:

- Canadienses adultos mayores: La población canadiense continuará haciéndose mayor, habiendo más personas mayores que nunca antes y menos número real de niños para 2020 que los que había en 2004. El número de niños de 0-5 años también es el que más rápido crecimiento ha tenido desde 1951. Estos hallazgos tendrán influencia en términos de la demanda por tipo y cantidad de confitería y el lugar donde será consumida.
- Una sociedad que evoluciona: Otros factores socio-demográficos que tendrán influencia sobre las preferencias en confitería incluyen la reducción del tamaño de los hogares, la participación en la fuerza laboral, la globalización, la conciencia hacia el medio ambiente, y la fragmentación de los medios. Las marcas dejarán de ser un símbolo de estatus para convertirse en una expresión de individualidad.

BARRILETE CASO SUPER

- Cambios en los patrones de las comidas: Los consumidores cada vez se desconectarán más de la preparación de los alimentos. Los hábitos de hacer compras y comer serán

BARRILETE CASO SUPER

esporádicos; los ciclos de planeación de las comidas serán más cortos, los pasabocas reemplazarán algunos platos e incluso comidas completas, y la comida será todavía más fácil de llevar. Estas tendencias tendrán influencia sobre la confitería y sobre los desperdicios causados por el empaque.

- El consumidor educado: En la medida en que esta generación se ha criado leyendo las etiquetas, los canadienses se harán más conscientes que antes de la nutrición y de los ingredientes de la confitería, concentrándose en que no contengan grasas trans, que sean bajos en sodio, que contengan carbohidratos saludables altos en fibra, que se reduzca el azúcar, que se identifiquen los alérgenos, que sean fortificados, y de cualquier enunciado que se relacione con la salud. La confitería con una función más allá de proveer energía tendrá más demanda a medida que los consumidores busquen manejar su salud y prevenir enfermedades.
- La nueva cara de Canadá: La inmigración viene principalmente de Asia, especialmente hacia los centros urbanos más grandes en los que las visibles minorías conforman una buena porción de la población, y las raíces británicas y europeas de los residentes de hace mucho tiempo se difuminan. La influencia hispana que viene del Sur también se sentirá. Las tendencias alimenticias resultantes tales como la diversificación, la fusión y combinación de la culinaria, significará que se recibirán influencias en cuanto al uso de ingredientes, métodos culinarios y estilos de presentación menos conocidos. Los viajes, la movilidad por cuestiones laborales y la influencia religiosa también le darán forma a la mezcla de la nueva cocina canadiense.
- Gourmet: La confitería gourmet representa una pequeña indulgencia, un lujo que se puede pagar y una recompensa. Los adultos canadienses están adoptando la confitería gourmet y las marcas boutique. Los chocolates, trufas y confitería de alta calidad con ingredientes únicos o exóticos serán atractivos para los canadienses.

BARRILETE CASO SUPER

En la actualidad, el mercado de la confitería cubre demográficamente a un gran número de canadienses, incluyendo a consumidores de todas las edades, grupos étnicos y géneros. Esto hace difícil que se pueda segmentar en grupos específicos de compradores. Los consumidores de los centros urbanos representan más del 80% del total de las ventas de confitería. Los jóvenes canadienses (menores de 14 años) consumen cerca del 35% tanto del mercado total de la confitería como del de chocolate. En términos muy generales, el mercado de la goma de mascar se enfoca hacia los canadienses que tienen entre 10 y 30 años, los productos a base de chocolate le gustan a un rango de edad más amplio, mientras que las pastillas para la tos por lo general se orientan a un segmento más adulto de la población.

Con el advenimiento de productos de confitería más conscientes de la salud, los consumidores canadienses han ido más allá y ahora se tiene el segmento de los consumidores conscientes de la salud. Los productos que contienen chocolate amargo, goma de mascar libre de azúcar, y productos que contengan fruta natural en lugar de artificial, son ejemplos de productos conscientes de la salud que han obtenido gran aceptación en el mercado. Otros productos a los que les ha ido relativamente bien son aquellos que anuncian que le aumentan la energía al consumidor. Ejemplos de éstos son las barras energizantes que no sólo ofrecen aumentar los niveles de energía sino que también se perciben como un pasabocas saludable. Hay un gran número de marcas nuevas que se han lanzado al mercado, una tendencia que se ha construido a partir de lo conocidos que son para los consumidores productos tales como la cafeína y los electrolitos. Además, estos productos energizantes ahora contienen una mayor cantidad de ingredientes naturales que nunca antes.

BARRILETE CASO SUPER

Estadísticas de importaciones

La confitería a base de azúcar representa el volumen más grande de confitería importada tanto en 2010 como en 2011. Sin embargo la goma de mascar y los productos de chocolate más pequeños muestran el mayor porcentaje de aumento durante este período de dos años.

El mercado canadiense ha sufrido un notable aumento de las importaciones de confitería durante el otoño, con un pico en el mes de octubre. Este pico de octubre se explica por la celebración, ampliamente difundida en Canadá, del Halloween el 31 de octubre, día en que los niños se disfrazan y van de puerta en puerta pidiendo dulces.

Año	2010	2011
HS # 170410 – Goma de mascar con o sin recubrimiento	8,775	9,694
HS # 170490 – Confitería de azúcar (nes+)	315,668	324,176
HS # 180620 – Chocolate y otras preparaciones comestibles a base de cacao (superior a 2 kg))	146,868	146,085
HS # 180631 – Chocolate / preparaciones a base de cacao (menos de 2 kg) – bloques rellenos	81,362	86,535
HS # 180632 – Chocolate / preparaciones a base de cacao (menos de 2 kg) – bloques sin relleno	89,483	100,707
HS # 180690 – Chocolate y otras preparaciones comestibles a base de cacao (nes)	449,242	493,755
TOTAL:	1,091,398	1,160,952

Grupo de Producto	2010	2011
HS # 170410 – Goma de mascar con o sin recubrimiento	1,551	1,961
HS # 170490 – Confitería de azúcar (nes+)	103,829	101,413
HS # 180620 – Chocolate y otras preparaciones comestibles a base de cacao (superior a 2 kg))	46,194	47,185
HS # 180631 – Chocolate / preparaciones a base de cacao (menos de 2 kg) – bloques rellenos	18,879	19,600
HS # 180632 – Chocolate / preparaciones a base de cacao (menos de 2 kg) – bloques sin relleno	15,579	17,289
HS # 180690 – Chocolate y otras preparaciones comestibles a base de cacao (nes)	80,706	83,561

Confitería de azúcar: Las importaciones de confitería de azúcar de Ontario cayeron del 70% del mercado canadiense en 2010 a 68% en 2011. Las importaciones de Quebec aumentaron de 14% en 2010 a 16% en 2011. Las importaciones de Colombia Británica también

BARRILETE CASO SUPER

aumentaron de 9% en 2010 a 10% en 2011. Las demás provincias unidas representan menos del 10% del total de las importaciones de confitería de azúcar para los dos años.

Provincia o Territorio	2010	2011
Ontario	223.4	223.2
Quebec	44.3	52.1
Columbia Británica	30.3	33.2
Otras Provincias	17.6	15.6
TOTAL:	315.6	324.1

la provincia de Ontario es, de lejos, el punto de entrada más importante para cada uno de los segmentos de mercado. Hay dos razones fundamentales para que esto suceda: primero, la provincia es la más poblada. Segundo, la mayoría de los importadores se encuentran en Ontario, especialmente en la Capital Provincial de Toronto. Por lo tanto, mucha mercancía llega a Ontario antes de ser distribuida a las otras provincias de Canadá.

Tendencias del mercado

- **Consciencia hacia la salud:** Los canadienses están cada vez más conscientes de su salud, y por lo tanto son selectivos con respecto a sus hábitos alimenticios. Para la confitería, con frecuencia ésto significa consumir productos que sean al mismo tiempo saludables y nutritivos. Por ejemplo, hay una gran demanda de productos que tengan un alto contenido de cacao. Los dulces y chicles con bajo contenido de azúcar o sin ella y los productos libres de gluten, tales como galletas y barras de fruta, también son populares, especialmente entre aquellas personas que sufren de diabetes, la cual afecta a una gran cantidad de canadienses mayores.
- **Ingredientes orgánicos:** Los expertos en la industria estiman que el crecimiento de la demanda canadiense por productos orgánicos puede llegar a ser tan alto como 20%

BARRILETE CASO SUPER

anual. Mientras que los consumidores anteriormente pagaban una buena prima por comprar productos orgánicos, a medida que el mercado crece y se vuelve más competitivo, la diferencia en el precio entre los productos orgánicos y no-orgánicos ha ido disminuyendo. La demanda de productos orgánicos de chocolate, las barras de cereal orgánicas y otras barras nutritivas son ejemplos de esta tendencia. Sin embargo, la preferencia de los canadienses por lo orgánico tiende a ser menos notoria dentro del sector de confitería a base de azúcar.

- Valor de la marca: Los consumidores canadienses de confitería le dan gran valor a la marca de los productos. Esto es especialmente cierto para los productos de chocolate, los productos de alta gama, la goma de mascar, las mentas y las barras de chocolate. Los productores de confitería le hacen mucho énfasis a las marcas propias dentro del mercado canadiense, particularmente en el segmento de chocolates especiales. En términos generales, los grupos de consumidores de mayor edad son más fieles a la marca que los segmentos más jóvenes.
- Alergias: La alergia a las nueces y otros ingredientes se están convirtiendo en una preocupación importante tanto para los consumidores canadienses como para los fabricantes de confitería. Para ayudar a proteger a los consumidores, se han expedido nuevas reglamentaciones gubernamentales a las cuales los productores deben adherir.
- Compras de temporada: La mercancía de consumo masivo como la goma de mascar, las barras de chocolate y otros artículos de confitería pequeños se venden a niveles constantes durante todo el año. Sin embargo, ciertos productos de chocolate dependen en gran medida de las estaciones. Los consumidores canadienses tienden a comprar chocolates en tres formatos principales: cajas, barras y novedosos. Los chocolates en caja y los novedosos se consideran artículos estacionales y tienden a venderse más antes de la temporada de navidad, el día de San Valentín (14 de febrero) y para la Pascua. El

BARRILETE CASO SUPER

Halloween (31 de octubre) también se celebra mucho en Canadá. Las compras de confitería pequeña como dulces tanto duros como blandos y las barras de chocolate miniatura (que se venden en bolsas grandes que contienen varias docenas) por lo general se compran durante las dos semanas anteriores al 31 de octubre.

- Recesión económica: Según Agricultura y Agri-Food Canadá, desde la recesión de 2008 y 2009, casi la mitad de los canadienses se han vuelto más frugales en sus hábitos de compra. Sin embargo, los consumidores todavía demandan productos que se acomoden a sus ocupados estilos de vida al mismo tiempo que satisfacen sus expectativas de calidad. Los principales criterios al momento de tomar la decisión de compra son: la percepción de valor nutritivo, sabor, aspecto, comodidad y olor.
- Compras por impulso: Las exhibiciones en los puntos de venta son un componente importante para el sector de las barras de chocolate, dulces, chicles y mentas dado el factor inherente de compra por impulso al momento de adquirir este tipo de productos. En consecuencia, los costos promocionales asociados con este tipo de exhibiciones algunas veces puede ser prohibitivos.

Pronostico Cualitativo del Mercado

El mercado de la confitería para productos a base de azúcar se estima que crecerá a un ritmo lento pero constante en los próximos años, a una tasa anual compuesta de 1.5% al año hasta 2014. Se esperan ventas al por menor en el mercado canadiense de más o menos 67.5 millones de kilogramos de confitería a base de azúcar por un valor superior a los \$773 millones para 2014. En 2014 se espera que los canadienses gasten \$22.30 per cápita en confitería a base de azúcar.

BARRILETE CASO SUPER

Entre 2012 y 2014, se espera que las mentas heladas registren las tasas de crecimiento anual más altas de la confitería a base de azúcar, situación que va de la mano de los estilos de vida apurados de los canadienses quienes es más probable que confíen en productos que se perciban como suplementos para ayudarlos a combatir la fatiga y ayudarles a recuperarse de las rutinas de ejercicio. Durante este mismo período, se espera que la confitería medicada conserve la mayor participación dentro de la confitería a base de azúcar, abarcando un estimado de 34% del mercado para 2014. Los días fríos del invierno canadiense muy bien pueden ser los responsables de esta participación relativamente alta del mercado.

Ventas de Confitería por Sub-segmento (cifras en millones)				
Categoría	2012	2013	2014	2014 (\$ per cápita)
Confitería medicada	253	256	260	7.5
Mentas Corrientes	100	101	102	2.9
Caramelos y masticables	100	101	103	3.0
Chicles y gomitas	100	101	103	3.0
Demás confitería de azúcar	73	74	75	2.2
Mentas heladas	67	70	73	2.1
Dulces duros	55	56	57	1.6

Factores Clave

Importancia de los acuerdos comerciales

Los acuerdos comerciales bilaterales y regionales juegan un papel importante: en la medida en que se suspenden los aranceles, los compradores se motivan a adquirir sus productos de aquellos países y regiones en particular. Como resultado y después del desmonte de los aranceles, muchos compradores comienzan a reducir el número de proveedores pequeños con quienes tienen una relación directa y en su lugar comienzan a establecer relaciones de más largo plazo con un número menor de proveedores grandes. Esto no necesariamente significa que las pequeñas empresas vayan a desaparecer porque estas grandes compañías con frecuencia

BARRILETE CASO SUPER

producen en varias plantas propias o subcontratan en varios países. Desde 2009, Canadá les ha agregado a los acuerdos comerciales acuerdos laborales y ambientales paralelos. Se espera que esto se siga haciendo en el futuro cercano. Dentro de este marco, la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial del exportador cobra importancia al momento de hacer negocios con ese país.

Acceso a la materia prima

Como consecuencia del aumento en los precios de la energía y la preocupación con respecto a la huella de carbono, la proximidad al mercado, el acceso a insumos locales o regionales, y la velocidad en llegar al mercado vuelven a cobrar suma importancia para los compradores. Estas son posibles ventajas competitivas para algunos países y proveedores que tienen un nivel medio de precios. Se espera que las marcas aumenten la exigencia de prácticas ambientales sanas dentro de todas y cada una de las etapas del proceso, desde el campo hasta el mercado. Con este fin, se alienta a los proveedores a que busquen establecer relaciones de largo plazo con productores cercanos de materias primas en lugar de tener múltiples productores en lugares más apartados; esto hace que la solución de problemas a causa de los defectos del material se encuentre más fácil.

Cambiar hacia el valor

Los proveedores han encontrado formas innovadoras de agregar —valor— más allá del precio de venta. Con la situación económica actual, más y más consumidores se cambiarán a marcas de valor que les ofrezcan alta calidad a menor precio.

BARRILETE CASO SUPER

Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no es un concepto nuevo, pero los compradores están analizando directa y deliberadamente todo el proceso productivo incluyendo las compras, la fabricación y la disposición de los desechos. Los exportadores deben tratar de venderse a sí mismos ofreciéndoles a los compradores sus compromisos relacionados con la RSE y deben tratar de trabajar con contratistas que estén comprometidos con cumplir estos mismos niveles.

Aunque en la actualidad las cuestiones relacionadas con los derechos laborales no son consideradas tan importantes por los compradores como las cuestiones ambientales, las marcas evalúan estos factores como parte del proceso completo, especialmente al momento de tomar decisiones con respecto a llegar a un país. De igual forma, las graves violaciones de los derechos humanos y/o la inestabilidad política y social pueden afectar las decisiones de dónde comprar. Las marcas claramente quieren que los gobiernos de los países productores mejoren la reglamentación relacionada con los estándares ambientales y laborales y que la hagan cumplir.

Empaques amigables con el medio ambiente

Los empaques verdes están aquí para quedarse, ya no se trata de una moda porque las compañías han tomado muy en serio su responsabilidad hacia el medio ambiente. El aumento de la demanda de empaques biodegradables, reciclables y reutilizables ha obligado a los fabricantes y a las empresas de empaques a desarrollar alternativas innovadoras distintas a los empaques tradicionales. Las soluciones verdes como los plásticos biodegradables hechos a base de plantas y las bolsas reutilizables de tela se han convertido en una práctica estandarizada.

BARRILETE CASO SUPER

Los minoristas canadienses, en sus almacenes, cobran las bolsas plásticas para resaltar la importancia de las alternativas reutilizables. Los pronósticos de la industria estiman que el mercado de los empaques amigables al medio ambiente puede tener un crecimiento de por lo menos 20% anual.

Nuevos ingredients

La innovación de los productos y su unicidad son un factor clave dentro del mercado porque los consumidores se quieren alejar cada vez más de los productos de consumo masivo y quieren probar productos nuevos y diferentes. Una opción que los exportadores colombianos pueden evaluar es la de acercarse a los dueños de marcas propias en Canadá y presentarles propuestas para adherirse a marcas existentes, aportando así nuevos sabores y productos al mercado. Al hacer ésto, los exportadores podrían capitalizar sobre la consciencia de marca y agregar valor al lanzar su propio producto al mercado.

Productos saludables

Un factor clave dentro del mercado de la confitería es el crecimiento y la expansión de los productos saludables. A medida que los consumidores adoptan estilos de vida saludables, los fabricantes desarrollan confites que traigan ingredientes enteramente naturales o aditivos muy funcionales. Estos aditivos ayudan a disminuir el estrés, aumentan la energía y reducen la presión arterial. Este cambio le permite a la industria de la confitería competir contra los pasabocas que han sido lanzados al mercado tales como las barras de fruta y los suplementos de energía/proteínas que han evolucionado gracias al gran interés de los consumidores en comer sano. Sin embargo, los exportadores tendrán que cumplir con estrictas reglamentaciones relacionadas con los enunciados saludables.

BARRILETE CASO SUPER

Acceso al Mercado: Regulaciones para la importación

Canadá tiene una de las infraestructuras de alimentos de calidad más desarrollada en el mundo, dando como resultado altos estándares los cuales son exigidos por el gobierno y esperados por los consumidores. Una lista completa de las reglamentaciones y los estándares relacionados con los ingredientes naturales para la industria alimenticia los puede obtener a través de la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos – CFIA. Estos incluyen las siguientes reglamentaciones bajo la Ley de Productos Agrícolas de Canadá:

§	Reglamentación	sobre	Productos	Procesados
§	Reglamentación	sobre	Productos	Orgánicos

§ Ley de empaque y etiquetado para consumidor final; § Reglamentación sobre Licencias y Arbitraje

§ Ley sobre Tarifas Aduaneras.

Los fabricantes e importadores son responsables de determinar qué estándares aplicar y cómo se debe demostrar su cumplimiento. El producto no se puede vender en Canadá si éste no cumple con los estándares mínimos. Los exportadores antes de producir para el mercado canadiense deben verificar y confirmar con el importador los detalles sobre las especificaciones y qué está permitido.

Reglamentación y Certificaciones en Canadá

Cuotas o permisos de importación no aplican para los productos procesados. De acuerdo con la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos, si usted quiere proveer productos de alimentos procesados a Canadá, por favor asegúrese que se respetan los siguientes puntos:

BARRILETE CASO SUPER

1. Grado o Estándar Mínimo de Identificación: reflejará la composición, pureza, calidad y tamaño de los contenidos, cuando sea aplicable;

Envases especificados

El empaque debe hacerse en los envases designados, incluyendo el tipo y tamaño, los niveles de llenado, la composición y resistencia de los medios de empaque/envase como la sal. La calidad bacteriológica del agua utilizada en el producto, el procesamiento y limpieza de los envases y el equipo debe ser monitoreada ya que afecta el estándar del producto final.

Etiquetado Correcto:

Si los productos procesados se proveen en envases más grandes que el envase más grande especificado (esto significa envases que están entre aproximadamente los 2 l o 2 kg y 20 l o 20 kg) entonces el importador, antes de la importación, debe tener las etiquetas aprobadas por la CFIA.

Los alimentos procesados deben ser legales, sanos, aptos para el consumo humano, producidos a partir de materias primas sanas y legales, y empacados bajo buenas condiciones sanitarias. Si se cumplen estos requisitos, el embarque solo necesita estar acompañado por un Formulario de Declaración de Importación (CFIA/ACIA 4560) por duplicado; debe ser diligenciado por el importador o su representante. Se puede obtener una copia de una declaración de importación en la página web de CFIA. Los productos que no cumplen los requisitos sólo se pueden importar si se cuenta con la autorización previa del consignatario de la oficina regional de la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos. Esta aprobación se conoce como una exención ministerial, y está

BARRILETE CASO SUPER

En Canadá, la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA, por sus siglas en inglés) es la organización científica a nivel federal más importante encargada de controlar los alimentos en Canadá (así como plantas y animales). CFIA brinda servicios de inspección relacionados con la seguridad de los alimentos (inocuidad de los mismos), fraude económico, y requisitos relacionados con el comercio. La prioridad de CFIA es la investigación de las quejas tanto a nivel del consumidor como de la industria; acciones cumplimiento y ejecución relacionadas con la seguridad de los alimentos etiquetado y prácticas engañosas; ordenar el retiro del mercado los productos considerados peligrosos; y desarrollar medidas preventivas para minimizar los riesgos.

En general, las reglamentaciones de importación canadienses relacionadas con productos de confitería son exigentes y con frecuencia son parte de un extenso proceso. Los exportadores deben tener en mente que mientras en algunos casos las reglamentaciones y requisitos son similares a aquellos de la FDA (Administración de Drogas y Alimentos de EE.UU.) en los Estados Unidos, muchas son específicas de Canadá y no cumplen con los requisitos de la FDA (y viceversa). Dado que las reglamentaciones y los requisitos son específicos a cada producto, la CFIA tiene una herramienta de referencia llamada Sistema Automatizado de Referencias de Importación (AIRS, por sus siglas en inglés) que brinda información muy detallada sobre productos alimenticios en un nivel HS de 10 dígitos (HS = Sistema Armonizado). Dado que no es posible entrar en mayores detalles aquí, los exportadores pueden visitar la página web de CFIA e ingresar su número específico de 10 dígitos, el país de origen, y el punto de entrada a Canadá (ya que a veces también existen requisitos de importación provinciales específicos) para obtener el conjunto completo de los requisitos de importación. Puede encontrar más información sobre el sistema AIRS visitando el siguiente sitio web: www.inspection.gc.ca y buscando AIRS en el motor de búsqueda.

BARRILETE CASO SUPER

Etiqueta de Información Nutricional

Si la superficie de visualización disponible de un producto de confitería pre-empacado es menor a necesario que la etiqueta del producto contenga la tabla de información nutricional si el lado externo de la etiqueta contiene una indicación de cómo un comprador o consumidor puede obtener la información nutricional que de otra forma sería necesario que se incluyera en una tabla nutricional en la etiqueta del producto.

Adulteración

Se considera que los productos de confitería están adulterados si contienen más del 0,15% de petrolato, si las buenas prácticas de fabricación exigen el uso de petrolato.

Los exportadores antes de producir para el mercado canadiense deben verificar con el importador los detalles sobre las especificaciones y qué está permitido. Detalles adicionales sobre la reglamentación y los estándares relacionados con confitería están disponibles a través de Industry Canada, e incluye:

- Ley de empaque y etiquetado para consumidor final
- Ley sobre Tarifas Aduaneras.

Los fabricantes e importadores son responsables de determinar qué estándares aplicar y cómo se debe demostrar su cumplimiento. El producto no se puede vender en Canadá si éste no cumple con los estándares mínimos.

Inspección

Si un importador en Canadá ha recibido un embarque en malas condiciones o ha aceptado manejar producto en malas condiciones, este importador puede solicitar una

BARRILETE CASO SUPER

inspección al gobierno canadiense dentro de las 24 horas siguientes a la recepción. Esto ayudará a determinar la responsabilidad por la condición de la carga de forma tal que se puede hacer un acuerdo/liquidación justa entre el remitente y el destinatario.

Excepto por la certificación canadiense para productos orgánicos, actualmente no es necesaria una certificación para los productos de confitería. Sin embargo, en el momento (mayo 2012) se está realizando una consulta con relación a esta categoría de productos entre el sector privado y el gobierno la cual puede eventualmente conducir a que sea necesario —registrar todos los productos en Canadá. Las principales razones para esto son mejorar la seguridad de los consumidores canadienses y asegurar que los importadores de estos productos tienen planes de control de seguridad apropiados ya que los planes de retiro de los productos importados serían un problema. Aunque esto está solo en la etapa de proyecto, si se establece, significaría que todos los productos que entren al país deberán ser registrados. Nuevamente, se puede obtener información sobre este tema en la página web de CFIA.

Aranceles y Normas de Origen

Las normas de origen en Canadá son estrictas y, en vista del TLC entre Canadá y Colombia, la documentación apropiada y la confirmación de las normas de origen son necesarias para que los bienes entren a Canadá exentos de aranceles. El origen es con frecuencia indicado como una de las áreas donde se presentan con más frecuencia problemas relacionados con la adecuada clasificación, las normas y la interpretación. La mayoría de las veces, tales problemas llevan a conflictos y a malas interpretaciones, que a su vez se pueden convertir en un ejercicio muy costoso. Más aún, las normas de origen bajo acuerdos de comercio bilaterales específicos, como el que existe entre Colombia y Canadá, son particularmente complejas. Se recomienda firmemente a los exportadores visitar la página web de la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá – CBSA, por sus siglas en inglés e ingresar

BARRILETE CASO SUPER

a Memorandum D 11 para obtener los requisitos completos y la descripción con relación a las normas de origen para la clasificación arancelaria y los requisitos.

Estándares de Calidad y Seguridad y los Estándares Voluntarios

En Canadá existen directrices sobre el uso de aditivos, preservantes, antioxidantes (dióxido de sulfuro), colores artificiales, pesticidas, residuos químicos, y adulteración de alimentos con las cuales deben familiarizarse tanto el importador como el exportador, ya que el incumplir con estos estándares puede resultar en multas y la posible confiscación de los bienes. Los recuentos bacterianos, como coliformes, E. Coli, salmonella, bacillus cereus, S. clostridia y estreptococos fecales, junto con aflatoxinas, los niveles/tipos de hongos y levaduras están estrictamente limitados por los estándares canadienses de la industria.

Cualquier producto quemado en la deshidratación, que esté mohoso o contaminado de otra forma será rechazado. Aunque no existen reglamentaciones oficiales sobre los alimentos que sean específicamente aplicables a algunos productos importados a granel para un reproceso posterior, los importadores insisten en que sus propios requisitos con relación al recuento bacteriano y los residuos de material extraño están satisfechos ya que sus clientes realizan sus propias pruebas en cada lote para confirmar que los estándares son satisfactorios. Si estas pruebas no corroboran los estándares indicados por el proveedor, el embarque se rechaza inmediatamente.

Los alimentos orgánicos deben cumplir los mismos estrictos requisitos de seguridad y calidad que los alimentos comunes. En Quebec, los productos etiquetados como —orgánicosII deben estar certificados por una agencia de certificación acreditada por la Junta de Acreditación de Quebec. En otras partes de Canadá, el estándar orgánico establecido por la Junta General de Estándares canadiense es voluntario. Este estándar prohíbe el uso de radiación ionizante y

BARRILETE CASO SUPER

alimentos modificados genéticamente o mediante ingeniería, y recomienda el uso máximo de reciclaje, rotación de cultivos y la promoción de la biodiversidad. Es importante anotar que aunque estos estándares son voluntarios, los compradores exigirán una prueba de la certificación antes de comprar alimentos orgánicos para sus tiendas.

Seguridad de los alimentos

La seguridad de los alimentos se ha convertido en un asunto importante en Canadá. La incidencia de los brotes de E. coli por carne contaminada y la preocupación por la enfermedad de —las vacas locasll ha hecho que las autoridades sean más estrictas en el cumplimiento de las normas de seguridad de los alimentos, tanto a nivel provincial como federal.

La Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos describe sus esfuerzos para mejorar la seguridad en la provisión de alimentos de Canadá a través de su Programa para el Mejoramiento de la Seguridad de los Alimentos y la campaña de concientización pública Protegiendo Nuestras Fronteras y Cielos. Esta última, centrada en las medidas de bioseguridad mejoradas, tiene la intención de prevenir aún más la introducción de plagas y enfermedades que representan un riesgo para la salud de plantas y animales en Canadá. Los productores de alimentos elaborados con la intención de exportar a este mercado podrían considerar utilizar las directrices internacionales de seguridad similares para ajustar su producción y sus sistemas de monitoreo. Estas medidas prudentes mejorarán en gran medida el atractivo del producto no solo en Canadá, sino en otros mercados internacionales. Más adelante se indican dos de estas directrices.

§ Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP, por sus siglas en inglés): este sistema práctico ayuda a los fabricantes a revisar todos los potenciales peligros de salud y

BARRILETE CASO SUPER

seguridad en la operación de su planta y se centra en controlar los puntos que son críticos para la seguridad del producto terminado. Los beneficios de utilizar el sistema HACCP incluyen:

- Aceptación internacional de sus productos ya que el sistema ha sido adoptado en todo el mundo;
- Aceptación nacional, lo que le permite convertirse en un líder en la industria nacional;
- Definición de responsabilidades entre el gobierno y la industria;
- Mejor comercialización, al utilizar logotipos y símbolos reconocidos internacionalmente;
- Retiro y destrucción de productos reducido, vital para la reputación de un exportador en cuanto a calidad.
- Basados en el HACCP, los siguientes puntos pueden ser utilizados como una guía por los exportadores:
 - Revisar los procedimientos de su negocio y de la compañía, instalaciones físicas, procesos, envíos, y sistemas de distribución. Identificar áreas en las cuales puede ser vulnerable a un potencial sabotaje o ataques terroristas, y definir medidas de control para cada una de estas áreas.
 - Garantizar que existen medidas de seguridad adecuadas para sus instalaciones y sus empleados.
 - Contar con procedimientos para asegurar la composición e integridad de todos los ingredientes, materias primas y materiales de empaque en cada ubicación.
 - Desarrollar procedimientos para garantizar la integridad y seguridad de su equipo de fabricación y el suministro del agua utilizada en la fabricación.

BARRILETE CASO SUPER

- Desarrollar procedimientos y medidas contra la manipulación para garantizar la seguridad de sus productos una vez que se han producido y se han enviado para su venta.
- Desarrollar un plan de acción para responder ante una emergencia, incluyendo acordonar las áreas, trasladar a los empleados y contactar a las autoridades indicadas.
- Garantizar que todos los químicos y pesticidas peligrosos están almacenados de forma segura lejos de las áreas de fabricación y manipulación y están detallados en las hojas de seguridad en el sitio.

Los envíos/embarques sujetos a la toma de muestras y análisis son detenidos, y solo serán liberados si cumplen los requisitos. El incumplimiento de los requisitos de inspección puede dañar seriamente su reputación aquí y causar dificultades con el importador que lo recomendó.

Los compradores canadienses en todos los niveles, importador, vendedor, y consumidor son cada vez más conscientes de que su cadena de suministro es de primera calidad. En consecuencia, los estándares internacionales de fabricación y calidad (tales como ISO 9000, ISO 14001, e ISO 26000) son ampliamente reconocidos en Canadá.

Empaque y Etiquetas

Se debe entregar información detallada sobre el empaque para venta al por menor con relación a la naturaleza del producto, contenido, composición y fabricante. Recientemente, los fabricantes de alimentos empacados cada vez más utilizan bolsas para venta al por menor en lugar de botellas para así ahorrar en el empaque y los costos de envío. Una bolsa bien diseñada con —ventanasll para observar el producto y un diseño gráfico atractivo ofrece una imagen moderna y de alta calidad. Antes del envío de productos a

Canadá se debe buscar la información

BARRILETE CASO SUPER

sobre las reglamentaciones sobre el empaque de la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos. Para referencia está disponible una base de datos con la información sobre los materiales de empaque aceptados y los productos químicos no alimenticios.

Requisitos para el empaque exterior

Debe existir consistencia en el empaque y los tamaños del envase, una carga ordenada de contenedores, marcas de envío en el paquete principal y número de artículos en los paquetes interiores. Los contenedores de envío deben estar claramente sellados o marcados con plantilla en al menos dos lados, todos con códigos impresos en tinta a prueba de agua. Dado que los compradores generalmente usan el mismo empaque para enviar productos fuera de su bodega, los paquetes deben ser lo suficientemente resistentes y fuertes para múltiples manejos. Utilizar un empaque reutilizable en lugar de empaque desechable también es una forma de proteger el medio ambiente. Un empaque apropiado es vital, ya que el empaque de mala calidad puede dañar el producto y crearle problemas al importador en la nacionalización y la comercialización de los bienes.

Guacales- Cajas de madera

Para evitar la propagación de insectos y patógenos exóticos dañinos como la palomilla gitana asiática, el escarabajo asiático de cuernos largos, el escarabajo de los brotes de pino, el escarabajo de la corteza del abeto europeo, el escarabajo café de cuerno largo del abeto, el barrenador esmeralda del fresno, el patógeno de la muerte súbita del roble, todas las especies de madera no elaborada utilizada en las estibas, las paletas (palets), cajones de madera, u otro material de embalaje debe ser tratado con calor, fumigación o preservativos químicos. Esto se aplica particularmente a importaciones procedentes de China y Hong Kong. El material de embalaje debe estar completamente libre de cortezas y plagas visibles. La madera procesada .

BARRILETE CASO SUPER

las partículas de madera como el aserrín y la viruta de madera utilizadas como embalaje están exentas. Para prevenir la entrada y propagación del escarabajo de la hoja de cereales en este país, se aplican restricciones similares al material de embalaje consistente en paja y heno. Todos los embarques que contienen cajas de madera sólida deben estar acompañados por un certificado oficial fitosanitario o de tratamiento de las autoridades oficiales de protección de la planta en el país exportador, confirmando que han sido tratadas. Los embarques que no contienen cajas de madera sólida deben llevar una declaración sobre ello en los documentos adjuntos. Los embarques que no cumplen con estos requisitos pueden ser confiscados o se les puede negar la entrada a Canadá, y los costos incurridos serán responsabilidad del importador. El empaque exterior de los embarques/envíos debe tener etiquetas con la siguiente información:

- Nombre de la marca
- Número del producto
- Cantidad neta en el contener inmediato en términos de peso, medida o número
- Fecha de vencimiento
- Nombre y dirección del importador
- UPC/PLU u otro código de barras, idéntico al de los productos individuales
- Número de lote (para identificar embarques/envíos individuales).

En empaques para venta al por menor, se debe entregar la información relacionada con la naturaleza del producto, los contenidos, y el fabricante. La etiqueta debe ser visible y

BARRILETE CASO SUPER

las letras diseñadas de acuerdo al tamaño mínimo de letras y números establecido. La siguiente información debe indicarse en inglés y francés, normalmente en la misma proporción:

- nombre y dirección de la oficina principal del
- tamaño, color, nombre de estilo y número; producto de ... (nombre del país)

BARRILETE CASO SUPER

- UPC, PLU (código de búsqueda del precio para ventas minoristas) y otros códigos de barras, según sea necesario.

Un empaque para venta al por menor atractivo, apropiado y llamativo es importante y los proveedores deben consultar al comprador canadiense sobre este tema. Un empaque creativo puede hacer que el producto sea atractivo para regalo. El espacio para las etiquetas como es requerido por las regulaciones canadienses debe estar disponible en el empaque y los códigos de identificación del producto incluidos en todos los paquetes para venta al por menor. Para este fin, los exportadores deben tener en cuenta que Canadá está, de forma gradual, pasando del UPC (Código Universal del Producto) al GTIN (Número Mundial del Artículo Comercial), sistema de codificación que eventualmente se usará a nivel mundial para facilitar el comercio global. Expertos en Canadá pueden proveer diseños, diseño gráfico, traducciones y enviarle de vuelta el arte final para ser impreso en su país, lo que muchas veces es más económico que imprimir en Canadá. Su comprador podría estar dispuesto a ayudarle con estos detalles.

Si falta cualquier requisito de las regulaciones de etiquetado canadiense, los bienes no se pueden vender. Los importadores han señalado que una de las principales causas para el retraso en la liberación de las importaciones son las etiquetas pobres o inadecuadas colocadas por el proveedor. Entonces el importador tendrá que lidiar con el re-etiquetado y aunque eventualmente los inspectores pueden liberar el producto para la venta, estos retrasos pueden causar que el importador pierda sus plazos y oportunidades valiosas de ventas. Este tipo de problemas de etiquetado puede, por lo tanto, terminar su relación con un comprador antes de tener la oportunidad de desarrollarla. En casos graves, los embarques/envíos que no cumplen pueden ser destruidos o se puede ordenar que sean retirados de Canadá. Para este efecto y antes

BARRILETE CASO SUPER

de su impresión, los exportadores deben consultar con el comprador y tener su aprobación de los borradores de las etiquetas.

Cuando se trata con productos orgánicos, desde 2009, Canadá ha adoptado la regulación mundial para los productos orgánicos, la cual, en esencia, protege a los consumidores canadienses de declaraciones de productos orgánicas falsas. Existe un logotipo específico, el logotipo Canadiense Orgánico, el cual está regulado por la CFIA. Los requisitos de etiquetado se basan en el porcentaje de ingredientes orgánicos: mayor o igual al 95% del contenido total, entre el 70% y el 95% del contenido total y los productos que no están certificados como orgánicos pero que contienen algunos ingredientes orgánicos.

Requisitos para la importación

La calidad y el suministro deben ser consistentes y confiables, y el producto debe ofrecer una viabilidad comercial real al comprador canadiense. La permanente comunicación es importante, ya que los compradores necesitan retroalimentación constante del proveedor. Siempre esté disponible para responder preguntas y dar información, y asegúrese que una persona en su grupo hable inglés o francés. Envíe fotografías y cuando sea posible, envíe muestras de sus artículos, ya que este es un sector muy orientado a lo visual. Los grandes minoristas insisten en que los proveedores tengan acceso a internet para una comunicación rápida. Estos factores son todos cruciales para influir en la decisión del comprador, quien puede buscar artículos de muchos otros competidores.

La CBSA brinda información general sobre la importación de bienes a Canadá. Aunque esta información está dirigida para los importadores canadienses, los proveedores deben revisarla para tener una idea de la información que puede solicitar un comprador a un exportador. Esta información incluye:

BARRILETE CASO SUPER

- Contabilizar su embarque/envío: Facturas, permisos de importación, Certificado de Origen, Programa de Impuestos Diferidos, acuerdos comerciales internacionales;
- Revisar su embarque/envío: ¿Por qué se examinan las mercancías?
- Registrar su negocio: Número del negocio, cuenta de importación/exportación;
- Liberar su embarque/envío: Programas de liberación, otorgar garantías, número de la transacción;
- Reportar su embarque/envío: Documentos necesarios;
- Resolución de conflictos: Derechos de apelación, auto-ajuste;
- Comercio electrónico: Envío electrónico de información comercial a la CBSA;
- Programas del importador: Programa de Auto Valoración Aduanera;
- Requisitos de otros departamentos gubernamentales: Otros requisitos que pueden aplicar;
- Agentes de Aduana con licencia: Información sobre la contratación de un agente y el proceso de concesión de licencias;
- Costos, opciones disponibles (directas o indirectas), y el tiempo requerido.

Precio

De acuerdo con el Índice del Precio al Consumidor , los precios de los bienes de consumo aumentaron el 3,1% entre agosto del 2010 y agosto del 2011. Los productos de confitería no están exentos de este incremento. Sin embargo, de acuerdo con Nielsen Canada, los consumidores ven más que el precio cuando determinan el valor; también piensan en los beneficios que obtienen del producto. Si ellos creen que un producto con un precio alto les va a dar grandes beneficios y satisfacción, tenderán a elegir ese producto sobre uno más barato que no les ofrece tantos beneficios.

BARRILETE CASO SUPER

En general, los precios por un paquete de gomas o dulces estará entre \$0,79 o \$0,89 y \$1,99 o \$2,09 por paquete, dependiendo del producto, cuando se vende a una tienda minorista común que venda confitería de azúcar. Los productos de chocolate a nivel minorista normalmente se venden en barras de 100 g, y el precio varía entre \$2.49 y \$6.99 por 100 g. Los nombres de marcas populares incluyen Valrhona, Munz, Sarotti, Côte d'Or, Villars, Lindt, y Godiva. Algunas marcas también resaltan las características artesanales del producto en un intento por subrayar sus características únicas de elaboración manual. Algunas compañías, como American Ghirardelli, venden cuadros de chocolates en bolsas pequeñas de 166 g a un precio minorista de \$6.99.

Generalmente el importador agrega un 30% al precio pagado por la confitería al exportador, y el minorista, a su vez, le agrega un 30%-40% al precio pagado al importador. Esto establece el precio de venta al por menor, y el consumidor luego paga los respectivos impuestos en el punto de compra, los cuales son específicos a cada provincia. Cualquier campaña promocional o comercial que involucre costos (esto es, publicidad, exhibición en el punto de compra, o cupones) son adicionales a estos costos, y generalmente se dividen entre los diferentes agentes involucrados en la promoción específica.

Dado que el mercado canadiense es relativamente pequeño, los importadores canadienses intentan obtener derechos de importación exclusivos para los artículos que acuerdan importar. Para grandes rangos de producción, se acostumbra permitir algunos descuentos en el precio (5% al 10%) lo que le permite al minorista cubrir sus costos de operación y mantener un margen bruto razonable. También se le puede solicitar al exportador que rebaje como resultado de un producto de calidad pobre, dañado antes o durante el envío o por retraso en la entrega. Un exportador puede iniciar términos especiales que le permiten al exportador traspasar los costos de almacenamiento o inventario a los minoristas. Pedidos de

BARRILETE CASO SUPER

gran volumen pueden acompañar estos términos. Algunos costos de embarque/envío desde Colombia incluyen:

Embarque/envío en seco:

El flete estará sujeto a ajustes en función de si el producto necesita pasar a través del Canal de Panamá con destino al puerto de Vancouver. En este caso, el costo sería de alrededor de \$3.250 a \$3.750 por contenedor o \$150/TM sobre la base de un contenedor de 53' y un tiempo de tránsito de 30 días. Los embarques/envíos en una línea directa a través del puerto de Cartagena al puerto de Montreal serían de \$ 15-20/TM menos y tomaría alrededor de 25-30 días.

Refrigerado

Los embarques/envíos a través del Canal de Panamá al puerto Vancouver costarían alrededor de \$4.350 a \$4.750 por contenedor o \$ 219/TM sobre la base de un contenedor refrigerado 53' y un tiempo de tránsito de 30 días. Los embarques/envíos a través del puerto de Cartagena al puerto de Montreal serían de \$ 15-20/TM menos y tomaría alrededor de 25-30 días Congelado

Los embarques/envíos a través del Canal de Panamá al puerto Vancouver costarían alrededor de \$5.750 a \$6.250 por contenedor o \$280/TM sobre la base de un contenedor refrigerado 53' y un tiempo de tránsito de 30 días. Los embarques/envíos a través del puerto de Cartagena al puerto de Montreal serían de \$15-20/TM menos y tomaría alrededor de 25-30 días. El desafío sería la capacidad de los puertos de Colombia para manejar las cargas congeladas ya que algunos no están equipados para este tipo de embarques/envíos.

BARRILETE CASO SUPER

FedEx y Couriers

Los envíos en seco costarían alrededor de \$125 a \$150 por una caja de producto o \$2.500 por palet con un tiempo de entrega de 5 días. Los envíos refrigerados necesitarían paquetes congelados de hielo y costaría alrededor de \$185 a \$250 por una caja de producto o \$3.800 por palet con un tiempo de entrega de 5 días.

Impuestos

El gobierno federal impone un Impuesto a Bienes y Servicios (GST, por sus siglas en inglés) del 5% por a casi todos los bienes y servicios que se venden aquí. Sólo los alimentos vendidos en las tiendas de comestibles, servicios médicos y dentales y otros pocos están exentos. Todas las importaciones están sujetas al GST, el cual es pagado por el importador cuando el producto entra al Canadá. Además del GST, se imponen impuestos federales al consumo sobre determinados bienes que se venden en Canadá. Las importaciones de estos están sujetos a un arancel equivalente al arancel aduanero normal, más el impuesto al consumo con que se gravan ciertos los productos canadienses manufacturados similares. Un impuesto provincial de venta también es cobrado por los minoristas a los clientes en la mayoría de las áreas en el momento de la venta final de bienes y de algunos servicios. Aunque afectan el precio de venta, los impuestos sobre las ventas nunca se cargan directamente a las importaciones.

Ferias Comerciales

TFO Canadá no proporciona cartas de invitación para obtener visa de viaje o de entrada. Estas cartas deben provenir directamente del comprador, o del comprobante de inscripción a la feria comercial.

BARRILETE CASO SUPER

Los importadores canadienses y varios compradores al por menor suelen visitar los mercados extranjeros así como a sus proveedores una vez al año. Por lo general organizan estos viajes para que coincidan con las ferias comerciales más importantes, donde puedan explorar las posibilidades para importar, así como evaluar las tendencias de la industria. Es aconsejable revisar con su agente, comprador o con el Asesor Comercial de la Embajada para evaluar en su totalidad los requisitos de documentación, los costos y los beneficios de su participación en las ferias comerciales. La lista actualizada de las ferias está disponible a través de TFO Canadá e incluye las siguientes:

Bakery Showcase

Baking Association of Canada 7895 Tranmere Dr., Ste 202

Grocery Showcase y Grocery Innovations Canada The Canadian Federation of Independent Grocers 2235 Sheppard Ave. E., Suite 902 Mississauga, Ontario, Canada L5S 1V9 Tel.: (905) 405-0288

Fax: (905) 405-099

Expo West, Expo East, Expo Québec

235 Yorkland Blvd., Suite 302 Toronto, Ontario, Canada M2J 4Y8 Tel.: (905) 497-6939

Fax: (905) 497-3214

Canadian/International Food and Beverage Show

Canadian Restaurant and Foodservices Association 316 Bloor Street West
Toronto, Ontario, Canada M5S 1W5
Tel.: (416) 923-8416

BARRILETE CASO SUPER

Importadores y Agentes

Importadores y agentes tienen un amplio conocimiento de la red de comercio y representan una gran parte de las importaciones de los países clientes de Canadá TFO. Por lo general, ellos están más dispuestos a asumir el riesgo que conlleva el negocio con los nuevos proveedores. Sin embargo, es posible que sometan a los proveedores a un estudio detallado antes de hacer negocios. También esperan tener referencias y van a querer conocer información sobre la experiencia que tiene el proveedor en materia de exportaciones, su capacidad financiera y demás detalles. Los importadores/agentes también son más conscientes de los problemas potenciales que puedan surgir en el cumplimiento de los requisitos canadienses para la calidad, etc., y podrían estar dispuestos a ayudar a los proveedores con sugerencias en la adaptación del producto, proporcionando etiquetas para colaborar con el ingreso al mercado canadiense y ofrece garantías en las ordenes de producción que permite a la fabrica planificar el trabajo y los materiales. Los márgenes serán normalmente del 10% al 40%, dependiendo del volumen y la cantidad de artículos transportados.

Se espera hacer negociaciones con National Importers Canada Ltd, quienes por ser uno de los mas grandes distribuidores de productos alimenticios es también uno de los principales en Canadá

La primer exportación se tiene planeada hacerla de un contenedor de 40', mitad de la carga en una presentación de 50 unidades por bolsa y la otra mitad de 15 unidades por bolsa, esto para un total de: 1800 bolsas en la primera presentación (90.000 barriletes) y 1250 en la segunda presentación (60.000) barriletes

Estrategias de Internacionalización:

- Aquellos productos de alimentación que son más indiferenciados y de poco valor añadido, compiten en precio. Los que aportan mayor valor como platos preparados, salsas, lo hacen a través de marca, sabor, promoción y calidad. Por tal motivo, una de las estrategias será; llegar inicialmente a la región⁵⁷ canadiense con mayor numero de colombianos y a la provincia de Ontario que

BARRILETE CASO SUPER

alberga el 39% del total de la población Canadiense para facilitar la penetración del mercado.

- Debido a la ausencia de fuertes tradiciones culinarias propias y de las limitaciones de la producción nacional, una parte creciente de los consumidores canadienses buscan

BARRILETE CASO SUPER

productos de importación. Buscan que ostenten un contexto histórico y cultural que los defina y les permita acercarse culturalmente a otras nacionalidades o grupos étnicos. Apoyándose en este factor, es viable hacer uso del reconocimiento nacional con el que goza Barrilete para promover el producto en Canadá.

- El consumidor canadiense busca productos con una presentación exterior excelente, con envases fáciles y cómodos, al mismo tiempo que ecológicos. Barrilete cuenta con un diseño atractivo. Además, un Sistema de apertura fácil y cómodo para cualquier rango de edad. Es necesario, para tener mejor competitividad en Canadá, reestructurar el material con el cual está elaborado la embotadora y de esta manera crear un atractivo ecológico hacia los consumidores.
- El precio de esos productos de importación, debe guardar una relación razonable con el precio de los productos sustitutos locales, ya que el consumidor medio se guía en gran medida en base al precio del producto. Por tal motivo, el precio de venta final deberá tener diferencias mínimas con los sustitutos locales. Es importante recalcar que la presentación ecológica le otorgara una ventaja sobre otros productos de la competencia.
- Compras por impulso: Las exhibiciones en los puntos de venta son un componente importante para el sector de las barras de chocolate, dulces, chicles y mentas dado el factor inherente de compra por impulso al momento de adquirir este tipo de productos. En consecuencia, los costos promocionales asociados con este tipo de exhibiciones algunas veces puede ser prohibitivos.
- Poner más énfasis en el desarrollo del producto y en la producción de productos de calidad garantizada y amigables con el ambiente, p. ej., adoptando las series ISO 9000 o estándares de calidad similares; las series ISO 14001 o estándares similares de manejo del medio ambiente; y la sobre responsabilidad social ISO 26000.

BARRILETE CASO SUPER

Entrega Logística

1. Grado o Estándar Mínimo de Identificación: reflejará la composición, pureza, calidad y tamaño de los contenidos, cuando sea aplicable;

Envases especificados: el empaque debe hacerse en los envases designados, incluyendo el tipo y tamaño, los niveles de llenado, la composición y resistencia de los medios de empaque/envase como la sal. La calidad bacteriológica del agua utilizada en el producto, el procesamiento y limpieza de los envases y el equipo debe ser monitoreada ya que afecta el estándar del producto final;

3. Etiquetado Correcto: si los productos procesados se proveen en envases más grandes que el envase más grande especificado (esto significa envases que están entre aproximadamente los 2 l o 2 kg y 20 l o 20 kg) entonces el importador, antes de la importación, debe tener las etiquetas aprobadas por la CFIA.

Los alimentos procesados deben ser legales, sanos, aptos para el consumo humano, producidos a partir de materias primas sanas y legales, y empacados bajo buenas condiciones sanitarias. Si se cumplen estos requisitos, el embarque solo necesita estar acompañado por un Formulario de Declaración de Importación (CFIA/ACIA 4560) por duplicado; debe ser diligenciado por el importador o su representante. Se puede obtener una copia de una declaración de importación en la página web de CFIA. Los productos que no cumplen los requisitos sólo se pueden importar si se cuenta con la autorización previa del consignatario de la oficina regional de la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos. Esta aprobación se conoce como una exención ministerial, y está condicionada a la disponibilidad de los suministros locales.

Los importadores (no los proveedores) de productos procesados para la verificación de la Declaración de Importación deben pagar una tarifa por embarque.

BARRILETE CASO SUPER

En Canadá, la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA, por sus siglas en inglés) es la organización científica a nivel federal más importante encargada de controlar los alimentos en Canadá (así como plantas y animales). CFIA brinda servicios de inspección relacionados con la seguridad de los alimentos (inocuidad de los mismos), fraude económico, y requisitos relacionados con el comercio. La prioridad de CFIA es la investigación de las quejas tanto a nivel del consumidor como de la industria; acciones cumplimiento y ejecución relacionadas con la seguridad de los alimentos etiquetado y prácticas engañosas; ordenar el retiro del mercado los productos considerados peligrosos; y desarrollar medidas preventivas para minimizar los riesgos.

En general, las reglamentaciones de importación canadienses relacionadas con productos de confitería son exigentes y con frecuencia son parte de un extenso proceso. Los exportadores deben tener en mente que mientras en algunos casos las reglamentaciones y requisitos son similares a aquellos de la FDA (Administración de Drogas y Alimentos de EE.UU.) en los Estados Unidos, muchas son específicas de Canadá y no cumplen con los requisitos de la FDA (y viceversa). Dado que las reglamentaciones y los requisitos son específicos a cada producto, la CFIA tiene una herramienta de referencia llamada Sistema Automatizado de Referencias de Importación (AIRS, por sus siglas en inglés) que brinda información muy detallada sobre productos alimenticios en un nivel HS de 10 dígitos (HS = Sistema Armonizado). Dado que no es posible entrar en mayores detalles aquí, los exportadores pueden visitar la página web de CFIA e ingresar su número específico de 10 dígitos, el país de origen, y el punto de entrada a Canadá (ya que a veces también existen requisitos de importación provinciales específicos) para obtener el conjunto completo de los requisitos de importación. Puede encontrar más información sobre el sistema AIRS visitando el siguiente sitio web: www.inspection.gc.ca y buscando AIRS en el motor de búsqueda.

De acuerdo con las reglamentaciones canadienses relacionadas con confitería, los siguientes ítems están permitidos en Canadá:

BARRILETE CASO SUPER

Etiqueta de Información Nutricional: si la superficie de visualización disponible de un producto de confitería pre-empacado es menor a 100 cm, la etiqueta del producto contenga la tabla de información nutricional si el lado externo de la etiqueta contiene una indicación de cómo un comprador o consumidor puede obtener la información nutricional que de otra forma sería necesario que se incluyera en una tabla nutricional en la etiqueta del producto.

Adulteración: se considera que los productos de confitería están adulterados si contienen más del 0,15% de petrolato, si las buenas prácticas de fabricación exigen el uso de petrolato.

Los exportadores antes de producir para el mercado canadiense deben verificar con el importador los detalles sobre las especificaciones y qué está permitido. Detalles adicionales sobre la reglamentación y los estándares relacionados con confitería están disponibles a través de Industry Canada, e incluye:

- Ley de empaque y etiquetado para consumidor final;
- Ley sobre Tarifas Aduaneras.

Los fabricantes e importadores son responsables de determinar qué estándares aplicar y cómo se debe demostrar su cumplimiento. El producto no se puede vender en Canadá si éste no cumple con los estándares mínimos.

Inspección: Si un importador en Canadá ha recibido un embarque en malas condiciones o ha aceptado manejar producto en malas condiciones, este importador puede solicitar una inspección al gobierno canadiense dentro de las 24 horas siguientes a la recepción. Esto ayudará a determinar la responsabilidad por la condición de la carga de forma tal que se puede hacer un acuerdo/liquidación justa entre el remitente y el destinatario.

Excepto por la certificación canadiense para productos orgánicos (detalles de la misma están disponibles en la página web de CFIA: www.inspection.ca), actualmente no es necesaria una certificación para los productos de confitería. Sin embargo, en el momento (mayo 2012) se está realizando una consulta con relación a esta categoría de productos (actualmente clasificados como productos alimenticios no registrados) entre el sector privado y el gobierno la cual puede eventualmente conducir a que sea necesario —registrarll todos los productos en

BARRILETE CASO SUPER

Canadá. Las principales razones para esto son mejorar la seguridad de los consumidores canadienses y asegurar que los importadores de estos productos tienen planes de control de seguridad apropiados ya que los planes de retiro de los productos importados serían un problema. Aunque esto está solo en la etapa de proyecto, si se establece, significaría que todos los productos que entren al país deberán ser registrados. Nuevamente, se puede obtener información sobre este tema en la página web de CFIA.

Aranceles y Normas de Origen

Las normas de origen en Canadá son estrictas y, en vista del TLC entre Canadá y Colombia, la documentación apropiada y la confirmación de las normas de origen son necesarias para que los bienes entren a Canadá exentos de aranceles. El origen es con frecuencia indicado como una de las áreas donde se presentan con más frecuencia problemas relacionados con la adecuada clasificación, las normas y la interpretación. La mayoría de las veces, tales problemas llevan a conflictos y a malas interpretaciones, que a su vez se pueden convertir en un ejercicio muy costoso. Más aún, las normas de origen bajo acuerdos de comercio bilaterales específicos, como el que existe entre Colombia y Canadá, son particularmente complejas. Se recomienda firmemente a los exportadores visitar la página web de la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá – CBSA, por sus siglas en inglés - (www.cbsa-asfc.gc.ca) e ingresar a Memorandum D 11 para obtener los requisitos completos y la descripción con relación a las normas de origen para la clasificación arancelaria y los requisitos.

Estándares de Calidad y Seguridad y los Estándares Voluntarios

En Canadá existen directrices sobre el uso de aditivos, preservantes, antioxidantes (dióxido de sulfuro), colores artificiales, pesticidas, residuos químicos, y adulteración de alimentos con las cuales deben familiarizarse tanto el importador como el exportador, ya que el incumplir con estos estándares puede resultar en multas y la posible confiscación de los bienes. Los recuentos bacterianos, como coliformes, E. Coli, salmonella, bacillus cereus, S. clostridia y estreptococos fecales, junto con aflatoxinas, los niveles/tipos de hongos y levaduras están estrictamente limitados por los estándares canadienses de la industria.

BARRILETE CASO SUPER

Cualquier producto quemado en la deshidratación, que esté mohoso o contaminado de otra forma será rechazado. Aunque no existen reglamentaciones oficiales sobre los alimentos que sean específicamente aplicables a algunos productos importados a granel para un reproceso posterior, los importadores insisten en que sus propios requisitos con relación al recuento bacteriano y los residuos de material extraño están satisfechos ya que sus clientes realizan sus propias pruebas en cada lote para confirmar que los estándares son satisfactorios. Si estas pruebas no corroboran los estándares indicados por el proveedor, el embarque se rechaza inmediatamente.

Los alimentos orgánicos deben cumplir los mismos estrictos requisitos de seguridad y calidad que los alimentos comunes. En Quebec, los productos etiquetados como —orgánicosII deben estar certificados por una agencia de certificación acreditada por la Junta de Acreditación de Quebec. En otras partes de Canadá, el estándar orgánico establecido por la Junta General de Estándares canadiense es voluntario. Este estándar prohíbe el uso de radiación ionizante y alimentos modificados genéticamente o mediante ingeniería, y recomienda el uso máximo de reciclaje, rotación de cultivos y la promoción de la biodiversidad. Es importante anotar que aunque estos estándares son voluntarios, los compradores exigirán una prueba de la certificación antes de comprar alimentos orgánicos para sus tiendas.

Seguridad de los alimentos: la seguridad de los alimentos se ha convertido en un asunto importante en Canadá. La incidencia de los brotes de E. coli por carne contaminada y la preocupación por la enfermedad de —las vacas locasII ha hecho que las autoridades sean más estrictas en el cumplimiento de las normas de seguridad de los alimentos, tanto a nivel provincial como federal.

La Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos describe sus esfuerzos para mejorar la seguridad en la provisión de alimentos de Canadá a través de su Programa para el Mejoramiento de la Seguridad de los Alimentos y la campaña de concientización pública Protegiendo Nuestras Fronteras y Cielos. Esta última, centrada en las medidas de bioseguridad mejoradas, tiene la intención de prevenir aún más la introducción de plagas y

BARRILETE CASO SUPER

enfermedades que representan un riesgo para la salud de plantas y animales en Canadá. Los productores de alimentos elaborados con la intención de exportar a este mercado podrían considerar utilizar las directrices internacionales de seguridad similares para ajustar su producción y sus sistemas de monitoreo. Estas medidas prudentes mejorarán en gran medida el atractivo del producto no solo en Canadá, sino en otros mercados internacionales. Más adelante se indican dos de estas directrices.

▪ Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP, por sus siglas en inglés): este sistema práctico ayuda a los fabricantes a revisar todos los potenciales peligros de salud y seguridad en la operación de su planta y se centra en controlar los puntos que son críticos para la seguridad del producto terminado. Los beneficios de utilizar el sistema HACCP incluyen:

- Aceptación internacional de sus productos ya que el sistema ha sido adoptado en todo el mundo;
- Aceptación nacional, lo que le permite convertirse en un líder en la industria nacional;
- Definición de responsabilidades entre el gobierno y la industria;
- Mejor comercialización, al utilizar logotipos y símbolos reconocidos internacionalmente;
- Retiro y destrucción de productos reducido, vital para la reputación de un exportador en cuanto a calidad.

▪ Basados en el HACCP, los siguientes puntos pueden ser utilizados como una guía por los exportadores:

- Revisar los procedimientos de su negocio y de la compañía, instalaciones físicas, procesos, envíos, y sistemas de distribución. Identificar áreas en las cuales puede ser

BARRILETE CASO SUPER

vulnerable a un potencial sabotaje o ataques terroristas, y definir medidas de control para cada una de estas áreas.

- ■■■Garantizar que existen medidas de seguridad adecuadas para sus instalaciones y sus empleados.
- ■■■Contar con procedimientos para asegurar la composición e integridad de todos los ingredientes, materias primas y materiales de empaque en cada ubicación.
- ■■■Desarrollar procedimientos para garantizar la integridad y seguridad de su equipo de fabricación y el suministro del agua utilizada en la fabricación.
- ■■■Desarrollar procedimientos y medidas contra la manipulación para garantizar la seguridad de sus productos una vez que se han producido y se han enviado para su venta.
- ■■■Desarrollar un plan de acción para responder ante una emergencia, incluyendo acordonar las áreas, trasladar a los empleados y contactar a las autoridades indicadas.
- ■■■Garantizar que todos los químicos y pesticidas peligrosos están almacenados de forma segura lejos de las áreas de fabricación y manipulación y están detallados en las hojas de seguridad en el sitio.

Los envíos/embarques sujetos a la toma de muestras y análisis son detenidos, y solo serán liberados si cumplen los requisitos. El incumplimiento de los requisitos de inspección puede dañar seriamente su reputación aquí y causar dificultades con el importador que lo recomendó.

Los compradores canadienses en todos los niveles, importador, vendedor, y consumidor son cada vez más conscientes de que su cadena de suministro es de primera calidad. En consecuencia, los estándares internacionales de fabricación y calidad (tales como ISO 9000, ISO 14001, e ISO 26000) son ampliamente reconocidos en Canadá.

BARRILETE CASO SUPER

Se debe entregar información detallada sobre el empaque para venta al por menor con relación a la naturaleza del producto, contenido, composición y fabricante. Recientemente, los fabricantes de alimentos empacados cada vez más utilizan bolsas para venta al por menor en lugar de botellas para así ahorrar en el empaque y los costos de envío. Una bolsa bien diseñada con —ventanasll para observar el producto y un diseño gráfico atractivo ofrece una imagen moderna y de alta calidad. Antes del envío de productos a Canadá se debe buscar la información sobre las reglamentaciones sobre el empaque de la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos. Para referencia está disponible una base de datos con la información sobre los materiales de empaque aceptados y los productos químicos no alimenticios.

Requisitos para el empaque exterior: debe existir consistencia en el empaque y los tamaños del envase, una carga ordenada de contenedores, marcas de envío en el paquete principal y número de artículos en los paquetes interiores. Los contenedores de envío deben estar claramente sellados o marcados con plantilla en al menos dos lados, todos con códigos impresos en tinta a prueba de agua. Dado que los compradores generalmente usan el mismo empaque para enviar productos fuera de su bodega, los paquetes deben ser lo suficientemente resistentes y fuertes para múltiples manejos. Utilizar un empaque reutilizable en lugar de empaque desechable también es una forma de proteger el medio ambiente. Un empaque apropiado es vital, ya que el empaque de mala calidad puede dañar el producto y crearle problemas al importador en la nacionalización y la comercialización de los bienes.

Guacales- Cajas de madera: para evitar la propagación de insectos y patógenos exóticos dañinos como la palomilla gitana asiática, el escarabajo asiático de cuernos largos, el escarabajo de los brotes de pino, el escarabajo de la corteza del abeto europeo, el escarabajo café de cuerno largo del abeto, el barrenador esmeralda del fresno, el patógeno de la muerte súbita del roble, todas las especies de madera no elaborada utilizada en las estibas, las paletas (palets), cajones de

BARRILETE CASO SUPER

madera, u otro material de embalaje debe ser tratado con calor, fumigación o preservativos químicos. Esto se aplica particularmente a importaciones procedentes de China y Hong Kong. El material de embalaje debe estar completamente libre de cortezas y plagas visibles. La madera procesada y las partículas de madera como el aserrín y la viruta de madera utilizadas como embalaje están exentas. Para prevenir la entrada y propagación del escarabajo de la hoja de cereales en este país, se aplican restricciones similares al material de embalaje consistente en paja y heno. Todos los embarques que contienen cajas de madera sólida deben estar acompañados por un certificado oficial fitosanitario o de tratamiento de las autoridades oficiales de protección de la planta en el país exportador, confirmando que han sido tratadas. Los embarques que no contienen cajas de madera sólida deben llevar una declaración

sobre ello en los documentos adjuntos. Los embarques que no cumplen con estos requisitos pueden ser confiscados o se les puede negar la entrada a Canadá, y los costos incurridos serán responsabilidad del importador. El empaque exterior de los embarques/envíos debe tener etiquetas con la siguiente información:

- nombre de la marca;
- número del producto;
- cantidad neta en el contener inmediato en

términos de peso, medida o número;

- fecha de vencimiento;

nombre y dirección del importador;

UPC/PLU u otro código de barras, idéntico al

de los productos individuales; número de lote (para identificar

embarques/envíos individuales).

BARRILETE CASO SUPER

En empaques para venta al por menor, se debe entregar la información relacionada con la naturaleza del producto, los contenidos, y el fabricante. La etiqueta debe ser visible y las letras diseñadas de acuerdo al tamaño mínimo de letras y números establecido. La siguiente información debe indicarse en inglés y francés, normalmente en la misma proporción:

▪ nombre y dirección de la oficina principal del

tamaño, color, nombre de estilo y número; producto de ... (nombre del país); UPC, PLU (código de búsqueda del precio para ventas minoristas) y otros códigos de barras, según sea necesario.

importador en Canadá para permitir un

seguimiento fácil en caso de problemas; nombre o descripción de los contenidos;

▪

Un empaque para venta al por menor atractivo, apropiado y llamativo es importante y los proveedores deben consultar al comprador canadiense sobre este tema. Un empaque creativo puede hacer que el producto sea atractivo para regalo. El espacio para las etiquetas como es requerido por las regulaciones canadienses debe estar disponible en el empaque y los códigos de identificación del producto incluidos en todos los paquetes para venta al por menor. Para este fin, los exportadores deben tener en cuenta que Canadá está, de forma gradual, pasando del UPC (Código Universal del Producto) al GTIN (Número Mundial del Artículo Comercial), sistema de codificación que eventualmente se usará a nivel mundial para facilitar el comercio global. Expertos en Canadá pueden proveer diseños, diseño gráfico, traducciones y enviarle de vuelta el arte final para ser impreso en su país, lo que muchas veces es más económico que imprimir en Canadá. Su comprador podría estar dispuesto a ayudarlo con estos detalles. También puede visitar la página web de GTIN www.gtin.info para obtener información adicional.

BARRILETE CASO SUPER

Si falta cualquier requisito de las regulaciones de etiquetado canadiense, los bienes no se pueden vender. Los importadores han señalado que una de las principales causas para el retraso en la liberación de las importaciones son las etiquetas pobres o inadecuadas colocadas por el proveedor. Entonces el importador tendrá que lidiar con el re-etiquetado y aunque eventualmente los inspectores pueden liberar el producto para la venta, estos retrasos pueden causar que el importador pierda sus plazos y oportunidades valiosas de ventas. Este tipo de problemas de etiquetado puede, por lo tanto, terminar su relación con un comprador antes de tener la oportunidad de desarrollarla. En casos graves, los embarques/envíos que no cumplen pueden ser destruidos o se puede ordenar que sean retirados de Canadá. Para este efecto y antes de su impresión, los exportadores deben consultar con el comprador y tener su aprobación de los borradores de las etiquetas.

Cuando se trata con productos orgánicos, desde 2009, Canadá ha adoptado la regulación mundial para los productos orgánicos, la cual, en esencia, protege a los consumidores canadienses de declaraciones de productos orgánicas falsas. Existe un logotipo específico, el logotipo Canadiense Orgánico, el cual está regulado por la CFIA. Los requisitos de etiquetado se basan en el porcentaje de ingredientes orgánicos: mayor o igual al 95% del contenido total, entre el 70% y el 95% del contenido total y los productos que no están certificados como orgánicos pero que contienen algunos ingredientes orgánicos.

La página web del CFIA, en la cual se pueden encontrar las regulaciones completas relacionadas con los productos orgánicos, se indica más adelante.

Tendencias del empaque: no existen tendencias nuevas y específicas en el mercado canadiense de confitería que necesiten adaptación. De hecho, los dulces duros normalmente se empacan en papel tradicional o en envolturas plásticas, mientras que las barras de chocolate artesanales se empacan en papel mate, duro, rectangular.

La calidad y el suministro deben ser consistentes y confiables, y el producto debe ofrecer una viabilidad comercial real al comprador canadiense. La permanente comunicación es importante, ya que los compradores necesitan retroalimentación constante del proveedor.

BARRILETE CASO SUPER

Siempre esté disponible para responder preguntas y dar información, y asegúrese que una persona en su grupo hable inglés o francés. Envíe fotografías y cuando sea posible, envíe muestras de sus artículos, ya que este es un sector muy orientado a lo visual. Los grandes minoristas insisten en que los proveedores tengan acceso a internet para una comunicación rápida. Estos factores son todos cruciales para influir en la decisión del comprador, quien puede buscar artículos de muchos otros competidores.

La CBSA brinda información general sobre la importación de bienes a Canadá (<http://www.cbsa.asfc.gc.ca/import/menu-eng.html>). Aunque esta información está dirigida para los importadores canadienses, los proveedores deben revisarla para tener una idea de la información que puede solicitar un comprador a un exportador. Esta información incluye:

- Contabilizar su embarque/envío: Facturas, permisos de importación, Certificado de Origen, Programa de Impuestos Diferidos, acuerdos comerciales internacionales;
- Revisar su embarque/envío: ¿Por qué se examinan las mercancías?
- Registrar su negocio: Número del negocio, cuenta de importación/exportación;
- Liberar su embarque/envío: Programas de liberación, otorgar garantías, número de la transacción;
- Reportar su embarque/envío: Documentos necesarios;
- Resolución de conflictos: Derechos de apelación, auto-ajuste;
- Comercio electrónico: Envío electrónico de información comercial a la CBSA;
- Programas del importador: Programa de Auto Valoración Aduanera;
- Requisitos de otros departamentos gubernamentales: Otros requisitos que pueden aplicar;
- Agentes de Aduana con licencia: Información sobre la contratación de un agente y el proceso de

concesión de licencias;
- Costos, opciones disponibles (directas o indirectas), y el tiempo requerido.

BARRILETE CASO SUPER

De acuerdo con Comercio Internacional de Canadá, los productos que son elegibles para los beneficios aduaneros establecidos en acuerdos de libre comercio estarán sujetos a los requisitos de los permisos de importación.

Logística de Exportación Reporte de Rutas de Transporte Marítimo



País Origen: Colombia

Punto Embarque: Cartagena

País Destino: Canadá

Punto Desembarque: Toronto

Agente Comercial	Línea Marítima	Punto de Embarque	Punto de Desembarque	Conexiones	Frec. (Días)	Tiempo Tránsito (Días)	Tipo de Carga	Observaciones	Fecha Actualización
Cma-cgm colombia	Cma-Cgm	Cartagena	Toronto	Filadelfia - Estados Unidos	7	11	CONT 20', CONT 40', CONT 40' R, CONT 40' HC		1/29/2015
Maritrans s.a	Compañía Chilena de Navegación CCNI	Cartagena	Toronto	New york - Estados Unidos	7	7	CONT 20', CONT 40', CONT 40' R, CONT 40' HC		1/29/2015
C.S.A.V. - colombia	Compañía sudamericana de vapores	Cartagena	Toronto	Puerto elizabeth - Estados Unidos	7	9	CONT 20', CONT 40', CONT 40' R, CONT 40' HC		1/29/2015
Global shipping agencies s.a.	Evergreen marine corporation(EMC)	Cartagena	Toronto	Colon - Panamá, New york - Estados Unidos	7	16	CONT 20', CONT 40', CONT 40' R, CONT 40' HC	La conexión desde New York se hace via terrestre	1/29/2015
Hamburg sud colombia ltda	Hamburg sud	Cartagena	Toronto	New york - Estados Unidos	7	9	CONT 20', CONT 40', CONT 40' R, CONT 40' HC		1/29/2015
Hapag lloyd colombia ltda	Hapag lloyd	Cartagena	Toronto	Filadelfia - Estados Unidos	7	18	CONT 20', CONT 40', CONT 40' HC	Inland Carretera	1/29/2015
Maersk - line colombia s.a.	Maersk line	Cartagena	Toronto	Manzanillo - Panamá, Filadelfia - Estados Unidos	7	20	CONT 20', CONT 40', CONT 40' R, CONT 40' HC	Conexión desde Filadelfia por tren.	5/20/2013
Mediterranean shipping co.col. s.a.	Mediterranean shipping co. (MSC)	Cartagena	Toronto	Cristobal - Panamá	7	14	CONT 20', CONT 40', CONT 40' R, CONT 40' HC		6/7/2012
Dhl global forwarding	N.V.O.C.C. DHL global forwarding	Cartagena	Toronto	New york - Estados Unidos	7	27	BB MÍN		4/3/2013
Mahe neutral shipping ltda.	N.V.O.C.C. Mahe neutral shipping	Cartagena	Toronto	New york - Estados Unidos	15	27	BB MÍN		2/28/2013
Panalpina S.A.	N.V.O.C.C. Pantainer express line	Cartagena	Toronto	Hamburgo - Alemania	7	34	BB MÍN		4/3/2013
Transmares ltda.	Zim container service	Cartagena	Toronto	Kingston - Jamaica, Halifax - Canadá	7	22	CONT 20', CONT 40', CONT 40' R, CONT 40' HC		6/7/2012

ACCESO MARÍTIMO



BARRILETE CASO SUPER

COSTEO

DESCRIPCIÓN	COP TOTAL	COP UNIDAD	\$875.000,00	
			USD TOTAL	USD UNIDAD
PV PRODUCTO	\$ 365.040.000,00	\$ 3.042,00	\$ 128.820,98	\$ 1,074
EMBALAJE	\$ 875.000,00	\$ 350,00	\$ 308,78	\$ 0,124
PRECIO EXW EN FABRICA MANIZALEZ	\$ 365.915.000,00	\$ 3.392,00	\$ 129.129,76	\$ 1,197
FLETE INTERNO A CARTAGENA	\$ 5.600.000,00	\$ 46,67	\$ 1.976,21	\$ 0,016
USO INSTALACIONES PORTUARIAS	\$ 28.000,00	\$ 0,23	\$ 9,88	\$ 0,000
GASTOS AGENTE CARGA INTERNACIONAL	\$ 361.296,75	\$ 3,01	\$ 127,50	\$ 0,001
CARGUE CONTENEDOR - 40ft	\$ 185.000,00	\$ 1,54	\$ 65,29	\$ 0,001
DOC. FEE	\$ 70.000,00	\$ 0,58	\$ 24,70	\$ 0,000
GASTOS AGENTE ADUANA	\$ 1.500.000,00	\$ 12,50	\$ 529,34	\$ 0,004
FOB CARTAGENA	\$ 373.659.296,75	\$ 3.456,54	\$ 131.862,69	\$ 1,220
FLETE INTERNACIONAL	\$ 7.225.935,00	60,22	\$ 2.550,00	\$ 0,02
PRECIO CFR	\$ 380.885.231,75	\$ 3.516,75	\$ 134.412,69	\$ 1,241
SEGURO INTERNACIONAL	\$ 1.120.977,89	\$ 10,37	\$ 395,59	\$ 0,004
PRECIO CIF TORONTO	\$ 382.006.209,64	\$ 3.527,12	\$ 134.808,28	\$ 1,245

TRM 03/05/16	2.833,70		
COP	\$3.042,00		
Unidades comerciales	120000	BOLSAS	CADA BOLSA 15 UNI
CANTIDAD A EXPORTAR			
CAJAS	2500		
ESTIBAS	14		
CONTENERDOR	1 40"		
PESO A EXPORTAR			
CAJAS	17.700 Kg		7,11 Kg cada caja
ESTIBAS			ESTIBA DE NORMA NTC 4680.
CONTENERDOR	4.900 kg		
BOLSA			
COSTO	\$ 2.340,00		
UTILIDAD	30,00%		
PVVENTA	\$ 3.042,00		

BARRILETE CASO SUPER

Entrega Financiera

Estado de resultados

1. La columna vertebral de la empresa Súper de alimentos, son las ventas
2. El costo de ventas es proporcional a las ventas
3. El margen de rentabilidad bruto promedio es del 25%

BARRILETE CASO SUPER

4. La empresa es capaz de generar utilidades operacionales.
5. En el rubro de gastos financieros, pareciera ser que a la empresa la hubieran la condenación de los intereses porque no hay interese cargados de los años 2010 2011 2012 pero si hay abonos a capital.
6. Del 2010 al 2012 como no se cargaron gastos financieros, la utilidad reportada para los socios era atractiva, mientras que en los 2 últimos anos, la utilidad disminuyó por esos gastos

Balance general

1. El capital de trabajo es importante puesto que es el indicador que muestra el capital disponible para trabajar
2. Razón de liquidez: La empresa no es capaz de generar los recursos suficientes para pagar a los terceros, es por esto que ha tenido que recurrir al las entidades financieras para apalancarse (163.09%)
3. Durante los años 2013-2012 seguramente hicieron una inversión en activos fijos. Es importante observar si la adquisición era necesaria para producir alguien tipo de renta.
4. Los inventarios son bien proporcionales al comportamiento de ventas.

BARRILETE CASO SUPER

5. La recuperación de cartera no ha sido la mas estable, se observa que durante los 3 últimos años, este rubro ha venido en aumento. Sin embargo la empresa hizo las provisiones respectivas.
6. En cuanto a proveedores, en el ultimo año, también aumentaron.
7. En el 2014 la empresa debe la mitad de lo que tiene.
8. La empresa tiene que buscar una estrategia de ventas, buscar unos mejores márgenes de rentabilidad y de esta manera obtener flujos de caja que le sirvan para poder sufragar todos sus gastos; Además de permitirle pagar las deudas que posee.
9. Las provisiones del impuesto de renta, no son las correspondientes al 34% de la utilidad antes de impuesto.
10. Las valorizaciones de todos los años, hacen surgir una inquietud, pues el valor es mas alto a los activos fijos que la empresa tiene.
11. Como tampoco se tienen conocimientos sobre las notas de los estados financieros, quedan varias inquietudes sobre las cifras que los estados financieros muestran.

BARRILETE CASO SUPER

Matriz

TIPO DE VARIABLE	VARIABLE 2014	FRANCIA	P	C	R	BELGICA	P	C	R	Canada	P	C	R	ITALIA	P	C	R	FUENTE
COMERCIAL	1 Importaciones producto pais USD	415.577 USD	6,50%	5	0,33	314.520 USD	6,50%	3	0,20	392.798 USD	6,50%	4	0,26	182.912 USD	6,50%	2	0,13	http://www.trademap.org/S(r12cto450210s553vibotf55)/Country_SePrductCountry.aspx
COMERCIAL	2 % crecimiento	3%	6,50%	2	0,13	9%	6,50%	5	0,33	6%	6,50%	4	0,26	3%	6,50%	3	0,20	http://www.trademap.org/S(r12cto450210s553vibotf55)/Country_SePrductCountry.aspx
COMERCIAL	4 importaciones per capita del producto	USD 160,15	6,50%	4	0,26	35,61	6,50%	2	0,13	89,11	6,50%	3	0,20	322,56	6,50%	5	0,33	https://www.cia.gov/library/publications/the-world-
COMERCIAL	5 concentracion de las importaciones-competidores	España: 24.4% Belgica 19.4% Alemania 14,8%	7,50%	3	0,23	países bajos 38% alemania 23,9% francia 9,4%	7,50%	2	0,15	EEUU 63.6% China 6.8% Mexico 4.5%	7,50%	4	0,30	alemania 24.7% españa 15.5% Belgica 10.8%	7,50%	2	0,15	http://www.trademap.org/S(r12cto450210s553vibotf55)/Country_SePrductCountry.aspx
COMERCIAL	6 exportaciones colombianas	105.000	7,00%	4	0,28	\$ 14.000,00	7,00%	2	0,14	2.607.000 USD	7,00%	5	0,35	\$ 44.000,00	7,00%	3	0,21	http://www.trademap.org/S(r12cto450210s553vibotf55)/Country_SePrductCountry.aspx
COMERCIAL	7 % crecimiento (2010-2014)	0%	8,00%	2	0,16	3,0%	8,00%	3	0,24	12,0%	8,00%	5	0,40	-67,0%	8,00%	1	0,08	http://www.trademap.org/S(r12cto450210s553vibotf55)/Country_SePrductCountry.aspx
TECNICAS	8 arancel general vs preferencial	0,0%	5,00%	4	0,20	0,0%	5,00%	4	0,20	0,0%	5,00%	4	0,20	Preferential tariff for Colombia 0%	5,00%	4	0,20	http://www.macmap.org/QuickSearch/FindTariff/FindTariffResults.aspx?product=34029001&country=484&partner=170&year=2014&source=1ITC&AVF=1
LOGISTICAS	12 infraestructura - # puertos y aeropuertos	Puertos: Brest, Calais, Dunkerque, Le Havre, Marseille, Nantes Aeropuertos: 3,047	5,50%	4	0,22	Aéreo: 6 aeropuertos Marítimo: Antwerp (8.664.243), Zeebrugge (2.207.257) (2011)	5,50%	2	0,11	Puertos: Halifax, Saint john, Vancouver. AIRPORT: Montreal, Toronto, Vancouver, Kebec y Otawua	5,50%	5	0,28	Major sea port: augusta cagliary genoa liborno taranto trieste y benice.	5,50%	3	0,17	https://www.cia.gov/library/publications/the-world-

TIPO DE VARIABLE	VARIABLE 2014	FRANCIA	P	C	R	BELGICA	P	C	R	Canada	P	C	R	ITALIA	P	C	R	FUENTE
LOGISTICAS	12 infraestructura - # puertos y aeropuertos	Puertos: Brest, Calais, Dunkerque, Le Havre, Marseille, Nantes Aeropuertos: 3,047 m: 14 2,438 a 3,047 m: 25 39	5,50%	4	0,22	Aéreo: 6 aeropuertos Marítimo: Antwerp (8.664.243), Zeebrugge (2.207.257) (2011)	5,50%	2	0,11	Puertos: Halifax, Saint john, Vancouver. AIRPORT: Montreal, Toronto, Vancouver, Kebec y Otawua	5,50%	5	0,28	Major sea port: augusta cagliary genoa liborno taranto trieste y benice. Airport: 19	5,50%	3	0,17	https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/oes/qm.html
LOGISTICAS	15 logistic performance index LPI	puesto 13 score 3,85	5,00%	3	0,15	4,11% puesto 3	5,00%	5	0,25	Score 3,94% puesto 11	5,00%	4	0,20	puesto 20 Score 3,78%	5,00%	2	0,10	http://lpi.worldbank.org/international/global?sort=desc&order=LPI%20Score#datatable
SOCIO DEMOGRAFICAS	17 idioma	French (official) 100%	3,00%	4	0,12	Neerlandés, Francés, Alemán	3,00%	3	0,09	FRENCH, ENGLISH(official)	3,00%	4	0,12	Italiano	3,00%	4	0,12	https://www.cia.gov/library/publications/the-world-
ECONOMICAS	19 PIB	\$2.581 trillion	5,00%	4	0,20	\$458,7 billion USD	5,00%	2	0,10	\$1.628 trillion	5,00%	3	0,15	\$2.174 trillion	5,00%	4	0,20	https://www.cia.gov/library
ECONOMICAS	20 variacion PIB año anterior 2014-	0.4%	5,50%	2	0,11	1,3%	5,50%	4	0,22	1,0%	5,50%	4	0,22	0,8%	5,50%	2	0,11	https://www.cia.gov/library
ECONOMICAS	21 PIB percapita	\$ 40,40	5,00%	3	0,15	\$ 44.100	5,00%	4	0,20	45.900 USD	5,00%	5	0,25	\$35.800,00	5,00%	2	0,10	https://www.cia.gov/library
ECONOMICAS	22 inflacion	0.6%	5,00%	4	0,20	1,5%	5,00%	2	0,10	1,0%	5,00%	3	0,15	0,7%	5,00%	3	0,15	http://www.datosmacro.co
ECONOMICAS	23 devaluacion	devaluado el peso 33	5,50%	2	0,11	33,90%	5,50%	2	0,11	devaluacion del 20%	5,50%	5	0,28	33,90%	5,50%	2	0,11	http://www.oanda.com/
ECONOMICAS	24 riesgo pais	AA	4,50%	3	0,14	S&P Alto grado(AA)	4,50%	4	0,18	AAA Estable	4,50%	5	0,23	BAA2 Estable	4,50%	3	0,14	http://www.datosmacro.co
		Gobierno republicano Francia tiene como fin atraer un mayor número de inversionistas franceses al país y, a su vez, fortalecer la presencia de los								más importante para las				Las exportaciones italianas h				

BARRILETE CASO SUPER

TIPO DE VARIABLE	VARIABLE 2014	FRANCIA	P	C	R	BELGICA	P	C	R	Canada	P	C	R	ITALIA	P	C	R	FUENTE
PAIS	25 sistema de gobierno- actual	Gobierno republicano Francia tiene como fin atraer un mayor número de inversionistas franceses al país y, a su vez, fortalecer la presencia de los inversionistas colombianos en Francia. Tras más de seis meses de negociaciones, se logró un acuerdo que permitirá establecer reglas de juego claras, tanto para los inversionistas franceses como para los colombianos, se les brindará protección, claridad y un marco jurídico transparente para el tratamiento de los capitales que se establezcan en cada uno de los países. Francia es un país que ha creído en Colombia y ha invertido en	4,00%	4	0,16	Favorable	4,00%	3	0,12	más importante para las	4,00%	5	0,20	Las exportaciones italianas h	4,00%	3	0,12	http://www.tarinoq.net/pos
PAIS	26 doing business 2016	Puesto 27	5,00%	3	0,15	43	5,00%	2	0,10	Puesto 14	5,00%	5	0,25	Puesto 45	5,00%	1	0,05	http://espanol.doingbusiness
	TOTAL		100,00%	60	3,29		100,00%	54	2,96		100,00%	77	4,28		100,00%	#	2,65	

11. BIBLIOGRAFÍA.

<http://www.colombiatrade.com.co/>

<http://www.super.com.co/>

<http://www.sic.gov.co/drupal/>

<http://www.fao.org/home/en/>

<http://www.procolombia.co/>

https://www.sectorial.co/index.php?option=com_k2&view=item&id=51256&Itemid=402

<http://inviertaencolombia.com.co/sectores/agroindustria/cacao-chocolateria-y-confiteria.html>

<https://www.ptp.com.co/documentos/Plan%20de%20Negocios%20Chocolateria.pdf>

<http://www.compite.com.co/site/wp-content/uploads/2012/10/6-Infraestructura-Transporte-y-Logistica.pdf>