

CANADÁ,

UN MERCADO ATRACTIVO
PARA LA UCHUVA
COLOMBIANA



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



**MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO**



**TODOS POR UN
NUEVO PAÍS**
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN



Las uchuvas son demandadas por sus beneficios para la salud: contienen vitaminas A y C, fibra y propiedades antioxidantes.

▶ ASÍ ES EL MERCADO DE LA UCHUVA EN CANADÁ

Canadá se caracteriza por tener consumidores que demandan alimentos saludables, nutritivos, naturales y orgánicos. En esta dinámica, las uchuvas tienen un campo de acción importante para crecer en este mercado cuyos compradores prefieren la calidad sobre el precio.

En ese sentido, esta fruta, también conocida como “golden berry”, “incaberries” o “goose berries” es demandada por su contenido en proteína, vitaminas A y C, fibra y propiedades antioxidantes. A esto se suma su sabor exótico y diferente, lo que eleva su competitividad.

La uchuva es una de las frutas exóticas colombianas con mayor aceptación en los mercados internacionales y fue la segunda más exportada después del banano en 2015.

Las ventas externas de este fruto superan los US\$25 millones al año y los principales destinos en 2015 fueron



El gobierno de Canadá destina recursos a las empresas del sector para impulsar la producción de alimentos saludables que responda a la constante demanda.

Países Bajos, Alemania, Bélgica y Canadá.

Esta publicación presenta a los empresarios del sector agrícola, específicamente, los productores de uchuva una guía completa sobre las exportaciones de esta fruta a Canadá.



Después del banano, la uchuva es la fruta más exportada de Colombia. Países Bajos, Alemania, Bélgica y Canadá, los principales destinos.

OTROS PAÍSES CON OPORTUNIDAD



Ministra de Comercio, Industria y Turismo
MARÍA CLAUDIA LACOUTURE

Presidente de ProColombia
FELIPE JARAMILLO

Vicepresidenta de Exportaciones
JULIANA VILLEGAS

Vicepresidente de Inversión
ANCÍZAR GUERRERO

Vicepresidente de Turismo
JULIÁN GUERRERO

Vicepresidenta de Planeación
MARÍA CECILIA OBANDO

Gerente de Comunicaciones
CAROLINA ETHEL MARTÍNEZ

Gerente de Información Comercial
PEDRO FERNÁNDEZ

Contenido y diagramación
Gerencia de Información Comercial
Gerencia de Comunicaciones

Dirección
Calle 28 No. 13 A - 15
Bogotá

Teléfono
(57-1) 560 0100

Si tiene preguntas o comentarios sobre los contenidos de esta publicación, por favor escribanos a bibliotecavirtual@ProColombia.co

▶ FRUTOS SECOS, LA PRESENTACIÓN PREFERIDA



Los canadienses prefieren comprarla como fruto seco, aunque también se vende fresca.

El consumidor canadiense de frutas exóticas busca calidad sobre precio y toma la decisión de compra teniendo en cuenta el contenido nutricional y la frescura de los alimentos.

En los supermercados es posible encontrar la fruta fresca, sin embargo debido a su corta duración, los canadienses prefieren comprarla como fruto seco (deshidratada). La uchuva es promocionada principalmente como snack mezclada con nueces, maní u otros frutos secos. También se puede combinar con smoothies, galletas, muffins, barras o aderezo de salsas, o mermelada.

En los supermercados canadienses también son cada vez más populares los paquetes saludables y de porciones pequeñas.

La falta de tiempo para cortar y preparar las frutas incentiva la compra de alimentos saludables listos para consumir. A menudo, tienen una vida de almacenamiento más larga, y vienen en porciones pequeñas.

Usualmente, la fruta fresca es distribuida pre lavada y empaquetada en contenedores listos para llevar.



USOS DE LA UCHUVA EN CANADÁ Y OTROS PAÍSES

- Ingrediente para snacks de frutas mixtas.
- Las uchuvas frescas suelen consumirse enteras.
- En la preparación de ensaladas, postres, cocteles, jugos naturales, salsas y pasteles.
- También suelen utilizarse como elemento decorativo en platos tipo gourmet.
- La fruta procesada tiene oportunidad como ingrediente para las barras de cereal y energéticas, o comercializarse deshidratada con otros ingredientes como frutos secos (nueces, almendras y pistachos, entre otros).

LA UCHUVA ES CONSUMIDA COMO SNACK Y MEZCLADA CON NUECES, MANÍ Y OTROS FRUTOS SECOS.



▶ LA UCHUVA TIENE CEROS ARANCEL EN CANADÁ

La vigencia del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Canadá trajo beneficios para los productos agroindustriales, especialmente las frutas y hortalizas que tuvieron desgravación inmediata de aranceles.

Las tendencias de consumo de snacks saludables y el fortalecimiento de un consumidor que se preocupa por su bienestar marcan una oportunidad para el producto de uchuvas en Canadá.

Esta fruta exótica está cubierta por el Tratado de Libre

Comercio con Canadá bajo la categoría de desgravación A, lo que quiere decir que no paga aranceles.

Para los canadienses es fundamental contar con información del producto, ficha técnica, disponibilidad, fotografías, beneficios para la salud y certificaciones.

Es importante tener en cuenta que en el verano el consumo de estos productos disminuye, pues las personas optan por frutas más económicas que se encuentran en temporada.

▶ TIENDAS ESPECIALIZADAS Y SUPERMERCADOS, ALGUNOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Las tiendas especializadas y supermercados independientes en Canadá compran las frutas a través de distribuidores y mayoristas. Sin embargo, debido a la intensificación de la competencia, algunos de los grandes minoristas compran directamente a los productores con el fin de eliminar costos.

De igual forma, los canadienses tienen grandes expectativas en cuanto a la calidad de un producto.

Según Trade Facilitation Office Canada, las frutas y verduras cultivadas en invernaderos se venden a un precio mayor debido a su mejor calidad y disponibilidad permanente.

Los productos que se cultivan en el campo, se pueden vender a menor costo a empresas procesadoras como insumos para jugo, productos enlatados o congelados.

LA UCHUVA ESTÁ CUBIERTA POR EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON CANADÁ BAJO LA CATEGORÍA DE DESGRAVACIÓN A, LO QUE QUIERE DECIR QUE NO PAGA ARANCELES POR SU IMPORTACIÓN.





► COLORACIÓN Y ACIDEZ, LAS VENTAJAS DE LA UCHUVA COLOMBIANA

La uchuva que se cultiva en Colombia se caracteriza por su calidad, tamaño, color y apariencia sana y limpia, factores que la hacen competitiva en los mercados internacionales.

Una de las ventajas que tiene Colombia en productos como la uchuva son las condiciones agroclimáticas de sus cultivos. Estos factores brindan a la fruta colombiana una mejor coloración y mayor contenido de azúcares. ProColombia le cuenta algunas ventajas de este producto.

GENERADOR DE EMPLEO

- La producción de este fruto demanda alta mano de obra. En promedio una hectárea de uchuva puede generar cuatro empleos permanentes en el país.
- Se estima que para exportar una tonelada de uchuva se crean, en promedio, ocho empleos directos en Colombia.

- La producción en Colombia tiene en cuenta la demanda y exigencias internacionales. La siembra y la recolección se planea de tal forma que se asegure la oferta en los meses de mayor demanda.
- El productor colombiano conoce los protocolos para cultivar una fruta con el tamaño adecuado, el color ideal del capacho, así como su apariencia sana y limpia.
- La producción nacional se destaca por la aplicación de buenas prácticas agrícolas, que aseguran la calidad sanitaria de los alimentos, el cuidado del medio ambiente, el bienestar de los trabajadores y la trazabilidad.
- El cultivo de uchuva (*physalis peruviana*) ha venido creciendo. Según cifras disponibles de Agronet, para 2015 la producción nacional ascendió a 17.685 toneladas, lo cual es 12,3% más que lo reportado en 2014, cuando se produjeron 15.754 toneladas.
- Boyacá con 7.927 toneladas, Antioquia con 3.870 toneladas y Cundinamarca con 3.746 toneladas, son los departamentos en donde más se cultiva este producto.
- Otros departamentos productores son Santander, Norte de Santander, Nariño, Tolima y Cauca.

Fuente: Comité Exportadores Uchuva de Analdex





▶ 21 PAÍSES COMPRAN LA UCHUVA COLOMBIANA



La uchuva es una de las frutas que más ha aumentado sus destinos de exportación. Países europeos y Canadá son los principales importadores.



Las exportaciones colombianas de uchuva llegan principalmente a Países Bajos, Alemania, Bélgica, Canadá, Brasil, Estados Unidos, Reino Unido, Italia, Francia y España.



Los mercados que mayor crecimiento presentaron tanto en términos de valor como en volumen fueron Bélgica y Canadá con crecimientos superiores a más de US\$60.000 (C/U) y más de 20 toneladas (C/U).



Cundinamarca, Bogotá y Antioquia son los principales departamentos de origen de las exportaciones colombianas de uchuva.



US\$2,4/Kg es el precio promedio que se paga por la importación según TradeMap.



Colombia exporta uchuva hacia China, Irlanda, Curazao y Qatar, países que en 2012 no importaban esta fruta nacional.

PRINCIPALES IMPORTADORES DE UCHUVA COLOMBIANA EN 2015



US\$14.067.266

Países Bajos



US\$659.388

Canadá



US\$86.680

Reino Unido



US\$58.330

Suiza



US\$5.129.971

Alemania



US\$496.226

Brasil



US\$82.273

Italia



US\$3.673.021

Bélgica



US\$447.936

Estados Unidos



US\$70.168

Francia



TOTAL
US\$24.953.787

Fuente: DANE



▶ COLOMBIA, EL OCTAVO PROVEEDOR DE FRUTAS EXÓTICAS A CANADÁ



Canadá es el país de América que más importa uchuva colombiana. Le siguen Brasil y Estados Unidos.



Colombia es el octavo proveedor de frutas exóticas a Canadá, con una participación del 4% en 2015 (US\$2,07 millones y un volumen de 522.000 kilogramos, lo que representa un precio promedio de importación de US\$ 3.97/kg). Las ventas incluyen uchuva, tamarindo, anacardos, maracuyá, pithaya, entre otras frutas que pertenecen a la partida arancelaria 08.10.90.



Las exportaciones de uchuva hacia el mercado canadiense han crecido a una tasa anual promedio de 2,7% durante los últimos 5 años. En 2015 creció 10,5% más comparado con el año anterior.



Los principales competidores de las frutas exóticas colombianas en Canadá son Estados Unidos, Vietnam, México, España entre otros.

EXPORTACIONES DE UCHUVA HACIA CANADÁ





Conozca los pasos que debe seguir un empresario colombiano para poder enviar sus uchuvas al mercado canadiense.

Los exportadores colombianos deben cumplir con la normatividad en cuanto a estándares, embalajes, empaques, etiquetados, mercadeo, licencias, requerimientos de salud e inocuidad y residuos.

Es importante que exista personal bilingüe en la compañía responsable de las comunicaciones con los compradores.

▶ DOCUMENTACIÓN EXIGIDA A LOS EXPORTADORES

REGISTRO ANTE EL ICA COMO EXPORTADOR DE FRUTA FRESCA

El registro como vendedor de fruta fresca permite al exportador obtener los certificados fitosanitarios y otras certificaciones a través del Sistema de Información necesario para Importación y Exportación de Productos Agrícolas (*SISPAP*).

Así mismo, podrá conocer los requerimientos sanitarios y fitosanitarios del país destino (*ICA, 2014a*). Todas las especies de frutas exportadas deben ser producidas en predios registrados y vigentes ante el ICA, basados en la resolución No. 001806 del 7 de septiembre de 2004.

CERTIFICADO FITOSANITARIO

LA CERTIFICACIÓN FITOSANITARIA DEPENDE DE LAS EXIGENCIAS DEL PAÍS DESTINO DE LA FRUTA, SI ESTE NO LO REQUIERE, EL EXPORTADOR PUEDE SOLICITARLO DE MANERA VOLUNTARIA.



PARA OBTENER ESTA CERTIFICACIÓN DEBE:



SOLICITAR al correo electrónico cuarentena.vegetal@ica.gov.co el nombre de usuario y contraseña para acceder al Sistema de Importación y Exportación de Productos Agropecuarios (*SISPAP*).



CONSULTAR en esa página los requisitos de entrada al país destino de la fruta. Para conocer las exigencias, puede seguir la ruta desde la página principal del ICA, ingresando a servicios en línea, y luego a SISPAP.



INGRESAR al SISPAP con el usuario y contraseña asignado, diligencie el formulario proporcionado por el sistema y realice el pago electrónico solicitado.



DIRIGIRSE a la oficina más cercana en donde se va a realizar la exportación (puede ser puerto, aeropuerto o paso fronterizo) y reclame el documento respectivo. Para esto, se debe presentar la factura de pago electrónico. Adicionalmente, solicite el recibo de pago con el valor tarifado vigente.



PERMITIR la visita de un funcionario del ICA, quien hará la revisión de las frutas, durante el proceso de la entrega de los documentos.



ACERCARSE a la oficina del ICA del puerto, aeropuerto o paso fronterizo para reclamar el certificado fitosanitario.



ASPECTOS FITOSANITARIOS

Aunque en este mercado no hay restricciones fitosanitarias por parte de Canadian Food Inspection Agency (*CFIA*), para la importación de uchuvas desde Colombia sí se aplica la Norma Internacional sobre Medidas Fitosanitarias (*NIMF*) N° 15.

Es importante mantener la seguridad fitosanitaria tanto en campo como en el momento de empaque para evitar plagas asociadas o no asociadas al cultivo.

ASPECTOS SANITARIOS

La Canadian Food Inspection Agency (*CFIA*) vigila los residuos químicos en los alimentos según las directrices de Health Canada, entidad que establece cuáles deben ser los niveles de residuos. Cuando la CFIA encuentra que están por encima de los límites, envía la información a Health Canada para que haga un análisis de riesgo y con base en los resultados, toma las decisiones y las acciones necesarias. Entre las opciones están con scar o retirar el producto del mercado.



▶ 12 PASOS PARA EXPORTAR UCHUVA A CANADÁ

1

REALICE SU REGISTRO COMO EXPORTADOR

- ▶ ProColombia lo orienta en la evaluación del potencial exportador de su empresa y en la definición del plan de internacionalización.
- ▶ Registre su empresa como exportadora en el Registro Único Tributario (RUT).
- ▶ Tenga en cuenta que para exportar necesitará: visto bueno del ICA, certificado de origen (si aplica), mandato para el agente aduanero, carta de responsabilidad para policía antinarcoóticos, factura comercial, lista de empaque y el documento de transporte (guía aérea, BL- bill of lading- o carta porte).



2

EVALÚE SU POTENCIAL EXPORTADOR

- Capacidad de producción estable y continua.
- Calidad requerida por el mercado.
- Factores diferenciadores - valor agregado.
- Precios competitivos.
- Capacidad de adaptabilidad al mercado.

3

¿A DÓNDE EXPORTAR?

Ciudades canadienses con oportunidad para la uchuva.

- ✦ Toronto
- ✦ Montreal
- ✦ Vancouver
- ✦ Guelph
- ✦ Calgary
- ✦ Saskatoon
- ✦ Saint-Laurent
- ✦ Etobicoke
- ✦ Ville d'Anjou
- ✦ Saint-Léonard



7

IDENTIFIQUE LA CONECTIVIDAD LOGÍSTICA

| CONECTIVIDAD MARÍTIMA DESDE COLOMBIA HACIA CANADÁ | | | |
|---|--------------------|------------|---------------------------|
| PUERTO DE EMBARQUE | PUERTO DESEMBARQUE | CONEXIONES | TIEMPO DE TRÁNSITO (DÍAS) |
| COSTA PACÍFICA | TORONTO | NUEVA YORK | 12 |
| COSTA ATLÁNTICA | TORONTO | NUEVA YORK | 9 |
| | VANCOUVER | DIRECTO | 14 |

Fuente: Líneas navieras procesada por ProColombia
 La información contenida en Rutas y Tarifas es de carácter referencial, siendo suministrada directamente por las empresas prestatarias. Están sujetas a cambios sin previo aviso por factores propios de la actividad o de sus volúmenes del comercio; por lo tanto PROCOLOMBIA se excluye de cualquier obligación contenida en estos reportes, de igual forma la mención de distintas empresas no suponen recomendación alguna por parte de la entidad. Para sus comentarios contactécese con el correo electrónico logistica@procolombia.com.co.

8

SELECCIONE EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN

- ▶ Tiendas especializadas y supermercados independientes por medio de distribuidores y mayoristas.
- ▶ Algunos de los grandes minoristas compran directamente a los productores para eliminar el costo de compra.



9

CONOZCA LOS REQUERIMIENTOS DEL COMPRADOR

- Buena relación calidad/precio.
- Se debe tener en cuenta el grado de madurez de la fruta exigido por el importador.
- El grado de desarrollo y el estado de la uchuva debe permitir el transporte y manipulación de manera que llegue satisfactoriamente al destino.

PORTAR, ADA

4

IDENTIFIQUE LAS VENTAJAS ARANCELARIAS

Colombia tiene un Acuerdo Comercial con Canadá desde el 2008.

La uchuva está cubierta bajo la categoría de desgravación A, es decir que no paga aranceles por su importación en Canadá.



5

CONOZCA LAS TENDENCIAS DEL MERCADO

- ▶ En Canadá hay interés por consumir productos saludables, exóticos y con sabores diferentes.
- ▶ Aunque se comercializa en fresco, los canadienses prefieren comprarla como fruto seco.
- ▶ La uchuva es promocionada principalmente como un producto snack, el cual puede ser consumido mezclado con nueces o maní y otros frutos secos.



6

TENGA EN CUENTA LA REGULACIÓN

Para la importación de uchuvas desde Colombia, la Canadian Food Inspection Agency (CFIA) aplica la Norma Internacional sobre Medidas Fitosanitarias (NIMF) N° 15.



10

ADECÚE SU PRODUCTO

Las características mínimas de la uchuva de exportación son:

- ▶ Enteras, con la forma característica de la variedad.
- ▶ De aspecto fresco y consistencia firme, con la superficie lisa y brillante.
- ▶ Sanos, libres de ataques de insectos o enfermedades.
- ▶ El color del fruto debe ser homogéneo de acuerdo con el estado de madurez.
- ▶ Tener en cuenta los requerimientos de empaque.

11

RECOMENDACIONES PARA INGRESAR AL MERCADO

- ▶ Asista a ferias internacionales relacionadas con el sector.
- ▶ Programe agendas comerciales donde pueda conocer a sus potenciales clientes.
- ▶ Realice envío de muestras.
- ▶ Haga constante seguimiento a sus clientes y busque retroalimentación.
- ▶ Visite los diferentes canales de distribución.

12

RECUERDE EL SERVICIO POSVENTA

- ▶ El seguimiento es importante para hacer negocios con una empresa canadiense.
- ▶ Visitar el mercado ayuda a fortalecer la relación con el comprador.
- ▶ Eficacia en el desarrollo y envío de muestras.
- ▶ Agilidad en tiempos de respuesta para aclarar inquietudes.



► CARACTERÍSTICAS DE PRODUCTO

Las uchuvas deben ser enteras, con la forma característica de la variedad.

De aspecto fresco y consistencia firme, con la superficie lisa y brillante.

Sanas, libres de ataques de insectos o enfermedades.

El color del fruto debe ser homogéneo de acuerdo con el estado de madurez.

Para las uchuvas se requieren sabores dulces, por encima de 15° Brix, limpias y sin manchas, pues son muy exigentes con la apariencia de la fruta.

Los canadienses buscan productos de muy buena calidad, precio y presentación. Prefieren un capacho color crema.

Usualmente se requieren cantidades pequeñas durante todo el año.

El empaque debe contener a granel 1,8 kilogramos. También optan por la canastilla de 100 gramos con hoja incluida, pelada de 250 ó 227 gramos por canasta, empacada en una caja máster (aquella que contiene una o más unidades iguales de producto) de 12 o 16 canastillas, las dos son aceptadas.

A los compradores les gusta ver a la uchuva "peinada" en la caja (troncos organizados en un sentido).

El precio es uno de los factores más relevantes y el cambio de proveedores es altamente influenciado por esta variable.

De acuerdo con un sondeo realizado en algunos supermercados, se observó un precio al consumidor de CAD\$2.99 por estuche, sin impuestos.

Estos productos son muy sensibles al precio, por lo tanto se deben tener valores competitivos.

El margen de ganancia promedio de los importadores/distribuidores para este producto es de 10 -15% y los supermercados aproximadamente del 35%.

TIPOS DE CONTRATOS

- Órdenes semanales según la demanda.
- Canadá se caracteriza por compras a consignación.
- Para el comercio de frutas no se aceptan cartas de crédito.
- Es muy importante el cumplimiento de los tiempos.

DOCUMENTOS NECESARIOS PARA LOS IMPORTADORES



LICENCIA DE LA CFIA. The Canadian Food Inspection Agency (CFIA) es la entidad encargada de regular e inspeccionar la seguridad alimenticia en el país norteamericano. Los importadores canadienses deben tener una licencia, expedida por la CFIA y/o ser miembro de la Corporación de Resolución de disputas (DRC).



NÚMERO FEDERAL CFIA. Para embarques de frutas y verduras frescas con destino Canadá se requiere el número federal CFIA de licencia para productos del campo, número de membresía de DRC, o una declaración de exención como parte de la presentación de documentos de importación. El permiso debe ser emitido antes que el producto deje el país de origen.

Cualquier producto que llegue a Canadá sin la documentación apropiada estará a la discreción de la CFIA y puede ser destruido a costo del dueño de la carga, esto es basado en el Acta y Regulaciones de Protección de Plantas.



LA CONFIRMACIÓN DE VENTA, COS (Confirmation of Sale).

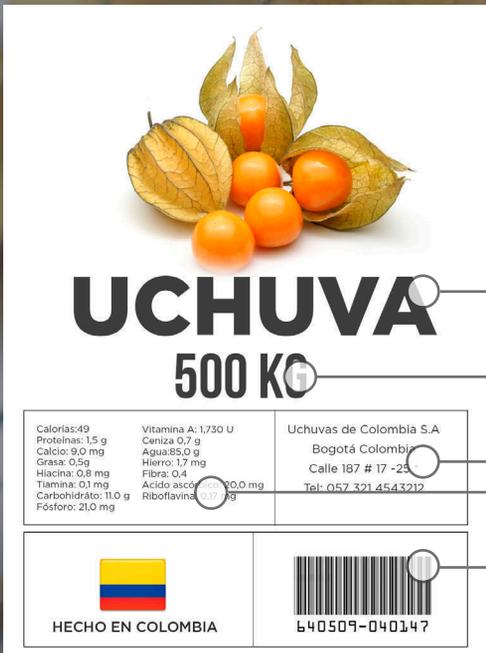
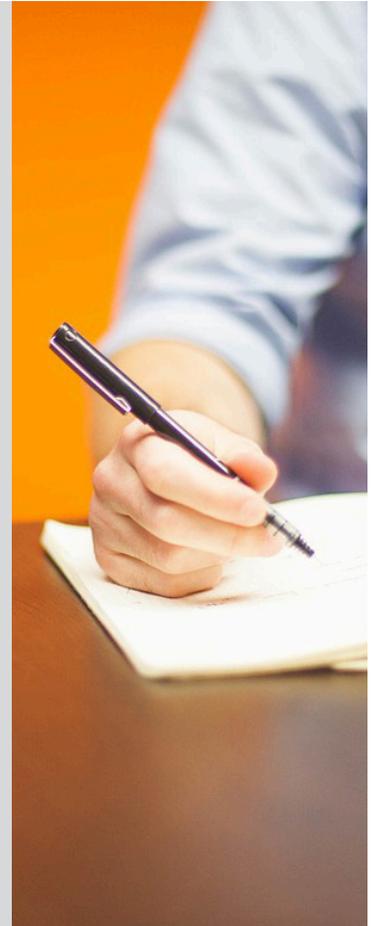


INSPECCIÓN DE LA CFIA. Las frutas deben pasar por una inspección realizada por CFIA, el origen del producto debe ser claramente identificado en los documentos de embarque y la carga debe estar libre de tierra, plagas, hojas y/o de restos de plantas.

La carga puede estar sujeta a otras inspecciones por parte de otros departamentos del Gobierno, ya sea Federal, Provincial y Territorial.



SOBRE EL EMPAQUE Y EL ETIQUETADO, su composición y seguridad alimenticia será revisada de acuerdo con las Actas de Alimentos y drogas y Empaque y Etiquetado para consumo y las regulaciones de la CFIA.



ETIQUETADO

NOMBRE COMÚN:

no es necesario si el producto es visible e identificable.

CANTIDAD NETA DECLARADA:

esta cantidad debe ser declarada por peso o volumen en sistema métrico canadiense.

PAÍS DE ORIGEN:

los productos importados deben tener "Product of (nombre del país)" u otras palabras que indiquen claramente el país de origen.

BILINGÜISMO:

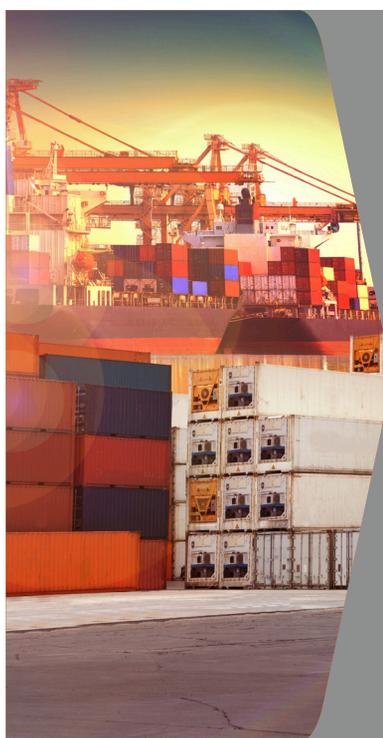
toda la información obligatoria debe estar en inglés y francés.

CÓDIGO PLU (PRICE LOOK-UP)

este se usa como soporte para apoyar la identificación en el punto de venta y para facilitar el proceso de 'check out'.



OBLIGACIONES DEL IMPORTADOR CANADIENSE



- **TENER UN NÚMERO** de negocio o Business Number (BN) emitido por la agencia canadiense de rentas (Canadian Revenue Agency – CRA).
- **IDENTIFICAR** las mercancías que desee importar bajo la clasificación arancelaria o el sistema HS (Harmonized system).
- **DETERMINAR** si usará los servicios de un bróker o si lo efectuará directamente
- **ESTABLECER** el país de origen de las mercancías importadas. Aplicar los certificados de origen.
- **VERIFICAR** si los productos son de permitida importación.
- **REVISAR** si las mercancías están sujetas a permisos, restricciones y regulaciones
- **CLASIFICAR** las mercancías con el HS (Harmonized system).
- **ES NECESARIO** que el importador mantenga toda la información pertinente de la importación por al menos 6 años.



Para exportar productos de Colombia a Canadá se manejan tiempos entre 8 y 52 días máximo, con una frecuencia de salida semanal, factores que dependen de la naviera, del puerto de embarque y destino.

Canadá cuenta con más de 200 puertos y sub puertos distribuidos a lo largo de sus costas, la mayoría están dotados con una infraestructura especializada en el manejo de diferentes tipos de mercancías.

El río San Lorenzo (que conecta al Océano Atlántico con los mercados dentro de Canadá) es el más importante debido a la navegación de embarcaciones con origen en Montreal, Toronto y Thunder Bay.

Los servicios regulares de transporte marítimo desde Colombia se centralizan principalmente en los puertos del este: Halifax (Nueva Escocia), Montreal (Quebec) y Toronto (Ontario); y el puerto del oeste, Vancouver (Columbia Británica).

Los exportadores colombianos cuentan con varias posibilidades para el transporte marítimo a Canadá. Para Vancouver se presenta una adecuada oferta de servicios, principalmente desde Buenaventura y Cartagena.

Por el Oeste, Vancouver es el principal punto de entrada en servicios directos y desde allí se puede reexpedir a otros puertos o ciudades de Canadá. También a través de transbordos en puertos estadounidenses como New York o Port-Elizabeth, o del Caribe como Kingston, Caucedo, Freeport, entre otros; logran opciones para ingresar al mercado. Es importante tener en cuenta los tiempos de tránsito que las diferentes alternativas presentan.

▶ TIPS PARA EL TRANSPORTE DE UCHUVA

- Trabajos de investigación llevados a cabo en Colombia y otros países indican que la uchuva tiene periodos de almacenamiento desde 20 días hasta 72 días dependiendo de las temperaturas y humedades relativas.

- Para el caso de 72 días, éstas se deben almacenar a 4°C. Otros autores reportan almacenamientos de hasta 5 meses a temperaturas por debajo de los dos grados centígrados. De igual forma, hay trabajos que reportan la importancia de no ser removido el cáliz y de su adecuado secado en poscosecha.

- El tránsito desde Colombia, dependiendo de la naviera, del

puerto de embarque y destino, es de 8 a 52 días máximo y con una frecuencia de salida semanal.

- Los importadores que deseen llegar a Canadá a través de los puertos de Atlántico Norte, deberán obtener los permisos de tránsito requeridos por las autoridades de los Estados Unidos, los cuales son estudiados caso por caso. Así mismo, cumplir los requisitos del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (United States Department of Agriculture - USDA) y de la Agencia de Aduanas y Protección de Fronteras de los Estados Unidos (Customs and Border Protection - CBP).

| PUNTO DE DESEMBARQUE | PUNTO DE EMBARQUE | CONEXIONES | TIEMPO DE TRÁNSITO (DÍAS) |
|----------------------|-------------------|--------------------------------------|---------------------------|
| MONTREAL | CARTAGENA | NEW YORK | 9 |
| | BARRANQUILLA | | 17 |
| | SANTA MARTA | | 16 |
| | BUENAVENTURA | | 12 |
| TORONTO | CARTAGENA | | 9 |
| | BARRANQUILLA | CARTAGENA - NEW YORK | 19 |
| | SANTA MARTA | CARTAGENA - FILADELFIA | 19 |
| | BUENAVENTURA | NEW YORK | 12 |
| VANCOUVER | CARTAGENA | DIRECTO | 20 |
| | BARRANQUILLA | CARTAGENA | 30 |
| | SANTA MARTA | | 22 |
| | BUENAVENTURA | MANZANILLO - MÉXICO | 26 |
| HALIFAX | CARTAGENA | FILADELFIA | 10 |
| | BARRANQUILLA | MANZANILLO - PANAMÁ | 18 |
| | SANTA MARTA | CARTAGENA - FILADELFIA | 17 |
| | BUENAVENTURA | BALBOA - PANAMÁ, MANZANILLO - PANAMÁ | 16 |

Fuente: Líneas Marítimas. Información procesada por la Dirección de Información Comercial – ProColombia.

*La información contenida es de carácter referencial, siendo suministrada directamente por las empresas prestatarias. Están sujetas a cambios sin previo aviso por factores propios de la actividad o de sus volúmenes del comercio. Para más información visite el portal de Rutas y Tarifas de ProColombia (<http://www.colombiatrade.com.co/herramientas/logistica/reportes-de-transporte/maritimo/rutas>).

▶ ASPECTOS CLAVE SOBRE LA LOGÍSTICA EN CANADÁ



La infraestructura canadiense se caracteriza por la interconexión con el territorio estadounidense como puente para el ingreso de mercancías.



La red viaria más larga es la Autopista Transcanadiense, con 8.000 kilómetros que cruza el país de norte a sur.



Este país tiene una infraestructura logística que permite un acceso fácil de productos: 1.042.300 kilómetros de carreteras y 48.068 kilómetros de redes ferroviarias.



El principal socio comercial de Canadá es Estados Unidos, con el que desarrolla cerca del 75% de su comercio exterior. Seguidos están Japón, el Reino Unido, Alemania, Taiwán y Francia.



▶ ASÍ SE DEBE NEGOCIAR CON LOS EMPRESARIOS CANADIENSES.....



Además de ofrecer productos con calidad, cerrar negocios requiere un buen manejo con los compradores. Los siguientes datos le ayudarán a tener una negociación exitosa.

-  Inglés, el preferido: en la región francófona de Canadá los habitantes valoran que traten de hablar francés, sin embargo, por claridad, la mayoría de negocios se hacen en inglés así como las comunicaciones escritas.
-  Las vestimentas son informales: solo abogados, financieros y funcionarios del gobierno usan vestido completo y corbata. La mayoría de personas en negocios acostumbra a vestir 'Business-casual'.
-  Temas sensibles: en las reuniones se aconseja evitar temas políticos y religiosos, dado las distintas culturas del país. Tanto en la parte inglesa como en la francesa son altamente respetuosos por los temas de inmigración.
-  A pesar de la cercanía geográfica con Estados Unidos, el mercado canadiense es más similar al mercado europeo. Se recomienda no comparar ni destacar las relaciones comerciales que se pueden tener con Estados Unidos.
-  Tarjetas de presentación: dada la población asiática que habita Canadá se valora que se entregue la tarjeta con las dos manos. Así mismo, esta debe estar al derecho hacia el comprador para que la pueda leer de una vez.
-  Duración de las citas: en el área francesa duran aproximadamente 40-45 minutos por cita. En este lapso de tiempo se tiene que presentar la propuesta y hacer un feedback de esta. El mensaje principal debe ser "porqué estamos aquí, nos interesa hacer negocio con ustedes y esta es nuestra propuesta". Debe haber una propuesta de valor clara, teniendo en cuenta aspectos como el precio, servicio y calidad.
-  Acuerdos por escrito: siempre se agradece al final de la reunión y, por lo general, en el transcurso del día se agradece nuevamente a través de correo electrónico y se dejan por escrito los acuerdos.
-  Planee el encuentro de negocios: se recomienda investigar el rol y perfil del comprador con quien va a negociar, llevar un documento impreso en inglés para la propuesta o USB. Además, dada la capacidad y experiencia de importación en Canadá, se recomienda conocer muy bien el producto que se está ofreciendo, tener clara la ventaja competitiva y saber compararse con la competencia.
-  Durante la reunión: espere a que el comprador rompa el hielo, haga una conclusión al final de la reunión y trate de dejar la expectativa de un segundo encuentro. Asegúrese de que los temas tratados quedaron claros de lado y lado. En las negociaciones son directos y ágiles en los negocios y esperan lo mismo.
-  Después del encuentro: si cerró negocio, controle y cumpla los tiempos de entrega que propuso; la honestidad es un aspecto que valoran mucho en Canadá.
-  Las estaciones influyen en los negocios: los meses de verano son los menos productivos para el cierre de un negocio por ser la época de vacaciones más pronunciada dentro de las oficinas (julio - agosto). Los tiempos de negociación son, por lo general, de seis meses a un año. Las fiestas judías también afectan el calendario de negocios de Canadá.



CONOZCA EL SIMULADOR DE COSTOS



¿Qué es?

El Simulador de Costos Logísticos es una herramienta web que ofrece ProColombia a empresarios. En ella es posible consultar los costos desde que la mercancía sale de la fábrica hasta que se hace su entrega.

¿Para qué sirve?

Analiza en detalle los costos de distribución física internacional y de producción, apoyando la toma de decisiones en el proceso de exportación.

¿A quién va dirigido?



A todos los empresarios exportadores y a los que están en proceso de preparación para exportar.

¿Cómo ingresar?

- 1** Ingrese a la página web: simuladordecostos.procolombia.co
- 2** A través de los portales: www.procolombia.co - www.colombiatrade.com.co - www.procolombia.co/ruta-exportadora/



¿Qué puede encontrar en el SCL*?

- 1** Simulación paralela de varios productos.
- 2** Catálogo de productos.
- 3** Crear cuatro alternativas de transporte.
- 4** Generación de factura proforma.
- 5** Análisis de plan de internacionalización.

* Simulador de Costos Logísticos

Bienvenido a la Ruta Exportadora

A través de cinco pasos, **PROCOLOMBIA** presenta las fases que debe analizar, considerar y evaluar el empresario en su proceso de internacionalización; además, explica procedimientos, requisitos y presenta instrumentos de orientación para avanzar en su interés de llegar a otros mercados.

1. PREPÁRESE PARA EXPORTAR



Evalúe su potencial exportador



Examine cuál de sus productos tiene mayor potencial exportador



Fortalezca sus conocimientos en comercio exterior

2. IDENTIFIQUE EL POTENCIAL DE INTERNACIONALIZACIÓN Y LOS REQUISITOS PARA SU PRODUCTO



Encuentre los mercados potenciales para sus productos.



Identifique la posición arancelaria de sus productos



Conozca las condiciones de acceso (certificaciones y otros requerimientos)

3. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO Y COMPRADOR



Oportunidades y tendencias

4. LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL



Logística internacional



Aspectos logísticos para la exportación de perecederos



Términos de negociación INCOTERMS 2010



Simulador de costos y lista de chequeo



Empaques y embalajes



seguros



Alianzas de transporte

5. GESTIÓN COMERCIAL Y HERRAMIENTAS PROCOLOMBIA



Programación de eventos



Seminarios



Telepresencia



Programas de adecuación oferta y mercado



Macrorruedas



Ferias internacionales



Publicaciones

SERVICIOS DE PROCOLOMBIA, A LA MEDIDA DE LOS EMPRESARIOS

La entidad tiene un amplio portafolio de servicios y herramientas diseñadas especialmente para orientar a los empresarios colombianos en el proceso exportador y en la búsqueda y consecución de nuevos negocios. Conozca las ayudas que la entidad ofrece para llegar a los mercados internacionales.

INFORMACIÓN, DIVULGACIÓN Y CAPACITACIÓN

La entidad tiene un amplio portafolio de servicios y herramientas diseñadas especialmente para orientar a los empresarios colombianos en el proceso exportador y en la búsqueda y consecución de nuevos negocios. Conozca las ayudas que la entidad ofrece para llegar a los mercados internacionales.

PROGRAMAS DE FORMACIÓN EXPORTADORA

El primer paso para que los empresarios se capaciten en todo lo relacionado con el proceso exportador tiene lugar en los Centros de Información de ProColombia. Allí pueden acceder a programas que incluyen seminarios básicos especializados y de profundización dictados por conferencistas expertos.

Los temas abordados van desde marketing, régimen cambiario, acuerdos comerciales, logística y costos de exportación, medios de pago internacional, trámites y documentos para exportar, hasta servicio al cliente.



Ingrese a www.colombiatrader.com.co/herramientas/programas-de-formacion-exportadora para conocer más sobre los Programas de Formación Exportadora.



Consulte en <http://www.colombiatrader.com.co/herramientas/calendario-seminarios-de-divulgacion> el Calendario Seminarios de Divulgación.

SEMINARIOS DE DIVULGACIÓN

Fueron creados para difundir las oportunidades comerciales, los requisitos de acceso a los mercados, sectores potenciales que tienen las regiones para exportar u ofrecer servicios turísticos, información técnica especializada, tendencias de mercado, canales de distribución y cultura de negocios. Son gratuitos, presenciales en algunas ciudades y se transmiten por internet.

PÁGINAS WEB ESPECIALIZADAS

Son herramientas virtuales donde los empresarios pueden conocer más oportunidades de negocios y los beneficios de los tratados comerciales.

www.colombiatrade.com.co
 Micrositio del acuerdo comercial
 Colombia – Unión Europea.
 Micrositio Tratado Libre Comercio
 Colombia – EE.UU.



CARTILLAS, PERIÓDICOS Y OPORTUNIDADES 'EN LÍNEA'



Encuentre en www.procolombia.co/publicaciones los diferentes recursos informativos que le ofrece ProColombia.

ProColombia cuenta con diferentes canales de comunicación para mantener informados a los empresarios como los periódicos y las cartillas de las oportunidades. En estas los empresarios encuentran información técnica especializada, oportunidades de negocio, información de aranceles, canales de distribución, condiciones de acceso, tendencias de mercado, etc. De igual forma, está la Comunicación Empresarial por medio de la cual los empresarios reciben vía correo electrónico información especializada sobre nuevas opciones de negocio para su producto.

RUTA EXPORTADORA

A través de cinco pasos, PROCOLOMBIA presenta las fases que debe analizar, considerar y evaluar el empresario en su proceso de internacionalización; además, explica procedimientos, requisitos y presenta instrumentos de orientación para avanzar en su interés de llegar a otros mercados.

Descúbrala accediendo al siguiente enlace:
<http://www.procolombia.co/ruta-exportadora/>



VALIDACIÓN Y ADECUACIÓN DE LA OFERTA

PROGRAMAS DE ADECUACIÓN

Según la necesidad del empresario, los Programas de Adecuación le permitirán adaptar su producto o servicio (incluido el de turismo) a las exigencias de los países con oportunidades para exportar. En ese proceso, podrá ampliar su conocimiento con la asesoría de expertos en etiquetado, empaques, imagen corporativa, estrategia de marca y responsabilidad social, entre otros. Además, podrá participar en talleres y agendas con expertos.



MISIONES EXPLORATORIAS

Los empresarios colombianos, en calidad de observadores, viajan con ProColombia a países con oportunidades para conocer tendencias, normas aduaneras y de exportación, y así como los productos de la competencia y el funcionamiento del mercado. De esta manera, se valida el potencial de sus productos en el mercado objetivo.



PROGRAMA MENTOR EXPORTADOR

Es uno de los programas lanzados por ProColombia para contribuir al fortalecimiento del tejido empresarial exportador y que tiene como fin preparar a las empresas para que se conviertan en exportadoras a través de alianzas con empresas con experiencia exportadora. En esta estrategia participan como mentoras AKT, Orbis, Familia, Haceb y Grupo Éxito.



PROGRAMA MIPYME INTERNACIONAL

Este programa fue diseñado para que las empresas pequeñas y medianas del país participantes creen su área de comercio exterior y que empiecen a exportar de forma constante o incrementar sus ventas al exterior.



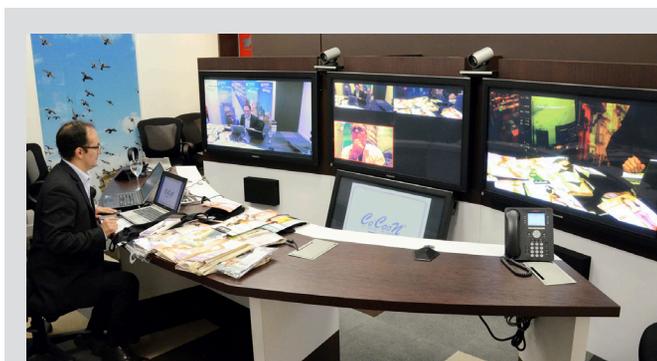


ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN

ProColombia abre otros espacios para promover a las empresas exportadoras. Se trata de las ferias internacionales, las macrorruedas de negocios, agendas comerciales, misión de compradores, presstrip, entre otros en las que los empresarios pueden acercarse a clientes potenciales.

OPORTUNIDADES EN TIEMPO REAL

También se destaca como actividad de promoción esta herramienta que permite conocer de manera ágil cuál es la demanda de productos en el exterior y además, postularse como un potencial proveedor.



TELEPRESENCIA

Así mismo, ProColombia ofrece este servicio para realizar encuentros virtuales con clientes potenciales internacionales mediante el uso de esta tecnología conocida como telepresencia, la cual simula el ambiente de una reunión presencial.



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



**MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO**



**TODOS POR UN
NUEVO PAÍS**
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN



PROCOLOMBIA.CO