
Estudio de Mercado Sulfato de Cobre en Canadá

Octubre, 2012

www.prochile.cl

Documento elaborado por ProChile Montreal

pro|CHILE

INDICE

| | |
|--|----|
| <i>I. Producto:</i> | 4 |
| 1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH: | 4 |
| 2. Descripción del Producto: | 4 |
| 3. Código Sistema Armonizado Local: | 4 |
| <i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> | 5 |
| 1. Arancel General: | 5 |
| 2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*): | 6 |
| 3. Otros Países con Ventajas Arancelarias: | 6 |
| 4. Otros Impuestos: | 6 |
| 5. Barreras Para – Arancelarias | 7 |
| <i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> | 7 |
| 1. Regulaciones de importación y normas de ingreso | 7 |
| 2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas: | 10 |
| 3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes) | 10 |
| <i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> | 11 |
| 1. Estadísticas 2010 | 11 |
| 2. Estadísticas 2009 | 11 |
| 3. Estadísticas 2008 | 11 |
| <i>V. Características de Presentación del Producto</i> | 12 |
| 1. Potencial del producto | 12 |
| 1.1. Formas de consumo del producto | 12 |
| 1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.) | 13 |
| 1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen) | 13 |

| | |
|---|-----------|
| 1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto..... | 14 |
| 1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto. | 14 |
| <i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i> | <i>15</i> |
| <i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista</i> | <i>16</i> |
| <i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia</i> | <i>17</i> |
| <i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i> | <i>17</i> |
| <i>X. Sugerencias y recomendaciones</i> | <i>18</i> |
| <i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i> | <i>19</i> |
| <i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i> | <i>19</i> |

PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

2833250000 Sulfato de Cobre.

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Sulfato de cobre.

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

La nomenclatura aduanera de Canadá, al igual que la chilena, se rige por el sistema armonizado de designación y codificación de mercancías, más conocido como “Sistema Armonizado” (*Harmonized System o H.S.*). Este sistema reemplaza al *Customs Tariff Schedule, Canadian International Trade Classification* y *Export Commodity Classification*. Una de las características principales es que los bienes son clasificados por 6 dígitos, que aumentan a 8 dígitos con fines de exportación y hasta 10 dígitos en el caso de bienes importados. La agencia aduanera nacional estipula que todo producto importado deberá ser identificado en todo momento mediante los 10 dígitos del sistema HS.

A continuación se indican la sección, el capítulo, las partidas y las subpartidas correspondientes a:

| | | | |
|---|----------------------------------|-------------|---|
| <p>2833.25.00 --Of copper</p> <p>10 ---- -Cupric sulphate.....</p> <p>20 ---- -Copper sulphates, for use as petroleum refining catalysts or in the manufacture of animal or poultry feeds, glues or adhesives, optical fibres or optical fibre bundles or cables, typewriter or similar ribbons, polymers in primary forms or profile shapes or sheets of plastics.....</p> <p>90 ---- -Other</p> | <p>KGM</p> <p>KGM</p> <p>KGM</p> | <p>Free</p> | <p>CCCT, LDCT, GPT, UST, MT, MUST, CIAT, CT, CRT, IT, NT, SLT, PT, COLT: Free</p> |
|---|----------------------------------|-------------|---|

Fuente: Canada Border Services Agency (CBSA)

<http://www.cbsa-asfc-gc.ca>

<http://www.cbsa-asfc.gc.ca/general/publications/tariff2006/01-99/tblmod-1-e.html - toc>



SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL:

Conforme el arancel aduanero canadiense, los aranceles correspondientes a productos de la partida 2833.25.0010, está libre de arancel general. A continuación se detalla el arancel general para la partida analizada en este estudio:

CUSTOMS TARIFF - SCHEDULE

| Tariff Item | SS | Description of Goods | Unit of Meas. | MFN Tariff | Applicable Preferential Tariffs |
|-------------|----|---|---------------|------------|--|
| 2833.19.00 | - | -Other | | Free | CCCT, LDCT, GPT, UST, MT, MUST, CIAT, CT, CRT, IT, NT, SLT, PT, COLT: Free |
| | 10 | -----Sodium sulphate acid (sodium hydrogen sulphate)..... | KGM | | |
| | 90 | -----Other | KGM | | |
| | | -Other sulphates: | | | |
| 2833.21 | - | -Of magnesium | | | |
| 2833.21.10 | 00 | ---Technical grade | KGM | Free | CCCT, LDCT, GPT, UST, MT, MUST, CIAT, CT, CRT, IT, NT, SLT, PT, COLT: Free |
| 2833.21.90 | 00 | ---Other | KGM | 2% | CCCT, LDCT, UST, MT, MUST, CIAT, CT, CRT, IT, NT, SLT, PT, COLT: Free GPT: 2% |
| 2833.22.00 | 00 | -Of aluminum | KGM | Free | CCCT, LDCT, GPT, UST, MT, MUST, CIAT, CT, CRT, IT, NT, SLT, PT, COLT: Free |
| 2833.24.00 | 00 | -Of nickel | KGM | Free | CCCT, LDCT, GPT, UST, MT, MUST, CIAT, CT, CRT, IT, NT, SLT, PT, COLT: Free |
| 2833.25.00 | - | -Of copper | | Free | CCCT, LDCT, GPT, UST, MT, MUST, CIAT, CT, CRT, IT, NT, SLT, PT, COLT: Free |
| | 10 | -----Cupric sulphate..... | KGM | | |
| | 20 | -----Copper sulphates, for use as petroleum refining catalysts or in the manufacture of animal or poultry feeds, glues or adhesives, optical fibres or optical fibre bundles or cables, typewriter or similar ribbons, polymers in primary forms or profile shapes or sheets of plastics..... | KGM | | |
| | 90 | -----Other | KGM | | |

Fuente: Canada border Services Agency (CBSA)

<http://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2012/01-99/ch33-2012-eng.pdf>

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (*):

En virtud de las resoluciones del Tratado de Libre Comercio Chile-Canadá suscrito en julio de 1997, el producto nacional perteneciente a la partida enumerada más arriba está liberado del pago de arancel.

Para bienes comerciales valorados en 1.600 dólares canadienses o más, la empresa exportadora deberá proporcionar a su(s) socio(s) canadiense(s) un Certificado de Origen, de manera que se pueda aplicar el tratamiento arancelario preferencial a dichos bienes. No es preciso adjuntar este certificado a los documentos administrativo-contables, pero deberá estar en posesión de la empresa importadora, quien lo presentará a las autoridades aduaneras. En la página Web del *Canadá Border Services Agency* (<http://cbsa-asfc.gc.ca>) se pueden encontrar los Certificados de Origen específicos a cada tratado de libre comercio. Desde la página principal, hay que dirigirse a "Publications and Forms". En el caso de Chile el nombre específico del formulario es: B240S Acuerdo de Libre Comercio Canadá-Chile - Certificado de Origen.

En el caso de bienes comerciales de valor inferior a 1.600 dólares canadienses no es necesario rellenar el Certificado de Origen. La empresa exportadora deberá adjuntar a la factura comercial una declaración manuscrita, sellada o escrita a máquina declarando el país de origen de los bienes. Dicha declaración de origen no forma parte de la factura, sino que se deberá adjuntar a la misma individualmente para cada envío.

3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

Para el estudio de las partidas antes mencionadas no existe una diferencia con países preferenciales, debido a que el arancel general es FREE.

4. OTROS IMPUESTOS:

Son principalmente de dos tipos: el GST o Impuesto Federal sobre Bienes y Servicios (*Goods and Services Tax*) y el PST o Impuesto Provincial sobre Servicios (*Provincial Services Tax*). En algunas provincias en lugar de gravar cada impuesto por separado se aplica un impuesto combinado, suma del GST y del PST, denominado HST o Impuesto Armonizado de Servicios (*Harmonized Service Tax*).

El GST es el mismo en todas las provincias y asciende al 6% (tasa rebajada desde el 7% a partir del 1º de julio de 2006). Se aplica sobre el valor de los bienes y servicios tras cancelar todos los derechos e impuestos aduaneros.

El PST varía entre el 0 y el 10% dependiendo de las provincias (véase desglose por provincia en el cuadro que figura a continuación). Al igual que el GST, su base imponible es el valor de los bienes y servicios tras cancelar todos los derechos e impuestos aduaneros. Sin embargo, en las provincias de Quebec y Prince Edward Island el valor del PST se calcula en base a precios que ya incluyen GST, de ahí que el valor del impuesto total sea significativamente más alto que en otras provincias.

| Provincia | Valor PST | Provincia | Valor PST |
|-----------------------|-----------|-----------------------|-----------|
| Alberta | 0 | Nunavut | 0 |
| Columbia | 7 | Ontario | 8 |
| Manitoba | 7 | Prince Edward Island* | 10 |
| New Brunswick | 8 | Quebec* | 8,5 |
| Newfoundland | 8 | Saskatchewan | 7 |
| Northwest Territories | 0 | Yukon Territory | 0 |
| Novaa Scotia | 8 | | |

Es de resaltar que Canadá se reserva el derecho de imponer aranceles compensatorios a todo tipo de bienes importados que puedan perjudicar a la industria canadiense por recibir subsidios en el país de origen. También se aplicarían *anti-dumping duties* en el caso de que los bienes se exportaran a Canadá a precios más bajos de los alcanzados en el país de origen. Todo ello se encuentra regulado en el *Special Import Measures Act* de la Agencia Canadiense de Aduanas (Canadá Border Services Agency - <http://cbsa-asfc.gc.ca/import/>)

5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

Para el uso en general es importante contar con certificación de producción a nivel internacional como las normativas ISO y HACCP. Existen otras normativas que pueden ser exigibles pero dependerá exclusivamente del importador.



REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

El exportador chileno deberá tener en cuenta las cuatro normativas abajo enumeradas a la hora de exportar sus productos a Canadá. Aquellos productos que no reúnan dichas condiciones sólo podrán ser importados si la empresa importadora así lo solicita por escrito a la CFIA y recibe autorización previa al envío de la mercancía. Esta autorización se denomina “excepción ministerial” (*ministerial exception*) y solo se concede cuando la producción local no es suficiente para satisfacer la demanda.

También conviene mencionar que los envíos inferiores a 20 Kg. (en el caso de muestras, principalmente) no están sujetos a las normativas en materia de categoría, envasado y etiquetaje. Tampoco se aplican las reglas en el caso de productos importados para una feria o evento local, siempre y cuando el envío no sobrepase los 100 kg. de peso y que la mercancía no esté destinada a la venta.

- **Categoría Mínima del Producto o Normas de Identificación**

El documento titulado *Schedule I of the Processed Products Regulations (PPR)* <http://laws.justice.gc.ca/en/C-0.4/C.R.C.-c.291/index.html> describe la categoría, o grado, que se debe aplicar a cada producto agrícola procesado, cuando es aplicable. Por ejemplo, las conservas de maíz pueden ser clasificadas como categoría “Canada Fancy”, “Canada Choice” o “Canada Standard” dependiendo de si cumplen o no determinadas características. El grado mínimo aceptado es Canada Standard, y esa es la calidad mínima permitida para ser importado o exportado por Canada.

Los productos importados que se vendan en Canadá en los envases originales en los que fueron importados sólo deberán mencionar la categoría, eliminando la palabra “Canada” y agregando la palabra “Grade”.

Algunos productos procesados, como es el caso de los objeto del presente estudio, no tienen asignados grados o categoría, en su reemplazo se establecen “standards de identidad” que especifican que para usar un nombre común.

- **Normas de Envasado**

Las normas de envasado se rigen por las especificaciones detalladas en las Tablas de las *Processed Products Regulations (PPR)* <http://laws.justice.gc.ca/en/C-0.4/C.R.C.-c.291/index.html> . Estas normas se refieren a la dimensión exacta de los envases metálicos y/o a la cantidad neta del producto a envasar.

Empaque exterior (de embarque). Por lo general las cajas de empaque deben ir etiquetadas en inglés y francés con la siguiente información:

- Nombre y tipo de producto.
- Peso de la caja en libras y Kilogramos y el número de ítems por contenedor.
- Grado. (si es aplicable)
- Tamaño de la caja.
- País de origen.
- Nombre y dirección del productor o exportador.
- UPC/PLU u otro código de barra, idéntico al de los productos en forma individual.
- Número de lote. (para identificar los embarques individuales)

En general, los paquetes deben ser de tamaño estándar, embalado uniforme y deberían estar acomodados en los contenedores de forma ordenada. El contenedor deberá tener las instrucciones de envío, claramente estampadas en un mínimo de dos lados con tinta indeleble, mientras que los paquetes interiores deberán contar con el número de artículo correspondiente.

Debido a que los compradores usan, generalmente, el mismo embalaje para enviar los productos desde sus lugares de almacenamiento, los paquetes deberían ser lo suficientemente resistentes como para que puedan ser re-enviados varias veces. Un embalaje que se puede usar varias veces en lugar de ser desechable es apreciado al tomar en cuenta las preocupaciones ambientales. Un embalaje de baja calidad puede dañar el

producto y crear problemas para el importador cuando estos productos pasan la aduana y al comercializarlos en Canadá.

Embalajes de madera: Para prevenir la diseminación de insectos y enfermedades que provienen en las maderas, todos los embalajes de madera no manufacturada, como por ejemplo palets, deben venir tratados con uno de los métodos especificados en la Directiva D-98-08 (<http://www.inspection.gc.ca/english/plaveg/protect/dir/d-98-08e.shtml>), específicamente calor o fumigación. Todos los embarques que contengan embalaje de madera deben venir timbrados con el logo o marca oficialmente establecido para ello (o acompañados de un certificado Oficial Fitosanitario emitido por el SAG) que confirma que estos han sido tratados conforme a los requerimientos establecidos. Los embarques que no cumplan estos requerimientos pueden ser paralizados e incluso denegada su entrada a Canada, siendo los consecuentes costos de ello de responsabilidad del importador.

- **Normas de Etiquetado**

Los productos envasados en la manera que serán vendidos al consumidor final deben seguir las normas de etiquetado definidas en Canadá. El organismo responsable de velar por el cumplimiento de estas normas es la *Canadian Food Inspection Agency (CFIA)*.

De igual forma es posible consultar la normativa completa para productos procesados en la *Guide to Food Labelling and Advertising* en la pagina web de la CFIA www.inspection.gc.ca, desde la página principal debe dirigirse a “*Labelling/Retail Food*” y luego a “*2003 Guide to Food Labelling and Advertising*”

Algunos de los requerimientos básicos a ser exhibidos en la etiqueta en inglés y francés son:

- Nombre Común.
- Declaración de cantidad Neta.
- Nombre y dirección del Distribuidor/Importador.
- Lista de ingredientes.
- Tabla de nutrientes.
- Fecha de duración.

Antes de imprimir las etiquetas obtenga la aprobación de ellas por el comprador, si algún requerimiento no se cumple el producto no podrá ser vendido.

- **Buenas Prácticas de Manufactura de Canadá** (*Canadian Good Manufacturing Practices*): Este requerimiento se dirige a fabricantes, envasadores y etiquetadores de productos de salud natural en Canadá y en el extranjero, incluyendo los importadores y distribuidores de los mismos. El capítulo 3 (*Part 3*) del Reglamento de Productos de Salud Naturales contiene estas Buenas Prácticas, que empiezan declarando que “No se podrá comercializar un producto de salud natural a no ser que se haya fabricado, empaquetado, etiquetado, importado, distribuido y almacenado de acuerdo con las estipulaciones de este documento o similares, en el caso de productos importados”¹. Estas estipulaciones son en realidad medidas que aseguren el control de la calidad del producto y el buen manejo de los riesgos. Para ello establecen normas y prácticas de evaluación del producto, fabricación, almacenaje, manejo y distribución. Los fabricantes, empaquetadores, etiquetadores e importadores tienen que poder demostrar que han cumplido con estas normas a fin de que el Directorio de Productos de Salud Naturales les otorgue la

¹ <http://laws.justice.gc.ca/en/F-27/SOR-2003-196/126452.html>

licencia correspondiente a las instalaciones. Los distribuidores deben seguir buenas prácticas de manufactura, pero no es necesario que posean una licencia de las instalaciones.

El Directorio es consciente de que hay maneras muy diversas de cumplir con las buenas prácticas de manufactura en el área de la salud, así que este documento sólo establece cuáles son las prácticas a cumplir, pero sin estipular la manera en que deberán cumplirse.

Las buenas prácticas de manufactura se dividen en las siguientes categorías: instalaciones (locales y equipo), personal (operarios y personal de control de la calidad), procesos (programa de sanitización y operaciones) y productos (especificaciones, estabilidad, muestras, expedientes, procedimiento para la retirada de productos y esterilización). Se pueden consultar estas buenas prácticas en el capítulo 3 del Reglamento sobre los Productos Naturales: http://www.hc-sc.gc.ca/dhp-mps/prodnatur/legislation/acts-lois/prodnatur/index_e.html

Otros capítulos adicionales se refieren a buenas prácticas de manufactura para medicamentos homeopáticos y requisitos de personal, al igual que a la clasificación de los distintos tipos de riesgos.

2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

Canadian Good Manufacturing Practices

Esta identidad está explicada en el último punto del capítulo anterior.

http://www.hc-sc.gc.ca/dhp-mps/prodnatur/legislation/acts-lois/prodnatur/index_e.html

Canadá Agricultural Products Act

Regula la categoría de los productos y el tamaño de los envases. Dentro de la legislación general para todos los productos comestibles agrícolas, de especial relevancia en el caso de productos preparados en conserva son las disposiciones del *Processed Products Regulations*.

<http://laws.justice.gc.ca>

Para el caso de productos que contienen cobre, Health Canada reevaluó dichos productos el año 2010 (<http://www.hc-sc.gc.ca/cps-spc/pubs/pest/decisions/rvd2010-05/index-fra.php>) y en relación a la Agencia de reglamentación de la lucha antiparasitaria (<http://www.hc-sc.gc.ca/ahc-asc/branch-dirgen/pmra-arla/index-fra.php>) y la ley sobre productos antiparasitarios (<http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/P-9/20100617/page-1.html>) y sus reglamentos (<http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/reglements/DORS-2006-124/index.html>)

Consumer Packaging and Labeling Act and Regulations

Sólo se podrán utilizar en los productos importados aquellas etiquetas que estén conformes con las disposiciones vigentes en Canadá en materia de etiquetado. Los exportadores deberán consultar con el comprador local los datos que deberán incluir en las etiquetas, y obtener su aprobación antes de imprimirlas. La CFIA cobra una cantidad por examinar las etiquetas si así lo solicitan las empresas. Si faltara algún dato en las etiquetas de los exigidos por las autoridades canadienses se prohibiría la venta del producto. Se puede obtener información sobre las normas de envasado y etiquetado exigidas por las autoridades canadienses en la siguiente página Web:

<http://laws.justice.gc.ca/en/C-38/index.html>

El sistema de la *Canadian Food Inspection Agency (CFIA)* denominado *Automated Import Reference System (AIRS)*, disponible en Internet en http://airs-sari.inspection.gc.ca/AIRS/airs_decisions.asp?!=E, entrega información actualizada y exacta sobre los requerimientos de importación basados en el Código del Sistema Armonizado del producto, su origen, destino y uso final.

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS.

Debido a la naturaleza del producto no es posible mostrar ejemplos de etiquetados.

IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

1. ESTADÍSTICAS 2011

| Principales Países de Origen | Cantidad * KG | Monto (Miles US\$) | % Participación en el Mercado |
|------------------------------|-----------------|--------------------|-------------------------------|
| Rusia | Sin Información | 30.896 | 48,91 |
| Chile | Sin Información | 12.029 | 19,24 |
| Estados Unidos | Sin Información | 6.449 | 10,21 |
| México | Sin Información | 5.700 | 9,02 |
| China | Sin Información | 4.640 | 7,34 |
| Taiwán | Sin Información | 2.188 | 3,46 |
| Sub Total | | 62.029 | 98,19 |
| Total | | 63.172 | 100 |

2. ESTADÍSTICAS 2010

| Principales Países de Origen | Cantidad * KG | Monto (Miles US\$) | % Participación en el Mercado |
|------------------------------|-----------------|--------------------|-------------------------------|
| Rusia | Sin Información | 18.803 | 36,21 |
| Chile | Sin Información | 12.029 | 23,17 |
| Estados Unidos | Sin Información | 4.781 | 9,21 |
| México | Sin Información | 1.283 | 2,47 |
| China | Sin Información | 10.215 | 19,67 |
| Taiwán | Sin Información | 2.909 | 5,60 |
| Sub Total | | 50.022 | 96,34 |
| Total | | 51.923 | 100 |

3. ESTADÍSTICAS 2009

| Principales Países de Origen | Cantidad * KG | Monto (Miles US\$) | % Participación en el Mercado |
|------------------------------|-----------------|--------------------|-------------------------------|
| Rusia | Sin Información | 8.627 | 24,32 |
| Chile | Sin Información | 7.639 | 21,54 |
| Estados Unidos | Sin Información | 4.601 | 12,97 |
| México | Sin Información | 446 | 1,25 |
| China | Sin Información | 10.781 | 30,39 |
| Taiwán | Sin Información | 2.184 | 6,16 |
| Sub Total | | 34.280 | 96,65 |
| Total | | 35.469 | 100 |

Fuente: Estadísticas Canada.

V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

La economía canadiense ha presentado un sólido crecimiento en las últimas décadas. El ingreso per cápita de aproximadamente US\$ \$39.600 dólares (año 2010) que registra Canadá, permite que una gran parte de los consumidores pueda adquirir productos de mayor valor agregado. Si a esto agregamos una población de aproximadamente 34 millones de habitantes (Proyección) tenemos una sociedad con alto poder adquisitivo.

En relación a la utilización agrícola, Canadá es el segundo país más grande del mundo en superficie, con aproximadamente 9,984 millones de kilómetros cuadrados, según el Banco Mundial el 7.4% de esta tierra es cultivable. Según estadísticas, en el año 2010 existían 241.520 explotaciones agrícolas, con un pago de impuesto promedio anual de CAN\$ 52.676.

En relación al mundo minero, Canadá registra exportaciones de minerales que representan el 22,8% de todas las exportaciones del país y el 17,3% de sus importaciones, luego del balance comercial del sector de los minerales Canadá bordea los 24.7 mil millones de dólares canadienses en el año 2011, según datos estadísticos.

Estados Unidos sigue siendo su mayor socio tanto en Importaciones como en exportaciones en minerales con un 50.1 y 50.4 por ciento respectivamente, luego Europa, China y Japón como grandes destinos de exportación. En relación a las importaciones China, Perú y México son sus grandes socios luego de Estados Unidos. Mayor información en <http://www.rncan.gc.ca/mineraux-metaux/publications-rapports/2906>

Los competidores naturales de Chile para el sulfato de cobre son Rusia y México. Este último presenta calidades de producto muy altas pero precios no tan competitivos y en términos de logística, los precios de transporte entre Chile y México no son un factor diferenciador como se podría pensar. Rusia sí presenta una competencia en forma clara debido a la competitividad de precio del material a igual calidad. La principal desventaja de Rusia es la

dificultad de envíos en los meses de invierno, que se suple con una solicitud de parte de las empresas canadienses en forma anticipada, es aquí donde Chile puede ofrecer a Canadá una ventaja considerable, el precio sigue siendo un aspecto negativo para nuestro país.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

El sulfato de cobre tiene diversas utilidades como por ejemplo;

- **Tinturas.** Según la página web www.artdec.ca el sulfato de cobre igualmente llamado Vitriol Bleu (Vitriolo azul) es utilizado para acentuar las tinturas vegetales aplicadas sobre la madera, también es utilizado para oxidar los materiales ferrosos y darles efectos de envejecimiento. Esta página ofrece el sulfato de cobre a \$CAN 15,95 el kilo o \$CAN 9,95 los 500 gramos.
- **Tratamientos de agua;** el sulfato de cobre se utiliza también como base de productos para piscinas, con el objetivo de reducir la producción de algas. Es posible encontrar un artículo en Radio Canadá (http://www.radiocanada.ca/emissions/la_facture/20102011/blogue.asp?idEmission=115&post=129124)

En relación a la utilización como un alguicida, según Health Canada no es el único producto que debemos utilizar en las piscinas sino que existen otros que son complementos de éste (<http://www.hc-sc.gc.ca/index-fra.php>).

Al mismo tiempo existe un reportaje para la utilización de Sulfato de Cobre para mantener las aguas de los estanques artificiales y las reservas de aguas para uso agrícola, realizado por Agriculture and Agri-Food Canada (<http://www4.agr.gc.ca/AAFC-AAC/display-afficher.do?id=1189711624013&lang=fra0>)

Es posible encontrar en el Laboratorio Mag Quebec (LABORATOIRE MAG QUÉBEC INC.) en su página web relacionada con sus productos, el Sulfato de Cobre en formatos de balde plástico en 500 gramos y saco (<http://laboratoiremagquebec.com/produits.htm>) Al mismo tiempo se adjunta una ficha técnica del producto en el anexo 1 de este informe emitida por este mismo laboratorio.

- **Agricultura;** El sulfato de cobre se utiliza para controlar las enfermedades bacterianas y fungicida sobre las grandes superficies de cultivo, árboles frutales, de nuez y las verduras. Existen otras utilidades en hojas y semillas.
- **Minería;** El sulfato de cobre para este sector es utilizado como electrolito para refinar diferentes tipos de metales. Esta utilización está provocando en el sector minero de Canadá una oportunidad de comercialización para nuestro país.

1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

Las nuevas tecnologías como ventas por internet solo están asociadas al consumo de este material en base a su utilización en el sector de la agricultura, piscinas y artístico. No así en el sector minero.

1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).

Los comentarios del sector de la minería sobre el sulfato de cobre son limitados a la prioridad de los factores por la cual eligen un producto, estos son;

- **CALIDAD – PRECIO;** estos dos factores están al mismo nivel y son los fundamentales para la decisión final de compra.
- **Consistencia del material en el tiempo;** la idea es que haya una homogeneidad en los diversos envíos durante el año de tal manera que no afecte los procesos propios de la minería.

Hoy es posible apreciar una oportunidad en Canadá con este productos, pero enfocado en el sector minero. Además es posible apreciar que la venta de este producto se concentra en 3 o 4 empresas canadienses, las cuales concentran más del 80 por ciento del mercado canadiense, por ejemplo el año 2010 existían 4 importadores, los cuales concentraron el 75% de las importaciones ese año, correspondientes aproximadamente a 40 millones de dólares canadienses, según Statistics Canada.

La calidad del productos chileno es resaltada por los importadores, sobre todo en el aspecto técnico de extracción y comercialización del producto. Destacan los buenos niveles de humedad que son vitales para un transporte prologando en el tiempo. Los costos de transporte desde Chile han significado un elemento positivo y competitivo, incluso cuando se compara con México. La capacidad extractiva durante todo el año, comparado con la producción en Rusia que en ciertos casos se ve interrumpida por situaciones climáticas. El único aspecto negativo es la falta de apertura en precio frente a negociaciones nuevas, es decir entrar al mercado minero con precios competitivos que permitan una relación comercial durable.

1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

La concentración de venta o consumo del producto esta relacionada con la utilización de este, por lo cual tenemos;

- **Tinturas;** son bajos volúmenes y existe demanda todo el año.
- **Tratamientos de agua;** se concentran generalmente en verano canadiense de Julio a Septiembre. Volúmenes medios.
- **Agricultura;** se concentran en Primavera y otoño canadiense, esto es marzo abril y septiembre octubre.
- **Minería;** se mantiene constante durante todo el año, solo existe concentración en Octubre-Noviembre-Diciembre debido a que los importadores se abastecen de Rusia y desean asegurar continuidad de material.

1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Canadá tiene aproximadamente 33 millones de habitantes, 90% de los cuales reside en un radio de 100 millas de la frontera con los Estados Unidos. La población se concentra en grandes centros urbanos repartidos en las zonas centro y oeste del país. Las ciudades más importantes son:

- Toronto (5.5 millones)
- Montreal (3.64 millones)
- Vancouver (2.12 millones)
- Ottawa-Gatineau (1.13 millones)
- Edmonton (1.03 millones)

Los principales mercados se encuentran en Toronto, Montreal y Vancouver. Una característica del sistema de distribución canadiense es que se suelen concentrar los envíos a estos tres núcleos urbanos. Con frecuencia se utilizan Toronto y Vancouver para realizar una exploración inicial del mercado, ya que son considerados por los importadores y agentes como buenos predictores del comportamiento del resto del país.

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Las ventas a compañías canadienses son manejadas mediante canal de comercialización cortos, y en muchos casos los productos se mueven directamente desde el productor al usuario final. A menudo una completa cobertura del mercado consumidor requiere contar con representación en varias regiones de Canadá. Toronto, la más grande área metropolitana y centro comercial del país, es la más lógica ubicación para establecer una sola representación, al mismo tiempo la ciudad de Montreal se caracteriza por su cultura francófona, permitiendo un escenario de dos culturas diferentes en Canadá, la anglófona y la francófona.

La cadena de distribución más típica es del productor/exportador al importador/agente, quien distribuye a un mayorista o usuario industrial, quien a su vez distribuye a los comerciantes y éstos a los consumidores. A continuación se describen las características más destacadas de los principales actores de la cadena de distribución:

Importadores y Agentes: Los importadores y agentes poseen un gran conocimiento de los canales de comercialización y son responsables directos de la mayor parte de las importaciones del extranjero. Los importadores y agentes suelen estar más dispuestos a correr los riesgos asociados con comercializar con nuevos proveedores por primera vez. Sin embargo, también son más proclives a realizar un concienzudo examen de nuevos proveedores extranjeros antes de decidirse a entrar en tratos comerciales. Suelen requerir referencias detalladas y sopesar la experiencia exportadora del proveedor, su situación financiera, etc. Es importante tener preparada toda esta información, incluyendo datos de contacto de las empresas dadas como referencia, antes de ponerse en contacto con importadores o agentes. Los importadores y agentes suelen conocer a fondo todos los requisitos exigidos por las autoridades canadienses en materia de calidad y pueden ayudar al exportador a adaptar sus productos o a elaborar etiquetas que se conformen a los reglamentos y gustos locales.

Mayoristas y Usuarios Industriales: Los mayoristas distribuyen los productos a través de varios canales de comercialización tipo grandes cadenas de supermercados, tiendas de alimentación especializada y a otros distribuidores de instituciones como hoteles y restaurantes. Los usuarios industriales suelen procesar de nuevo los productos a fin de elaborar productos listos para el consumo. También se encargan de envasar y etiquetar de nuevo para el comercio minorista aquellos productos importados en grandes cantidades. Para el caso de uso minero es posible que la propia mina importe, esto debido a que son parte generalmente de una empresa más grande, lo que permite tener la experiencia de importación y la relación con proveedores.

VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Por la naturaleza del producto, los precios retail del producto no existen, para el caso de importadores o mayoristas, estos comercializan sus precios directamente con el proveedor siendo esta información totalmente privada, esto se da básicamente en el área minera.

Es posible obtener ciertos precios de alguicidas en páginas web siendo estos los siguientes;

| Product Name | Price | Availability | Seller |
|---|----------|----------------------------------|----------------------|
| SANCO Crystal Blue Copper Sulfate | \$29.75 | In stock at DoMyOwnPetControl | DoMyOwnPetControl |
| COPPER SULFATE 5LBS CRYSTALS | \$19.95 | In stock at Big Dee's Tack | Big Dee's Tack |
| Champion JSF | \$37.15 | In stock at BODY BUILDING | BODY BUILDING |
| Copper Sulfate P (1 lb.) | \$8.69 | In stock at CQ Concepts Inc. | CQ Concepts Inc. |
| Copper Sulfate Pentahydrate Crystals - 25 2% Cu - 50 Pounds | \$108.00 | In stock at eBay | eBay |
| Copper Sulfate - 10 Pounds Bulk, Works Awesome On Algae & Pond Weeds 99% Pure | \$31.00 | In stock at eBay | eBay |
| Copper sulfate kills algae - 50 lbs | \$134.00 | In stock at Wammock Farm Service | Wammock Farm Service |
| Copper Sulfate P (25 lbs.) | \$119.43 | In stock at CQ Concepts Inc. | CQ Concepts Inc. |

VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

No existen campañas de marketing o publicidad abierta sobre este producto para el uso minero o industrial, siendo una relación directa comercial entre el proveedor y el importador.

Para el caso de la utilización en piscinas o arte es posible encontrar ventas por internet, siendo estas la más utilizada.

IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Este producto viene a granel y bajo especificaciones técnicas muy rigurosas sobre todo en relación al porcentaje de humedad del mismo, debido a la tendencia del endurecimiento del producto en el transporte.

Es posible encontrar ciertos envases de aluicidas que pueden ayudar a reflejar un envase pero solo a retail <http://www.nextag.com/copper-sulfate/stores-html>

X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Elegir a un buen importador es crucial, esta elección determinará si el proyecto tendrá un buen fin o no. Busque un importador de acuerdo a sus volúmenes de exportación afín a su estrategia de comercialización. Existen importadores ligados a cadenas de supermercados, cadenas de farmacias o tiendas especializadas.

Para las empresas que ya están presentes en el mercado con otro producto se sugiere coordinar con su importador una estrategia competitiva de ingreso del nuevo producto. Es vital apoyar a su importador en las diferentes acciones que el importador y/o el propio exportador proponga, dependerá de este apoyo el futuro de su producto y la vida de este en el mercado.

Asista a ferias o eventos locales que permitan dar a conocer aun más su producto, busque mejorar los precios y desarrolle nuevas líneas de productos, busque certificaciones especiales, asista a seminarios y conferencias sobre su sector a nivel internacional, visite a su importador una vez al año y observe las nuevas tendencias de sus productos en el mercado, Canadá es un mercado muy competitivo y veloz por lo cual el constante desarrollo es parte del negocio.

Según Trade Facilitation Office Canada, oficina homologa a ProChile, Canadá es uno de los países del mundo con la más alta importación per cápita. Productores de todo el mundo compiten por exportar sus productos a este mercado, lo que significa que para tener éxito en sus esfuerzos exportadores las empresas chilenas deben ofrecer un producto novedoso y más atractivo, con un alto estándar de calidad y precios competitivos. La clave del éxito en la explotación al mercado canadiense es el desarrollo de una estrategia organizada de marketing, requiriendo prioritaria atención en lo siguiente:

- Rápida movilidad en la producción de muestras;
- Respuesta en el mismo día (por e-mail, fax o teléfono) a cada comunicación;
- Envíos a tiempo, cualquier demora debe estar acordada previamente con el importador;
- Envíos de los productos que corresponde exactamente a las especificaciones acordadas o a las muestras; cualquier cambio debe haber estado previamente acordado con el comprador;
- Continuidad en el abastecimiento;
- Mantención de una alta calidad a un precio competitivo;
- Apropiado material de empaque para envíos de ultramar;
- Adecuadas facilidades de almacenamiento y manejo;
- Promoción, especialmente en productos nuevos;
- Conocimiento de los términos de pago.

XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

No existe una gran variedad de Trade Show en este sector, al mismo tiempo es importante señalar que como mercado América del Norte, Estados Unidos realiza estos encuentros que también atraen al sector canadienses y viceversa.

Podemos distinguir los siguientes eventos:

PDAC International Convention Trade Show & Inventors Exchange
www.pdac.ca

Northern Mines Expo 2013
www.canadianminingexpo.com

En Estados Unidos tenemos:

Minexpo International
<http://www.minexpo.com/>

XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

Government of Canada
Website: www.canada.gc.ca

Agriculture and Agri-Food Canada
Website: www.agr.gc.ca/index_e.php

Bank of Canada
Website: www.bankofcanada.ca

Foreign Affairs and International Trade Canada
Website: www.international.gc.ca

Canadian Food Inspection Agency (CFIA)
Website: www.inspection.gc.ca

Canadian Importers and Exporters Association
Website: www.caie.ca

Canada Border Services Agency
Website: www.cbsa-asfc.gc.ca/menu-eng.html

Canada Revenue Agency
Website: www.cra-arc.gc.ca

Canadian General Standards Board
Website: www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/ongc/home/index-e.html

Health Canada
Website: www.hc-sc.gc.ca

Industry Canada
Website: www.strategis.ic.gc.ca

Statistics Canada

Website: www.statcan.gc.ca

Canadian Grocer

Website: www.canadiangrocer.com/

Documento elaborado por:

Rodrigo Sepúlveda
ProChile Montreal
1010, Sherbrook O, Suite 710
Montreal, QC; H3A-2R7
Tel.: 514-499-9828
Fax: 514-499-8914
E-mail: rsepulveda@prochile.gob.cl