

Productos Naturales para la Salud 2007

1. INTRODUCCIÓN	Página 2
<ul style="list-style-type: none">• Informes de Mercado TFO Canadá• Alcance del Informe	
2. EL MERCADO CANADIENSE	Página 4
<ul style="list-style-type: none">• Importaciones	
3. PRÁCTICAS COMERCIALES	Página 6
<ul style="list-style-type: none">• Competencia• El comprador• Calidad e Inspección• Precio• Empaquetado y Transporte• Etiquetado• Afirmaciones de Salud• Alergias	
4. DISTRIBUCIÓN	Página 16
<ul style="list-style-type: none">• Productor/Exportador• Intermediario• Importadores y Agentes	
5. REGLAMENTACIÓN PARA IMPORTACIONES	Página 18
<ul style="list-style-type: none">• Documentación• Aranceles• Leyes y Reglamentación Canadienses Relevantes	
6. CONSEJOS PARA LOS EXPORTADORES	Página 20

Anexo

1. Fuentes de Información
2. Ferias de Exposiciones
3. Publicaciones
4. Otros Sitios Útiles en Internet



Este informe se distribuye sujeto a la condición que no será, por medios comerciales u otros, prestado,, vendido, alquilado o de otra manera distribuido sin el consentimiento de TFO Canadá, en forma de encuadernación o con cubierta alguna que no sea la de su publicación.

Toda la información proporcionada en este documento se basa en la información más exacta disponible al momento de la elaboración y se ofrece sin responsabilidad para TFO Canadá. Se aconseja que el lector verifique con TFO Canadá las actualizaciones y aclaraciones por medio de www.tfocanada.ca/docs.php o por escrito a la dirección proporcionada en el Anexo.

Este informe ha sido producido con fondos de la Agencia Canadiense para el Desarrollo Internacional.

1 Introducción

INFORMES DE MERCADO TFO Canadá

La Oficina de Facilitación de Comercio de Canadá (TFO Canadá) ofrece una serie de informes de mercado específicos por producto a los exportadores en los países clientes de TFO Canadá (enumerados en Internet en www.acdi-cida.gc.ca/CIDAWEB/acdicida.nsf/En/NIC-55105238-KFX). Estos informes están disponibles en el sitio Web de TFO Canadá (www.tfoc.ca/docs.php) o por solicitud escrita a TFO Canadá. También se distribuyen a través de organizaciones de fomento a las exportaciones y a las embajadas canadienses en los países clientes así como también a través de las embajadas de los países clientes acreditadas en Canadá.

Canadá tiene poco más de 31,6 millones de habitantes con una inmigración que responde por aproximadamente dos tercios del crecimiento de la población en 2006, sino también para la población de Canadá que creció más (5,4%) que ninguna otra de los países del G8 en los últimos cinco años.

En 2006, casi 25 millones de personas, o más de los cuatro quintos de los canadienses vivían en áreas urbanas; de éstas, seis contaban con más de 1 millón de personas: Toronto, Montreal, Vancouver, Ottawa-Gatineau y, por primera vez, Calgary y Edmonton. Juntos, este 'club de millonarios' tenía un total de 13,6 millones de residentes, o el 45% de la población del país.

Los dos idiomas oficiales de Canadá son inglés y francés.

Para información acerca de la población de Canadá ver: www12.statcan.ca/english/census06/analysis/popdwell/highlights.cfm.

La intención de los informes de mercado es que el exportador tenga la información necesaria acerca del mercado canadiense para un producto; asesoría en cómo conseguir un comprador canadiense; y sugerencias de qué hacer después de encontrar el comprador. Los informes ofrecen a los exportadores suficiente información sobre cómo llegar al mercado canadiense por cuenta

propia y conseguir mayores detalles de las fuentes sugeridas en sitios Web, por correo electrónico, fax, correo o teléfono.

Si usted tiene por lo menos un año de experiencia en exportaciones, usted puede ser elegible para recibir de TFO Canadá la promoción gratis de la oferta de su producto a los importadores canadienses mensualmente vía el *Boletín Electrónico de Información de Importación* y en la base de datos en línea.

Si no está registrado con TFO Canadá, ingrese a www.tfoCanada.ca/register.php y complete los Pasos 1 y 2 (El 3 es opcional pero recomendado). Si ya está registrado, abra la sesión, haga clic en *Perfil del Exportador*, y revise los detalles que ya proporcionó. *No olvide que la información del producto es muy importante.*

La intención de estos informes es llegar al exportador con experiencia que piensa seriamente intentar ingresar al mercado canadiense. Canadá no es un mercado para la primera experiencia de exportación. Un historial de exportaciones a un mercado más cercano al país de origen es de mucho valor antes de intentar ingresar al mercado canadiense. Demuestre al comprador potencial que usted estuvo trabajando y que piensa seriamente en una relación a largo plazo. La investigación, planificación y el compromiso son esenciales para establecer una buena reputación en las relaciones comerciales con este país.

ALCANCE DEL INFORME

En Canadá, los productos naturales para la salud están definidos conforme a la relativamente nueva *Reglamentación para Productos Naturales para la Salud* como ser: vitaminas y minerales, remedios de hierbas, medicinas homeopáticas, medicinas tradicionales tales como las medicinas tradicionales chinas; prebióticos y otros productos como amino ácidos y ácidos grasos esenciales. La Directiva de Productos Naturales para la Salud del

Ministerio de Salud de Canadá mantiene una base de datos activa de productos naturales para la salud listada por su Número de Producto Natural (NPN) o Números de Medicina Homeopática (DIN-HM). La lista está disponible en www.hc-sc.gc.ca/dhp-mps/prodnatur/applications/licenprod/lists/listapprnhp-listeapprpsn_e.html. Los productos naturales para la salud no han sido únicamente clasificados conforme al Sistema Harmonizado (HS) o la NAICS¹, por lo que para propósitos de obtener datos comerciales representativos para este informe, se han seleccionado las siguientes dos categorías amplias: la HS 1211 (plantas y partes usadas principalmente en farmacia, perfumería, insecticidas, funguicidas o propósito similar) y la HS 2936 (vitaminas, pro vitaminas y sus derivados).

Los exportadores deben tomar en cuenta que la Agencia Canadiense de Servicios Fronterizos (CBSA) requiere que las importaciones individuales sean identificadas por códigos HS de 10 dígitos y/o su NPN y DIM-HS. Los importadores pueden ser multados si no se proporcionan el código HS de 10 dígitos. Estos códigos están disponibles en el sitio Web de la CBSA (www.cbsa-asfc.gc.ca/general/publications/customs_tariff-e.html) o de su comprador.

¹ El Sistema Norte Americano para la Clasificación de la Industria (NAICS) actualmente se utiliza para facilitar la comparación en actividades empresariales entre Canadá, EE.UU. y México

2 El Mercado Canadiense

De acuerdo a una encuesta reciente conducida por la Directiva de Productos Naturales para la Salud, las ventas al por menor de productos naturales para la salud en 2005 sumaron \$2,5 mil millones y se espera que exceda los \$2,75 mil millones en 2010. Este crecimiento está estimulado por:

- Nueva reglamentación canadiense que añade credibilidad a los productos naturales para la salud;
- acceso a fuentes de información más detalladas y confiables, por ejemplo, en Internet;
- una población de mayor edad con alto interés en estilos de vida saludable y cuidado propio;
- interés en controlar los costos de cuidado de la salud;
- aceptación en crecimiento de tratamientos ‘alternativos’
- marketing efectivo de productores y proveedores;
- creciente aceptación por parte de profesionales médicos; y
- desengaño del consumidor con las drogas y tratamientos tradicionales.

La consistencia en la calidad y entrega del producto de acuerdo a las especificaciones solicitadas son cruciales para continuar recibiendo pedidos canadienses.

La continuidad del suministro es un factor clave en el compromiso del importador, del mayorista y del minorista para comercializar artículos importados en Canadá. Los embarques esporádicos dañarán la reputación y la oportunidad de éxito del exportador en Canadá.

Actualmente, aproximadamente 42.000 productos naturales para la salud en el mercado canadiense caen dentro de la definición reguladora del Ministerio de Salud de Canadá. Los más populares de estos son los suplementos nutricionales deportivos, productos minerales, productos vitamínicos y suplementos botánicos y de hierbas, se espera que las últimas dos categorías experimenten el crecimiento más rápido al final de la década.

En orden de preferencia, los usuarios elijen las siguientes fuentes de información sobre productos naturales para la salud:

- Miembros o amigos de la familia
- Internet
- farmacéuticos
- doctores en medicina
- tiendas de alimentos para la salud
- revistas
- libros
- naturistas o médicos naturistas

El uso de productos naturales para la salud en Canadá varía dependiendo de dónde viven las personas, además de su edad, género e ingresos. Los usuarios frecuentes de productos naturales para la salud generalmente viven en las provincias occidentales de Columbia Británica y Alberta, poseen un alto nivel de educación e ingresos familiares, son mujeres, y están entre los 18 y 54 años. Los usuarios diarios son generalmente

de 55 años de edad o más, son mujeres, viven en Columbia Británica, Alberta, Saskatchewan y Manitoba, se dicen estar familiarizadas con productos naturales para la salud, y valoran su salud personal como regular o deficiente. El uso temporal de productos naturales para la salud entre los residentes de Québec y Canadá Atlántica, aquellos entre las edades de 18 y 54, aquellos que dicen no estar familiarizados con los productos naturales para la salud, y aquellos que creen que es importante consultar con un doctor antes de usar uno de estos productos

IMPORTACIONES

Se estima que el 10% de los productos naturales para la salud en el mercado minorista en Canadá son importados. En 2006, Canadá importó un valor de \$64,1 millones en plantas y partes de plantas usadas principalmente en farmacia, perfumería, insecticidas, funguicidas o propósitos similares (HS 1211), ligeramente por encima de los \$63,5 millones en 2005. De esto, \$13,1 millones fueron raíces de ginseng y \$0,3 millones de raíces de regalíz. Los proveedores principales fueron China (\$22,2 millones), Estados Unidos (\$21,7 millones) y Alemania (\$2 millones), mientras que la India suministró un valor por encima de \$1,1 millones de estos productos (Tabla 2.1).

Tabla 2.1: Importaciones de Productos Naturales Seleccionados para la Salud, 2006			
	HS 1211	HS 2936	HS 293690
	PLANTAS Y PARTES USADAS PRINCIPALMENTE EN FARMACIA, PERFUMERÍA, INSECTICIDAS, FUNGUICIDAS O PROPÓSITOS SIMILARES	VITAMINAS, PRO VITAMINAS Y SUS DERIVADOS	PRO VITAMINAS Y SUS DERIVADOS INCLUYENDO CONCENTRADOS NATURALES
Total Importaciones	\$64,1 millones	\$157,4 millones	\$44,1 millones
10 Proveedores Principales (\$ millones)	China (22,1) Estados Unidos (21,7) Alemania (2,0) Sud África (2,0) Hong Kong (1,8) Reino Unido (1,5) Re-Importaciones de Canadá (1,3) Francia (1,3) Turquía (1,2) India (1,1)	Estados Unidos (79,7) Alemania (20,4) China (18,1) Suiza (8,5) Francia (7,8) Japón (7,5) Reino Unido (4,7) Dinamarca (2,2) Corea del Sur (1,9) Israel (1,1)	Estados Unidos (1,5) Francia (1,5) Suiza (1,2) China (0,9) Alemania (0,8) Japón (0,7) Reino Unido (0,5) Noruega (0,5) Hong Kong (0,3) Taiwán (0,3)
% de cambio Enero 2006-Enero 2007	2,2% incremento	2,4% disminución	59,2% incremento

Fuente: Trade Data Online - Trade by Product, Ministerio de Industria de Canadá, 2007

Aunque las importaciones de vitaminas, pro-vitaminas y sus derivados (HS 2936) declinó un 2,4% en la comparación mensual de enero 2006 con enero 2007 (y de \$163,5 millones en 2005 a \$157,4 millones en 2006), las importaciones en la sub-categoría de pro-vitaminas y derivados incluyendo sustancias naturales subió espectacularmente de \$3,6 millones en enero 2006 a \$5,8 millones en enero 2007 (y de \$40,9 millones en 2005 a \$44,1 millones en 2006). Esto indica un fuerte interés de los compradores canadienses en suministros internacionales de productos naturales para la salud.

3 Prácticas Comerciales

COMPETENCIA

Las empresas canadienses dedicadas a la importación, reventa, distribución y venta al por menor de productos naturales para la salud en todo Canadá esperan recibir apoyo para las ventas y también el cumplimiento con la reglamentación, el esfuerzo de sus proveedores en el extranjero para la comercialización y promoción de sus productos y el desarrollo de nuevas bases de clientes. Ya que Canadá está entre los países que importan más por persona, el país cuenta con la presencia de exportadores de todo el mundo, en una competencia feroz y consistente para lograr una parte de este lucrativo mercado. Para poder participar, un exportador debe por lo tanto ofrecer un producto completamente nuevo o tener la capacidad de eliminar a un proveedor existente con una oferta más atractiva en términos de calidad, servicio, precio, empaquetado o etiquetado. La clave para la explotación exitosa del mercado canadiense es el desarrollo de una estrategia de mercadeo organizada. Lo siguiente debe recibir atención prioritaria:

- respuesta rápida en la producción de muestras;
- respuesta en el mismo día (por e-mail, fax o teléfono) a cada comunicación;
- entregas a tiempo, con demoras acordadas por adelantado con el comprador;
- entrega de producto que concuerda exactamente con las especificaciones o muestras acordadas, con cambios acordados por adelantado con el comprador;
- continuidad del suministro;
- mantenimiento de buena calidad a precio competitivo;
- empaquetado apropiado del material para embarques marítimos;
- instalaciones de manipuleo y almacenaje adecuadas;
- promoción, especialmente de nuevos productos (incluyendo los nombres de clientes actuales y pasados y/o sus países);
- conocimiento de las condiciones de pago.

Además, usted deberá asegurarse que su representante en contacto con el comprador hable y escriba inglés o francés claro y fluido, dependiendo de la preferencia del comprador.

EL COMPRADOR

Un agente o distribuidor de todos los productos naturales para la salud ubicado en Canadá deberá asumir la responsabilidad del producto.

Cómo encontrar un comprador: El ingresar a un mercado nuevo puede ser desalentador, pero con un plan de mercado bien definido, la recompensa hará que el esfuerzo valga la pena. Los exportadores tienen sólo una oportunidad de dar una buena impresión. *Aproveche de esta oportunidad para mostrar lo que está vendiendo.* La información inicial acerca de su empresa debe incluir fotografías, precios, especificaciones y certificaciones de calidad/seguridad en alimentos de sus productos más recientes. También puede incluir fotografías de sus instalaciones de producción. Internet es una herramienta esencial para la comunicación con compradores canadienses, de manera que establezca un sitio Web o una dirección de correo electrónico que le permita proporcionar esta información rápidamente para que puedan de igual manera evaluar si están interesados en llegar a un arreglo con usted. Si no demuestra de manera inmediata y concreta de lo que es capaz, el comprador pierde interés.

Encontrar un comprador requiere de perseverancia y una seria inversión de tiempo, esfuerzo y dinero. TFO Canadá sugiere que los exportadores usen alguna de las siguientes herramientas que les ayudarán en sus esfuerzos.

- Participe en las ferias de exposición en su propio país o región, ya que los compradores a menudo asisten a las mismas. Además, las ferias internacionales pueden ser una fuente valiosa de inteligencia del mercado. Si no puede asistir a una feria internacional, póngase en contacto con los organizadores para obtener el catálogo de los expositores, muchos de los cuales serán importadores. Al asistir a una feria internacional, demuestre sensibilidad con los expositores, quienes estarán muy ocupados tratando de vender sus propios productos. Preséntese, deje una tarjeta y un folleto con información del producto, y pregunte si puede llamarlos para concretar una cita mientras dure su visita para conversar sobre lo que se puede hacer. No trate de vender en ese momento; es muy probable que no tenga éxito.
- Consulte con los representantes comerciales de su Embajada en Canadá. Ellos pueden ayudar a identificar potenciales importadores canadienses, o podrían ponerlo en contacto con un investigador independiente que le podría proporcionar una lista detallada de compradores canadienses interesados. Generalmente, cuanto más publicidad usted genere para su empresa o producto, mayor interés va a crear en los compradores.
- Aproveche la visita personal de un comprador a su país. La Embajada Canadiense en su país o su oficina nacional para la promoción de exportaciones pueden tener conocimiento de estas visitas con anticipación. Hágales saber que le gustaría reunirse con los compradores de su línea de productos que se encuentren de visita y si es posible, póngase en contacto directo con el comprador para concretar una reunión.
- Obtenga una lista de compradores canadienses que ya han realizado actividades comerciales en su país y póngase en contacto con ellos para ofrecerles sus productos y servicios. Estas listas pueden ser obtenidas en la Cámara de Comercio local o el ministerio de comercio exterior.
- Asegúrese de estar registrado con un buen buscador de Internet y que posee un sitio Web informativo con enlaces de correo de fácil contacto.

- Póngase en contacto con una Cámara de Comercio binacional de Canadá con su país.
- Use agentes y empresas de comercio (regionales, nacionales o en Canadá)
- Solicite ayuda a su banco o expedidor de fletes.

Los exportadores también pueden identificar a los compradores canadienses enumerados en varios sitios de Internet por sector o por medio de asociaciones comerciales canadienses, I.E. Canadá (Asociación Canadiense de Importadores y Exportadores, (www.ieCanadá.com), Guías de Compradores tales como *Guía Canadiense de Productos Naturales para la Salud* (http://contactCanadá.com/natural_health), Listas de Expositores en Ferias de Exposición y directorios que pueden ser comprados, ej., Directorio de Cadenas Minoristas. Algunos son caros, pero pueden ser consultados sin costo en las bibliotecas públicas canadienses cuando esté de visita en el país.

La Asociación Canadiense de Alimentos Naturales (www.chfa.ca) es promotora de la exposición comercial canadiense más grande para la industria de productos naturales en tres mercados principales en Canadá. Estos son: *Expo West*, en abril en Vancouver, *Expo Québec* en febrero en Montreal, y *Expo East* en Toronto en septiembre. El Anexo incluye los contactos para estas exposiciones. Otras exposiciones incluyen: *Holistic World Expo* (www.holisticworld.org) que se realiza dos veces al año en Toronto, y la *Body Soul and Spirit Expo* que se realiza varias veces en diferentes puntos de Canadá (www.wholife.com/profiles/body_soul_spirit.html).

Transacciones con el comprador: Muchos importadores o sus agentes pueden visitar las instalaciones de producción del proveedor para evaluar la capacidad del proveedor, para asegurarse de la calidad de las instalaciones de producción, y para establecer una relación comercial sólida. Los proveedores deben mantener una buena comunicación con el comprador

Los importadores canadienses y una cierta cantidad de compradores minoristas usualmente visitan los mercados extranjeros y sus proveedores una vez al año. Normalmente organizan dichos viajes para coincidir con las ferias de exposición extranjeras más importantes donde pueden explorar posibilidades para importaciones, además de evaluar tendencias industriales. Los detalles de estas ferias de exposición están disponibles en el sitio Web de TFO Canadá, el sitio Web de La Red de Noticias de Ferias de Exposición (www.tsn.com – busque el menú 'cuidados médicos y de salud') y enlaces individuales facilitados en el Anexo.

Es aconsejable verificar con su agente, comprador o asesor comercial de la Embajada para evaluar totalmente los requerimientos de documentación, costos y beneficios de su participación en ferias de exposición.

Tome en cuenta que TFO Canadá no facilita cartas de invitación para ayudarle a viajar o conseguir visas. Las cartas deben ser escritas directamente del comprador, o de prueba de registro en una feria de exposición.

durante todo el proceso de venta y post venta. Además de la oferta de valor, los compradores esperan un manejo eficiente de los procedimientos de exportación del proveedor, además de confiabilidad, experiencia, competencia, una habilidad comprobada para proveer, y un compromiso serio para una relación comercial a largo plazo. Los importadores canadienses indican que uno de los principales problemas al tratar con nuevos proveedores es que con frecuencia les piden que compren como mínimo cantidades demasiado grandes como para el mercado de Canadá. *Los exportadores deben recordar que el mercado canadiense es aproximadamente el 10% del mercado de Estados Unidos y por lo tanto deben estar preparados para llenar pedidos más pequeños.*

Al primer contacto con un importador en Canadá, es probable que al exportador se le soliciten muestras. Ya que todos los productos naturales para la salud deben ser sometidos a inspecciones muy estrictas antes que se permita su venta en este mercado, los exportadores deben verificar que sus productos cumplan con los requerimientos antes de buscar un comprador. Algo que recordar,

todos los productos naturales para la salud, ya sean manufacturados en Canadá o en el extranjero, deben ser sometidos inicialmente a una revisión previa a su comercialización para evaluar su seguridad, eficacia y calidad.

La evidencia que demuestra esto debe ser presentada al Ministerio de Salud de Canadá por medio de una solicitud de licencia de producto (una para cada producto). Los productos que cumplan con los criterios requeridos serán autorizados para la venta emitiendo un Número de Producto Natural (NPN) o Número de Medicina Homeopática (DIN-HM) por producto. Mayor información en el *Documento de Orientación para Licencia de Producto* (www.hc-sc.gc.ca/dhp-mps/prodnatur/legislation/docs/license-licence_guide_tc-tm_e.html).

Si las muestras son aceptables, el importador puede confirmar con el proveedor un pedido de prueba. Si se requieren algunos ajustes, el importador pedirá nuevas muestras basadas en las instrucciones para los cambios que se necesitan. Un embarque de prueba que sea consistente con las muestras aceptadas y que se entrega conforme a un cronograma de entregas acordado puede ser entonces enviado a Canadá. Por lo general, el importador informa al proveedor sobre las

medidas y variedades de un producto para que se venda mejor en Canadá y sobre las condiciones en las que el producto debe llegar a este país. El importador usa las muestras para determinar el interés que los mayoristas y minoristas tienen para comercializar el producto.

Temas que un comprador puede tocar al negociar con un proveedor:	
<p>Atributos del producto</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ empaquetado ▪ logotipo ▪ amplitud de la línea de productos ▪ calidad ▪ rango de precios ▪ exclusividad del producto ▪ exclusividad en el país ▪ acuerdos especiales 	<p>Atención de Pedidos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ disponibilidad del producto ▪ prontitud en entrega inicial ▪ disponibilidad de repeticiones ▪ prontitud en repeticiones ▪ sustitución del producto ▪ embarques completos o parciales ▪ revisión de pedidos ▪ confiabilidad de embarques directos a Canadá

Los exportadores deben tomar en cuenta la potencial competencia de

otros proveedores en Estados Unidos y México. Los importadores canadienses están concientes de las ventajas de comprar a los proveedores en América del Norte – menor costo de transporte, entregas en menos tiempo y con menor tiempo de preparación y mecanismos de pago más sencillos. Estos exportadores además están muy familiarizados con el mercado canadiense y normas comerciales. Los exportadores deben considerar estos detalles al asignar los precios y evaluar prácticas comerciales

Las condiciones de importación varían con el importador en particular. En general, las cotizaciones deben ser FOB en puerto en el extranjero, incluyendo empaquetado, pero también se puede solicitar CIF hasta un depósito en particular. El pago por importaciones de proveedores tradicionales por lo general es en efectivo contra documentos. La mayoría de los importadores canadienses no trabajan con Cartas de Crédito pero podrían optar por otros formatos de crédito y condiciones con las que ambas partes estén de acuerdo.

El costo promedio en tierra de un producto importado incluye los márgenes comerciales que cubren los derechos de aduana; impuestos sobre ventas federales/provinciales; honorarios de corretaje/seguro/flete; publicidad, elaboración del producto; pruebas; transporte; gastos generales; y otros costos de mantenimiento de existencias.

El monto total facturado no se paga, hasta que se realice la inspección de los bienes ya sea en el país de origen o en destino a cargo de los mismos compradores, sus agentes o una autoridad independiente. Cuando la relación comercial ya ha sido establecida, se puede usar un método de cuenta abierta para que ambas partes ahorren en honorarios bancarios. Los servicios de un agente de exportación pueden ser útiles

para el manejo de estas complejidades, durante las primeras operaciones. El tiempo de entrega, incluyendo entrega en los depósitos del importador, debe ser acordado entre las partes y se lo debe respetar. Los compradores generalmente usan en Canadá los muy mejorados procedimientos de aduanas y transporte internacional para facilitar la ‘entrega justo a tiempo’.

Los exportadores deben considerar el coordinar con el importador para que los clientes canadienses reciban información sobre cómo preparar y/o servir un producto que es relativamente nuevo en este mercado. Esto podría ser un proceso de desarrollo de mercado bastante caro que se justifica sólo si las ventas son continuas. Un vez que el producto importado establezca su reputación de alta calidad, se debería adoptar un nombre y registrar la marca. Dicha identificación es importante para que los clientes puedan reconocer fácilmente el producto y estar seguros de que representa un buen valor.

CALIDAD E INSPECCIÓN

La Directiva de Productos Naturales para la Salud regula los productos naturales para la salud de manera que todos los canadienses tengan fácil acceso a estos productos que son seguros, efectivos y de alta calidad, respetando la libertad de elección y la diversidad filosófica y cultural. Para ser permitidos en el mercado canadiense, estos productos deben ser seguros considerando la venta de los productos sin receta, estar disponibles para el propio cuidado y la propia selección (la inserción en la etiqueta y el paquete deben proporcionar suficiente información para el consumidor de manera que use el producto de forma segura y efectiva sin consultar con los servicios de salud), y no requerir una prescripción. Para ser considerado un producto natural para la salud, éste debe estar fabricado, vendido o presentado para usar en:

- el diagnóstico, tratamiento, mitigación o prevención en humanos de una enfermedad, desorden o estado físico anormal o sus síntomas;
- restauración o corrección de las funciones orgánicas en los humanos; o
- modificación de las funciones orgánicas en los humanos, como modificarlas de manera que mantengan o mejoren la salud.

Los productos naturales para la salud únicamente pueden contener sustancias medicinales aprobadas por el Ministerio de Salud de Canadá. Además los importadores deben contar con una licencia local y poder proporcionar evidencia que los productos importados provienen de sitios que cumplen con las Prácticas Canadienses de Buena Fabricación (www.hc-sc.gc.ca/dhp-mps/prodnatur/legislation/docs/gmp-bpf_e.html) o estándares equivalentes. El importador canadiense es responsable de presentar un Informe de Garantía de Calidad para cada lugar (extranjero o doméstico) con su solicitud de licencia local. Ellos deben asegurar que estos informes están completos y que se cumplen con todos los requerimientos. Debido a que las licencias locales solamente se emiten a sitios canadienses (no se emite ninguno a sitios extranjeros), los fabricantes extranjeros están cubiertos con la licencia local del importador canadiense. Mayor información sobre la importación de productos naturales para la salud está detallada en el *Documento de Orientación para Licencia Local (Site Licence Guidance Document)* en (www.hc-sc.gc.ca/dhp-mps/prodnatur/legislation/docs/slgd-drle_e.html). Todos los fabricantes, empaquetadores, etiquetadores e importadores de productos naturales para la salud son responsables de confirmar que las personas encargadas de garantía de calidad y auditores como terceras partes estén calificados conforme a la Reglamentación de Productos

Naturales para la Salud. Sólo los fabricantes, empaquetadores, etiquetadores e importadores que cumplan con estos estándares podrán continuar operando en Canadá.

Inocuidad y Seguridad de los Productos: Los fabricantes de productos naturales para la salud podrían considerar el uso de las directrices internacionales de seguridad para realizar el ajuste en sus sistemas de producción y monitoreo. Estas medidas prudentes resaltarían de gran manera la aceptación del producto no sólo en Canadá, pero también en otros mercados internacionales. Dos de estas directrices son las siguientes.

- Puntos Críticos de Control para el Análisis de Riesgos (HACCP del inglés Hazard Analysis Critical Control Points): Este sistema práctico ayuda a los fabricantes a revisar todos los posibles riesgos para la salud y la seguridad en el funcionamiento de sus plantas y a centrarse en el control de los puntos que son críticos para la inocuidad del producto terminado. Las ventajas del empleo del sistema HACCP incluyen:
 - aceptación internacional de sus productos dado que el sistema ha sido mundialmente adoptado;
 - aceptación nacional que le permite convertirse en un líder de la industria nacional;
 - definición de las responsabilidades entre el gobierno y la industria;
 - comerciabilidad mejorada, usando logotipos y símbolos reconocidos internacionalmente;
 - reducción de retiros y destrucción del producto, vital para la reputación de la calidad del exportador.

- En base al HACCP, lo siguiente puede ser usado por los exportadores como guía:
 - Revise sus procedimientos de negocio y de empresa, instalaciones físicas, procesos, sistemas de expedición y distribución. Identifique las esferas en las cuales usted podría ser vulnerable a posibles actos de sabotaje o ataques terroristas y diseñe medidas de control para cada una de estas áreas.
 - Asegúrese que existen medidas de seguridad adecuadas para las instalaciones y el personal.
 - Cuento con procedimientos vigentes para asegurar la composición y la integridad de todos los ingredientes, materias primas y material de empaquetado en cada instalación.
 - Establezca procedimientos para asegurar la integridad y seguridad del equipo de fabricación y del abastecimiento del agua utilizada para la manufactura.
 - Establezca procedimientos y medidas contra intromisiones para garantizar la seguridad de sus productos una vez que son producidos y enviados a los minoristas.
 - Establezca un plan de acción para responder a una emergencia que incluya el acordonamiento de áreas, movimiento de personal y contacto con las autoridades identificadas.
 - Asegúrese que todos los químicos y pesticidas peligrosos sean almacenados de manera segura y separados del área de procesado y manipulación y que estén incluidos en las hojas de seguridad en el lugar.

PRECIO

Se espera que la implementación de la nueva Reglamentación de Productos Naturales para la Salud resulte en un incremento del costo a corto plazo para los productos ofrecidos en este mercado. Sin embargo, se calcula que este incremento sea menor que si la actual Reglamentación para Alimentos y Drogas fuese aplicada a los productos naturales para la salud. Los consumidores indican tener la voluntad de pagar más siempre que el producto sea de alta calidad con etiqueta mejorada, y licencia del producto aprobada por el gobierno. Se espera que la mayor confianza del consumidor como resultado de esta reglamentación resulte en una mayor demanda a largo plazo y eventual reducción de costo para el consumidor.

EMPAQUETADO Y TRANSPORTE

Además de los productos naturales para la salud previamente empaquetados, los minoristas canadienses también los pueden recibir a granel y posteriormente empaquetarlos y etiquetarlos para la venta. Generalmente el producto va acompañado de un folleto impreso con información acerca de la dosis, indicaciones, advertencias, fecha de expiración y otra información pertinente. La distribución en paquete original también es común. Además del uso de camiones, las importaciones ingresan a Canadá principalmente por mar, generalmente en contenedores de 20' y 40'. Los embarques pequeños son generalmente entregados para que sean consolidados en carga por contenedor (LCL). Los requerimientos de documentación para aduana (factura, *certificado de origen*, formulario de declaración de importación, etc.) son detallados por la Agencia Canadiense de Servicios Fronterizos. *Ya que la tasa de aranceles depende del origen del producto, el certificado de origen es crucial tanto para el exportador como para el importador.*

Empaquetado Exterior: Los productos naturales para la salud deben estar empaquetados de manera que no sean afectados por la temperatura, luz, transporte y almacenaje. De manera ideal, los productos deberían estar herméticamente empaquetados ya que el oxígeno deteriora el producto. Mayormente se usan paquetes de polietileno junto con cartones, cajas de lámina de fibra corrugada o bolsas múltiples de papel. Para reducir roturas, desperdicio de embalaje y el costo de eliminación de desperdicios, los importadores con mayor frecuencia solicitan empaquetado sin caja, por ej.: bandejas de 12 o 24 unidades empaquetadas al vacío. Los paquetes adecuados para ser colocados en pallets son populares ya que reducen el manipuleo por lo tanto los daños al producto. En este caso, las cajas corrugadas son mejores que los tambores y bolsas de papel. En general, las cajas de embalaje que contienen productos naturales para la salud deben estar etiquetadas en inglés y francés con la siguiente información:

- marca de fábrica;
- número de producto;
- forma de dosificación;
- la palabra 'estéril' si el producto es estéril;
- monto neto en el contenedor inmediato en términos de peso, medida o número;
- fecha de expiración;
- condiciones recomendadas para el almacenaje, si es necesario;
- nombre y dirección del titular de la licencia para el producto y del importador;
- UPC/PLU u otro código de barras, idéntico al que se encuentra en el producto individual;
- Número de lote (para identificar embarques individuales)

Debe existir consistencia en el empaquetado y el tamaño del paquete, una carga ordenada de contenedores, marcas de embarque en el paquete maestro y cantidad de artículos en los paquetes interiores. Los contenedores para el embarque deben estar claramente sellados o viñeteados por lo menos en dos costados con todos los códigos de marcaciones y con tinta indeleble e inocua. Ya que los compradores generalmente usan el mismo empaquetado para despachar los productos de sus depósitos, los paquetes deben ser lo suficientemente resistentes para que sean usados varias veces. El embalaje que se puede volver a usar toma en cuenta las preocupaciones ambientales. El embalaje adecuado es importante ya que si no está de acuerdo a estándar puede dañar el producto y crear problemas para el importador al recibir y comercializar la mercadería. Si esto sucede, el importador deja de trabajar con el proveedor.

Cajas de Madera: Para evitar la propagación de patógenos e insectos exóticos dañinos, como la polilla gitana asiática, el escarabajo de cuerno largo asiático, el escarabajo del pino, el escarabajo europeo de la corteza del abeto, el escarabajo de cuerno largo de la Picea, el perforador esmeralda de fresno y el patógeno de muerte súbita de cedro, toda madera no manufacturada que se usa como maderos de estibar, pallets, cajas y otro material de embalaje debe ser tratada térmicamente, por fumigación o con preservativos químicos.

Todas las importaciones deben estar empaquetadas en un contenedor de manera de prevenir que el producto se infeste o que pueda diseminar una peste. Durante la espera del embarque, los maderos para estibar, pallets, cajas, u otros materiales de empaquetado deben ser almacenados de manera que se eviten las infestaciones por pestes.

Esto tiene aplicación particularmente a importaciones de China y Hong Kong. El material de embalaje debe estar totalmente libre de corteza y pestes visibles. La madera manufacturada y las partículas de madera como aserrín y viruta usados como embalaje están exentas. Otras restricciones similares se aplican a material de embalaje que consiste de paja o heno, para evitar la introducción y diseminación en este país del escarabajo de la hoja de los cereales. Todos los embarques que contengan cajas de madera sólida deben ir acompañados de un certificado oficial fitosanitario o de tratamiento otorgado por las autoridades oficiales para la protección de las plantas en el país de origen de la exportación, confirmando que ha sido tratada. Los embarques que no tengan cajas de madera sólida, deben ir acompañados de una declaración a tal efecto anexa a la documentación adjunta. Los embarques que no cumplan con estos requerimientos pueden ser decomisados o su ingreso no permitido a Canadá, y los gastos incurridos serán la responsabilidad del exportador. Se pueden ver los detalles en: www.inspection.gc.ca/english/plaveg/for/cwpc/wdpkggae.shtml.

La provincia de Québec tiene requerimientos adicionales relacionados al uso del idioma francés para todos los productos comercializados en esta jurisdicción. Los detalles de instrucciones de etiquetado pueden ser obtenidos por medio de su comprador o del Ministerio de Salud de Canadá.

ETIQUETADO

Los consumidores canadienses han solicitado el etiquetado de todos los ingredientes en los productos naturales para la salud y que las advertencias sean claras y comprensibles. Con la introducción del etiquetado estandarizado de acuerdo a la Reglamentación de Productos Naturales para la Salud, los consumidores ahora pueden tomar decisiones más informadas acerca de los productos que adquieren. Una

etiqueta de producto natural para la salud debe incluir información duplicada tal cual suministrada en la etiqueta exterior además de:

- El uso o propósito recomendado del producto natural para la salud;
- La vía de administración recomendada;

- La dosis recomendada y el tiempo de uso del producto natural para la salud;
- La información de riesgo con relación al producto natural para la salud, incluyendo toda precaución, advertencia, contraindicación o reacción adversa conocida asociada a su uso;
- El nombre común e cada ingrediente medicinal, y su nombre propio cuando éste no sea su nombre químico;
- La cantidad por unidad de dosis o su fuerza, si la tiene, de los ingredientes medicinales;
- Una lista de todos los ingredientes no medicinales incluyendo la cantidad de mercurio que contiene el producto, si contiene mercurio, o sus sales o derivados como un ingrediente no medicinal;
- Una descripción del material de origen de los ingredientes medicinales (ej.: para un producto herbal esta podría ser la parte de la planta que se ha usado, como la raíz; para la Vitamina C, el origen podría ser ascorbato sódico).

La información sobre el etiquetado de medicinas homeopáticas nasales, oftálmicas, y óticas; productos orgánicos; productos irradiados; y productos de eucalipto y alcanfor se puede obtener en: www.hc-sc.gc.ca/dhp-mps/prodnatur/legislation/docs/labelling-etiquetage_e.html.

La Reglamentación de Productos Naturales para la Salud requiere de empaquetado de seguridad para los productos vendidos en paquetes de manera que el consumidor sepa que el producto no ha sido abierto antes de la compra. Los productos en contenedores presurizados deben incluir símbolos de peligro y precauciones incluidas en la etiqueta para asegurar que los consumidores estén adecuadamente informados de potenciales riesgos para la seguridad. Se podría requerir empaquetado ‘resistente a los niños’ además de las pertinentes instrucciones de precaución en las etiquetas de los productos que contengan ingredientes que puedan ser nocivos para un niño. Cuando el titular de la licencia de un producto efectúa ciertas representaciones en la etiqueta del producto con relación a la liberación o disponibilidad de sus ingredientes medicinales para el organismo, entonces se deben cumplir los requerimientos correspondientes a la biodisponibilidad de este producto.

El producto no puede ser vendido en ausencia de un requerimiento cualquiera de la reglamentación canadiense para el etiquetado. *Los importadores informan que una de las principales causas para la demora en el despacho de importaciones son las etiquetas incorrectas o inadecuadas aplicadas por el proveedor.* El importador posteriormente tiene que encargarse de colocar nuevas etiquetas, y a pesar que los inspectores eventualmente liberen el producto para la venta, estas demoras podrían hacer que el importador no cumpla con sus fechas límites y pierda valiosas oportunidades de venta. Este tipo de problemas de etiquetado podrían por lo tanto poner fin a la relación con el comprador antes que hayan tenido la oportunidad para desarrollarse. En casos más serios los embarques que no cumplen con la reglamentación pueden ser destruidos o retirados de Canadá. A este efecto, los exportadores deben consultar con y hacer que el comprador apruebe los diseños de las etiquetas antes de la impresión.

Las importaciones que llevan una descripción en un idioma extranjero deben incluir otra etiqueta en inglés y francés que cumpla con la reglamentación para el etiquetado. En este caso, el importador es el responsable del etiquetado. Las imágenes e ilustraciones en la etiqueta deben corresponder al contenido del paquete. Los ingredientes no contenidos en el producto no pueden ser mostrados. Tome en cuenta que las etiquetas con la cantidad diaria recomendada de Estados Unidos (RDA) no son aceptadas en Canadá ya que la cantidad es diferente en estos países.

Afirmaciones para la Salud

En general, se pueden usar tres grandes tipos de afirmaciones en los productos naturales para la salud como declaraciones hechas por los fabricantes o distribuidores con relación al efecto del producto en la salud humana, siempre que se incluya evidencia que respalde estas afirmaciones. Estas afirmaciones no son obligatorias:

1. ***Afirmaciones de estructura-función*** que informan sobre el efecto sobre una estructura o función fisiológica del cuerpo humano, y se basan en el mantenimiento o promoción de la buena salud. Por ejemplo, *el calcio hace que los huesos sean fuertes*.
2. ***Afirmaciones de reducción de riesgo*** que relacionan el consumo de un producto a la reducción del riesgo de desarrollar una enfermedad o condición fisiológica anormal. La reducción del riesgo funciona de dos maneras posibles: el producto puede alterar un factor o factores principales de riesgo reconocidos para una enfermedad o condición anormal; o puede afectar una función o sistema del cuerpo de manera que mejora la capacidad del cuerpo para resistir a la enfermedad o condición anormal. Por ejemplo, *el ajo disminuye el riesgo de enfermedad cardiovascular*.
3. ***Afirmaciones terapéuticas o de tratamiento*** que informan sobre los efectos que tiene un producto en la acción de una enfermedad específica o sus síntomas. El tratamiento puede incluir la cura o el alivio de la enfermedad o de sus síntomas. Por ejemplo, *el mosto de San Juan es útil para el tratamiento de la depresión menor a moderada*.

En general, la naturaleza de los ingredientes medicinales y el tipo de afirmación realizada determinará el nivel de evidencia requerida para sustanciar esa afirmación. Se considerará un amplio rango de evidencias y se ponderará de acuerdo al tipo de afirmaciones y a la severidad de los síntomas o condiciones mencionadas, si es aplicable. Se ha puesto en efecto un mecanismo para exigir el cumplimiento y dar protección para que no se exhiban productos con afirmaciones falsas o no respaldadas.

Alergias: Los ingredientes que pueden causar reacciones alérgicas deben ser siempre declarados en la etiqueta e identificados por sus nombres comunes para permitir a los consumidores reconocerlos fácilmente. Los principales alérgenos en Canadá son las frutas secas, semillas de sésamo, leche, huevos, mariscos, soya, trigo y sulfitos. Una política de etiquetado preventivo, por ej.: *puede contener frutas secas*, ya está en efecto. Este etiquetado debe ser preciso y no reemplazar las prácticas de buena fabricación.

4 Distribución

Desde una perspectiva regional, el país puede ser dividido geográficamente en cinco mercados distintos, además de los territorios. Estos son:

- Las Provincias Atlánticas : Nuevo Brunswick, Nueva Escocia, Isla Príncipe Edward, y Terranova y Labrador (2,3 millones de personas);
- La Provincia de Québec: (7,6 millones de personas);
- La Provincia de Ontario: (12,5 millones de personas);
- Las Provincias de la Pradera : Manitoba y Saskatchewan (2,2 millones de personas);
- Las Provincias Occidentales : Alberta y Columbia Británica (7,5 millones de personas); y
- Los Territorios: Yukón, los Territorios Noroccidentales, y Nunavut (0,1 millones de personas).

Existen más de 800 proveedores de productos naturales para la salud (es decir, fabricantes, importadores, distribuidores) que operan en el mercado canadiense; se encuentra relativamente bien distribuidos entre Ontario, Québec y Columbia Británica, con menos del 10% del total en las Praderas y Canadá Atlántico. El establecer la representación en cada uno de estos mercados significa una cobertura óptima y la habilidad de dirigir los programas profesionales de acuerdo a las necesidades del mercado especializado.

A pesar que tres cuartas partes de los productos naturales para la salud vendidos por minoristas de alimentos para la salud son comprados de fabricantes con base en Canadá, más del 20% son comprados de importadores o distribuidores. De acuerdo a la Asociación Canadiense de Alimentos Naturales, los canales más importantes de distribución de productos naturales para la salud en Canadá para el 2005, fueron:

- Minoristas de alimentos naturales (\$970 millones en ventas al por menor);
- Cadenas de farmacias (\$479 millones);
- Practicantes médicos y homeópatas (\$240 millones);
- Minoristas de medicina tradicional china (\$235 millones);
- Vendedores directos (\$232 millones);
- Otros minoristas (\$202 millones);
- Farmacias independientes (\$171 millones).

Tanto los exportadores como los importadores garantizarán que cada transacción o contrato sea específico en temas relacionados al incumplimiento de alguna de las partes, como así también la aceptabilidad o no de cómo se entregan los productos, ej.: declarando las especificaciones del producto y/o condiciones de pago. Todo potencial de desacuerdo será resuelto especificando una junta arbitral, ej.: la Cámara Internacional de Comercio y sus reglas de arbitraje pertinentes. Ambas partes acordarán de antemano estar mutuamente obligadas por el contrato.

Productor/Exportador: Una organización co-operativa (formada tanto por productores dentro de un único país o por países exportadores en una región geográfica) sería un buen vehículo para desarrollar una relación comercial de exportación con Canadá. Dicha organización permitiría a

los productores trabajar juntos para mejorar la manipulación y la distribución; montar instalaciones adecuadas para el procesado, empaquetado y almacenaje; desarrollar objetivos de calidad; ganar el acceso al transporte adecuado (incrementando el volumen); y establecer una marca de fábrica o marca registrada. También se podría contratar personal especializado para que asesore en métodos de producción y para dirigir actividades comerciales. Inicialmente, los productores miembros deben concentrarse en la exportación de ítems con el mejor potencial en el mercado y/o los que les dan una ventaja comparativamente fuerte. Posteriormente, a medida que la organización acumula experiencia y pericia y cuando las condiciones del mercado lo garantizan, el rango de productos puede ser ampliado. Al coordinar actividades de esta manera se puede llegar a establecer una posición sólida en el mercado canadiense. Sin embargo, se debe tomar en cuenta que las cooperativas mal manejadas pueden tener un efecto negativo especialmente cuando involucran a muchos productores pequeños. Los importadores canadienses están, de hecho, preocupados por estas cooperativas ya que muchos han tenido la experiencia de recibir embarques de calidad inconsistente. En dichas circunstancias, el comercio se suspenderá.

Intermediario: A menudo el exportador o el importador usan intermediarios. El intermediario cobra un honorario por su trabajo pero no puede tomar posesión de los bienes. En algunos casos, el concesionario que tiene permiso de intermediario, podría, si lo declara en el momento de la transacción y se lo indica en el documento de Confirmación de Venta (COS – Confirmation of Sale), tomar posesión de los bienes y trabajar para obtener una ganancia. En este caso, no se puede cobrar un honorario por corretaje ya que un concesionario no puede obtener tanto una ganancia como un honorario. Otros tipos de intermediarios también pueden ser usados en los países en tránsito para asegurar la documentación y servicios que sean necesarios.

Importadores y Agentes: Una vez que usted le ha demostrado al comprador potencial lo que es capaz de producir y ellos demuestran estar interesados en que la relación progrese, se considera normal y prudente solicitar referencia del comprador o agente. Tome el tiempo necesario para continuar con esto y evitar problemas potenciales en transacciones futuras con el importador. Los importadores y agentes conocen mucho la red comercial y son responsables por una gran porción de importaciones de países clientes de TFO Canadá. Generalmente están más dispuestos a asumir los riesgos que involucra el negociar con nuevos proveedores. Sin embargo, es probable que sometán a los proveedores a un análisis cuidadoso antes de confirmar el negocio. Esperan tener referencias y desearán conocer la experiencia que tiene el proveedor en exportaciones, posición financiera y otros detalles. Los exportadores que no presentan referencias probablemente no serán bien recibidos. Los importadores / agentes también están más concientes acerca de problemas potenciales que pueden presentarse en el cumplimiento con los requerimientos canadienses de calidad y otros, e incluso podrían estar dispuestos a colaborar con los proveedores dándoles pautas sobre cómo adaptar el producto, proporcionando etiquetas para contribuir a la penetración en el mercado canadiense, e incluso dando garantías de órdenes de producción para permitir que la fábrica planifique mano de obra y materiales.

5 Reglamentación para las Importaciones

Los importadores canadienses deben tener una licencia y son los responsables de presentar evidencia que indique que los productos importados se originan en lugares que cumplen con las prácticas canadienses de buena fabricación de acuerdo con la Reglamentación de Productos Naturales para la Salud o un estándar equivalente. Los importadores deben presentar una de las siguientes evidencias respecto a los lugares de origen en el extranjero:

- un informe de buenas prácticas de fabricación preparado por un inspector del Ministerio de Salud de Canadá;
- el Informe de Garantía de Calidad y cuando sea aplicable el Informe Suplementario de Garantía de Calidad para medicamentos homeopáticos firmado y fechado por una persona de garantía de calidad o un auditor como tercera parte con conocimientos y capacitación técnica con relación a cada actividad que está siendo revisada;
- una informe de auditoría, inspección o equivalente con una carta de entendimiento o acuerdo de reconocimiento mutuo entre una agencia reguladora extranjera y la Directiva de Productos Naturales para la Salud;
- una licencia de la autoridad reguladora reconocida en el país o región asignada.

Para importar a Canadá un producto natural para la salud a objeto que sea vendido para una prueba clínica, se debe remitir información acerca del representante en Canadá que es responsable de la venta del producto.

Documentación: Los proveedores deben asegurarse que los importadores tienen una licencia de importador válida emitida por la Directiva de Productos Naturales para la Salud antes de embarcar los productos. Los importadores deben mantener un registro de todos los retiros de mercado y quejas, además de la documentación y evidencia. Dicha documentación debe preceder o acompañar el primer embarque de cada proveedor para cada producto, y el importador debe guardar las copias en Canadá para posteriores indagaciones de los inspectores. Estos registros deben demostrar la conformidad, tipos y aplicación correcta de los procesos para garantizar la seguridad del producto.

Aranceles: La clasificación de aranceles para medicamentos incluyendo productos naturales para la salud (Memorando D10-14-30) está disponible en la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá: www.cbsa-asfc.gc.ca/E/pub/cm/d10-14-30/d10-14-30-e.html. Las empresas exportadoras deben obtener Certificados de Origen de las agencias certificadoras identificadas en el país y presentar formularios de declaración de importación para que sean usados por los inspectores del Gobierno Canadiense. De acuerdo a la *Iniciativa de Acceso al Mercado*, Canadá ha eliminado todos los derechos y cuotas para la mayor parte de las importaciones de los 48 LDCs (países menos desarrollados). Se puede obtener información específica de la Agencia de Servicios

Fronterizos de Canadá: <http://cbsa.gc.ca/E/pub/cp/rc4322/README.html>; www.cbsa-asfc.gc.ca/import/menu-e.html que tiene enlaces a:

- aranceles aplicados a productos específicos por país de origen: <http://cbsa.gc.ca/general/publications/tariff2007/01-99/01-99-e.pdf>;
- normas para la marcación de país de origen y certificados de origen;
- reglamentación relacionada a acuerdos de libre comercio;
- reglas de origen relacionadas al Arancel para Naciones Más Favorecidas, Arancel Preferencial General, Arancel para País Menos Desarrollado; y
- Otros requerimientos de documentación de importación

Tome en cuenta que una identificación precisa del origen del producto es esencial para garantizar se aplique a su producto la tasa arancelaria más favorable. Mayor información sobre las Prioridades de Acceso al Mercado Internacional de Canadá está disponible en el sitio Web del Gobierno de Canadá en: www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac/cimap-en.asp.

Leyes y Reglamentación Canadiense Relevantes: Dependiendo del producto, una o más de las siguientes reglamentaciones debe ser observada para el ingreso exitoso al mercado Canadiense:

- Reglamentación de Productos Naturales para la Salud (<http://laws.justice.gc.ca/en/F-27/SOR-2003-196>);
- Ley de Empaquetado y Etiquetado para el Consumidor (y su Reglamentación) (<http://laws.justice.gc.ca/en/C-38>);
- Ley de Competencia (<http://laws.justice.gc.ca/en/ShowTdm/cs/C-34>);
- Ley de Marcas Registradas (<http://lois.justice.gc.ca/en/t-13>);
- Ley de Aranceles de Aduana (<http://laws.justice.gc.ca/en/c-54.011/index.html>).

6 Consejos para los Exportadores

El mercado canadiense es extremadamente competitivo. Los exportadores deben tomar en cuenta que si no brindan a los compradores un excelente servicio resultará en el cambio inmediato del comprador a otros proveedores. Los siguientes son factores importantes para establecer una reputación de confiabilidad:

- Establezca un sitio Web atractivo, fácil de navegar e informativo con enlaces de contacto a su e-mail y asegúrese de contestar el mismo día con la información solicitada. Esto inmediatamente muestra al comprador potencial, quien recibe muchas de estas ofertas cada semana, de lo que usted es capaz. Siempre incluya vínculos a su sitio Web en toda comunicación con el comprador.
- Mantenga siempre su máquina de fax encendida. Ya que Canadá está dividida en diferentes husos horarios, por ej.: Vancouver está tres horas atrasada en comparación a Toronto, la comunicación con un comprador podría ser en horarios inusuales. Los compradores que no pueden contactar a un exportador fácilmente buscarán rápidamente otras fuentes de suministro. Envíe una nota provisional si la información no está inmediatamente disponible. Indique una fecha razonable para cuando esté lista toda la información y cumpla con esa fecha.
- El comprador evalúa la muestra y cómo usted manejó la solicitud de proporcionar la misma como prueba concreta de su capacidad y un ejemplo de cómo manejaría una potencial relación comercial. Verifique la entrega de la muestra cómodamente dentro del marco de tiempo requerido y que la muestra sea de calidad y valor impresionantes. Esto ratifica con el comprador que usted es una fuente viable de suministro alternativo. Las entregas posteriores deben igualar la calidad de esta muestra.
- Sin sorpresas. Los canadienses esperan la entrega del producto que compran. Las demoras inevitables pueden ser reportadas y justificadas inmediatamente con el comprador; solicite que el comprador acepte la demora.
- Proporcione información precisa y llamadas en persona para el seguimiento de ventas clave tan pronto como sea posible.
- Incluya un certificado de análisis del producto y fotografías de las instalaciones de producción/procesamiento con una carta de presentación para el importador. Puede ser necesario que este certificado indique conformidad con los requerimientos de salud y seguridad canadienses y debe ser emitido por las autoridades correspondientes en su país.
- Llegue a conocer el mercado canadiense y a su importador. Lea publicaciones comerciales y visite ferias de exposición y tiendas minoristas en Canadá para tener una idea del mercado
- Establezca contacto con empresas comerciales o agentes de importación ya que ellos pueden ser el canal más viable para nuevos ingresos. Contrate un agente/importador para que lo represente en Canadá
- Si le solicitan derechos exclusivos para su producto, usted debe incluir una cláusula en el contrato para un nivel mínimo de compras anuales. Sea flexible y solicite retroalimentación

de su comprador en lo que refiere a su producto y relaciones comerciales. Todo acuerdo verbal debe ser puesto por escrito.

- Use inglés (o francés en Québec) para toda la correspondencia y de información sobre el rango del producto, capacidades y listas de precios, cotizando los precios en dólares canadienses o americanos.

Finalmente, si usted tiene por lo menos un año de experiencia como exportador, tenga por seguro que usted puede tomar amplia ventaja de los servicios de promoción sin costo de TFO Canadá. Esto incluye promoción directa de su empresa y productos a los importadores canadienses mensualmente vía nuestro *Boletín Electrónico Informativo de Importaciones* y la inclusión en nuestra base de datos en línea para los exportadores. Verifique su perfil actual con nosotros ingresando en nuestro sitio Web y yendo a su “Perfil del Exportador”. Verifique que toda su información esté correcta y que usted ha completado correctamente el Paso 2 del proceso de registro incluyendo el ingreso de uno o más productos exportados por usted. Tome en cuenta que mientras el Paso 3 – subir información adicional como fotos, listas de precios, etc. – es opcional, también le recomendamos tomarse el tiempo necesario para completarlo. En caso que usted no esté registrado con TFO Canadá, ingrese a www.tfoCanada.ca/register.php y regístrese con nosotros completando en detalle los Pasos 1 y 2, y como se explica más arriba, el Paso 3 opcional.

Anexo

Fuentes de Información

OFICINA DE FACILITACIÓN DEL COMERCIO DE CANADÁ

TFO Canadá

56 Sparks Street, Suite 300
Ottawa, Ontario, Canadá K1P 5A9
Tel.: (613) 233-3925 En Canadá: 1-800-267-9674
Fax: (613) 233-7860
E-mail: tfoc@tfoc.ca
Internet: www.tfocanada.ca/index.php

AGENCIA DE SERVICIOS FRONTERIZOS DE CANADÁ (CANADÁ BORDER SERVICES AGENCY)

Se dispone de un directorio de las oficinas de CBSA en Canadá en el sitio de Internet
Internet: www.cbsa-asfc.gc.ca

ASOCIACIÓN CANADIENSE DE ATENCIÓN A LA SALUD (CANADIAN HEALTHCARE ASSOCIATION)

17 York Street
Ottawa, Ontario, Canadá K1N 9J6
Tel: (613) 241-8005
Fax: (613) 241-5055
internet site: www.cha.ca

ASOCIACIÓN CANADIENSE DE ALIMENTOS NATURALES

(CANADIAN HEALTH FOOD ASSOCIATION)

235 Yorkland Blvd., Suite 302
Toronto, Ontario, Canadá M2J 4Y8
Tel: (905) 497-6939
Fax: (905) 497-3214
Internet: www.chfa.ca

ASOCIACIÓN CANADIENSE FARMACÉUTICA HOMEOPÁTICA (CANADIAN HOMEOPATHIC PHARMACEUTICAL ASSOCIATION)

408 Queen Street, Suite 105
Ottawa, Ontario, Canadá K1R 5A7
Tel: (613) 594-5965
Fax: (613) 235-5866
Internet: www.chpa-aphc.ca

ASOCIACIÓN DE FABRICANTES DE MEDICAMENTOS SIN PRESCRIPCIÓN DE CANADÁ (NON-PRESCRIPTION DRUG MANUFACTURERS ASSOCIATION OF CANADÁ)

1111 Prince of Wales Drive, Suite 406
Ottawa, Ontario, Canadá K2C 3T2
Tel: (613) 723-0777
Fax: (613) 723-0779
Internet: www.ndmac.ca

DIRECTIVA DE PRODUCTOS NATURALES PARA LA SALUD

(NATURAL HEALTH PRODUCTS DIRECTORATE)

2936 Baseline Road
Qualicum Tower A, Postal Locator: 3302A
Ottawa, Ontario, Canadá K1A 0K9 (for courier K2H 1B3)
Tel.: (613) 948-8096 In Canadá: 1-888-774-5555
Ottawa region:
Fax: (613) 948-6810
Internet : www.hc-sc.gc.ca/ahc-asc/branch-dirgen/hpfb-dgpsa/nhpd-dpsn/index_e.html

I.E. Canadá (ASOCIACIÓN CANADIENSE DE IMPORTADORES Y EXPORTADORES)

438 University Avenue, Suite 1618
Toronto, Ontario, Canadá M5G 2KB
Tel.: (416) 595-5333 Fax: (416) 595-8226
Internet: www.ieCanadá.com

MINISTERIO DE INDUSTRIA DE CANADÁ (INDUSTRY CANADÁ)

Enquiry Services, Communications and Marketing Branch
Second Floor, West Tower
235 Queen Street, Ottawa, Ontario, Canadá K1A 0H5
Tel.: (613) 947-7466
Fax: (613) 954-6436
Internet: www.strategis.ic.gc.ca

MINISTERIO DE SALUD DE CANADÁ (HEALTH CANADÁ)

Consumer Product Safety Bureau
123 Slater St., 4th Floor, P.L. 3504D
Ottawa, Ontario, Canadá K1A 0K9
Tel.: (613) 946-6452
Fax: (613) 952-3039
Internet: www.hc-sc.gc.ca

Ferias de Exposición

ASOCIACIÓN CANADIENSE DE ALIMENTOS NATURALES (CANADIAN HEALTH FOOD ASSOCIATION)

Expo West, Expo East, Expo Québec

235 Yorkland Blvd., Suite 302
Toronto, Ontario, Canadá M2J 4Y8
Tel.: (905) 497-6939 In Canadá: 1-800-661-4510
Fax: (905) 497-3214
Internet: www.chfa.ca

HOLISTIC WORLD EXPO

117 Lakeshore Road East Suite 144
Mississauga, Ontario, Canadá L5G 4T6
Tel.: (416) 966-2626
Internet: www.holisticworld.org

BODY SOUL AND SPIRIT EXPO

Whole Life Journal, Editorial Department
2301 St. Henry Ave, Suite 15
Saskatoon, Saskatchewan, Canadá S7M 0P6
Tel.: (403) 246-0668 In Canadá: 1-877-560-6830
Fax: (403) 686-7072
Internet: www.wholife.com/profiles/body_soul_spirit.html

Publicaciones

MINORISTA CANADIENSE DE SALUD NATURAL (revista de Internet)

(CANADIAN NATURAL HEALTH RETAILER)

Tel.: (905) 857-2253
Fax: (905) 533-0063
Internet: www.cnhc.ca

PRODUCTOS NATURALES PARA LA SALUD DE CANADÁ (NATURAL HEALTH PRODUCTS CANADÁ)

Contact Canadá
390 Goward Rd
Victoria, British Columbia, Canadá V9E 2J5
Tel.: (250) 708-0313
Fax: (250) 708-0429
Internet : www.contactCanada.com/natural_health

Otros Sitios Útiles en Internet

- **Asociación Canadiense de Alimentos Naturales** lista de recursos: www.chfa.ca/default.asp?action=article&ID=166 (una lista de proveedores miembros que son consultores de la industria, intermediarios, distribuidores y vendedores B2B para la industria de productos naturales).
- **ImportSource.ca:** www.importsource.ca (proporciona información y orientación sobre importaciones a Canadá).
- **Guía de Información de Importación a Ontario:** www.cbcs.org/servlet/ContentServer?pagename=CBSC_ON%2Fdisplay&lang=en&cid=1085667968530&c=GuideInfoGuide
- **Asociación de Empaquetadores de Canadá:** www.pac.ca
- **Agencia de Salud Pública de Canadá:** www.phac-aspc.gc.ca/new_e.html