



ESTUDIO
DE MERCADO

2022



El mercado de los cítricos en Canadá

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Toronto

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO
DE MERCADO

13 de diciembre de 2022

Toronto

Este estudio ha sido realizado por
Marina Carratalá Fideu

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Toronto

<http://Canada.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.



Índice

1. Resumen ejecutivo	5
2. Definición del sector	8
2.1. Clasificación arancelaria	9
3. Oferta – Análisis de competidores	10
3.1. Producción local	10
3.2. Intercambios comerciales: importaciones y balanza comercial	11
3.2.1. 0805.10 – Naranjas	22
3.2.2. 0805.21 – Mandarinas, tangerinas y satsumas	23
3.2.3. 0805.22 – Clementinas	24
3.2.4. 0805.29 – <i>Wilkins</i> y cítricos híbridos	25
3.2.5. 0805.40 – Pomelos	26
3.2.6. 0805.90 – Otros cítricos	28
4. Demanda	29
4.1. Factores determinantes de la compra	30
4.1.1. Factores sociodemográficos y económicos	30
4.1.2. Tendencias de consumo	32
4.2. Segmentación y estacionalidad de las compras	34
5. Precios	37
5.1. <i>Store Check</i>	38
6. Percepción del producto español	39
7. Canales de distribución	41
7.1. Análisis cuantitativo	42
7.1.1. Canales de distribución tradicional	42
7.1.2. Suministro y principales distribuidores	44
7.1.3. Canal <i>online</i>	46
7.2. Análisis cualitativo	47
7.2.1. Estrategias de canal	47
7.2.2. Estrategias comerciales	47
8. Acceso al mercado – Barreras	49
8.1. Requisitos generales de alimentación	49
8.2. Régimen fiscal	50
9. Perspectivas del sector	51



10. Oportunidades	52
11. Información práctica	53
11.1. Ferias	53
11.2. Direcciones de interés	53
12. Anexos	56
12.1. Anexo 1: <i>Store Check</i>	56

icex

1. Resumen ejecutivo

El objeto de este estudio de mercado es el de analizar la importación de la categoría de cítricos en Canadá. Para comprenderlo, es imprescindible tener en cuenta la dependencia que este país tiene del comercio exterior en el abastecimiento de estas frutas, dadas las condiciones climatológicas que hacen que la producción local sea inexistente.

Los principales productos agroalimentarios exportados a Canadá desde España en 2020 fueron en primer lugar el vino y mosto, en segundo lugar, los cítricos, con naranja a la cabeza, seguido de aceite de oliva, hortalizas tanto de invernadero (pimiento, pepino, tomate) como de cultivo al aire libre (lechuga, melón y sandía) y por último la carne de bovino congelada¹.

Deben tomarse en cuenta las corrientes de suministro y la estacionalidad de las importaciones, ya que el mercado varía a nivel de variedades y temporadas, los cuales no compiten directamente entre sí. Por una parte, están las compras de invierno, entre octubre y marzo, provenientes de los países ubicados en el hemisferio norte (en el que se encuadran España y Marruecos entre otros), y, por otra parte, las adquisiciones denominadas de verano, entre mayo y septiembre, correspondientes a las producciones de los países ubicados en el hemisferio sur (Sudamérica y Sudáfrica).

España fue de nuevo el primer país productor de frutas y hortalizas de la Unión Europea en 2020, con un volumen de 23,12 millones de toneladas, según el informe anual European Statistics Handbook 2021².

El comercio de cítricos entre España y Canadá se centra en las naranjas, clementinas, limones y limas. Bajo el HS 0805 de “cítricos – frescos o secos” a partir de 2019 inclusive las importaciones descendieron sus cifras hasta 2021. Sin embargo, en relación con su variación entre los años 2017 – 2021 sus cifras ascendieron en un 23,40 % y la cuota entre 2020 – 2021 aumentó un 8,82 %.

En relación con las naranjas, hasta 2020 eran el producto con el mayor valor de importaciones, con una constante tendencia positiva. A partir de dicho año, España descendió su posición, posicionándose en 2021 como tercer importador de dicho producto.

Sin embargo, un escenario más positivo respecto a las clementinas, España mantiene una posición constante desde 2017, como el segundo exportador a Canadá seguido de Estados Unidos, situándose por consiguiente como el principal cítrico que España suministra a Canadá. La evolución

¹ https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/servicios/analisis-y-prospectiva/bilateralcanada2020_tcm30-583180.pdf

² Fuente: <https://valenciafruits.com/espanya-primer-productor-frutas-verduras-ue-2020/>



de los limones y las limas ha fluctuado en mayor medida a lo largo de los últimos 5 años. Otros cítricos como los pomelos, las mandarinas o Wilkins están presentes en el comercio entre España y Canadá, pero con cifras más discretas y que no siguen una tendencia clara.

Primero, las variedades de naranjas que España vende, en su mayoría, a Canadá son Navel y Valencia. En 2021, el valor de las exportaciones españolas a este mercado estaba por encima de los 27 millones de dólares canadienses, lo que situaba a España como el tercer país exportador de dicho cítrico.

Segundo, el mercado de las clementinas está liderado por Marruecos, que agrupa una cuota superior al 58 %. España, por su parte, tiene una posición afianzada como segundo exportador de este producto a Canadá, con un valor de las exportaciones de 25 millones de dólares canadienses en 2021 tras experimentar un descenso del **- 20 %** respecto al año anterior.³

Tercero, en el caso de España, las exportaciones de limas y limones descendieron sus cifras en 2020, debido a la Covid-19. Sin embargo, en el año 2021 superaron las cifras del año anterior posicionándose en 15 millones de dólares canadienses, lo que le daba una cuota de mercado del 8 %, retornando de nuevo a las cifras aproximadas anteriores.

En lo que a la demanda se refiere, los cítricos españoles van ganando popularidad gracias a su frescura y sabor. Además, las tendencias de los consumidores canadienses hacia estilos de vida más saludables y hacia productos de fácil consumo, impulsan la demanda de productos como las clementinas de origen español, que son fáciles de pelar y tienen una vida útil mayor. La provincia de Ontario es, con diferencia, la que agrupa el mayor porcentaje de consumo de cítricos en Canadá, fruto de su densidad demográfica.

En el caso de las clementinas, por ejemplo, el consumidor canadiense asocia las de origen español con calidad, lo cual valora, a pesar de que las clementinas de Marruecos sean más baratas. Esta asociación supone una oportunidad para las exportaciones desde España.

El comportamiento del precio de los cítricos sigue un patrón muy similar cada año, dado que se trata de productos estacionales. Al inicio de la temporada, cuando comienza el suministro, con los primeros embarques se fija el precio, que es normalmente elevado (puesto que en ese momento todavía no hay demasiada oferta presente en el mercado). Conforme llegan los suministros de clementinas del resto de exportadores, el precio baja, ya que la oferta es más amplia. Nuevamente, al final de la campaña, los precios vuelven a subir, particularmente en épocas señaladas como Navidades. Las variaciones en cuanto a precio están sujetas principalmente a los márgenes de distribución del importador, la volatilidad de los precios depende de las fluctuaciones del valor de la moneda, del resultado de las cosechas y de las fluctuaciones de los costos de los fletes.

³ Fuente: Statistics Canada



Con el estallido de la crisis sanitaria de la COVID-19, el mercado de cítricos en particular, y el de productos frescos en general, se enfrentó a una nueva situación que podía condicionar su consumo: el comercio *online* y la distribución en los hogares. Los consumidores canadienses limitaron sus visitas a los establecimientos de compra y empezaron a hacer uso de las plataformas *e-commerce* de los *retailers* para abastecerse. En este sentido, las cadenas de distribución han tenido que adaptarse a las exigencias de los consumidores asegurando un estándar de calidad de los productos que suministraban, ya que éstos no podían seleccionarlos directamente. De igual forma, adaptar los formatos de venta, optando por unidades de compra previamente agrupadas evitando el contacto directo de los clientes con el producto.

Una ventaja que destacar para el comercio de cítricos entre España y Canadá es la aprobación y puesto en marcha del acuerdo CETA, lo que supone no existen barreras relevantes de acceso al mercado canadiense: estos productos están libres de aranceles y, a nivel general, son productos con envases y etiquetado sencillos. No obstante, se han de tener en cuenta los requisitos generales de la legislación canadiense en materia de alimentación (*Food and Drug Regulations*) y las pautas marcadas por la CFIA (*Canadian Food Inspection Agency*).



2. Definición del sector

A continuación, pasamos a analizar las importaciones en Canadá de la categoría de cítricos frescos. Dentro del sector de frutas frescas, se registran relaciones comerciales internacionales para varios productos.

Según la cuota de mercado de la que cada uno disfruta, en la siguiente tabla se ordenan todos los productos que serán analizados en el presente estudio:

TABLA 1: CUOTA DE MERCADO (%) POR TIPO DE CÍTRICO SOBRE EL TOTAL DE LAS IMPORTACIONES DE LA CATEGORÍA (ÚLTIMOS 3 AÑOS).

Según distinción por código TARIC, de mayor a menor porcentaje de cuota en el último año (2021).

Producto	2019	2020	2021
Naranjas	31,36 %	32,73 %	31,67 %
Clementinas	21,81 %	22,53 %	21,77 %
Limonos y limas	22,67 %	20,86 %	21,47 %
Mandarinas, incluidas tangerinas y satsumas	16,12 %	16,17 %	17,45 %
Pomelos	5,78 %	6,34 %	6,30 %
Wilkings y cítricos híbridos similares	1,51 %	1,02 %	0,88 %
Otras frutas cítricas	0,76 %	0,34 %	0,46 %

Fuente: Trade Data Online (www.ic.gc.ca)

Las diferencias entre la mandarina y la clementina radican principalmente en su origen. La mandarina proviene de diferentes especies “*citrus*”, y es fruto del árbol mandarino. Es más parecido a la naranja, aunque de menor tamaño, y con un sabor más aromático y dulce por su mayor contenido de azúcar. Su piel también está más pegada a la carne de la fruta por lo que es ligeramente más compleja de pelar.

La clementina, por su parte, es un híbrido entre la naranja y la mandarina, por lo que, aunque su sabor sigue siendo dulce, es más agrio que las anteriores. Son de menor tamaño que las mandarinas, su piel es más fácil de pelar y no suelen contener semillas en el gajo.

Aunque ambas se cultivan en los meses más fríos del año (otoño-invierno), dependiendo del origen, las clementinas son más tardías que las mandarinas, llegando a estar en su momento álgido de producción y consumo en invierno.

Los limones o “*Citrus lemon*” no tienen definido un origen exacto, aunque se cree que puede ser India o China. Son fruto del árbol limonero, de ellos se puede extraer una mayor cantidad de zumo y su sabor es ligeramente más dulce que el de las limas. Igualmente, tienen un característico aroma intenso. Las limas son conocidas como “*Citrus aurantifolia*” (árbol de la lima) y tienen un origen asiático. Tienen un sabor ácido y son muy aromáticas.

2.1. Clasificación arancelaria

Los cítricos se encuentran clasificados en la partida arancelaria 0805 según el Sistema armonizado HS (HS System). Así, esta categoría se puede encontrar en la *Section II – Vegetable products; 08 – Edible fruits and nuts, peel of citrus fruits or melons; 0805 – Citrus fruit, fresh or dried*⁴.

A continuación, se expone la clasificación específica para cada uno de los productos incluidos en este análisis:

TABLA 2: CLASIFICACIÓN ARANCELARIA.

Según código TARIC

Código	Descripción del producto
0805.10	Naranjas, frescas o secas
0805.21	Mandarinas (incluidas tangerinas y satsumas), frescas o secas
0805.22	Clementinas, frescas o secas
0805.29	Otros cítricos: Wilkins y cítricos híbridos similares, frescos o secos
0805.40	Pomelos, frescos o secos
0805.50	Limonos y limas
0805.90	Otras frutas cítricas

Fuente: Market Access Map (www.macmap.org)

⁴ <https://www.macmap.org/en/resources/product-search>

3. Oferta – Análisis de competidores

3.1. Producción local

La producción canadiense de cítricos es inexistente. A nivel general del sector, la producción de frutas frescas en Canadá se centró en 2020 en manzanas (22 %), uvas (16 %), arándanos de arbusto alto (14 %), arándanos (13 %), fresas (11 %) ⁵.

La cuota de mercado de cítricos en Canadá en 2020 fue de un 42,69 %.

De hecho, los productos cítricos suponían, en el año 2020, más de un 1,2 % del total de las importaciones dentro del sector de fruta fresca y congelada

En 2021, se importaron mundialmente 822.711 dólares canadienses en cítricos, suponiendo ese mismo año que el 8,82 % fueron españoles, por un valor de 72.544 dólares canadienses. Además, España se enfrentó a un arancel medio del 0 % gracias al CETA en sus exportaciones.

Las limitaciones del país en la producción de cítricos frescos derivan de las condiciones climatológicas, ya que estos alimentos requieren de climas más cálidos, así como temporadas de cultivo más constantes a lo largo del año.

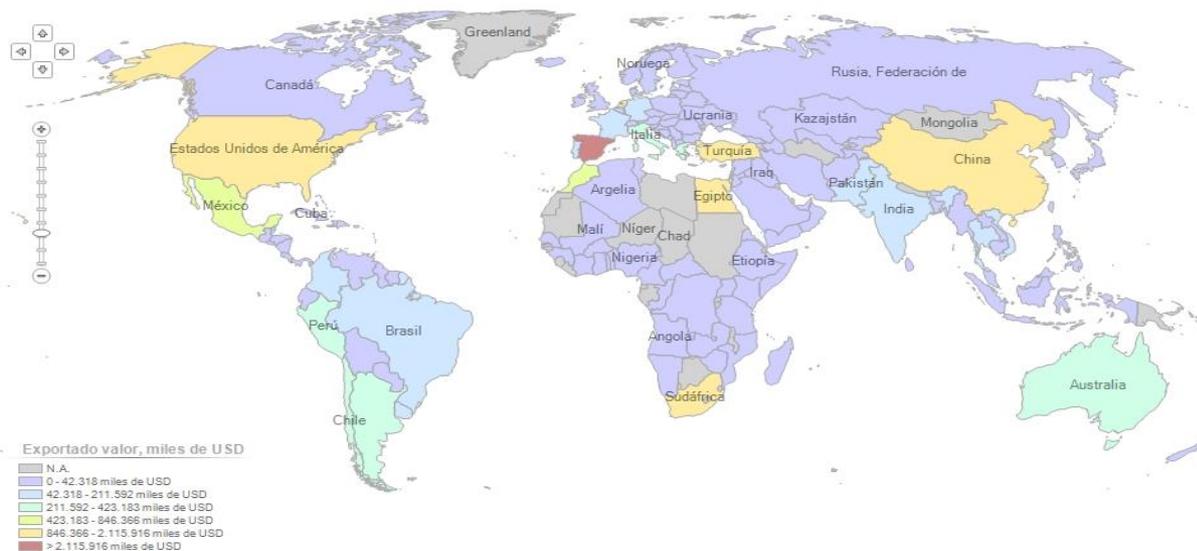
Tal es así, que los principales países productores de estas frutas son Brasil, China en sus zonas más tropicales, Estados Unidos, México, España, India o Egipto entre otros ⁶.

⁵ <https://www.agr.gc.ca/eng/canadas-agriculture-sectors/horticulture/horticulture-sector-reports/statistical-overview-of-the-canadian-fruit-industry-2019/?id=1564485377504#a1>

⁶ <https://www.atlasbig.com/en-us/countries-total-citrus-production>

IMAGEN 1: MAPA DE LOS PRINCIPALES PAÍSES DEL MUNDO PRODUCTORES DE CÍTRICOS

Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2021
 Producto : 0805 "Agrios ""cítricos"", frescos o secos"



Fuente: www.atlasbig.com

Como se puede observar en el mapa anterior los principales países exportadores de cítricos a nivel mundial serían, en primer lugar, España, seguido de Estados Unidos, Sudáfrica, Egipto, Turquía y China.

3.2. Intercambios comerciales: importaciones y balanza comercial

El consumo de cítricos en el mundo está en crecimiento desde finales del S. XX⁷, lo que ha provocado un aumento en su producción a nivel mundial. Las frutas más demandadas y con una mayor expansión han sido las naranjas, las clementinas, los limones y las limas. Esto supone que, con el incremento del consumo de clementinas, se espera que España mejore sus exportaciones de la categoría de clementinas (por sus similitudes ya comentadas anteriormente).

Canadá se encuentra dentro de los 20 principales países importadores para todos los productos de esta categoría⁸. En general, la balanza comercial de este país es deficitaria para los productos de fruta fresca, aunque es un gran productor de frutos del bosque o frutos rojos, donde agrupa el grosor

⁷ https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c724%7c%7c%7c%7c0805%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c1%7c%7c2%7c1%7c1%7c1

⁸ <https://downloads.usda.library.cornell.edu/usda-esmis/files/w66343603/hx11z749b/8p58q5793/citrus.pdf>



de sus exportaciones en este sector. Además, la evolución de las importaciones de producto fresco en esta categoría se mantiene en constante crecimiento, muy por encima de los productos procesados (gráfico 1).

En 2020 los principales países en los que realizó sus exportaciones fueron Estados Unidos, Japón y China respectivamente.

En la siguiente tabla se puede observar las frutas mayor producidas en Canadá en miles de dólares en el periodo 2016 - 2020

TABLA 1. FRUTAS MAYOR PRODUCIDAS EN CANADÁ

Valores en miles de dólares canadienses (2017 – 2020)

	2016	2017	2018	2019	2020	VAR % (2016 - 2020)
Arándanos de arbusto bajo	223,29	189,07	238,82	294,82	312,79	40,08
Arándanos de arbusto alto	199,11	220,30	236,02	257,94	224,69	12,85
Cerezas	77,57	71,51	90,59	67,61	72,21	-6,91
Arándanos	88,47	59,52	82,59	47,68	57,84	-34,62
Manzanas	51,23	51,70	45,22	41,09	42,32	-17,40
Frambuesas	12,90	10,56	9,22	9,07	12,88	-0,14
Fresas	2,79	5,99	10,17	11,45	11,52	313,16
Avellanas	42,00	114,00	417,00	183,00	2,07	-95,08
Sandía	440,00	370,00	172,00	608,00	317,00	-27,95
Uvas	1,15	1,89	882,00	1,34	177,00	1.5331,56
Otros	69,32	83,11	105,85	111,50	140,71	102,98
Total	726,31	694,14	819,95	843,30	877,53	20,82

Las tres mayores frutas producidas en Canadá son los arándanos de arbusto bajo, arándanos de arbusto alto y cerezas. Las tres cuartas partes las ocupan los arándanos tanto de arbusto alto como arbusto bajo. Después de Estados Unidos, Canadá es el segundo mayor productor comercial de arándanos del mundo y la industria cuenta con una cadena de suministro de producción y transformación totalmente integrada que utiliza prácticas de producción y tecnologías de transformación modernas.

TABLA 2. VALOR RECIBIDO DE LA EXPLOTACIÓN FRUTÍCOLA

Valores en miles de dólares canadienses (2016 – 2020)

	2016	2017	2018	2019	2020
Manzanas	233.147	228.955	249.28	245.74	259.091
Uvas	161.917	192.089	186.805	215.619	187.410
Arándanos de arbusto alto	163.319	155.913	177.149	182.13	161.816
Arándanos	157.933	114.858	142.96	133.409	154.891
Fresas	108.534	123.97	123.273	130.436	127.450
Arándanos de arbusto bajo	91.194	58.714	82.719	122.305	112.177
Cerezas	60.33	88.173	100.948	89.098	72.210
Melocotón	32.802	40.583	36.68	42.726	38.120
Frambuesas	37.952	34.942	35.452	32.128	28.596
Peras	9.081	9.536	9.638	10.714	10.298
Total	1.089.913	1.081.341	1.181.043	1.240.582	1.187.249

El valor en la explotación frutícola es el valor recibido por los productores en el momento de la primera transacción, cuando la propiedad cambia de manos por primera vez. Este valor excluye cualquier coste facturado por separado, como la entrega, el almacenamiento, la comercialización y la administración. Como se puede observar en la tabla, las tres primeras que obtuvieron mayores cifras fueron las manzanas, uvas y arándanos de arbusto alto, respectivamente. La cuota de 2020 de las manzanas fue de un 21,82 %, en relación con las uvas fue de un 15,79 % y por último los arándanos de arbusto alto un 13,63 %.⁹

A su vez, la producción de los arándanos de arbusto bajo se centra en Quebec, Nueva Escocia, Nuevo Brunswick y la Isla del Príncipe Eduardo.

⁹ <https://agriculture.canada.ca/en/canadas-agriculture-sectors/horticulture/horticulture-sector-reports/statistical-overview-canadian-fruit-industry-2020>

TABLA 3. TOP 10 PAÍSES IMPORTADORES DE FRUTA
Valores en miles de dólares canadienses (2016 – 2020)

	2016	2017	2018	2019	2020
Estados Unidos	2.689,103	2.619,606	2.584,074	2.567,435	2.771,177
México	787,96	940,06	950,71	1.064,281	1.102,445
Chile	407,88	347,34	378,56	355,04	305,92
Perú	132,08	149,61	175,88	237,31	278,98
Guatemala	266,91	311,36	300,65	292,41	272,55
Costa Rica	240,36	238,75	246,96	255,50	261,97
Sudáfrica	130,04	158,23	189,90	203,64	230,58
Turquía	194,05	148,14	154,01	145,18	154,23
Marruecos	125,08	136,25	124,07	124,74	139,31
Vietnam	121,19	137,29	150,37	128,37	122,35
Otros	869,52	870,29	946,67	994,97	1.016,254
Total	5.964,167	6.056,912	6.201,850	6.368,860	6.655,763

Los tres primeros países exportadores de fruta a Canadá son Estados Unidos, México y Chile, respectivamente. Cabe destacar que entre los 10 primeros países no se encuentra ninguno europeo.

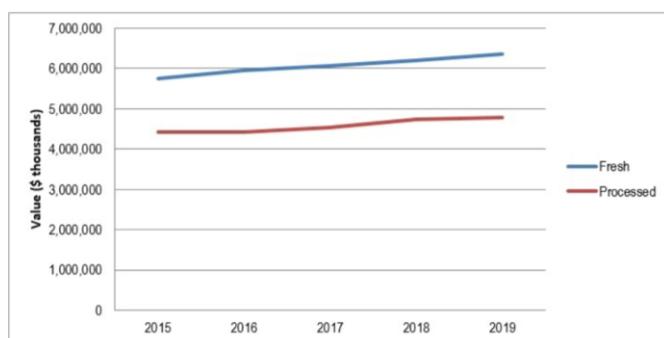
TABLA 4. CONSUMO DE FRUTAS EN CANADÁ
Valores en kg por persona (2016 – 2020)

	2016	2017	2018	2019	2020
Bananas	15,78	15,83	15,58	15,45	15,57
Manzanas	10,66	10,95	10,49	9,76	9,93
Melones	10,91	10,46	10,55	10,00	9,64
Naranjas	9,46	8,81	8,78	8,49	9,12
Uvas	4,31	4,39	4,54	4,49	4,46
Fresas	3,25	3,43	3,45	2,92	2,89
Piña	3,11	3,31	3,23	3,02	2,82
Arándanos	3,15	2,04	2,77	3,08	2,79
Aguacates	2,02	2,05	2,38	2,37	2,63
Limonos	1,72	1,81	1,85	1,86	1,92
Total	78,85	77,83	78,35	76,54	76,99

Como se puede observar en la tabla anterior las naranjas ocupan la cuarta posición de fruta con mayor consumo por la población canadiense, lo cual indica que el consumidor canadiense le gusta dicha fruta.

GRÁFICO 1: IMPORTACIONES CANADIENSES DE FRUTA (2015 – 2019)

Valores en millones de dólares



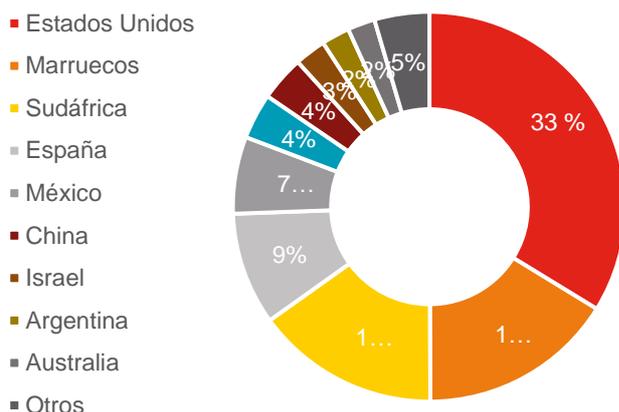
Fuente: Statistical Overview of the Canadian Fruit Industry 2019. *Últimos datos disponibles.*

Esto supone que el comercio de importación de cítricos en el país sea favorable y vaya en aumento. Sin embargo, demuestra a su vez que Canadá depende de países extranjeros para poder abastecer a la población de estos productos, debido a la ausencia de producción de cítricos del país.

En el siguiente gráfico 2 se muestran los principales países proveedores de cítricos a Canadá en el año 2021, distribuidos según el porcentaje que agrupaban el valor de las importaciones totales de este subsector. Aunque con similitudes, éstos varían según la partida arancelaria. La buena posición de España se debe a su volumen en la exportación de naranjas, clementinas y limones principalmente.

GRÁFICO 2: DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO POR EXPORTADOR DE CÍTRICOS A CANADÁ EN VALOR.

Top 10 países en porcentaje del mercado sobre el total de cítricos (2021).



Fuente: Trade Data Online (www.ic.gc.ca).

A continuación, se puede observar los principales países importadores de cítricos bajo el código arancelario HS 0805.

TABLA 5: PRINCIPALES IMPORTADORES DE CÍTRICOS

Valores en miles de dólares canadienses (2017 – 2021)

País	2017	2018	2019	2020	2021	2021 CUOTA	VAR (2017- 2021) %
	VALOR (CAD)						
Estados Unidos	285.499.856	266.651.739	246.244.355	276.783.355	274.533.041	0	-4
Marruecos	136.092.317	123.375.220	124.164.759	132.179.239	140.057.085	0	3
Sudáfrica	91.524.209	107.928.928	94.015.870	124.256.100	134.779.467	0	47
España	55.568.030	99.263.646	93.571.682	76.375.575	72.544.128	0	31
México	43.414.090	42.503.846	52.514.736	52.320.759	55.996.150	0	29
China	27.958.886	29.039.650	24.907.158	30.552.940	27.552.399	0	-2
Argentina	28.462.364	25.078.892	22.504.639	18.981.985	21.422.668	0	-25
Israel	20.292.183	16.458.350	17.862.020	21.165.402	20.558.170	0	1
Australia	9.511.135	13.121.209	13.973.883	18.517.982	18.574.960	0	95
Perú	22.800.345	25.935.641	23.352.689	30.904.829	18.070.837	0	-21
Total	753.856.870	792.758.288	751.913.841	819.012.953	822.716.538	-	9

Fuente: Statistics Canada



Como se observa en la tabla anterior los principales países importadores de cítricos son Estados Unidos, Marruecos y Sudáfrica. Por otro lado, España ocupa el cuarto lugar, con una cuota de mercado del 9 % y una variación del 30,6 % en el periodo 2017 – 2021. En el año 2017 hubo un descenso en cifras. A pesar de ello, en el año 2018 hubo un aumento considerable del 78,63 % en el valor de las importaciones creando un escenario positivo hasta llegar al periodo 2020 -2021 en el cual las cifras disminuyeron de nuevo.

Son muchos los importadores que comercian con cítricos en Canadá. Según la base de datos Canadian Imports Database¹⁰, los cítricos con mayor número de importadores son los pomelos, los limones y limas, seguidos de las naranjas, mandarinas y clementinas. Los *Wilking*s y otros híbridos son la fruta de esta categoría que importan el menor número de empresas canadienses. Hay que destacar que varios de ellos son importados por la misma empresa. No obstante, es frecuente que una compañía que adquiere naranjas también lo haga con mandarinas, clementinas, limas y limones o pomelos. Por su parte, aquellas que comercian con mandarinas no suelen hacerlo también con clementinas, y viceversa.

Según Statistics Canada en 2020 hubo un total de 65 empresas importadoras de cítricos bajo el HS: a Canadá. La mayoría de ellas se encuentran en Ontario (43 %), British Columbia (33,9 %), Quebec (7,7 %) y Alberta (7,7 %). El resto de ellas están repartidas entre Alberta, Nueva Escocia y Saskatchewan y Nuevo Brunswick.

¹⁰ Para más información específica por código TARIC visitar la página web: <http://www.ic.gc.ca/eic/site/cid-dic.nsf/eng/Home>



MAYORES IMPORTADORES DE CÍTRICOS CANADIENSES EN 2020

MAYORES IMPORTADORES DE CÍTRICOS CANADIENSES EN 2020			
Compañía	Ciudad	Provincia	Código Postal
BURNAC PRODUCE	Toronto	Ontario	M8Y 1H8
BUY-LOW FOODS DIVISION	Vancouver	British Columbia	V6C 1C7
CANADAWIDE FRUIT WHOLESALERS INC	Montréal	Quebec	H4N 1J5
CAESPAN NORTH AMERICA INC.	Saint-Laurent	Quebec	H4T 2B5
CHENAIL FRUITS & LEGUMES	Montréal	Quebec	H2P 1G5
COSTCO WHOLESALE CANADA LTD	Ottawa	Ontario	K2E 1C5
DOMINION CITRUS & DRUGS	Toronto	Ontario	M8Y 1H8
F.G.LISTER & CO., LIMITED	Toronto	Ontario	M8W 4X7
F.P.D., INC.	Carson	California	
FEDERATED CO-OPERATIVES LIMITED	Saskatoon	Saskatchewan	S7K 0H2
FRESH ADVANCEMENTS INC.	Mississauga	Ontario	L4Y 1R6
FRESH DIRECT PRODUCE LTD.	Vancouver	British Columbia	V6A 2K6
FRESH TASTE PRODUCE LIMITED	Toronto	Ontario	M8Y 1H8
FRESHPOINT VANCOUVER, LTD.	Vancouver	British Columbia	V6A 3S9
FRUITS & LEGUMES GAETAN BONO INC.	Montréal	Quebec	H1Z 4H7
GAMBLES ONTARIO PRODUCE INC.	Toronto	Ontario	M8V 2W9
GLOBAL CITRUS GROUP INC.	Millgrove	Ontario	L0R 1V0
KROPS IMPORTS INC./IMPORTATIONS KROPS INC.	Anjou	Quebec	H1J 0A6
KROWN PRODUCE INC	Saskatoon	Saskatchewan	S7H 0S3
LOBLAWS INC.	Brampton	Ontario	L6Y 5S5
LONGO BROTHERS FRUIT MARKETINC	Woodbridge	Ontario	L4H 3M6
M. L. CATANIA COMPANY LIMITED	Mississauga	Ontario	L5A 2W4
METRO ONTARIO INC.	Toronto	Ontario	M9B 1B9
NORTH AMERICAN PRODUCE BUYERSLIMITED	Toronto	Ontario	M8Y 1H8
SA FRUIT INC.	Toronto	Ontario	M2L 2S6
SAVE-ON-FOODS LIMITED PARTNERSHIP	Langley	British Columbia	V1M 3B6
SOBEYS ONTARIO	Mississauga	Ontario	L4W 0C7
STAR PRODUCE LTD.	Saskatoon	Saskatchewan	S7J 3S6
SYSCO CANADA, INC.	Toronto	Ontario	M9B 6J8



T & T SUPERMARKET INC.	Richmond	British Columbia	V6W 1J2
THE PRODUCE TERMINAL	Vancouver	British Columbia	V6A 2K2
TOMATO KING 2010 INC.	Toronto	Ontario	M8Y 1H8
WESTCOAST PRODUCE A DIV OF BUY-LOW FOODS LTD	Surrey	British Columbia	V4N 4H1

Como se puede observar en la siguiente tabla 6 se muestran las importaciones de las seis principales provincias canadienses en el periodo del 2017 - 2021 que obtuvieron una mayor cuota de mercado. Dichas provincias fueron Quebec con un 61,15 %, seguido de Ontario con un 30,61 % y por último Nova Scotia con un 7,84 %.

TABLA 6. IMPORTACIONES EN LAS PRINCIPALES PROVINCIAS CANADIENSES

Valores en miles de dólares canadienses (2017 – 2021)

País	2017	2018	2019	2020	2021	Cuota 2021 %
Quebec	32.107.950	53.424.878	52.342.720	44.299.081	44.363.349	61,15360433
Ontario	21.954.238	42.605.071	37.052.188	27.388.895	22.203.837	30,60735253
Nova Scotia	911.800	1.531.377	2.833.881	3.663.959	5.688.699	7,841708429
British Columbia	590.620	1.667.470	1.245.045	1.020.704	283.986	0,391466557
Alberta	3.422	34.850	97.848	2.936	3.513	0,00484257
Manitoba					744	0,001025583
Subtotal	55.568.030	99.263.646	93.571.682	76.375.575	72.544.128	100
Others	698.288.840	693.494.642	658.342.159	742.637.378	750.167.031	-
<i>Total All Countries</i>	<i>753.856.870</i>	<i>792.758.288</i>	<i>751.913.841</i>	<i>819.012.953</i>	<i>822.711.159</i>	-

TABLA 7: BALANZA COMERCIAL EN CANADÁ. CÍTRICOS. TOTAL, TODOS LOS PAÍSES
Valores en CAD (2017 - 2021).

Concepto	2017	2018	2019	2020	2021
TOTAL CÍTRICOS	-753.240.579	-792.226.780	-751.692.371	-818.833.123	-822.324.100
Importaciones	753.856.870	792.758.288	751.913.841	819.012.953	822.716.538
Exportaciones	616.291	531.508	221.470	179.830	392.438
PARTIDA ARANCELARIA					
080510 – Naranjas	-253.335.297	-276.929.809	-235.731.777	-268.026.297	-260.422.848
Importaciones	253.368.947	276.977.110	235.763.024	268.101.640	260.588.607
Exportaciones	33.650	47.301	31.247	75.343	165.759
080521 – Mandarinas, incluyendo tangerinas y satsumas	-101.341.535	-119.780.079	-121.180.819	-132.365.253	-143.566.947
Importaciones	101.342.530	119.796.635	121.181.508	132.370.098	143.566.947
Exportaciones	995	16.556	689	4.845	
080522 – Clementinas	-169.998.510	-156.892.847	-163.994.435	-184.503.397	-179.041.275
Importaciones	170.018.605	156.911.786	164.026.229	184.554.267	179.080.304
Exportaciones	20.095	18.939	31.794	50.870	39.029
080529 – Wilkins y cítricos híbridos similares	-6.637.909	-11.135.825	-11.320.856	-8.368.740	-7.264.300
Importaciones	6.641.108	11.144.445	11.330.065	8.381.312	7.267.821
Exportaciones	3.199	8.620	9.209	12.572	3.521
080540 – Pomelos	-6.637.909	-11.135.825	-11.320.856	-8.368.740	-7.264.300
Importaciones	46.411.184	47.588.779	43.461.916	51.921.405	51.812.440
Exportaciones	5.590	988	3.089	5.033	930
080550 – Limones y limas	-172.612.007	-176.428.747	-170.438.545	-170.854.307	-176.549.229
Importaciones	172.635.564	176.446.846	170.456.080	170.873.346	176.652.313
Exportaciones	23.557	18.099	17.535	19.039	103.084
080590 – Otras frutas cítricas	-2.909.727	-3.471.682	-5.567.112	-2.798.757	-3.667.991



Importaciones	3.438.932	3.892.687	5.695.019	2.810.885	3.748.106
Exportaciones	529.205	421.005	127.907	12.128	80.115

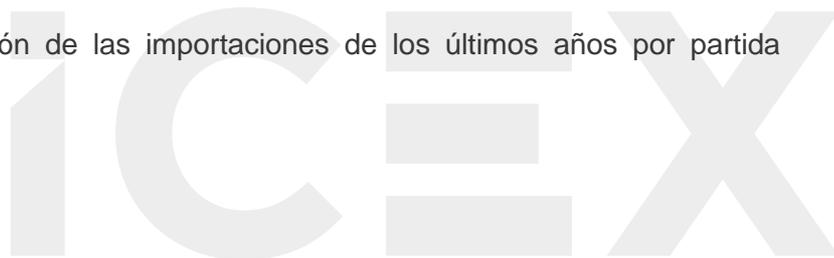
Fuente: Trade Data Online (www.ic.gc.ca)

*Para las partidas arancelarias 080521, 080522 y 080529 no se recogen datos en el año 2016 debido a que anteriormente estaban todos agrupados bajo un mismo código HS (080520) que se dividió a partir del año siguiente.

Las naranjas son el cítrico con mayor volumen de importación a Canadá, seguidas de las clementinas, limones y limas.

Esta tendencia al alza puede haber sido consecuencia de la crisis sanitaria, en la que la población mundial empezó a tomar mayor conciencia de su salud y a buscar alimentos más funcionales y que les aportasen mayores beneficios, como es el caso de los cítricos por su alto contenido en vitamina, especialmente, la Vitamina C, ya que ayuda al funcionamiento del sistema inmunitario.

A continuación, se analiza la evolución de las importaciones de los últimos años por partida arancelaria y país de origen.





3.2.1. 0805.10 – Naranjas

Para las naranjas, es EE. UU. el principal suministrador de mercancía a Canadá, con crecimientos en los últimos años. Éste, ha disminuido su valor de exportaciones desde el inicio del periodo analizado, aunque el pasado año 2020 se recuperó ligeramente respecto al 2019. Sin embargo, disminuyó de nuevo el año 2021.

España, por su parte, a pesar de presentar una tendencia positiva entre los años 2017 y 2021. En los años 2020 y 2021 bajó considerablemente su volumen de ventas. Aun así, mantiene una cuota de mercado del 10,51 %, lo que le sitúa como tercer importador más importante proporcionándole una buena posición como socio comercial de Canadá en la venta de naranjas.

Sudáfrica, a pesar de posicionarse como el segundo *partner* de Canadá en la exportación de este producto, es el que más estable se ha mantenido a lo largo del periodo, con ligeras fluctuaciones tanto al alza como a la baja.

TABLA 8: IMPORTACIONES POR PAÍS DE NARANJAS A CANADÁ

Valores en miles de CAD y cuota de mercado (%) sobre el total de las naranjas importadas, HS: 080510. (2017-2021)

País	2017		2018		2019		2020		2021		VAR (2017 - 2021) %
	VALOR (CAD)	CUOTA (%)									
Estados Unidos	162.505.766	64,14 %	156.506.171	56,51 %	123.650.538	52,45 %	154.048.866	57,46 %	142.230.249	54,58 %	-12,48
Sudáfrica	42.514.124	16,78 %	47.717.266	17,23 %	35.967.971	15,26 %	46.509.057	17,35 %	48.474.427	18,60 %	14,02
España	19.810.836	7,82 %	38.134.174	13,77 %	38.135.097	16,18 %	29.036.534	10,83 %	27.374.240	10,51 %	38,18
Marruecos	8.007.120	3,16 %	12.686.605	4,58 %	18.887.128	8,01 %	14.252.736	5,32 %	18.453.330	7,08 %	130,46
Australia	8.061.190	3,18 %	9.254.003	3,34 %	6.435.341	2,73 %	8.231.389	3,07 %	9.966.975	3,83 %	23,64
Argentina	2.232.736	0,88 %	794.967	0,29 %	1.461.844	0,62 %	2.564.414	0,96 %	3.050.584	1,17 %	36,63
Egipto	1.148.254	0,45 %	3.265.882	1,18 %	981.931	0,42 %	1.766.931	0,66 %	2.537.728	0,97 %	121,01
Chile	4.550.724	1,80 %	2.975.282	1,07 %	5.577.733	2,37 %	3.904.643	1,46 %	2.071.544	0,80 %	-54,48
Zimbawe	490	0,00 %			82.321	0,03 %	680.472	0,25 %	1.636.627	0,63 %	-
México	1.431.378	0,56 %	1.476.621	0,53 %	1.127.422	0,48 %	1.238.709	0,46 %	1.251.592	0,48 %	-12,56
Total	253.368.947	100,00 %	276.977.110	100,00 %	235.763.024	100,00 %	268.101.640	100,00 %	260.566.843	100,00 %	2,84

Fuente: Trade Data Online (www.ic.gc.ca).

3.2.2. 0805.21 – Mandarinas, tangerinas y satsumas

Con respecto a las mandarinas, tangerinas y satsumas, más de la mitad de las importaciones del mercado las agrupan tres países: EE. UU., China y Perú. En este caso España se encuentra en la décima posición como exportador más importante. En 2021 contaba con una cuota de mercado del 1,93 % y una variación entre los años 2017 – 2021 del **-23 %**

TABLA 9: IMPORTACIONES POR PAÍS DE MANDARINAS, TANGERINAS Y SATSUMAS A CANADÁ (2017 – 2020).

Valores en miles de CAD y cuota de mercado (%) sobre el total de las importadas.HS: 080521

País	2017		2018		2019		2020		2021		VAR (2017-2021)
	VALOR (CAD)	CUOTA (%)									
Estados Unidos	23.824.326	23,51 %	23.775.746	19,85 %	35.778.796	29,52 %	31.720.726	23,96 %	49.196.647	34,26 %	106
China	22.719.568	22,42 %	21.550.777	17,99 %	18.264.231	15,07 %	22.664.697	17,12 %	19.784.895	13,78 %	-13
Peru	21.021.567	20,74 %	23.738.812	19,82 %	20.518.511	16,93 %	23.754.519	17,95 %	15.413.899	10,73 %	-27
Sudáfrica	6.837.385	6,75 %	9.962.972	8,32 %	11.541.087	9,52 %	13.243.036	10,00 %	14.852.744	10,34 %	117
Marruecos	4.009.721	3,96 %	12.020.628	10,03 %	4.399.155	3,63 %	6.683.956	5,05 %	13.159.819	9,16 %	228
Australia	973.278	0,96 %	2.707.711	2,26 %	6.721.886	5,55 %	8.966.743	6,77 %	7.842.833	5,46 %	706
Chile	3.346.574	3,30 %	7.682.096	6,41 %	6.656.621	5,49 %	7.249.028	5,48 %	6.070.307	4,23 %	81
Argentina	4.546.315	4,49 %	5.552.185	4,63 %	3.827.746	3,16 %	4.955.234	3,74 %	5.566.471	3,88 %	22
Israel	6.023.820	5,94 %	5.470.519	4,57 %	5.544.807	4,58 %	5.589.770	4,22 %	4.294.401	2,99 %	-29
España	3.622.779	3,57 %	3.742.921	3,12 %	3.931.511	3,24 %	2.953.568	2,23 %	2.777.127	1,93 %	-23
Total	101.342.530	100,00 %	119.796.635	100,00 %	121.181.508	100,00 %	132.370.098	100,00 %	143.601.799	100,00 %	42

Fuente: Trade Data Online (www.ic.gc.ca).

*Los datos de esta partida arancelaria están disponibles a partir de 2017, ya que, a hasta entonces, Statcan la agrupaba bajo la partida 080520 – Mandarinas, clementinas, wilkings y similares

3.2.3. 0805.22 – Clementinas

En el caso de las clementinas, el primer país importador es Marruecos, seguido de España y Sudáfrica. España, se encuentra en segunda posición con una variación de mercado entre los años 2017 y 2021 del 51,84 % y una cuota del 14,42 % en el año 2021, por lo que la cuota ha disminuido en relación con 2020 ya contaba con una cuota del 17,40 %. En cuanto a exportaciones se refiere, Marruecos exportó a Canadá cuatro veces más que España.

TABLA 10: IMPORTACIONES POR PAÍS DE CLEMENTINAS A CANADÁ (2017 – 2021).

Valores en miles de CAD y cuota de mercado (%) sobre el total de las importadas. HS: 080522

País	2017		2018		2019		2020		2021		VAR (2017 - 2021) %
	VALOR (CAD)	CUOTA A (%)									
Marruecos	122.782.764	72,22 %	96.213.943	61,32 %	92.851.550	56,61 %	106.246.334	57,57 %	104.326.766	58,26 %	-15,03 %
España	17.002.323	10,00 %	31.101.344	19,82 %	31.953.015	19,48 %	32.115.526	17,40 %	25.816.871	14,42 %	51,84 %
Sudáfrica	7.603.152	4,47 %	11.542.931	7,36 %	11.197.657	6,83 %	17.549.688	9,51 %	18.794.431	10,49 %	147,19 %
Estados Unidos	7.443.846	4,38 %	5.977.020	3,81 %	12.090.374	7,37 %	13.639.108	7,39 %	17.096.919	9,55 %	129,68 %
Israel	8.515.235	5,01 %	4.800.943	3,06 %	6.427.536	3,92 %	7.033.650	3,81 %	7.054.683	3,94 %	-17,15 %
Uruguay	1.468.170	0,86 %	1.598.249	1,02 %	2.539.741	1,55 %	2.742.381	1,49 %	1.933.334	1,08 %	31,68 %
Peru	584.851	0,34 %	849.268	0,54 %	1.378.681	0,84 %	2.581.459	1,40 %	1.489.885	0,83 %	154,75 %
Argentina	3.401.615	2,00 %	2.545.249	1,62 %	4.400.711	2,68 %	1.559.188	0,84 %	1.280.907	0,72 %	-62,34 %
Chile	944.788	0,56 %	1.938.426	1,24 %	1.003.700	0,61 %	939.019	0,51 %	996.452	0,56 %	5,47 %
Macao	45.602	0,03 %	64.710	0,04 %	40.850	0,02 %			134.214	0,07 %	194,32 %
Total	170.018.605	100,00 %	156.911.786	100,00 %	164.026.229	100,00 %	184.554.267	100,00 %	179.085.536	100,00 %	5,33 %

Fuente: Trade Data Online (www.ic.gc.ca).

*Los datos de esta partida arancelaria están disponibles a partir de 2017, ya que, a hasta entonces, Statcan la agrupaba bajo la partida 080520 – Mandarinas, clementinas, Wilkins y similares

3.2.4. 0805.29 – Wilkins y cítricos híbridos

Estados Unidos, Marruecos y Chile ocupan los tres primeros lugares en 2021 como importadores de Wilkins y cítricos híbridos, respectivamente. Agrupan aproximadamente el 70,50 % de las importaciones de esta variedad de cítricos a Canadá. Por otra parte, España ocupa la décima posición en 2021 con una variación de 254,77 % entre los años 2017 – 2021 y una cuota del 1,67 % en 2021, lo que implica una disminución de **-46,82 %** respecto a 2020.

TABLA 11: IMPORTACIONES POR PAÍS DE WILKINS Y CÍTRICOS HÍBRIDOS A CANADÁ (2017 – 2021).

Valores en miles de CAD y cuota de mercado (%) sobre el total de los importados. HS:080529

País	2017		2018		2019		2020		2021		VAR (2017 - 2021) %
	VALOR (CAD)	CUOTA A (%)	VALOR (CAD)	CUOTA A (%)	VALOR (CAD)	CUOTA A (%)	VALOR (CAD)	CUOTA A (%)	VALOR (CAD)	CUOTA A (%)	
Estados Unidos	2.285.688	34,42 %	6.295.492	56,49 %	2.324.654	20,52 %	2.435.101	29,05 %	2.590.690	35,65 %	13,34 %
Marruecos			337.550	3,03 %	4.387.337	38,72 %	2.392.100	28,54 %	1.445.202	19,88 %	-
Chile	1.236.574	18,62 %	1.226.991	11,01 %	640.743	5,66 %	87.012	1,04 %	1.087.953	14,97 %	12,02 %
Peru	759.656	11,44 %	763.649	6,85 %	1.204.597	10,63 %	1.937.257	23,11 %	679.735	9,35 %	-10,52 %
China	90.432	1,36 %	150.931	1,35 %	75.882	0,67 %	218.245	2,60 %	316.698	4,36 %	250,21 %
Sudáfrica	583.965	8,79 %	462.336	4,15 %	120.026	1,06 %	636.467	7,59 %	273.514	3,76 %	-53,16 %
Chipre	623.406	9,39 %	854.146	7,66 %	685.428	6,05 %			164.592	2,26 %	-73,60 %
Vietnam	10.624	0,16 %	45.824	0,41 %	61.758	0,55 %	78.009	0,93 %	153.423	2,11 %	1344,12 %
India							25	0,00 %	143.728	1,98 %	-
España	34.134	0,51 %	440.138	3,95 %	1.234.926	10,90 %	263.220	3,14 %	121.098	1,67 %	254,77 %
Total	6.641.108	100,00 %	11.144.445	100,00 %	11.330.065	100,00 %	8.381.312	100,00 %	7.267.821	100,00 %	9,44 %

Fuente: Trade Data Online (www.ic.gc.ca).

*Los datos de esta partida arancelaria están disponibles a partir de 2017, ya que, a hasta entonces, Statcan la agrupaba bajo la partida 080520 – Mandarinas, clementinas, wilkings y similares.

3.2.5. 0805.40 – Pomelos

TABLA 12: IMPORTACIONES POR PAÍS DE POMELOS A CANADÁ (2017 – 2021).

Valores en miles de CAD y cuota de mercado (%) sobre el total de los pomelos importados. HS: 080540

País	2017		2018		2019		2020		2021		VAR (2017 - 2021) %
	VALOR (CAD)	CUOTA A (%)									
Estados Unidos	24.169.090	52,08 %	19.283.393	40,52 %	19.372.570	44,57 %	18.951.461	36,50 %	14.280.744	27,56 %	-40,9
Sudáfrica	9.166.162	19,75 %	13.471.200	28,31 %	9.777.803	22,50 %	10.118.245	19,49 %	12.276.786	23,69 %	33,9
Israel	4.714.165	10,16 %	4.585.384	9,64 %	3.947.818	9,08 %	7.793.987	15,01 %	8.935.322	17,25 %	89,5
China	4.231.715	9,12 %	5.873.127	12,34 %	5.014.656	11,54 %	5.810.316	11,19 %	5.446.904	10,51 %	28,7
Méjico	1.611.795	3,47 %	482.496	1,01 %	899.503	2,07 %	2.368.720	4,56 %	2.744.870	5,30 %	70,3
Turquía	587.524	1,27 %	808.683	1,70 %	485.623	1,12 %	2.023.841	3,90 %	2.491.388	4,81 %	324,0
Vietnam	230.634	0,50 %	238.927	0,50 %	492.028	1,13 %	1.741.724	3,35 %	2.032.575	3,92 %	781,3
Marruecos	27.045	0,06 %	949.062	1,99 %	1.725.965	3,97 %	1.039.587	2,00 %	1.246.616	2,41 %	4.509,4
España	568.883	1,23 %	1.039.048	2,18 %	643.462	1,48 %	259.249	0,50 %	1.036.804	2,00 %	82,3
Taiwán	70.458	0,15 %	98.958	0,21 %	345.011	0,79 %	447.195	0,86 %	411.294	0,79 %	483,7
Total	46.411.184	100,00 %	47.588.779	100,00 %	43.461.916	100,00 %	51.921.405	100,00 %	51.812.440	100,00 %	11,6

 Fuente: Trade Data Online (www.ic.gc.ca).

En esta partida, EE. UU. y Sudáfrica agrupan la mitad de la importación de pomelos en Canadá en el año 2021. Sin embargo, es destacable el cambio de tendencia en 2021 de EE. UU.; cuando pierde casi un 41 % de su volumen de exportaciones respecto a 2017, lo cual hace que Sudáfrica con un aumento del 33,9 % respecto a 2017, prácticamente alcance el volumen de Estados Unidos. Se podría estimar que, de seguir con esta tendencia, Sudáfrica se sitúe como líder del mercado.

Por su parte, España solo tiene un 2 % del mercado, situándose solo por delante de Taiwán, pese a que sus exportaciones a Canadá han aumentado en un 82,3 % para los años analizados.

0805.50 – Limones y limas

TABLA 13: IMPORTACIONES POR PAÍS DE LIMONES Y LIMAS A CANADÁ (2017 – 2021).

Valores en miles de CAD y cuota de mercado (%) sobre el total de los importados.

País	2017		2018		2019		2020		2021		VAR (2017 - 2021) %
	VALOR (CAD)	CUOTA (%)									
México	40.154.8 23	23,26 %	39.972.2 15	22,65 %	49.587.6 07	29,09 %	48.097.6 64	28,15 %	50.641.9 54	28,67 %	26,12
Estados Unidos	64.782.6 68	37,53 %	54.392.3 89	30,83 %	52.456.4 92	30,77 %	55.775.4 98	32,64 %	48.965.8 73	27,72 %	-24,42
Sudáfrica	24.806.7 40	14,37 %	24.760.7 69	14,03 %	25.394.9 91	14,90 %	36.195.9 98	21,18 %	40.114.2 68	22,71 %	61,71
España	14.483.1 15	8,39 %	24.728.8 29	14,01 %	17.556.4 74	10,30 %	11.729.4 46	6,86 %	15.306.4 50	8,66 %	5,68
Argentina	18.078.3 46	10,47 %	15.905.8 99	9,01 %	12.692.1 67	7,45 %	9.903.14 9	5,80 %	11.281.4 92	6,39 %	-37,60
Turquía	1.885.26 5	1,09 %	5.672.87 8	3,22 %	2.949.55 5	1,73 %	2.598.18 5	1,52 %	3.038.02 3	1,72 %	61,15
Marruecos	1.265.66 7	0,73 %	1.167.07 2	0,66 %	1.913.24 5	1,12 %	1.558.81 8	0,91 %	1.427.16 1	0,81 %	12,76
Chile	834.463	0,48 %	1.622.06 7	0,92 %	1.166.21 3	0,68 %	643.472	0,38 %	1.312.86 8	0,74 %	57,33
Brasil	1.498.09 1	0,87 %	2.493.00 9	1,41 %	2.453.69 2	1,44 %	1.348.45 8	0,79 %	1.213.89 3	0,69 %	-18,97
Uruguay	1.527.84 8	0,89 %	1.205.33 8	0,68 %	976.359	0,57 %	502.634	0,29 %	685.270	0,39 %	-55,15
Total	172.635. 564	100,00 %	176.446. 846	100,00 %	170.456. 080	100,00 %	170.873. 346	100,00 %	176.651. 052	100,00 %	2,33

 Fuente: Trade Data Online (www.ic.gc.ca).

El comercio internacional de limones y limas en Canadá está bastante concentrado en tres países: México, EE. UU. y Sudáfrica. Entre ellos agrupan aproximadamente un 80 % de las importaciones de estos productos al país. En relación con México y EEUU, obtuvieron una cuota de mercado del 66 % en 2021 entre ambos. Si añadimos Sudáfrica, un país que juega un papel clave tal y como hemos visto a lo largo del estudio, estos tres países llegan a copar casi el 80 % del mercado en 2021.

Como en otros productos, se observa un cambio de tendencia claro, perdiendo EE. UU. un 24 % de volumen entre 2017 y 2021, mientras que México lo aumentaba en un 26 % y Sudáfrica en un 6 % para el mismo periodo.

España se sitúa después de estos países como cuarto países con mayor cuota de mercado con un 8,66 % de mercado en 2021, gracias a que ha aumentado sus exportaciones en un 5,68 %.

3.2.6. 0805.90 – Otros cítricos

TABLA 14: IMPORTACIONES POR PAÍS DE OTROS CÍTRICOS A CANADÁ (2017 – 2021).

Valores en miles de CAD y cuota de mercado (%) sobre el total de los importados..HS: 080550

País	2017		2018		2019		2020		2021		VAR (2017 - 2021) %
	VALOR (CAD)	CUOTA A (%)									
México	196.868	5,72 %	349.743	8,98 %	795.891	13,98 %	336.892	11,99 %	1.241.888	33,13 %	530,82
China	778.290	22,63 %	777.258	19,97 %	1.064.943	18,70 %	777.592	27,66 %	966.362	25,78 %	24,16
Vietnam	209.407	6,09 %	202.038	5,19 %	242.887	4,26 %	289.335	10,29 %	207.373	5,53 %	-0,97
India	131.602	3,83 %	225.912	5,80 %	117.612	2,07 %	107.015	3,81 %	175.525	4,68 %	33,38
Ecuador	3.749	0,11 %	13.056	0,34 %	20.921	0,37 %	134.457	4,78 %	165.837	4,42 %	4323,50
Estados Unidos	488.472	14,20 %	421.528	10,83 %	570.931	10,03 %	212.595	7,56 %	115.958	3,09 %	-76,26
España	45.960	1,34 %	77.192	1,98 %	117.197	2,06 %	18.032	0,64 %	114.304	3,05 %	148,70
Jamaica	63.328	1,84 %	33.976	0,87 %	82.188	1,44 %	43.009	1,53 %	97.768	2,61 %	54,38
Colombia	11.225	0,33 %	8.546	0,22 %	16.237	0,29 %	7.837	0,28 %	96.407	2,57 %	758,86
Brasil	33.603	0,98 %	19.282	0,50 %	61.659	1,08 %	15.953	0,57 %	76.044	2,03 %	126,30
Total	3.438.932	100,00 %	3.892.687	100,00 %	5.695.019	100,00 %	2.810.885	100,00 %	3.748.183	100,00 %	8,99

 Fuente: Trade Data Online (www.ic.gc.ca).

Al observar las importaciones de otros cítricos en Canadá, vemos una clara diferencia respecto al resto de productos analizados, EEUU y Sudáfrica no están presentes. EE. UU. quien era el segundo país exportador en 2017 ha visto como sus exportaciones caían en más de un 76 % en los años analizados.

En su lugar, México con un aumento de más del 530 % entre 2017 y 2021 en las exportaciones, se coloca como líder con un 33 % del mercado en 2021, seguido de China con casi un 26 % del mercado en 2021.

España se coloca en séptimo lugar detrás de Vietnam, India, Ecuador y EE. UU., con un 3,05 % del mercado en 2021, teniendo un aumento de casi el 150 % entre 2017 y 2021.

4. Demanda

Los cítricos son preferidos por los canadienses para su consumo en invierno. Demandados gracias a su sabor y frescura tan característicos. Además, gracias a la calidad nutricional de estos productos, los cítricos son una opción muy saludable para incluir en las comidas, de manera que incluso es el propio gobierno canadiense el que recomienda su introducción en la dieta¹¹. Así, las naranjas, por ejemplo, se ofrecen como una opción saludable de postre a otros productos.

La pandemia de la COVID-19 ha contribuido a que cada vez más los consumidores canadienses busquen productos que contribuyen a mejorar su sistema inmunológico. Así, la categoría de cítricos puede seguir incrementando su consumo, pues cada vez más se le atribuyen una serie de beneficios nutricionales más allá de la vitamina C, como propiedades antioxidantes o la prevención de ciertas enfermedades¹².

Históricamente, la compra y consumo de cítricos se veía limitada para el consumidor por razones como los altos precios, la desconfianza en el proceso de producción (p.ej. uso de pesticidas en el cultivo) o una corta vida útil¹³. Con el tiempo, estas barreras de consumo se han ido suprimiendo, de manera que las relaciones comerciales entre productor y comprador/importador han ido mejorando para llegar a mejores acuerdos. Además, las cadenas de producción y suministro han evolucionado para garantizar la buena conservación del producto en todo el proceso de transporte, manteniendo los atributos básicos como la frescura o el color, así como garantizar unos volúmenes mínimos de abastecimiento. Sin embargo, merece la pena destacar que, en la categoría de cítricos en particular, el precio es muy sensible a posibles variaciones climáticas, pues de éstas dependen directamente los cultivos y, en consecuencia, la cantidad de producto disponible.

Según las diferentes regiones de Canadá, la demanda de productos cítricos varía considerablemente, tal y como se muestra en el gráfico 3¹⁴, siendo Ontario la provincia del país que más volumen recibe (o más del 50 % del total de las importaciones de cítricos se hacen desde Ontario).

A partir del año 2017 British Columbia superó en cifras notablemente a Quebec (20 % y 10 % respectivamente en 2017), manteniendo cifras similares hasta 2021, donde British Columbia

¹¹ <https://food-guide.canada.ca/en/healthy-eating-recommendations/make-it-a-habit-to-eat-vegetables-fruit-whole-grains-and-protein-foods/eat-vegetables-and-fruits/>

¹² <https://www.canadianliving.com/health/nutrition/article/the-bright-side-of-citrus-fruit>

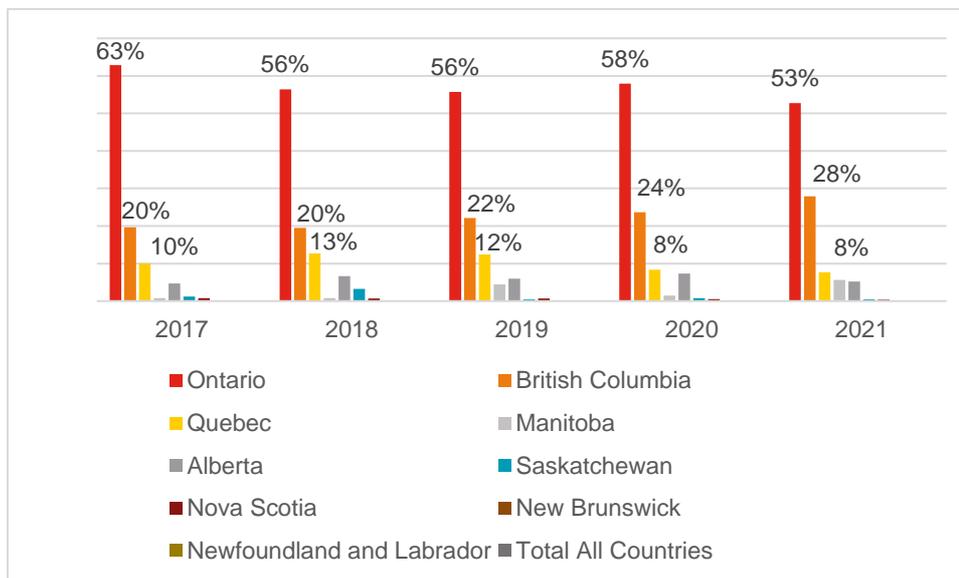
¹³ <http://www.fao.org/3/x2650t/x2650t03.htm>

¹⁴ https://www.ic.gc.ca/app/scr/tdst/tdo/crtr.html?grouped=GROUPED&searchType=KS_CS&naArea=9998&countryList=ALL&toFromCountry=CDN&reportType=TI&timePeriod=5%7CComplete+Years¤cy=PC&productType=HS6&hSelectedCodes=%7C805&runReport=true

aumentó sus cifras hasta llegar a un 28 % en comparación con el 8 % de importaciones de cítricos de Quebec.

GRÁFICO 3: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL (%) DE LAS IMPORTACIONES DE CÍTRICOS POR PROVINCIA

En Canadá 2017-2021



Fuente: elaboración propia de Statistics Canada

4.1. Factores determinantes de la compra

4.1.1. Factores sociodemográficos y económicos

La población de Canadá no ha dejado de aumentar en los últimos años. A cierre del último trimestre de 2022, la población total del país es superior a 38.929.902 millones de habitantes¹⁵, disminuyendo sus cifras respecto al año 2021 ya que el crecimiento fue ligeramente menor 38.426.473.

En 2021, la concentración de la población se mantuvo en 4 principales provincias: Ontario (38,7 %), Quebec (22,5 %), Columbia Británica (13,6 %) y Alberta (11,6 %). Los territorios del norte Nunavut y Yukon son los que agrupan la menor población.

El país presenta una tendencia envejecida de la población. A pesar de que la pandemia del coronavirus afectó principalmente a la población mayor de 80 años, la estructura poblacional no se vio excesivamente modificada. El pasado año, la media de edad de los canadienses estaba en 41,7

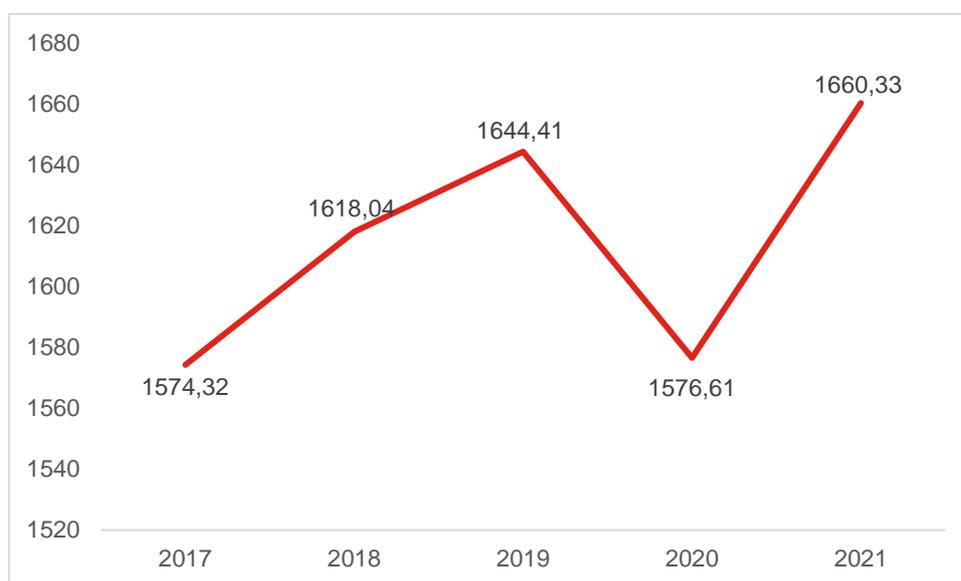
¹⁵ Statistics Canada. [Table 17-10-0009-01 Population estimates, quarterly](#)

años¹⁶. Newfoundland y Labrador son las provincias con la mayor media de edad (47 años), mientras que Nunavut tiene la menor (27 años).

Por su parte en 2021 el PIB retomó la tendencia positiva que arrastraba desde 2017 pero que se vio afectada en 2020 debido a la Covid-19. Así pues, en 2021 el PIB ha crecido un 5,3 % con respecto a 2020.

GRÁFICO 4: EVOLUCIÓN DEL PIB EN CANADÁ.

Billones de CAD (2017 – 2021)



Fuente elaboración propia a partir de The World Bank (<https://data.worldbank.org/>)

Si hacemos referencia al gasto en consumo final de los hogares canadienses en 2020, este había disminuido un 3,2 % (-52.8 MM CAD), el primer descenso desde 2008. De hecho, únicamente el primer trimestre del año consiguió superar la cifra de gasto del periodo similar en 2019. La caída coincide con el estallido de la pandemia en el país.

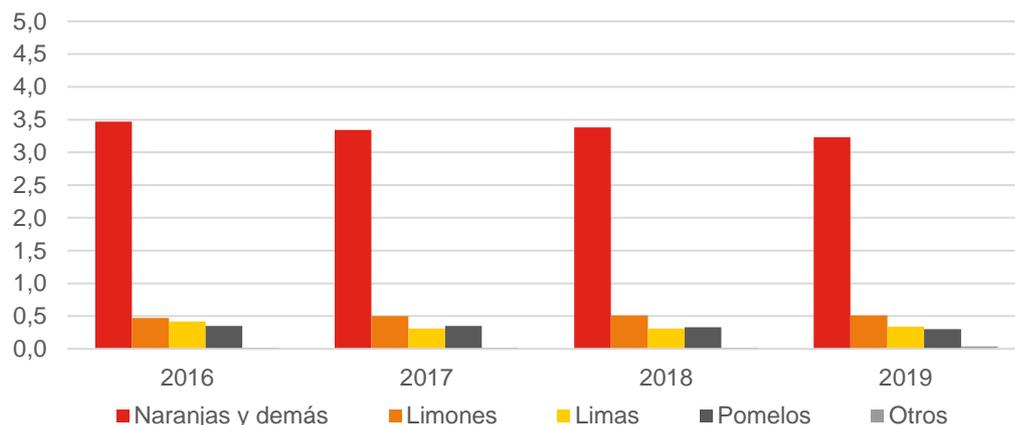
Sin embargo, en el caso del gasto en el sector de alimentación esta comparación es mayor en el año 2021 para todos sus trimestres. Es decir, aunque los canadienses gastasen menos en 2020 que en 2019, sí lo hicieron en alimentación. Esto tiene sentido teniendo en cuenta que las opciones de consumo fuera del hogar con la COVID-19 estuvieron muy limitadas.

En los años previos a la pandemia, la agrupación de naranjas, mandarinas, clementinas, tangerinas, *satmusas* y *wilkins*, se situaba como el cuarto alimento dentro del sector de frutas frescas con mayor

¹⁶ <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/91-215-x/91-215-x2020001-eng.htm>

consumo de kg por persona. El resto de los cítricos estarían por debajo de la décima posición: limones (13), limas (15), pomelos (17) y otros (25)¹⁷.

GRÁFICO 5: CONSUMO DE CÍTRICOS EN KG POR PERSONA EN CANADÁ (2016 – 2019).



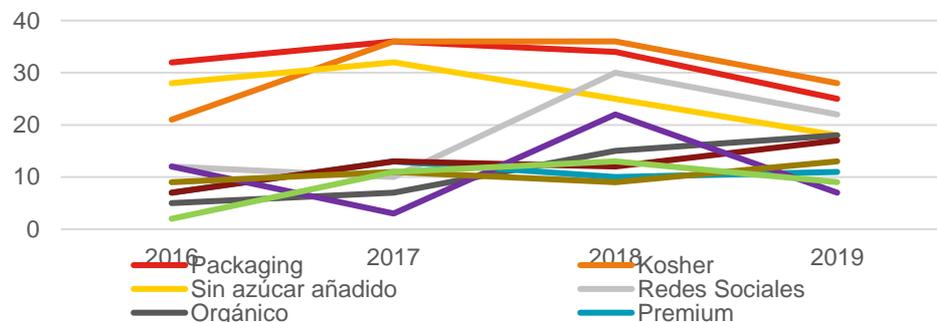
Fuente: elaboración propia a partir de Statistical Overview of the Canadian Fruit Industry 2019.

4.1.2. Tendencias de consumo

En Canadá, el consumidor demanda diferentes atributos para la compra de productos dentro de la categoría de fruta fresca. En este sentido, las tendencias en innovación han ido evolucionando con el paso de los últimos años (gráfico 6) hacia productos que declaran ser beneficiosos para la salud y con embalajes que facilitan el momento de consumo y/o su utilización.

GRÁFICO 6: TOP 10 PRINCIPALES CLAIMS UTILIZADOS EN NUEVOS LANZAMIENTOS DE PRODUCTOS EN LA CATEGORÍA DE FRUTA.

N.º de productos por claim en Canadá (2016 – 2019).



Fuente: elaboración propia a partir de Statistics Canada (www.agr.gc.ca). Últimos datos disponibles.

¹⁷ Statistics Canada. [Table 32-10-0054-01 Food available in Canada](#)



En los últimos cuatro años los reclamos “de venta” (como el orgánico) y atributos de los productos comunicados al consumidor directamente (por ejemplo, fácil uso) han ido evolucionando a la vez que lo hacían sus demandas y tendencias generales.

El crecimiento experimentado por temas como las Redes Sociales viene acompañado del auge del comercio online y el papel que el *social media* juega en todo ese proceso. En el año 2020 la compra online de productos de alimentación en Canadá subió un 86 % respecto al año anterior¹⁸, fenómeno muy condicionado por la crisis sanitaria pero que ya parece haberse establecido como un hábito entre los consumidores canadienses. De hecho, un 52 % de los hogares canadienses declara realizar sus compras de suministros tanto online como en tienda, lo que supuso un crecimiento del 17 % entre 2019 y 2020¹⁹. Asegurar la buena calidad de los productos frescos obtenidos tras una compra virtual es uno de los puntos destacables por los consumidores.

Otras tendencias como el orgánico o el alto contenido en fibra se han visto beneficiadas por la creciente preocupación de los consumidores canadienses debido a la funcionalidad o a la manera en la que éstos contribuyen a su salud. En este sentido, por ejemplo, la demanda de productos certificados como orgánicos en Canadá crece por encima del 8 % anualmente desde 2020²⁰.

Además, el 60 % de los consumidores canadienses declara buscar productos que estimulen su sistema inmunológico²¹. Se espera que la categoría de productos alimentarios centrados en la salud y el bienestar siga creciendo rápidamente en el próximo año como consecuencia de una mayor consciencia por parte de los consumidores.²²

El *packaging*, por su parte, se ha mantenido como uno de los protagonistas a lo largo de los últimos años. Actualmente, esta preocupación se materializa en la búsqueda de envases y embalajes más respetuosos con el medio ambiente y basados en principios de reutilización y reciclaje. De hecho, el 55 % de los canadienses estaría dispuesto a pagar más por un envase biodegradable, según la información aportada por la agencia Braque en su *webinar* “8 Canadian food industry trends for 2021”.²³

En la categoría de cítricos concretamente, una de las tendencias más potentes es la de la certificación bio u orgánica. Ocho de cada diez consumidores canadienses declaran comprar de forma habitual frutas o verduras con esta clasificación²⁴. De hecho, cada vez es más común

¹⁸ Información obtenida en el webinar “What’s on your plate: 8 Canadian food industry trends for 2021” de la agencia Braque (febrero 2021). <https://braque.ca/en/home/>

¹⁹ “The Covid Anniversary: Has 1 year changed our relationship to food forever?” – Nourish Food Marketing

²⁰ <https://www.edc.ca/en/blog/canada-organic-sector-growth.html>

²¹ Información obtenida en el webinar “What’s on your plate: 8 Canadian food industry trends for 2021” de la agencia Braque (febrero 2021). <https://braque.ca/en/home/>

²² <https://www.agr.gc.ca/eng/customized-report-service-health-and-wellness-trends-in-canada/?id=1554401656839>

²³ <https://braque.ca/en/food-trends-2021/>

²⁴ <https://www.globenewswire.com/news-release/2020/10/05/2103758/0/en/New-data-from-Canada-Organic-Trade-Association-showing-dramatic-growth-in-organic-food-sector-as-Canadians-spend-6-9-billion-annual-on-organic-groceries.html>

encontrarse en los establecimientos de compra diversas opciones de productos con calificación de orgánico.

La trazabilidad de los productos puede ser otra tendencia a favor de los productos cítricos. Cada vez más, los compradores se interesan por conocer el origen y la producción de los alimentos que consumen. Los últimos años, el reclamo “de origen canadiense” ha ganado importancia en el momento de decisión de compra para la población del país. Así, un 58 % de canadienses declara estar más dispuesto a comprar un producto fabricado o cultivado en Canadá²⁵. Ya que no hay producción local de cítricos, este aspecto cobra mayor relevancia.

4.2. Segmentación y estacionalidad de las compras

En el análisis de las importaciones de cítricos a Canadá, deben tenerse en cuenta las corrientes de suministro y la estacionalidad de estas, ya que existen dos mercados diferenciados por temporadas y, en algunos casos, por variedades. En primer lugar, están las compras de las estaciones de invierno-primavera, provenientes de países del hemisferio norte y, en segundo, las adquisiciones de producto que se realizan en las estaciones de verano-otoño, donde cobran importancia los países del hemisferio sur.

IMAGEN 2: DISTRIBUCIÓN POR PAÍSES DE LA TIPOLOGÍA DE CÍTRICOS.



Elaboración propia a partir de la sesión *Category Focus: Citrus* de la feria virtual CPMA Fresh Week (abril 2021).

*Aquellos países en los que se indica ‘limones’ incluyen las limas.

²⁵ “The Covid Anniversary: Has 1 year changed our relationship to food forever?” – Nourish Food Marketing.

Las regiones del hemisferio norte son determinantes para el suministro de producto a Canadá entre los meses de octubre a mayo (otoño, invierno y primavera).

- Norteamérica
 - California es la principal área de exportación de productos de esta categoría al país, especialmente de naranjas Navel y Valencia, aunque se cultivan distintas variedades. Sus clementinas empezaron a venderse años después cuando ya había en el mercado producto procedente de otros países. EE. UU. es el principal suministrador de naranjas a Canadá, motivado por su cercanía (lo que facilita la cadena de suministro) y por sus relaciones comerciales.
 - Por orden de importancia, el resto de las regiones más relevantes son: Florida, Texas y México. Los pomelos de Florida y Texas son los más apreciados por los consumidores canadienses. México dispone de limas todo el año, mientras que su capacidad productiva de limones es en verano.

- Europa
 - España es el principal país exportador de cítricos a Canadá del continente europeo. Sus limones y naranjas gozan de mucha popularidad entre la población. De hecho, las naranjas españolas consiguen robarle cuota de mercado a las procedentes de California. De estas, destacan las de variedad 'Valencia'. Además, es relevante destacar la popularidad que las clementinas españolas están ganando en el mercado en los últimos años (*clementines with leaf*).

- África y Oriente Medio
 - Históricamente, Marruecos ha sido el principal suministrador de clementinas a Canadá. Sus limones y naranjas están sujetos a la oferta de valor de los exportadores, ya que hay otros países más potentes en la exportación de estas frutas. Sin embargo, es destacable la buena posición de sus limones respecto a los procedentes de las regiones de EE. UU.
 - Los productos que ofrece Israel son similares a los disponibles en España. Lo mismo ocurre con su logística.
 - Turquía trabaja con Canadá principalmente los limones y pomelos. Una de sus principales limitaciones, igual que le ocurre a Egipto, es el elevado tiempo de transporte de las mercancías.

- Asia y Sudeste Asiático
 - China es suministrador de pomelos principalmente entre los meses de junio y abril. En este caso, exportan una variedad autóctona conocida como "pomelo chino" o "pamplemusa", tanto

blanco como rosa. Los productos de Vietnam y Tailandia llegan a Canadá para cubrir faltas de *stock*, no son productos de flujo constante.

Por su parte, los países del hemisferio sur suministran de mercancía a partir de los meses de verano (entre mayo y septiembre aproximadamente).

- África
 - Sudáfrica comienza la producción de cítricos generalmente en mayo (a excepción de las limas y limones que se adelantan al mes de abril), y dispone de producto hasta el mes de septiembre (limones y limas hasta octubre). Destaca por sus clementinas, que son muy jugosas y de buen sabor. Es el principal país exportador en esta temporada gracias a la buena oferta de valor que dan a los importadores canadienses.

- Latinoamérica
 - Perú es el principal país exportador de cítricos en este continente, gracias a sus clementinas de temporada de julio a octubre.
 - Argentina es un gran productor de limas y limones, aunque también tienen un buen cultivo de clementinas. De hecho, gran parte de la mercancía que llega a Canadá de otras regiones vecinas como Uruguay, es procedente de este país. Algo similar ocurre en Chile, ya que su mercancía principalmente es exportada a través de EE. UU. El resto de los países de América Latina disponen de una cuota de mercado muy baja en el mercado canadiense.

- Australia ha conseguido posicionarse como exportador de cítricos dentro de este mercado. Aunque las complejidades logísticas son altas, sus naranjas han ganado importancia especialmente en la costa oeste del país.

Sin embargo, actualmente y gracias al alto número de proveedores de estos productos en todo el mundo, las temporadas correspondientes a cada hemisferio no son exactas y esto permite a Canadá disponer de una cadena de suministro fija todo el año.

5. Precios

Previamente a la pandemia, la previsión para 2020 era que los precios para el sector de alimentación aumentasen entre un 2 % y un 4 % mientras que la previsión para la categoría de fruta estaba en un crecimiento aproximado del 1,5 % - 3,5 %²⁶. Con la crisis sanitaria, el cambio finalmente experimentado por los precios de ambos sectores fue, respectivamente, de un 2,7 % y un 1,8 %.

La moneda de referencia en Canadá es el dólar canadiense (CAD), aunque el dólar estadounidense (USD) también está presente en determinadas transacciones debido a la cercanía de ambos países, así como al hecho de que es el principal suministrador de cítricos al país. Las medidas adoptadas por el gobierno canadiense a causa de la crisis de la COVID-19 conllevó a una depreciación de la moneda canadiense respecto a la estadounidense (1,1 % respecto al tipo de cambio medio anual de 2019). De igual forma, vio su valor depreciado con respecto al euro (EUR), con un tipo de cambio medio anual un 2,9 % más barato que en el año previo²⁷.

Los precios en el mercado de cítricos son variables según las temporadas, ya que la producción está directamente relacionada con los cambios climatológicos o situaciones adversas que puedan sucederse en los distintos países de origen de los alimentos. De esta manera, el volumen es un factor determinante en la negociación de precios de estos productos entre dos socios²⁸. El precio medio se fija para todo el suministro de una temporada, en base a la estimación de un productor sobre qué cantidad de fruta valora que va a poder servir. De esta manera, aunque inicialmente el precio de la mercancía pueda no cumplir con los estándares de oferta y demanda, la variabilidad de este suele garantizar que el acuerdo es lo suficientemente justo para ambas partes, para todo el periodo de duración del contrato.

²⁶ <https://www.dal.ca/sites/agri-food/research/canada-s-food-price-report-2021.html>

²⁷ <https://www.bankofcanada.ca/rates/exchange/annual-average-exchange-rates/>

²⁸ Entrevista con profesionales del sector.

5.1. Store Check

La siguiente tabla muestra los datos obtenidos a partir de la realización de un store check en las tiendas *online* de los principales supermercados del área de Toronto, en el último trimestre del año 2021. Así mismo, en el Anexo 1 se incluyen imágenes de los productos.

TABLA 11: STORE CHECK PARA CÍTRICOS FRESCOS.

Establecimiento	Tipo de producto	Origen del producto*	Formato comercial	Precio (CAD)/Kg	Precio (CAD)/Ud.
Voilà (Sobeys)	Naranjas	USA	Unidad	N/A	\$1,69 USD
Voilà (Sobeys)	Naranjas orgánicas	N/A	Bolsa 907g	0,77 USD/100gr	
Voilà (Sobeys)	Naranjas	USA	Bolsa 1,36 kg	0,48 USD/10kg	\$6,49 USD
Voilà (Sobeys)	Naranjas Cara Cara	USA	Bolsa 1,36kg	0,51 USD/100gr	\$6,99 USD
Loblaws	Naranja Navel	N/A	Unidad	5,49/kg	1,92 USD
Loblaws	Naranja Navel	N/A	Bolsa 1,36	0,51/100gr	6,99 USD
Loblaws	Clementinas orgánicas	N/A	Granel 90gr	1,10/100gr	6,99 USD
Loblaws	Clementinas	N/A	Bolsa	1,10/100gr	9,99 USD
Loblaws	Clementinas	N/A	Unidad	9,90/1kg	1,04 USD
Voilà (Sobeys)	Clementinas	USA	Bolsa 907gr	0,31/100gr	4,99 USD
Voilà (Sobeys)	Limones	USA/SUDAFRICA	Bolsa 908gr	0,49 USD/100gr	4,49 USD
Loblaws	Limones	N/A	Unidad	N/A	1,19 USD
Loblaws	Limones	N/A	Bolsa 907gr	0,66/100gr	5,99 USD
Voilà (Sobeys)	Pomelos	USA	Bolsa 1,36 kg	0,37 USD/100gr	5,99 USD
Voilà (Sobeys)	Pomelos	USA/SUDAFRICA	Unidad	N/A	1,89 USD
Loblaws	Pomelos	N/A	Unidad	N/A	2,49 USD

Fuente: elaboración propia, precios actualizados diciembre 2022

*El origen del producto a veces es variable según la disponibilidad de mercancía y la temporada. NA es para No Aplica en aquellos productos que no se especifica el origen.

6. Percepción del producto español

En general, los productos españoles son menos reconocidos en Canadá que los provenientes de otros países de Europa, como por ejemplo podría ser Italia. Sin embargo, es cierto que, en la categoría de cítricos, España está mejorando su posicionamiento en el mercado. La popularidad de los limones (especialmente en la costa este del país), la variedad de naranjas cultivadas en España y la buena reputación que las clementinas están obteniendo, son factores que contribuyen a afianzar la industria española como una de las preferidas para el suministro de cítricos a Canadá.

En primer lugar, las naranjas españolas se están comercializando en Canadá desde hace más de 10 años. La más importante es la variedad 'Valencia', que compite directamente con las naranjas importadas desde California. Segundo, los limones españoles de la variedad 'Primofiar' son los más populares. De hecho, es un producto posicionado como *premium* en el mercado²⁹. Por último, las clementinas españolas están ganando cada vez más popularidad, gracias a su frescura, a su sabor más dulce y a su mayor durabilidad. Es por esto por lo que el consumidor canadiense asocia una mayor calidad a las clementinas de España, de manera que la ventaja competitiva de esta fruta, respecto a la principal competencia (Marruecos), es la diferenciación de su variedad³⁰.

Es relevante destacar, sin embargo, la alta sensibilidad al precio que los cítricos españoles tienen para su importación en el mercado canadiense. Es por ello por lo que las clementinas de Marruecos o las naranjas de California compiten muy directamente con el producto español, ya que suelen ser más baratos.

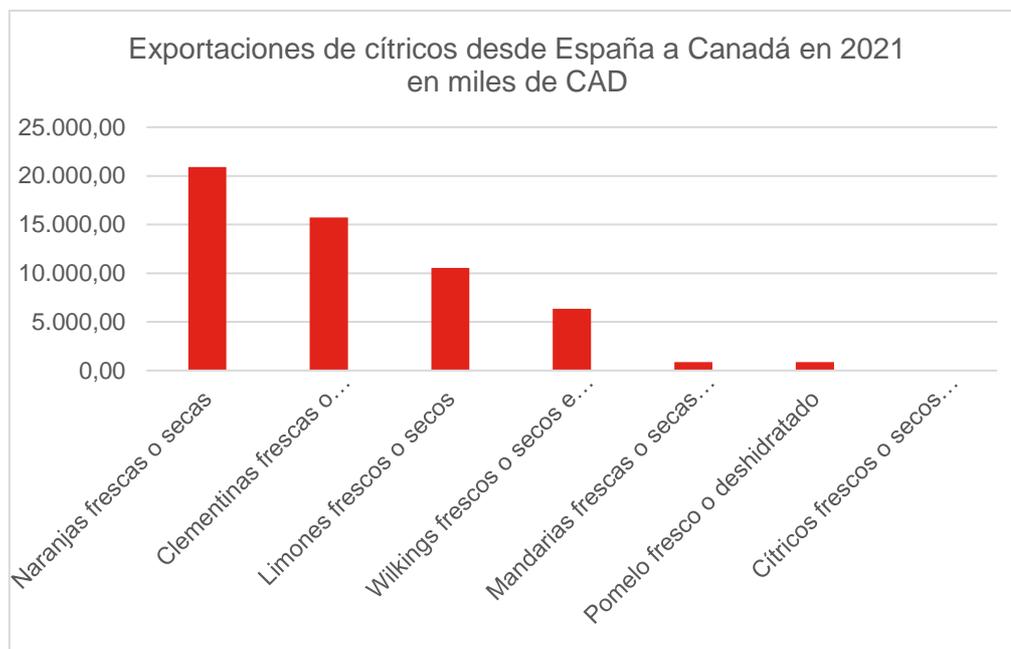
En este sentido, los distribuidores canadienses son muy flexibles a la hora de abastecerse de producto dentro de esta categoría, guiados por variables como el precio o la cosecha a la hora de seleccionar el país de origen con el que comerciar. En el gráfico 7 se aprecia como la evolución en los últimos años del volumen de producto importado desde España es positiva, pero en general no sigue una línea de tendencia estable, a excepción de las clementinas. Estas últimas han incrementado su volumen un 89 % desde 2017, siendo además el único cítrico español que consigue crecer en Canadá en el año 2020 respecto al anterior.

²⁹ Entrevista con profesionales del sector.

³⁰ Sesión formativa *Category Focus: Citrus* de la feria virtual CPMA Fresh Week 2021.

GRÁFICO 7: PRINCIPALES CÍTRICOS EXPORTADOS DE ESPAÑA A CANADÁ

En miles de CAD (2021).



Fuente:

Trade

Data

Online

(www.ic.gc.ca).

Los principales productos cítricos presentes en nuestro país son las naranjas, las mandarinas/clementinas y los limones³¹, aunque hay otros. Esto convierte a España en el sexto país productor de cítricos del mundo, donde destacan las regiones de la Comunidad Valenciana, Andalucía, la Región de Murcia y Cataluña, con unas superficies citrícolas de, aproximadamente, un 54 %, un 28 %, un 14 % y un 4 %³². Aunque la naranja es el cítrico más producido en España, es la clementina con la que, gracias al porcentaje de hectáreas de cultivo disponible, el país alcanza el número dos del *ranking* mundial.

³¹ <https://valenciafruits.com/espana-es-lider-mundial-en-exportacion-de-citricos/>

³² <http://www.huertosinisterra.com/blog/zonas-de-produccion-citricas-adcola-en-espana>

7. Canales de distribución

Dada la gran extensión y baja población de Canadá, la distribución de alimentos puede llegar a resultar bastante compleja y cara. Además, la mayoría de los centros logísticos para el almacenamiento y la redistribución de mercancías por el país están concentrados en las principales urbes, como Montreal, Toronto o Vancouver.

A pesar de que en Canadá hay numerosos aeropuertos distribuidos por todas las provincias del país, entre los principales, tanto para el movimiento de personas como de mercancías, destacan los siguientes:

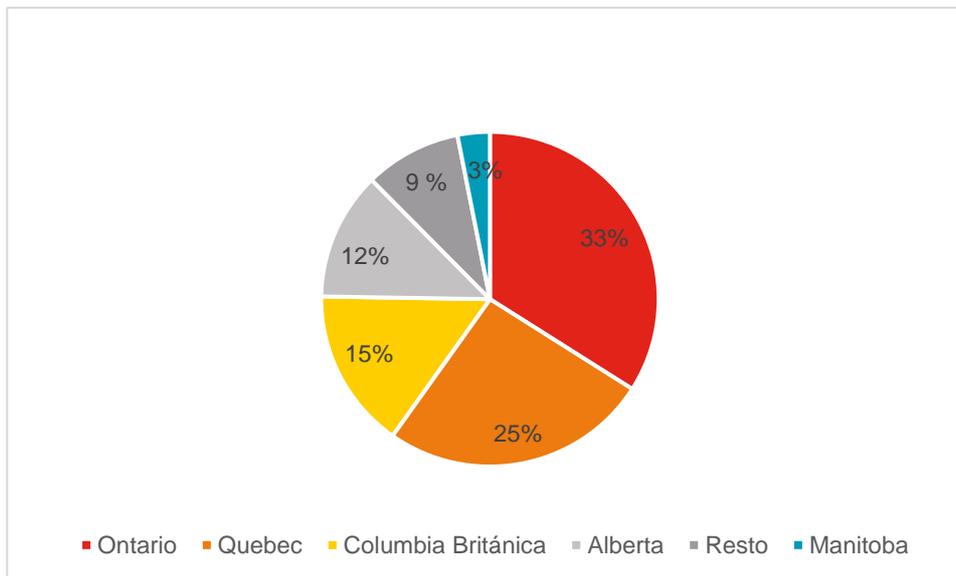
- Toronto Pearson International Airport (Ontario)
- Montreal-Pierre Elliot Trudeau International Airport (Quebec)
- Vancouver International Airport (Columbia Británica)
- Calgary International Airport (Alberta)

Tal es así que, de hecho, durante los picos más preocupantes de evolución de la crisis de la COVID-19, estos cuatro aeropuertos eran los únicos que permanecían activos.

Por su parte, entre los principales puertos destacan: Vancouver (Columbia Británica) en la costa del Océano Pacífico y Saint John y Belledune (Nuevo Brunswick), Halifax (Nueva Escocia) y Corner Brook y Saint John's (Newfoundland and Labrador) en la costa del atlántico.

Debido a las características geográficas de Canadá, la importación de productos está muy ligada al crecimiento de los principales núcleos urbanos, como Toronto, Montreal o Vancouver, que tienen la suficiente entidad como mercados y con un número suficiente de consumidores. Éstos han sido capaces de dotarse de centros de abastecimiento especializados en el manejo de productos de cualquier índole, incluido los frescos. Otras ciudades de menor tamaño o menos urbanizadas, así como los pueblos de alrededor, se encuentran en dependencia de estos centros para su abastecimiento de alimentos. Paralelamente, el desarrollo económico y la concentración de la población en las mencionadas áreas urbanas ha conllevado a un mayor crecimiento y perfeccionamiento de los medios de distribución, desde cadenas de supermercados y grupos de compra, hasta la implantación y mayor sofisticación de los mercados terminales.

GRÁFICO 8: DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS EN TIENDAS DE *GROCERY AND COMBINATION STORES* (%) POR PROVINCIA (2018)³³.



Fuente: Informe *Canada Retail Foods – Retail Sector Overview 2019*. Últimos datos disponibles.

Con relación a lo anterior, es de mencionar que en la distribución de alimentos frescos participan ambos canales. Por una parte, los mercados terminales manejan, en promedio, un 35 % de las importaciones de productos frescos. Por otra, el “*retail food*” (venta al detalle) o conglomerado de cadenas de gran distribución (supermercados, hipermercados...), distribución independiente y grupos de compra, aglutinan aproximadamente un 65 % del mercado de importaciones de productos frescos, no sólo en las grandes ciudades si no también en el creciente extrarradio.

Dicha proporción, sin embargo, está evolucionando hacia un aumento de la importación a través de grandes cadenas y superficies de compra, ya que su capacidad para asumir costes y complejos procesos de suministro es mayor.

7.1. Análisis cuantitativo

7.1.1. Canales de distribución tradicional

Los distribuidores canadienses especializados en el comercio de alimentos disponen, cada vez más, de servicios integrales de la cadena de suministro: desde la importación y, cuando procede, el transporte internacional, hasta la conexión con establecimientos de menor tamaño y la venta final al consumidor.

³³ Informe Retail Foods – Retail Sector Overview 2019. USDA Foreign Agricultural Service (fecha de publicación: 5/7/2019). [https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/report/downloadreportbyfilename?filename=Retail %20Foods_Ottawa_Canada_7-10-2019.pdf](https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/report/downloadreportbyfilename?filename=Retail%20Foods_Ottawa_Canada_7-10-2019.pdf)

El sector del comercio de alimentos en Canadá tiende a concentrarse y está dominado por grupos de distribución de gran tamaño: Loblaws, Sobeys, Metro, Costco y Walmart. Estos 5 *retailers* agrupan más del 62 % del mercado³⁴ de la distribución alimentaria.

A modo de resumen, estos serían los principales tipos de puntos de venta de los productos agroalimentarios en Canadá³⁵:

- **Supermercados/hipermercados:** agrupan aproximadamente el 58 % del mercado del canal *retail*. Diferenciados por ser cadenas (aquellos con 4 o más establecimientos) o de carácter independiente. Su surtido de productos suele ser amplio y adaptado a todas las demandas. Por lo general, los independientes no cuentan con marcas propias, aunque tienen dependencia de una cadena de compra o suministrador de mercancía. Suelen ser establecimientos más pequeños y con un surtido más reducido. Las grandes cadenas, sin embargo, sí suelen disponer de marcas propias y, además, tienen un tamaño por lo general superior. Grupo Loblaws Co. Ltd., el grupo Empire Company Ltd. (Sobey's y Canada Safeway) y Metro Inc. son responsables de más de la mitad de las ventas totales de alimentación realizadas en Canadá.
- **Mass merchandisers** (grandes hipermercados o almacenes de compra al público): agrupan en un mismo establecimiento oferta de productos de alimentación, menaje del hogar, droguería, ropa e incluso electrodomésticos. Basan su estrategia en que el consumidor pueda obtener todos los productos que necesita de una vez. Son más agresivos en promoción en punto de venta y descuentos de precios, lo que les reporta un rápido crecimiento. Walmart es la principal cadena de estas características presente en Canadá.
- **Clubs Stores/Cash&carry:** también conocidos como "*Warehouse clubs*" ya que para comprar es necesario ser socio del establecimiento. Su estrategia de surtido está basada, por lo general, en grandes formatos a precios medio-bajos. Es por esto que, en gran medida, son los centros de principal abastecimiento del canal restauración. Costco Canada es el principal establecimiento de esta categoría en el país. Justo con los *Mass Merchandisers*, en 2017 contaban con una cuota de mercado del 20 % dentro del canal.
- **Tiendas de especializas e independientes:** pequeñas tiendas que se centran en un sector alimentario concreto, como comida ecológica, gourmet, etc.
- **Otros:** como tiendas de descuento (Dollarama), tiendas de conveniencia (Alimentation Couche-Tard), *drugstores* o droguerías (como Shoppers Drug Mart, Rexall), estaciones de servicio y tiendas tradicionales. La mayoría de ellas están enfocadas a la venta de un sector distinto al de alimentación, pero incorporan a sus establecimientos un surtido básico de productos (normalmente no suelen tener una oferta de productos frescos o es muy limitada). La suma de su participación en el canal *retail* era del 15 % en 2017.

³⁴ Informe Retail Foods – Retail Sector Overview 2019. USDA Foreign Agricultural Service (fecha de publicación: 5/7/2019). https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/report/downloadreportbyfilename?filename=Retail%20Foods_Ottawa_Canada_7-10-2019.pdf

³⁵ Informe Retail Foods – Retail Sector Overview 2017. USDA Foreign Agricultural Service (fecha de publicación: 21/2/2017). https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/report/downloadreportbyfilename?filename=Retail%20Foods_Ottawa_Canada_2-15-2017.pdf

En otro respecto, es importante destacar los cambios que la pandemia de 2020 va a conllevar en la distribución. El nuevo estilo de vida adquirido por los canadienses, los nuevos modelos de compra (compras más grandes, menor número de veces), el deseo creciente de poder tener en casa lo que habitualmente se consumía fuera y las nuevas preocupaciones derivadas de esta crisis, obligan a los *retailers* a adaptar sus surtidos y sus modelos de negocio.

De igual forma, las fuertes medidas adaptadas por los gobiernos provinciales y federal del país, ha tenido notables consecuencias en la capacidad económica de algunos establecimientos. La capacidad de liquidez de muchas tiendas especializadas y pequeños comercios se ha visto afectada y muchos comercios han tenido que cesar su actividad definitivamente³⁶.

7.1.2. Suministro y principales distribuidores

De forma general, para acceder al mercado canadiense un exportador español normalmente necesita valerse de un “agente distribuidor”, que puede verse representado en la figura de un bróker, *trader* o empresa de importación. A través de estos, entrarán en contacto con las cadenas de supermercados o tiendas especializadas. Asimismo, cabe la posibilidad de que el exportador entable relación comercial directamente con una central de compra que directamente suministrará a los establecimientos asociados.

Por lo general, las grandes cadenas de supermercados (Loblaws, Sobeys, Metro), la gran distribución (Walmart o Costco) y los *drugstores* poseen sus propios agentes que centralizan todas sus compras, bien regionalmente como Costco, o para toda Norteamérica como Walmart.

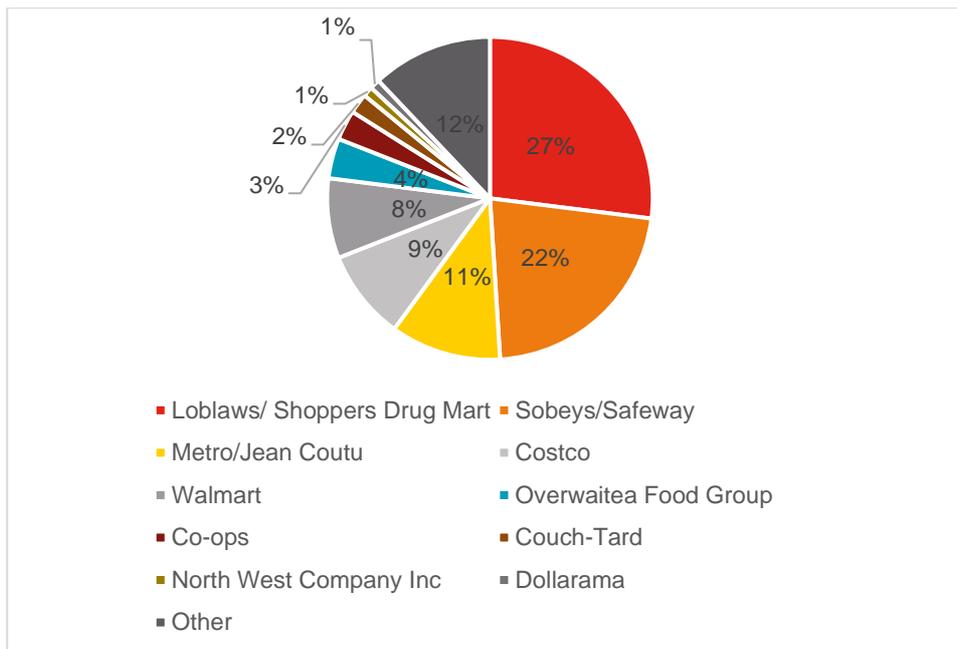
Hay que destacar que, cada vez más en la categoría de frescos, hay menos agentes importadores y las grandes cadenas prefieren realizar importaciones directas³⁷. En ocasiones, incluso, serán éstas las que posteriormente abastezcan de producto a los *retailers* más pequeños.

Según la estructura del mercado de la distribución canadiense expuesta en el punto anterior, el reparto de la cuota de mercado por grupo, cadena o establecimientos sería el siguiente (gráfico 9):

³⁶ <https://retail-insider.com/retail-insider/2020/04/how-the-canadian-retail-landscape-will-change-post-covid-19-ill/>

³⁷ Entrevista con profesionales del sector.

GRÁFICO 9: RANKING DE LOS PRINCIPALES RETAILERS DE ALIMENTACIÓN SEGÚN SU PROCENTAJE DE VENTAS (2021)



Fuente: Informe *Canada Retail Foods – Retail Sector Overview 2021*.

Varias de las grandes cadenas de supermercados y distribución canadienses agrupan, a su vez, diferentes enseñas. Las más importantes que están presentes en el mercado son las siguientes:

- Loblaws Company Ltd.: lo componen las tiendas con su propio nombre (Loblaws), además de No Frills, Cash & Carry, Your Independet Grocer, Value-Mart, Shoppers Drug Mart y Zehrs entre otros. En total agrupa más de 2.400 tiendas distribuidas por toda Canadá, y es uno de los más potentes en la venta de productos de marca propia (por ej. ‘President’s Choice’ o ‘No Name’).
- Empire Company Ltd.: con alrededor de 2.000 establecimientos, destacan Sobeys, IGA, Price Choper, Foodland, Thrifty Foods y Canada Safeway. Su principal marca de distribuidor o marca privada es ‘Compliments’.
- Metro Inc.: en total, este lo componen doce enseñas distintas, entre las que destacar, además de Metro, Gem, Estra, Meto & Metro Plus, Brunet y Food Basics. Este grupo es muy potente en Quebec (aunque también distribuye en menor medida en Ontario) con más de 1.300 establecimientos. Sus marcas propias más reconocidas son ‘Selection’ e ‘Irresistible’.

- Overwaitea es un grupo de supermercados medianos con presencia principalmente en las provincias de Columbia Británica y Alberta.
- Alimentación Couch-Tard es una cadena canadiense de tiendas de conveniencia líder de su formato con más de 1.900 tiendas por todo el país. Tiene sus propias marcas de distribuidor: 'Sloche', 'Froster', 'La Laisonnee' y 'Handful'.

En la categoría de fruta fresca en general, y cítricos en particular, hay otros retailers de carácter regional presentes en Canadá que son importantes de tener en cuenta. Estos quedan expuestos en la Tabla 12, así como la provincia en la que se encuentran:

TABLA 12: TOP RETAILERS DE ALIMENTACIÓN REGIONALES EN CANADÁ (2018).

Nombre	Provincia	Unidades
Longo Brothers / Grocery Gateway Online	Ontario	32
Buy-Low Foods	Alberta y Columbia Británica	87
Rabba Fine Foods	Ontario	35
Kitchen Foods Fair	Ontario	69
H.Y. Louie Co., Ltd.	Columbia Británica	31
Farm Boy	Ontario	23
Kin's Farm Market	Columbia Británica	29
Whole Foods	Columbia Británica y Ontario	10
North West Company	Zonas rurales	138

Fuente: Informe *Canada Retail Foods – Retail Sector Overview 2018*



7.1.3. Canal *online*

Desde hace años, el *e-commerce* o comercio *online* es un canal de venta que cada vez está adquiriendo mayor relevancia en los hábitos de compra de los consumidores. Como ya se ha mencionado en este estudio, la población canadiense cada vez está más dispuesta a mantener esta vía como una de sus habituales de compra. Además, este movimiento se ha visto muy acentuado con la pandemia de COVID-19.

La venta *online* es, por tanto, un punto clave en la estrategia comercial de cualquier *retailer* canadiense. Estos han desarrollado estrategias de venta omnicanal (experiencia de compra que agrupa tanto el canal *online* como el *offline*) para hacer frente a grandes competidores. Desde hace cinco años, todas las principales cadenas tanto provinciales como nacional han desarrollado su

servicio de compra *online*, ofreciendo al consumidor opciones de recogida directa en tienda, con el coche o entrega a domicilio. En 2019, las ventas *online* del canal *retail* llegaron a los 1,85 billones de dólares canadienses³⁸. Esto supuso que, aproximadamente, 28 millones de canadienses realizó una compra a través de Internet.

En 2019, el comercio *online* de tiendas de alimentación y bebidas facturó 812,19 millones de CAD³⁹. Para los cítricos, la venta online aún puede suponer un reto para los establecimientos de venta, ya que deben poder asegurar una calidad lo suficientemente alta como para satisfacer las demandas de los compradores. Por ello pasa garantizar unos mínimos de vida útil pertinentes para los productos suministrados, además de un aspecto y características organolépticas correctas. De no ser así, los consumidores pueden optar por no incluir el segmento de cítricos o fruta fresca dentro de sus compras online.

En este sentido, en Canadá se utilizan plataformas como 'Instacart'⁴⁰, en la que los usuarios pueden elegir entre diversos *retailers* asociados qué productos comprar entre diversas categorías.

7.2. Análisis cualitativo

7.2.1. Estrategias de canal

La estrategia de las cadenas de distribución canadienses está en ofrecer a los clientes una mayor diversidad, conveniencia y sofisticación en cuanto a los productos ofertados. Es por esto por lo que en el mercado se tiende a agregar valor a los productos a través de la presentación, diversidad en cuanto a su origen y un cierto toque *gourmet*.

Hay consumidores canadienses se guían por el precio y acuden a las cadenas de descuento y a la gran distribución buscando ofertas o formatos más económicos. En cítricos de hecho, como ya se ha comentado, el precio es además un factor clave en los eslabones intermedios de la cadena de suministro

7.2.2. Estrategias comerciales

En los intercambios comerciales a nivel internacional de cítricos y frutas frescas, que haya una buena relación comercial entre las dos partes implicadas es fundamental. El trato personal con los

³⁸ <https://www.statista.com/topics/2728/e-commerce-in-canada/>

³⁹ <https://www.statista.com/statistics/449038/e-commerce-retail-trade-sales-canada/>

⁴⁰ Para más información consultar la página web: <https://www.instacart.ca/>



empresarios canadienses suele ser afable, a la vez que exigente, ya que son muy rigurosos en el cumplimiento de los compromisos contraídos.

Una buena estrategia para los exportadores de esta categoría es establecer relaciones de confianza y sinceridad. Es importante poder cumplir con las expectativas generadas en cuanto a volúmenes de venta y capacidad de abastecimiento, ya que esto es fundamental para crear una relación sólida con el importador o distribuidor con el que se esté negociando. La comunicación boca a boca entre los agentes de importación y/o distribución en Canadá puede llegar a ser fundamental en este sector⁴¹, ya que por la complejidad de abastecimiento que los cítricos presentan, la experiencia es clave.

En cuanto a las estrategias de comercialización de estos productos, al ser los cítricos un producto generalmente sin marca y de venta a granel o en formatos grandes, puede depender de cada distribuidor o establecimiento de venta la estrategia a seguir. Como exportador es complicado llevar a cabo un plan de promoción concreto, pero las acciones se pueden destinar a la comunicación de los atributos diferenciadores de los cítricos españoles, así como al reconocimiento de las clementinas y naranjas de España.

ICEX

⁴¹ Entrevista con profesionales del sector.

8. Acceso al mercado – Barreras

La Unión Europea y Canadá tienen vigente el acuerdo de libre comercio CETA (*Comprehensive Economic Trade Agreement*) o Acuerdo Económico y Comercial Global, cuyo objetivo es facilitar los intercambios comerciales y de inversión entre ambas regiones. El mismo, en vigor provisionalmente desde 2017, fue finalmente aprobado y puesto en marcha de forma oficial a finales del 2020.

De esta manera, el CETA⁴² permite eliminar casi en su totalidad los derechos de aduana para el comercio internacional entre ambos territorios, así como contribuir al incremento de la competitividad de las empresas y productos europeos en Canadá, así como facilitar las inversiones. Además, el sector público, los servicios, el medioambiente y los propios ciudadanos europeos se ven beneficiados.

8.1. Requisitos generales de alimentación

A nivel general, todas las empresas que desean exportar sus productos a Canadá deben revisar los requisitos específicos que la *Canadian Food Inspection Agency*⁴³ (CFIA) impone para cada producto, así como es recomendable verificar la guía básica para la importación de productos al país. A través del *Automated Import Reference System*⁴⁴ (AIRS), se pueden revisar todos los requisitos necesarios de importación por partida arancelaria, país de origen y finalidad del producto.

Los documentos imprescindibles para la importación de cítricos para el consumo a Canadá son los siguientes:

- Certificado fitosanitario
- Exención o número de miembro de la DRC (*Dispute Resolution Corporation*)
- Licencia “Comida segura para canadienses” o *SFC Licence (Safe Food for Canadians)*⁴⁵.

Con relación a esta última, los importadores de frutas frescas o procesadas deben tener la licencia antes de la llegada de la mercancía a la frontera canadiense, ya que, de no ser así, una vez allí no se podrá obtener y el producto puede ser rechazado o sufrir largos retrasos en la aduana.

⁴² https://ec.europa.eu/spain/sites/default/files/release-171115_ceta-explained.pdf

⁴³ <https://inspection.canada.ca/eng/1297964599443/1297965645317>

⁴⁴ <https://inspection.canada.ca/importing-food-plants-or-animals/plant-and-plant-product-imports/airs/eng/1300127512994/1300127627409#>

⁴⁵ <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/cn-ad/cn21-04-eng.html>

Además, la CFIA controla que los alimentos tanto producidos como importados en Canadá no contengan posibles residuos de pesticidas para evitar la alteración y/o contaminación de los productos alimenticios. Las *Food and Drugs Regulations* o FDR⁴⁶ establecen, sin embargo, que la presencia de determinados químicos de uso frecuente en cultivos y agricultura están permitidos.

Por su parte, el envase y etiquetado de los productos que se venden para consumo en Canadá está bajo regulación de la CFIA y la FDR. Estas especificaciones son especialmente relevantes, ya que pueden suponer una barrera de entrada a los productos importados. No obstante, a las frutas frescas sin ingredientes añadidos no es necesario que incluyan la tabla nutricional en su envase o continente⁴⁷. Sin embargo, siempre que sean producidas en un país distinto a Canadá, es obligatoria la declaración del país de origen para su importación. Así, un envase de frutas fresca deberá indicar el país de origen del producto con alegaciones tales como “Producto de” o “Cultivado en” entre otras, siempre y cuando la información sea clara y entendible por el consumidor. En caso de que la mercancía llegue con un *packaging* primario y otro secundario, no será necesario indicarlo en los dos, a condición de que la información expuesta en el primero sea correcta y fácilmente identificable y legible.

8.2. Régimen fiscal

En el ámbito impositivo, todos los productos destinados al consumo humano están sujetos al impuesto sobre el consumo canadiense: el GST (*Goods and Services Taxes*) o, de forma más habitual, el HST (*Harmonized Sales Tax*). La diferencia entre ellos está en la aplicación que cada provincia hace a los productos allí comercializados⁴⁸.

Sin embargo, es importante destacar que la mayoría de los alimentos básicos tienen un tipo impositivo del 0 % o *zero-rated supplies*. Entre ellos, los alimentos de la categoría de vegetales y productos de origen agrícola⁴⁹, entre los que se engloban los cítricos frescos.

⁴⁶ https://laws.justice.gc.ca/eng/regulations/c.r.c.,_c._870/page-74.html#h-573261

⁴⁷ https://laws.justice.gc.ca/eng/regulations/c.r.c.,_c._870/page-15.html#h-568846

⁴⁸ <https://www.canada.ca/en/revenue-agency/services/tax/businesses/topics/gst-hst-businesses/charge-collect-which-rate.html>

⁴⁹ <https://www.canada.ca/en/revenue-agency/services/tax/businesses/topics/gst-hst-businesses/charge-collect-type-supply.html>

9. Perspectivas del sector

El sector de los cítricos en Canadá es un mercado maduro en el que el país ha establecido relaciones sólidas de suministro con EE. UU. principalmente, por razones de cercanía geográfica y antigüedad de sus transacciones comerciales. A pesar de ello, la variación entre los años 2017 – 2021 es de un **-3,8 %** respecto a las exportaciones de cítricos a Canadá.

A pesar de la crisis sanitaria, 2020 ha sido el año con mayores importaciones de esta categoría en los últimos 5 años. Con los nuevos hábitos más saludables adquiridos por la población canadiense tras la pandemia, y la preocupación creciente por el bienestar y el cuidado de la salud, los cítricos son un alimento que encaja en las tendencias de alimentación y consumo que parecen empezar a asentarse en el país.

El mercado más amplio está en el segmento de naranjas, el cítrico más consumido en Canadá. Esta fruta es la más producida y exportada de España. En la misma línea, se encuentran las clementinas, mandarinas y los limones. Ambos son, también, de los cítricos más producidos a nivel mundial, y son productos en los que España es potente como productor y distribuidor internacional, como ya se ha comentado previamente. En este sentido, España es el cuarto país con mayores exportaciones a Canadá. Esto demuestra que el producto español tiene cabida en este mercado, además de ser reconocido y valorado por los consumidores canadienses.

Según el informe *El sector de los cítricos en España*⁵⁰, uno de los retos que tiene este sector para seguir creciendo es la “sostenibilidad económica y medioambiental”, en un mundo en el que tendencias tales como el respeto por la naturaleza y los productos orgánicos están cada vez más arraigadas en los consumidores. De igual forma, el desarrollo tecnológico en el sector será clave para evitar la volatilidad que las condiciones climatológicas confieren a este segmento.

Los cítricos españoles están reconocidos por su calidad en cuanto a sabor y frescura, pero sigue siendo un mercado muy sensible al precio. Por ello, trabajar hacia el posicionamiento de valor añadido es clave para justificar posibles incrementos de precio que los productos de España puedan tener respecto a otros procedentes de Marruecos o Sudáfrica. Además, las buenas relaciones entre proveedores e importadores, así como su reconocida experiencia como productor y exportador de cítricos a nivel mundial, son clave para que España siga evolucionando como exportador a Canadá.

⁵⁰ https://www.mercasa.es/media/publicaciones/235/1501000422_El_sector_de_los_citricos_en_Espana.pdf

10. Oportunidades

Como ya se ha mencionado con anterioridad en este estudio, la posición de España como productor de cítricos es favorable para su crecimiento. De hecho, ‘Cítricos de España’ durante el año 2022 ha trabajado en la promoción de los productos del país a nivel internacional, llegando a Estados Unidos y Latinoamérica con eventos y actividades destinadas a informar de la “excelencia nutricional” de estos productos españoles⁵¹.

Dicho esto, sin embargo, las particularidades de los cítricos españoles, así como su climatología más estable, puede presentar una oportunidad para la introducción de los productos de España en el resto de los países del continente americano. Así, por ejemplo, aunque hay producción local de clementinas en la costa Oeste de EE. UU., este mercado no es tan grande como lo es en el caso de las naranjas y, además, las clementinas españolas pueden diferenciarse gracias a su sabor y características propias, como un sabor más dulce, no tener semillas o la facilidad de pelado. Igualmente, los limones españoles pueden encontrar un hueco de mercado en estos países, donde hay mayor producción de lima. En este caso sería importante controlar la entrada de cítricos procedentes de España desde Canadá a países vecinos, pues eso condicionará la competitividad de los exportadores locales.

Por su parte, el sector español de cítricos en Canadá deberá seguir afianzándose con un posicionamiento propio y distinto a su competencia, de manera que el único incentivo de compra no sea el precio. El trabajo en la promoción sectorial y la asistencia a ferias comerciales específicas son clave para seguir construyendo la “marca España” en este país. Las clementinas en primer lugar, y las naranjas y limones en segunda instancia, son los puntos fuertes de crecimiento del mercado español en esta categoría. Asimismo, buscar la diversificación de la oferta puede ser otra vía de desarrollo: el mercado de frescos orgánicos está en constante crecimiento, y España dispone, cada vez más, de superficies de cultivo de cítricos con esta calificación (14.017 hectáreas en 2018⁵²), principalmente para naranjas y limones y limas.

⁵¹ https://s.kmni.eu/t/WJdxbceoD-wl7Uwx0MRE2vVbXZZNCkdq-pdf-zC/Valencia_Fruits_20210531100000

⁵² <https://www.freshplaza.es/article/9164423/la-superficie-de-citricos-ecologicos-en-espana-crecio-un-16-durante-2018/>

11. Información práctica

11.1. Ferias

EVENTO	CIUDAD	SECTOR	ENLACE
CPMA Convention & Trade Show Fresh Week⁶⁵	Montreal, Toronto, Vancouver (alterno)	Frutas y hortalizas frescas	https://cpma.ca/events/cpma-convention

La Canadian Produce Marketing Association celebra su feria anual durante la primavera. Es el evento más grande en Canadá para el sector de las frutas y verduras frescas e implica los agentes de todos los niveles de la cadena de suministro, desde productores a los importadores y exportadores pasando por los empaquetadores, transitarios, minoristas y mayoristas, brókeres, y transportistas.

Otras ferias y eventos de alimentación

SIAL CANADA	Toronto	Alimentación y bebidas	http://www.sialcanada.com/
--------------------	----------------	-------------------------------	---

SIAL es la feria de productos alimenticios más importante del mundo y fue creada en 1964. Su internacionalización despegó en 1996 cuando participaron un 62 % de expositores extranjeros y el número de visitantes foráneos aumentó aproximadamente un 20 %. Desde 2001, la feria tiene edición norteamericana dirigida al mercado NAFTA en Montreal y Toronto (desde 2010 ambas ciudades se alternan). SIAL Canadá sigue el mismo esquema que las ferias celebradas en París, Buenos Aires, Singapur o Pekín, esto es, la intermediación en el sector agroalimentario (productos lácteos, pastelería, frescos, productos envasados, alimentos para mascotas, congelados, productos biológicos, alimentos para bebés, bebidas alcohólicas y refrescos).

Grocery Innovations Canada (GIC)	Toronto	Alimentación y equipamiento	http://www.groceryinnovations.com/
---	----------------	------------------------------------	---

Feria organizada por la Canadian Federation of Independent Grocers (CFIG) donde se presentan innovaciones en productos y servicios, también pretende ser un punto de encuentro para los profesionales del sector, un espacio donde hacer contactos y predecir las tendencias actuales y futuras de la industria. Es una feria B2B.

Eventos Canadian Health Food Association (CHFA)	https://chfa.ca/en/Events/chfa-2021-events
Grocery & Specialty Food West	https://virtual.gsfsow.com/
Annual North American Summit on Food Safety (Evento anual)	https://www.foodsafetycanada.com/

Fuente: elaboración propia

11.2. Direcciones de interés

Canadian Food Inspection Agency <http://www.inspection.gc.ca>

- Base de Datos Automatizada de Requisitos de Importación (AIRS):



<http://inspection.gc.ca/plants/imports/airs/eng/1300127512994/1300127627409>

- Guía actualizada del Etiquetado de la CFIA:

<http://www.inspection.gc.ca/english/fssa/labeti/guide/toce.shtml>

Importadores

- Canadian association of importers and Exporters: **Error! Hyperlink reference not valid.**
- Canadian Association of Regulated Importers: <http://www.cariimport.org>
- Canadian Importers Database (by product and by region): <http://www.ic.gc.ca/eic/site/cid-dic.nsf/eng/Home>

Asociaciones y agrupaciones

- Canadian Association of Sales & Marketing Agencies (Antigua Canadian Food Brokers Association): <http://www.capma.org>
- Canadian Society of Custom Brokers: <http://www.cscb.ca>
- Ministerio de Industria de Canadá, Base de datos de Strategis: <http://www.ic.gc.ca>
- Food Processors of Canada: <http://foodnet.fic.ca>
- Canadian Council of Grocery Distributors (CCGD): <http://www.ccgd.ca/>
- Canadian Federation of Independent Grocers (CFIG): <http://www.cfig.ca/>
- Canadian Restaurant & Foodservices Association (CRFA): <http://www.crfa.ca/>
- Food & Consumer Products Manufacturers of Canada (FCPMC): <http://www.fcPMC.com/>
- Agriculture and Agri-Food Canada: <http://www.agr.gc.ca>
- Canadian Organic Growers (COG): <http://www.cog.ca/>
- Canadian Federation of Agriculture: <http://www.cfa-fca.ca/>
- Canadian Agri-Marketing Association: <http://www.cama.org/>
- Canadian Agri-Food Trade Alliance: <http://www.cafta.org/>

Provinciales

- Alberta Food Processors Association: <http://www.afpa.com/>
- Manitoba Food Processors Association: <http://www.mfpa.mb.ca/>
- Saskatchewan Food Processors Association: <http://www.sfpa.sk.ca>
- Taste of Nova Scotia Quality Food: <http://www.tasteofnovascotia.com>
- Alliance of Ontario Food Processors: <http://www.aofp.ca>



- Organic Council of Ontario: <https://www.organiccouncil.ca/>

Seguidamente se encuentran un conjunto de páginas donde encontrar información y noticias sobre el sector de las frutas y hortalizas frescas en Canadá.

- Canadian Grocer: <https://canadiangrocer.com/>
- Canadian Produce Marketing Association: <https://cpma.ca/>
 - Webinars: <https://www.cpma.ca/education/webinar-series>
- PCB Brokers – Learning Center: <https://learningcenter.pcb.ca/collections>

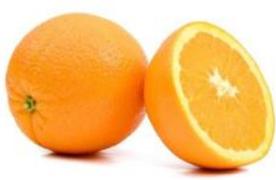
icex



12. Anexos

12.1. Anexo 1: Store Check

- Voilà (Sobeys online): www.voila.ca

			
Large Orange Seedless 1 EA	Organic Oranges 907 g	Oranges Bag 1.36 kg	Clementines (2 lb Bag) 907 g
(\$0.99 per item)	907g (\$0.61 per 100g)	1.36kg (\$0.44 per 100g)	907g (\$0.46 per 100g)
\$0.99	\$5.49	\$5.99	\$4.19 \$5.99

		
Organic Grapefruit 1.36 kg	Grapefruit Red Large 1 Count	Large Lime 1 Count
1.36kg (\$0.51 per 100g)	(\$1.99 per item)	(\$0.79 per item)
\$6.99	\$1.99	\$0.79



Limes 454 g

454g (\$0.88 per 100g)
\$3.99



Lemons Bag 908 g

908g (\$0.55 per 100g)
\$4.99



Lemon Large 1 Count

(\$0.75 per item)
\$0.75



Navel Oranges Bag 1.36 kg



1.36kg (\$0.20 per 100g)
\$2.69 ~~\$4.99~~

Add



Clementines (2 lb Bag) 907 g



907g (\$0.31 per 100g)
\$2.79 ~~\$4.99~~

Add



Mandarin Oranges 907 g



907g (\$0.31 per 100g)
\$2.79 ~~\$4.99~~

Add



Red Grapefruit 2 Count

2 per pack (\$1.50 per item)
\$2.99

Add



Go Fresh Oranges 4 Count

4 per pack (\$1.00 per item)
\$3.99

Add



- Loblaws online: www.loblaws.ca



Navel Orange

\$1.54 (est.) ea
\$4.39 / 1kg \$1.99 / 1lb



Farmer's Market,
Navel Oranges
(3 lb bag)

\$5.99 ea
\$0.44 / 100g



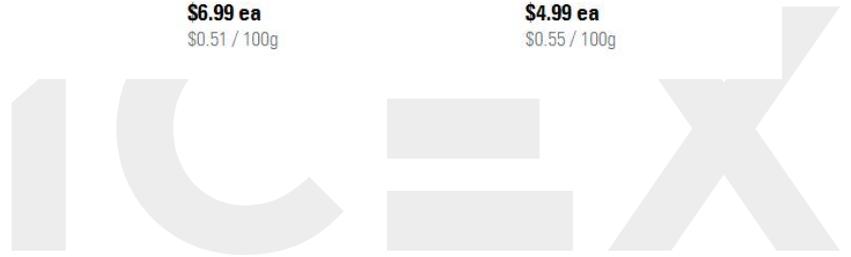
President's Choice,
Navel Oranges Cara
Cara

\$6.99 ea
\$0.51 / 100g



Farmer's Market,
Mandarin Oranges
(2 lb bag)

\$4.99 ea
\$0.55 / 100g





EL MERCADO DE LOS CÍTRICOS EN CANADÁ



Organic Orange
(907 g)

\$6.99 ea
\$0.77 / 100g



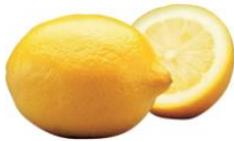
Limes
(1 ea)

MULTI
\$0.80 MIN 5
\$0.89 ea
\$0.89 / 1ea



PC Organics,
Organic Clementines
(2 lb bag)

\$7.99 ea
\$0.88 / 100g



Lemon
(1 ea)

MULTI
\$1.00 MIN 4
\$1.09 ea
\$1.09 / 1ea



PC Organics,
Organic Lime
(1 lb bag)

\$6.49 ea
\$1.43 / 100g



Farmer's Market,
Lemons
(2 lb bag)

\$4.99 ea
\$0.55 / 100g





Red Grapefruit
(1 ea)

MULTI
\$2.00 MIN 2
\$2.49 ea
\$2.49 / 1ea



Farmer's Market,
Red Grapefruit
(3 lb bag)

\$6.99 ea
\$0.51 / 100g



Organic Grapefruit
(907 ea)

\$5.99 ea
\$0.66 / 100g

- Longo's online: www.longos.com



Organic Navel Oranges

\$6⁹⁹ / 3Lb Bag



Florida Juicing Oranges

\$5⁹⁹ / Pkg of 10



Halos Bagged Clementines

\$5⁹⁹ / 2lb bag



Lemon, Large

\$1³⁹ / EACH



Limes

\$0⁹⁹ / Each



Pomelo Grapefruit

\$4⁹⁹ / Each



Grapefruit Red, Small

\$1¹⁹ / EACH

ICEX

**Todos los precios se encuentran actualizados desde agosto 2022.*

icex

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es



icex España
Exportación
e Inversiones