



El mercado de la alimentación 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

9 de diciembre de 2022
Toronto

Este estudio ha sido realizado por
Diego García Antón

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.

NIPO: 114-22-014-8



El presente estudio centra su atención en el mercado de la alimentación en Canadá, para lo que se ha llevado un análisis del comercio internacional de las partidas arancelarias pertenecientes al sector agroalimentario, así como de las tendencias presentes en este mercado, sus canales de distribución, condiciones de acceso y, en última instancia, posibles perspectivas y oportunidades.

A pesar de la crisis provocada por la COVID-19, la agricultura y la agroalimentación siguen siendo un motor económico que impulsa la economía de Canadá. Este sector da trabajo a 2,1 millones de personas en Canadá (1 de cada 9 trabajadores) y supone un 6,8 % del PIB nacional; es decir, generó en 2021 134,9 miles de millones de CAD. <https://agriculture.canada.ca/en/canadas-agriculture-sectors/overview-canadas-agriculture-and-agri-food-sector>

Si bien Canadá produce una gran variedad de productos, está especializada en cereales y productos cárnicos y pesqueros. El país, sin embargo, se encuentra limitado por las condiciones climatológicas extremas; por ello, las importaciones alimentarias en determinados productos frescos son elevadas.

Estados Unidos es el principal proveedor de alimentos a Canadá, con una cuota de importación del 57 % en 2021, seguido por México y China. Los grupos de inmigración también influyen notablemente en las importaciones por países. Así, países como Italia son potentes en sus exportaciones, al igual que los productos orientales experimentan crecimientos en este mercado.

En el caso de España, las exportaciones alimentarias a Canadá ascendieron a 483.112.347 CAD en 2021. El aumento con respecto al ejercicio anterior es del 4,5 %, mientras que para los últimos cinco años éste fue del 49 %, siendo el segundo país (de los 15 primeros) con el mayor crecimiento experimentado entre 2017 y 2021, tras Suiza. Esto le sitúa como el exportador número 13 de productos de alimentación a Canadá, con una cuota de mercado del 1 %.

La fruta fresca (especialmente los cítricos) ha sido, hasta ahora, el producto español con más éxito en Canadá, con una cuota de mercado superior al 20 %. Sin embargo, en 2021, la partida de “grasas y aceites animales o vegetales” ha liderado las exportaciones españolas con una cuota del 21,2 % y un valor de 102.819.239 CAD. España es líder absoluto en exportaciones de aceitunas con una cuota del mercado del 42,3 %, siendo un 7,1 % del volumen de productos exportados por España a este país.

La demanda canadiense está marcada por el multiculturalismo demográfico imperante, que ha convertido al canadiense en un público abierto a todo tipo de productos y a la fusión gastronómica. Entre las principales tendencias de este mercado en alimentación destacan: salud y bienestar: los canadienses cada vez asocian más una buena alimentación a una mejora en el estado de salud; alimentación sostenible y orgánica: los productos ecológicos toman importancia, así como la reducción en los embalajes y el gasto cero; consumo local: los canadienses manifiestan su apoyo al producto local así como a la producción en el país; y *e-commerce*: propiciado por la situación



vivida con la pandemia y que se mantendrá modificando los hábitos de compra de los canadienses hacia un formato híbrido (compra en tienda y *online*).

El producto español es conocido y valorado en tiendas especializadas y de gama gourmet, y poco a poco empieza a hacer un hueco en la gran distribución. La asociación con la dieta mediterránea es importante y la línea que separa España de Italia o Grecia es muy fina; también existe cierta asociación entre lo español y lo latino. Esto hace relevante enfocarse hacia la diferenciación. Además, la imagen es positiva, vinculada a la calidad, y la promoción está resultando ser una herramienta útil de cara a extender el conocimiento de los productos entre la población.

En cuanto a la distribución, las cadenas de supermercados y grandes superficies son la principal vía de venta de alimentos, muy por delante de las tiendas de conveniencia y el pequeño comercio. Los tres primeros grupos de distribución alimentaria en el país por volumen de ventas son: Loblaw Companies, Empire Company (matriz de Sobeys y Safeway Canada) y Metro.

A pesar de que Canadá es signatario de la mayoría de grandes acuerdos internacionales de liberalización del comercio, así como de numerosos acuerdos bilaterales, mantiene una serie de barreras no arancelarias muy relevantes para ciertos productos agroalimentarios. Así, resulta conveniente consultar siempre la Base de Datos *Automated Import Reference System* (AIRS), accesible desde Internet, donde la *Canadian Food Inspection Agency* (CFIA) actualiza los requisitos para cada producto. Los productos más afectados son cárnicos, lácteos y frutas.

La aprobación del Acuerdo Comercial entre Canadá y la Unión Europea o Canada-European Union Comprehensive Economic and Trade Agreement (CETA), ha supuesto la eliminación de los aranceles agrícolas por ambas partes. La Unión Europea se ve especialmente beneficiada en la exportación de quesos a Canadá. El CETA también va a proteger en Canadá ciertas indicaciones geográficas de productos alimentarios europeos. Del total, 27 son españolas, la mayoría relacionadas con el aceite de oliva, frutas y productos cárnicos.

Canadá es un mercado complicado debido a la alta competencia de productos establecidos, la saturación de muchos sectores, la lejanía y dificultad geográfica, determinadas barreras de entrada, los requisitos de acceso y las diferencias culturales. Sin embargo, la seguridad económica, la alta renta per cápita, el fuerte desarrollo del mercado gourmet y la entrada en vigor del Acuerdo CETA, entre otros, paliar, en cierta manera, las dificultades previamente presentadas.

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

