



El mercado del caqui 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.

NIPO: 114-22-014-8



El presente estudio examina la situación actual del mercado del caqui en Canadá, y las perspectivas de futuro y oportunidades esperadas en el sector. De este modo, en la primera parte se analiza la oferta, la demanda, los precios, y la percepción del producto español y, seguidamente, se habla de cómo acceder al mercado (canales de distribución y barreras de acceso).

El caqui es una fruta de sabor dulce, derivado del árbol del mismo nombre y originario de Asia. En España, su plantación se concentra en las regiones de clima templado como Andalucía, Cataluña, y la Comunidad Valenciana. El código del caqui en el Sistema Armonizado (HS por sus siglas en inglés) existe desde 2012 y es el *HS 0810.70 – Other fruit, fresh: Persimmons*.

1.1. España líder en el mercado canadiense

Canadá depende totalmente de las importaciones para su consumo de caqui, ya que la producción local es inexistente. Históricamente, con una cuota cercana al 45 % en valor, Estados Unidos ha sido el primer proveedor de esta fruta. España se mantiene en buena posición como suministrador desde hace años: las importaciones de caqui español han aumentado un 20,3 % desde 2017. A pesar de ello, en 2021, el valor de las importaciones de España descendió en un 26,2 %, manteniéndose en segunda posición en el mercado.

Para entender la oferta es importante tener en cuenta la naturaleza estacional de esta fruta. En la campaña invernal el caqui americano es el primero que llega a Canadá (finales de septiembre) y se mantiene hasta diciembre. El español, en cambio, llega más tarde (finales de octubre) y aguanta hasta febrero (el pico es en diciembre, coincide con la época de fiestas). Por su parte, el sudafricano se suministra entre abril y julio, y se convierte en líder cuando los del hemisferio norte no están disponibles.

En cuanto al destino de las exportaciones, en general, Ontario representa el 45,7 % del consumo de caqui en Canadá, Quebec el 30,1 %, y la Columbia Británica el 16,4 %. Sin embargo, más del 70 % de los caquis procedentes de España se destinan a Quebec.¹

1.2. La demanda: El caqui, cada vez más popular en Canadá

China obtuvo 124.537.911 CAD con sus exportaciones de caqui en 2021, lo que indica que esta fruta es popular entre la población de origen asiático. De acuerdo con esto, a pesar de que Columbia Británica tiene una densidad de población que es prácticamente la mitad de la de Quebec, hasta 2016 se vendían más caquis en la primera. No obstante, a partir de 2017, los datos cambian y Quebec supera cada vez más a la provincia del oeste del país. Esto puede indicar que el producto

¹ Fuente: <https://www.ic.gc.ca/>



es cada vez más reconocido por el resto de la población.

A finales de noviembre de 2020 se publicó en *Fresh Plaza*, una plataforma de medios de comercio global para la industria de productos frescos, que la demanda de caqui aumentaba, debido a su popularización, traduciéndose en un incremento de ventas. En concreto se mencionaban las exportaciones españolas de la variedad Rojo Brillante, la cual a su vez tiene más producción en España.²

Finalmente, cabe mencionar que durante los meses en que el caqui español está disponible en Canadá es la época en la que se celebran varias festividades, y los consumidores que conocen el producto lo empiezan a asociar con este periodo y lo añaden a sus recetas festivas. Para que aumente la notoriedad del caqui en el mercado, es importante que el cliente final conozca su versatilidad y las recetas a las que lo puede incorporar.

1.3. El precio

El caqui es un producto de precio medio-alto que se vende generalmente por unidades (a veces por cajas) en vez de por libras, como ocurre con la mayoría de las frutas. Además, a esta fruta es frecuente que se le apliquen ofertas y descuentos.

Históricamente, los precios no solían cambiar notablemente de un año a otro. Sin embargo, este escenario varió a partir de 2014, ya que desde entonces el precio del caqui ha tendido al alza. Los principales factores con impacto directo sobre los precios son los siguientes:

- Los resultados de la cosecha y la capacidad de hacer llegar el producto al mercado.
- La logística y la disponibilidad de mano de obra.
- El tipo de cambio, el valor relativo de la moneda.
- Problemas, plagas y enfermedades que afectan a las cosechas del lugar de origen.

En el apartado 9.1. Situación actual y tendencia esperada se hallará mayor información sobre los precios previstos para 2022.

1.4. Canales de distribución

Dada la gran extensión y relativamente escasa 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.

² Fuente: *Fresh Plaza* (2020): *Overview Global Kaki Market*.

De forma general, para acceder al mercado canadiense, el 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, entrará en contacto con las cadenas de supermercados o tiendas especializadas. Asimismo, cabe la posibilidad de que el exportador entable la relación comercial con una central de compra que suministrará directamente a los establecimientos asociados.

En la distribución de alimentos frescos, las grandes cadenas de supermercados son las que tienen más poder de decisión en lo tocante a las importaciones de productos frescos, tanto en las grandes ciudades como en el extrarradio.

La distribución en Canadá puede articularse a través de tres vías complementarias:

- **Food Terminal o mercados de acopio:** Normalmente es el primer escalón de la distribución, ya que las cadenas de supermercados y tiendas de conveniencia se suelen suministrar a través de este canal, cuando se trata de especialidades o productos que no son de consumo masivo.
- **Supermercados y grandes cadenas de distribución:** Constituyen el paso siguiente, cuando el conocimiento del producto ya está generalizado. Es el medio más adecuado para llevar a cabo actividades de promoción al público general, como muestras.
- **Foodservice o canal restauración u HORECA:** Hace referencia a los establecimientos de servicio al público, tales como restaurantes, bares o incluso hoteles, entre otros.

Para más información véase el Capítulo 7. Canales de distribución.

1.5. Principales puntos de venta

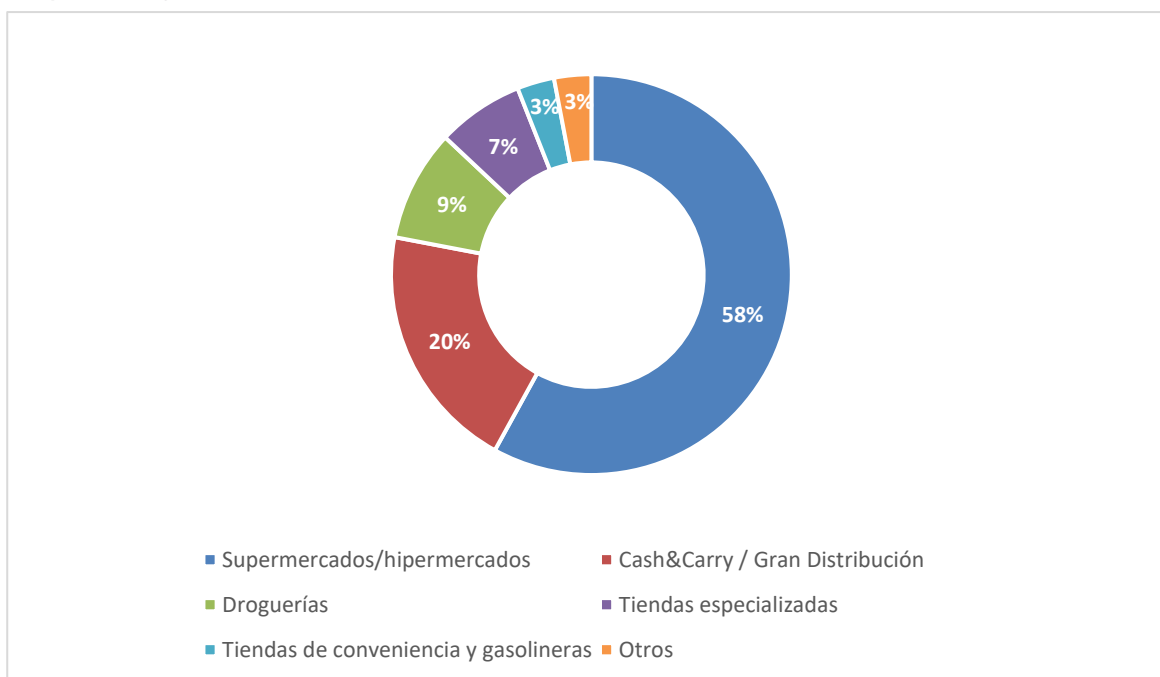
Los principales tipos de puntos de venta de productos agroalimentarios en Canadá comprenden:

- **Supermercados/hipermercados:** concentran aproximadamente el 58 % del mercado del canal detallista.
- **Mass merchandisers:** Grandes hipermercados o almacenes de compra que venden de forma asequible grandes cantidades de productos que atraen a una gran variedad de consumidores.
- **Club Stores / Cash & Carry:** también conocidos como *Warehouse clubs*, ya que para comprar es necesario ser socio del establecimiento.
- **Tiendas especializadas e independientes:** pequeñas tiendas que se centran en un sector alimentario concreto, como comida ecológica, *gourmet*, etc. En 2021 suponían un 7 % del mercado total de la venta al público.

- **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.

PRINCIPALES PUNTOS DE VENTA DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS EN CANADÁ

En porcentaje sobre las ventas totales



Fuente: Elaboración propia a partir de Statistics Canada.

1.6. Acceso al mercado: requisitos de importación

Se recomienda consultar las siguientes páginas de la web de la CFIA:

- [Importing food to Canada: a step-by-step guide](#) (sección *Food imports*).
- [Automated Import Reference System \(AIRS\)](#): herramienta que genera un documento con los requisitos de importación según el código arancelario, origen, y finalidad de la importación que se introduzca. Para aprender a usarlo se debe consultar el [AIRS Tutorial](#).
- [Food labelling for the industry](#)

Desde el 15 de marzo de 2021, los importadores de alimentos a Canadá requieren la licencia *Safe Food for Canadians* (SFC) de la CFIA. Esta debe solicitarse a la Canadian Border Services Agency



(CBSA) y obtenerse antes de la llegada de los productos a la frontera. Además, para la importación de frutas y hortalizas se debe ser miembro de la DRC³, salvo algunas excepciones.

Por otra parte, para dudas específicas sobre licencias y solicitudes se puede consultar a la [CFIA](#) (Canadian Food Inspection Agency) a través de su servicio de contacto en línea.

Por último, para resolver dudas sobre requisitos de importación se puede contactar al [Import Service Centre \(NISC\)](#).

1.7. Perspectivas y oportunidades del sector

Ante todo, la producción local es inexistente, por lo que Canadá depende de las importaciones para satisfacer la demanda. En segundo lugar, España es el principal exportador mundial de esta fruta, lo que lo avala como potencial socio con experiencia y conocimiento del sector, por lo que la exportación de caqui a Canadá es considerada una línea estratégica para España. Es de destacar que en el periodo 2017-2020, las importaciones han crecido un 20,3 %.

No obstante, en 2021 las importaciones desde España descendieron un 26,2 %. La disminución se debió principalmente a la pandemia de la COVID-19 y a las pérdidas ocasionadas por el “cotonet”, un insecto sudafricano que frecuentemente es plaga de cítricos, caquis y ciertas plantas ornamentales. Por ello, la Conselleria de Agricultura de la Comunidad Valenciana ha destinado 5 millones de euros para compensar las pérdidas sufridas, con el fin de retornar a la rentabilidad en las explotaciones para la campaña de 2021-2022⁴.

³ DRC (The Fruit and Vegetable Dispute Resolution Corporation): <https://www.fvdr.com/>

⁴ Fuente: <https://comunica.gva.es/va/detalle?id=362462258&site=174859734>

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

