

# El Mercado Canadiense de Alimentos

---



**TFO**  
CANADA

Experts in trade for developing countries  
Experts en commerce au service des pays en développement  
Expertos en comercio al servicio de los países en desarrollo

# Ventas de Alimentos 2009 mil millones:


---

 **\$125 - ventas totales de alimentos y bebidas**


 **\$51 food service (40%)**

 **\$73.3 tiendas de detalle(60%)**

 **85% supermercados/cadenas**

 **15% tiendas especializadas:  
(almacenes, farmacias,  
panaderías)**

# Distribucion Regional:Cadenas/Independientes

	Cadenas	Tiendas Independientes.
<b>ONTARIO</b>	<b>60%</b>	<b>40%</b>
<b>QUEBEC</b> *patrón distinto	<b>37%</b>	<b>63%</b>
<b>BC</b>	<b>71%</b>	<b>29%</b>

# Mercado Alimentos/Ventas al por Menor

-  **Alimentos -10% de gasto personal**
-  **30% productos importados**
-  **75% de frutas y vegetales frescos importado**
-  **Alto grado de concentración del mercado**
-  **4 grupos principales representan mas que 70%**
-  **El fenómeno de consolidación**
-  **El impacto de cadenas -creciente poder**



**TFO**  
CANADA

Experts in trade for developing countries  
Experts en commerce au service des pays en développement  
Expertos en comercio al servicio de los países en desarrollo

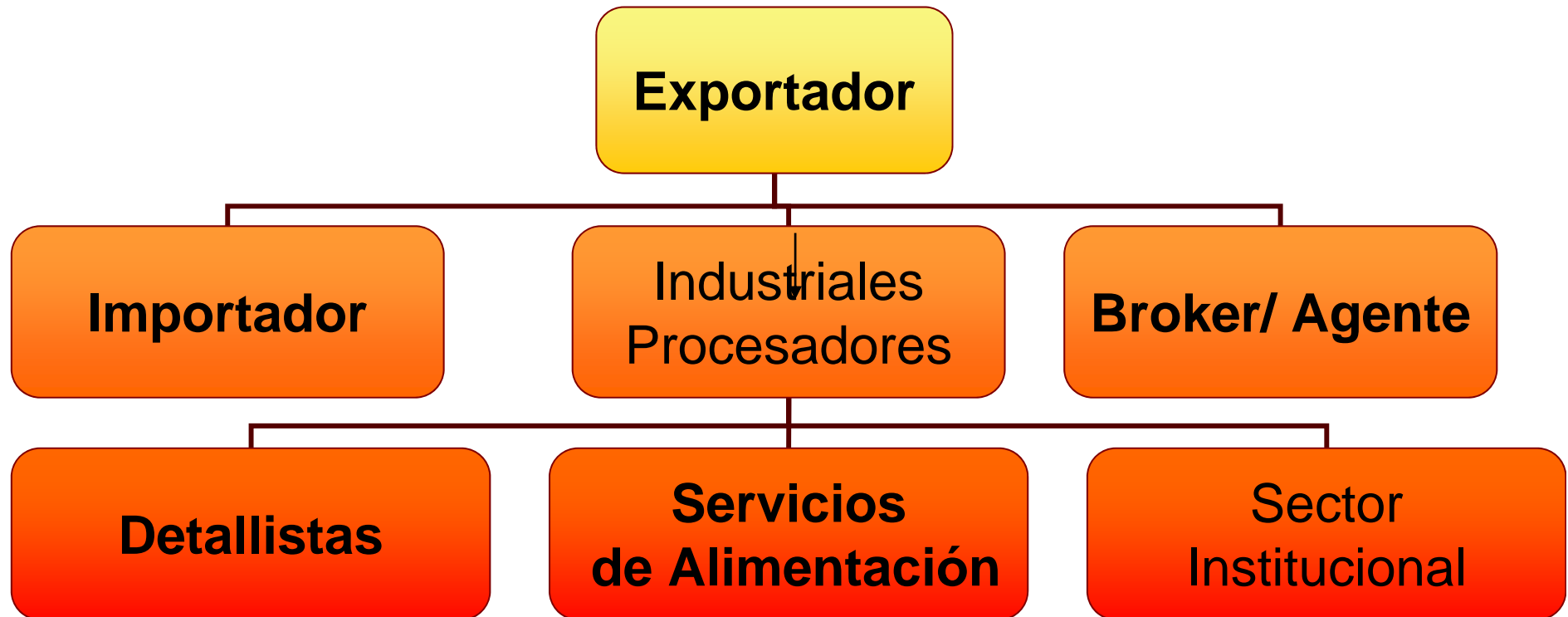
## *Principales cadenas de supermercados*

<b>Empresa</b>	<b>Ventas en CDN\$</b>	<b>%</b>
Loblaw Companies Ltd	30,400,000,000	38%
Sobeys Inc	14,440,000,000	18%
Metro Inc	11,510,000,000	15%
Canada Safeway	6,500,000,000	8%
Costco	4,720,000,000	6%
Co-op's	3,200,000,000	4%
Wall-Mart	2,940,000,000	4%
Overwaitea	2,568,000,000	3%
Shoppers Drug Mart	1,150,000,000	1%
Couche-Tard	970,000,000	1%
North West Co.	575,000,000	1%
HY Louie	560,000,000	1%
Total	79,533,000,000	100%

Nota: Ventas incluyen SOLO alimentos

## Canales de Distribución Alimentos

---



## Canales de Distribución -Márgenes

---

- **Broker:** 0,25% - 5%
- **Importador:** 10% - 30%
- **Mayorista :** 5% - 10%
- **Detallista:** 5% - 50%

# Motivadores de Compra/Tendencias de Consumo

- 📺 **Salud y nutrición**
- 👉 **Comodidad**
- 🌱 **Frescura, sabor**
- 📺 **Precio**
- 🌲 **Medio ambiente sano**
- 👉 **Variedad/Innovación**
- 📺 **Información**
- 👉 **Mercado étnico/internacional**
- 👉 **Religión/ritual/estilo de vida**





## Salud/Comodidad/Étnicos-Tendencias Dominantes/ crecimiento en consumo de:

---

- 🍏 **Frutas y Vegetales frescos/congelados**
- 👉 **Pescado fresco y congelado(mas variedades)**
- 👉 **Snack/Vers.Saludables: nuezes, frutas secas, granos**
- 👉 **Confiteria: >50% de cocoa**
- 👉 **Porcion mas pequena/individual**
- 👉 **Platos Preparados**
- 🌱 **Alimentos/Bebidas Naturales/Orgánicos/Funcionales**
- 👉 **Empaques Eco/Tendencia de Reduccion de Tamano**
- 📦 **Creciente Variedad y Volumen de productos étnicos, organicos y gourmet en distribución masiva**

# Posicionamiento en el Mercado

---

## *Marcas Privadas-tendencia creciente*

- Posicionamiento de Marcas Privadas y de tiendas: **30%**
  - Se posiciona en un sector medio-alto
  - Cadenas de Supermercados tienen varias marcas que han posicionado en segmentos medio-alto y medio.

Loblaws: "Presidents Choice"- Medio-Alto y "No Name"- Medio/Bajo

## *Posicionamiento - valor agregado*

- Certificación Orgánica, Fair Trade, Kosher, Halal
- Productos de Especialidad/Gourmet/Salud y Inovacion

## Productos Naturales para Salud – “Neutraceuticos”(NHP)

---

- **Creciente uso de productos y medicina alternativa (80% en 5 años)**
- **Ventas por tiendas especializadas (naturistas), ultimamente mas via farmacias y tiendas tradicionales (supermercados)**
- **Concentracion de ventas en, Quebec y British Columbia.**

# El Mercado Orgánico-un segmento creciente

---

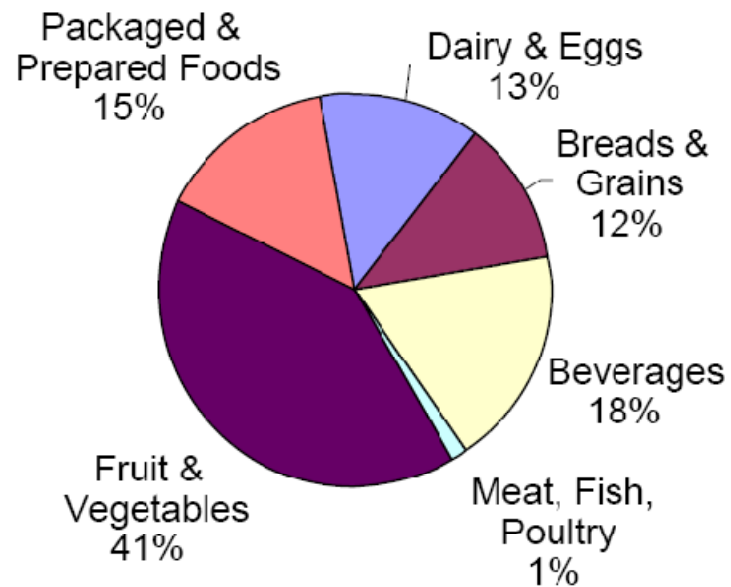
- ❶ **\$ 3 mil millones ventas anuales**
- ❷ **20% de crecimiento anual**
- ❸ **Canada-productor y importador**
- ❹ **80% son productos importados**
- ❺ **20% consumidores regulares, 60% ocasionales**
- ❻ **Premio en precio 20-30%**
- ❼ **40% ventas en tiendas convencionales**



# Canadian Organic Market Overview (2008)

---

**Chart 4: Organic Food Sold in Canadian Supermarkets**



# Importaciones Organicas a Canada

HS CODE:	VALUE (\$ Can)			
Various	2006	2007	2008	2009-Mar
<b>TOTAL:</b>	108 619 457	181 870 326	290 637 003	157 895 096
United States	64 835 925	121 708 898	223 676 189	79 971 195
Chile	16 711 066	10 394 750	15 951 182	20 650 974
Mexico	11 143 373	15 240 520	15 743 704	11 204 497
Ecuador	112	7 028 492	9 725 015	3 846 134
Argentina	12 541 236	11 258 553	6 064 694	185 080
Colombia	1 388	4 881 599	5 342 299	17 992 803
Costa Rica	4 624	2 303 345	1 881 708	2 108 750
China, P. Rep.	0	340 911	1 760 215	445 642
New Zealand	241 243	683 843	1 536 054	76 216
Uruguay	309 656	282 089	1 499 956	1 640
Peru	182 199	1 049 130	1 398 175	3 444 837
Italy	19 328	155 585	1 263 457	2 184 340
Netherlands	0	651 802	870 128	143 497
Guatemala	5 535	164 906	734 874	6 074 933
Israel	15 880	420 759	710 016	350 069
Brazil	1 897 068	1 088 221	491 776	6 916 826
Spain	223 274	976 312	374 004	247 935
South Africa	459 080	2 698 771	332 889	1 114 182
Dominican Rep.	19 500	472 151	296 748	154 600
Japan	6 195	1 491	231 468	129 220
India	1 409	43 393	224 617	472 263
Sri Lanka	0	2 299	203 444	134 371
Germany	0	0	189 683	9 984
Morocco	1 366	22 506	134 708	35 108

# The Canadian Market

---

- Ethnic foods: 12% of retail food sales
  - expected to grow 5% annually
  - \$15 billion within next decade
- Organic Foods: 3% of retail food sales
  - expected to grow 20% annually

## El Mercado Orgánico-un segmento creciente, cont...

---

- 🍴 **Potencial para productos empacados, frutas/vegetales frescos tropicales, café, granos**
- 🍴 **Norma Orgánica Nacional(Organic Products Regulations)-desde Junio 2009!**
- 🍴 **Productos certificados y min. 95 % ingred. organ**
- 🍴 **CFIA : [www.inspection.gc.ca](http://www.inspection.gc.ca)**
- 🍴 **Can Organic Advisory Board: [www.cog.ca](http://www.cog.ca)**
- 🍴 **Organic Trade Assn: [www.ota.com](http://www.ota.com)**



# WHOLEFOODS RETAIL CHAIN- productos naturales y organicos

---

- **Amplia gama de productos naturales y organicos**
- **Creado en 1980**
- **190 tiendas en Norte America**
- **Tiendas en Canada**
- <http://www.wholefoodsmarket.com>

# Leyes del etiquetado: contenido de nutrición, aclamaciones contenido y salud

---

❖ *Food Labelling Guide (guia de etiquetado):*

➤ **Canadian Food Inspection Agency (CFIA):**

[www.inspection.gc.ca](http://www.inspection.gc.ca)

❖ *Neutraceuticos-nuevas leyes vigentes desde 2008.*

**(NHP regulations– Natural Health Products)**

➤ **Health Canada: [www.hc-sc.gc.ca](http://www.hc-sc.gc.ca)**

➤ **Agriculture and Agri Foods Canada: [www.agr.ca](http://www.agr.ca)**

# Caja de Nutricion - ejemplo

## Nutrition Facts Valeur nutritive

Per 1 cup (264g)  
pour 1 tasse (264g)

Amount Quantité	% Daily Value % valeur quotidienne
<b>Calories / Calories 260</b>	
<b>Fat / Lipides 13g</b>	<b>20%</b>
Saturated / saturés 3g + Trans / trans 2g	<b>25%</b>
<b>Cholesterol / Cholestérol 30mg</b>	
<b>Sodium / Sodium 660mg</b>	<b>28%</b>
<b>Carbohydrate / Glucides 31g</b>	<b>10%</b>
Fibre / Fibres 0g	<b>0%</b>
Sugars / Sucres 5g	
<b>Protein / Protéines 5g</b>	
Vitamin A / Vitamine A	4%
Vitamin C / Vitamine C	2%
Calcium / Calcium	15%
Iron / Fer	4%



**TFO**  
CANADA

Experts in trade for developing countries  
Experts en commerce au service des pays en développement  
Expertos en comercio al servicio de los países en desarrollo

## Nutrition Facts Valeur nutritive

Per 125 mL (87 g) / par 125 mL (87 g)

Amount Teneur	% Daily Value % valeur quotidienne
<b>Calories / Calories</b> 80	
<b>Fat / Lipides</b> 0.5 g	<b>1 %</b>
Saturated / saturés 0 g + Trans / trans 0 g	<b>0 %</b>
<b>Cholesterol / Cholestérol</b> 0 mg	
<b>Sodium / Sodium</b> 0 mg	<b>0 %</b>
<b>Carbohydrate / Glucides</b> 18 g	<b>6 %</b>
Fibre / Fibres 2 g	<b>8 %</b>
Sugars / Sucres 2 g	
<b>Protein / Protéines</b> 3 g	
Vitamin A / Vitamine A	2 %
Vitamin C / Vitamine C	10 %
Calcium / Calcium	0 %
Iron / Fer	2 %

## Consumo de fruta y vegetal frescos 2008

---

Consumo de Frutas: 38 kg per capita

75% importados  
(Noviembre-Junio):



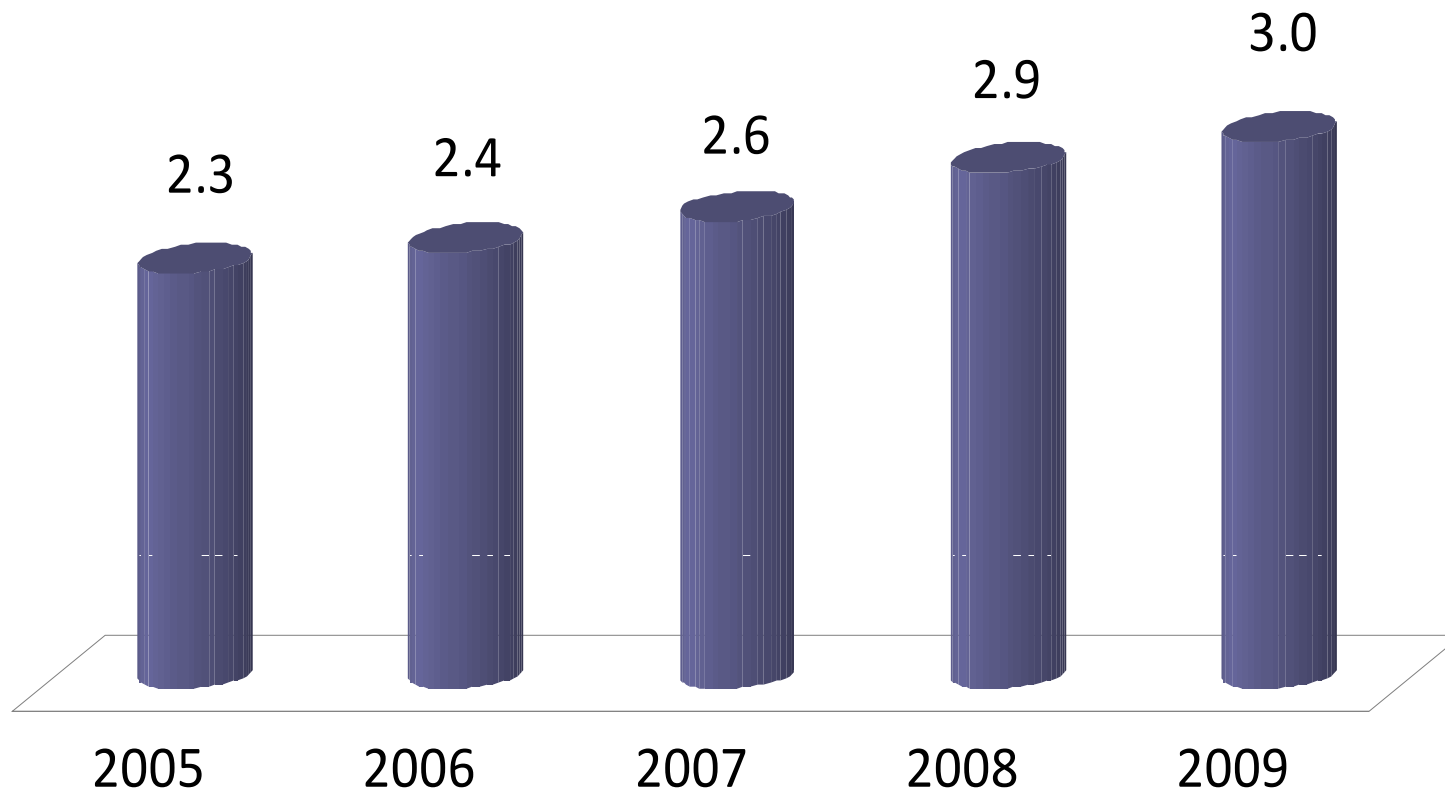
Consumo de Vegetales: 68 kg per capita

## Consumo

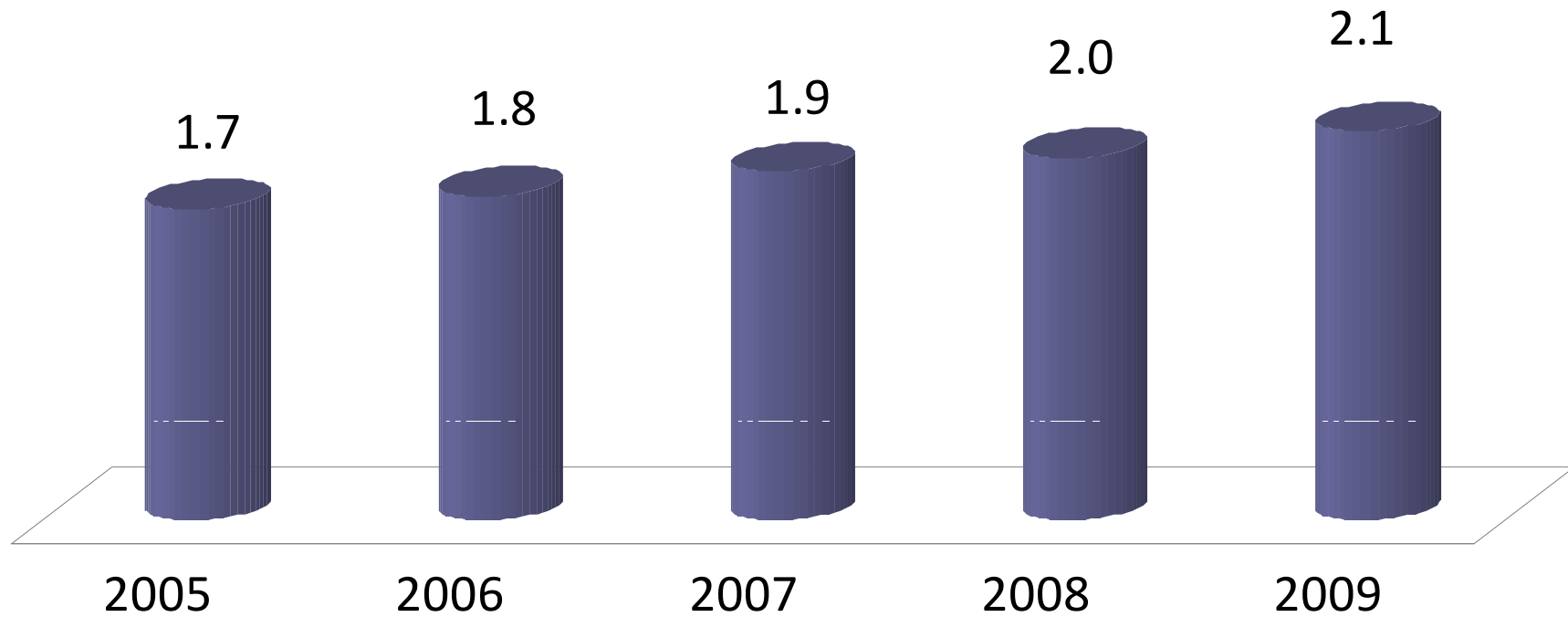
---

- ✓ **Frutas**: banano, manzana, naranja, uva típicos
- ❖ Pero crece interés y consumo de frutas tropicales/cambia percepción de “tropical/exótico”
- ❖ (pina, mango, guayabas-ventas dinámicas)
  
- ✓ **Vegetales**: lechuga, zanahoria, cebolla, tomates; nuevas variedades en crec. demanda (**vegetales asiáticos**)
- ✓ Factor de comodidad: más consumo de fruta congelada, vegetales pre-empacados, jugos, IQF
- ✓ *\*Creciente participación de orgánicos*

# Importación de frutas frescas a Canadá 2005-2009 (\$ mil millones)



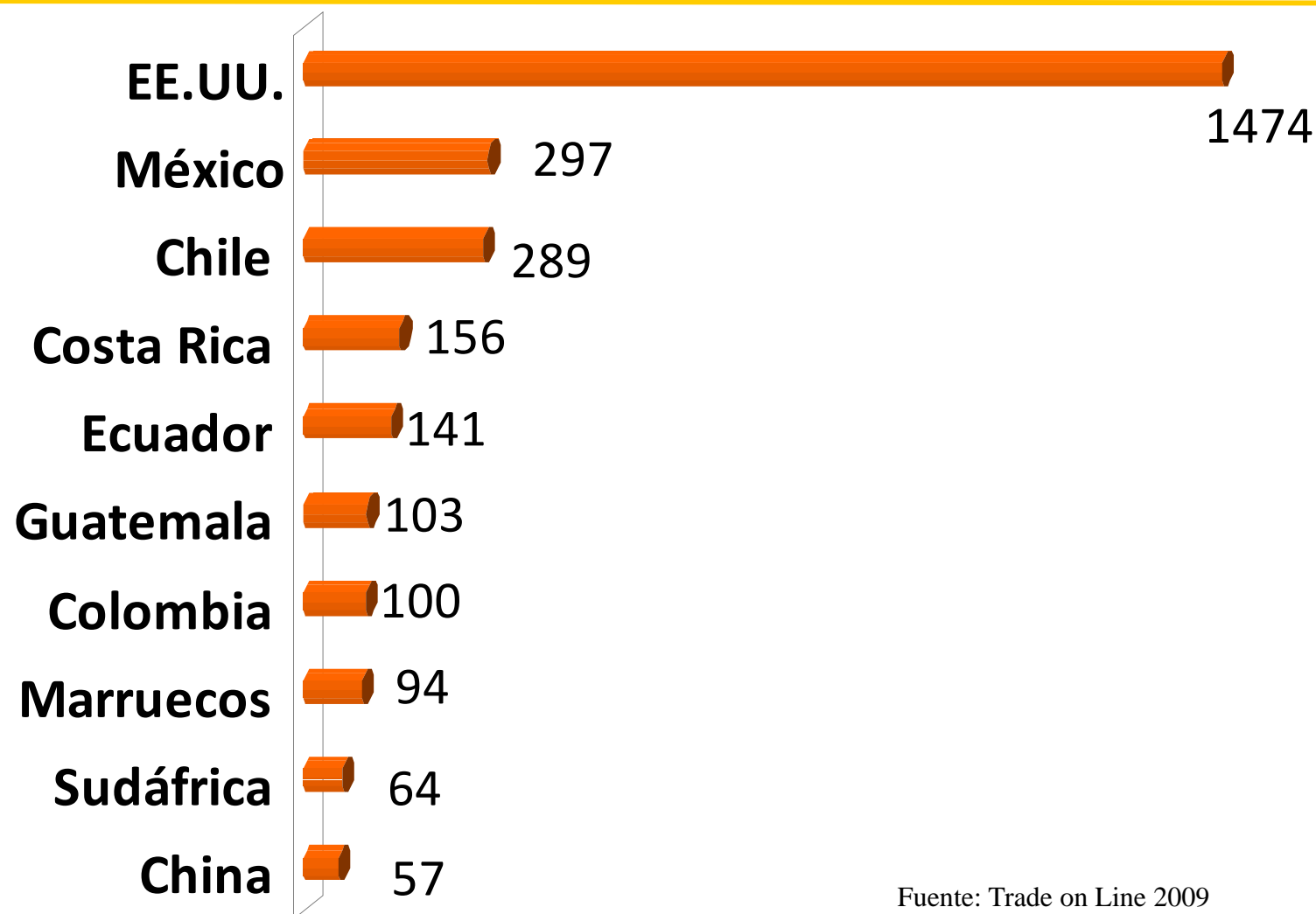
# Importaciones de Vegetales Frescos a Canadá



Fuente: Industry Canada – Trade Data on Line (2009)

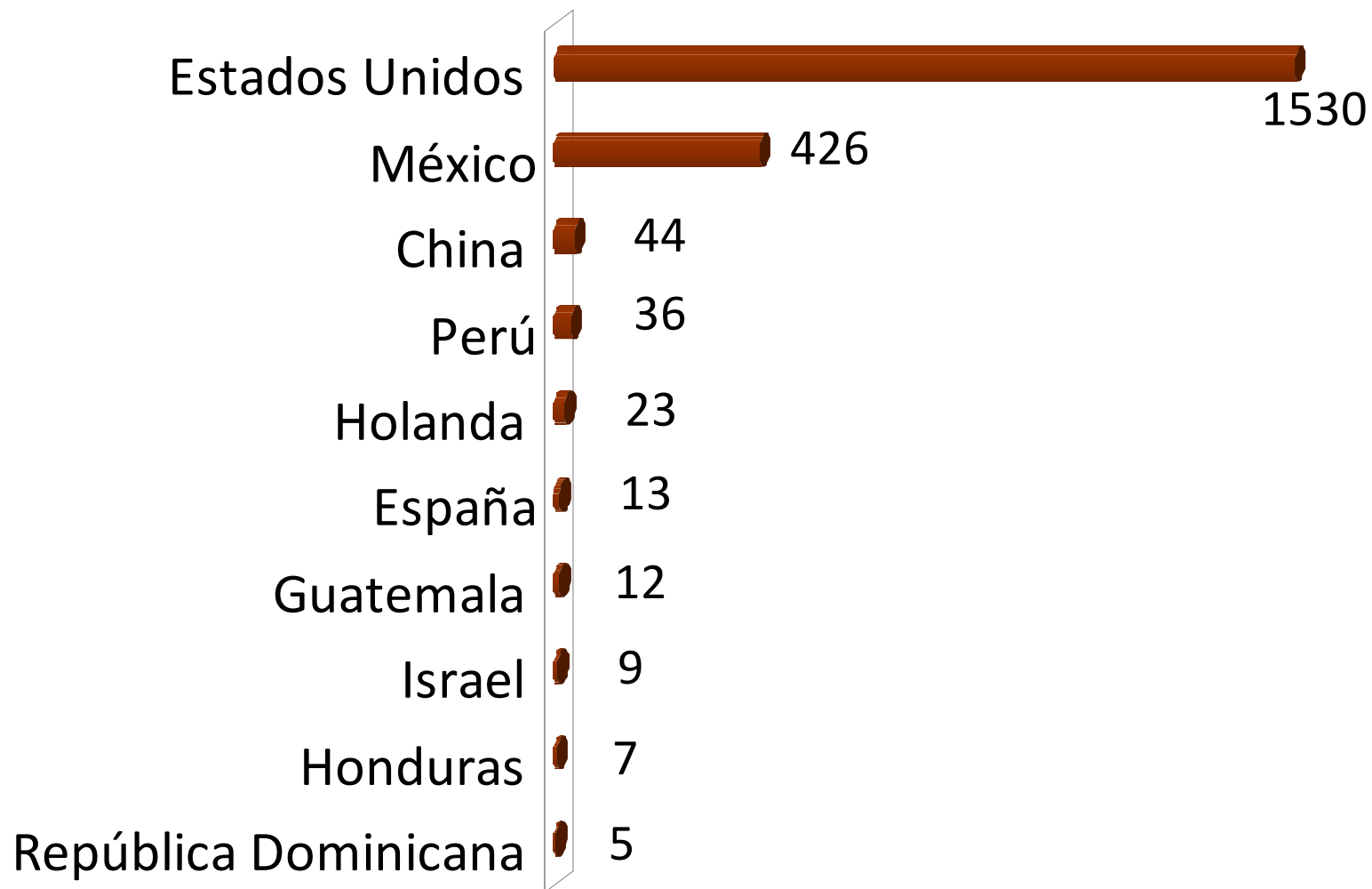


## Fuentes de Importación de Frutas Frescas a Canadá (\$mill.)



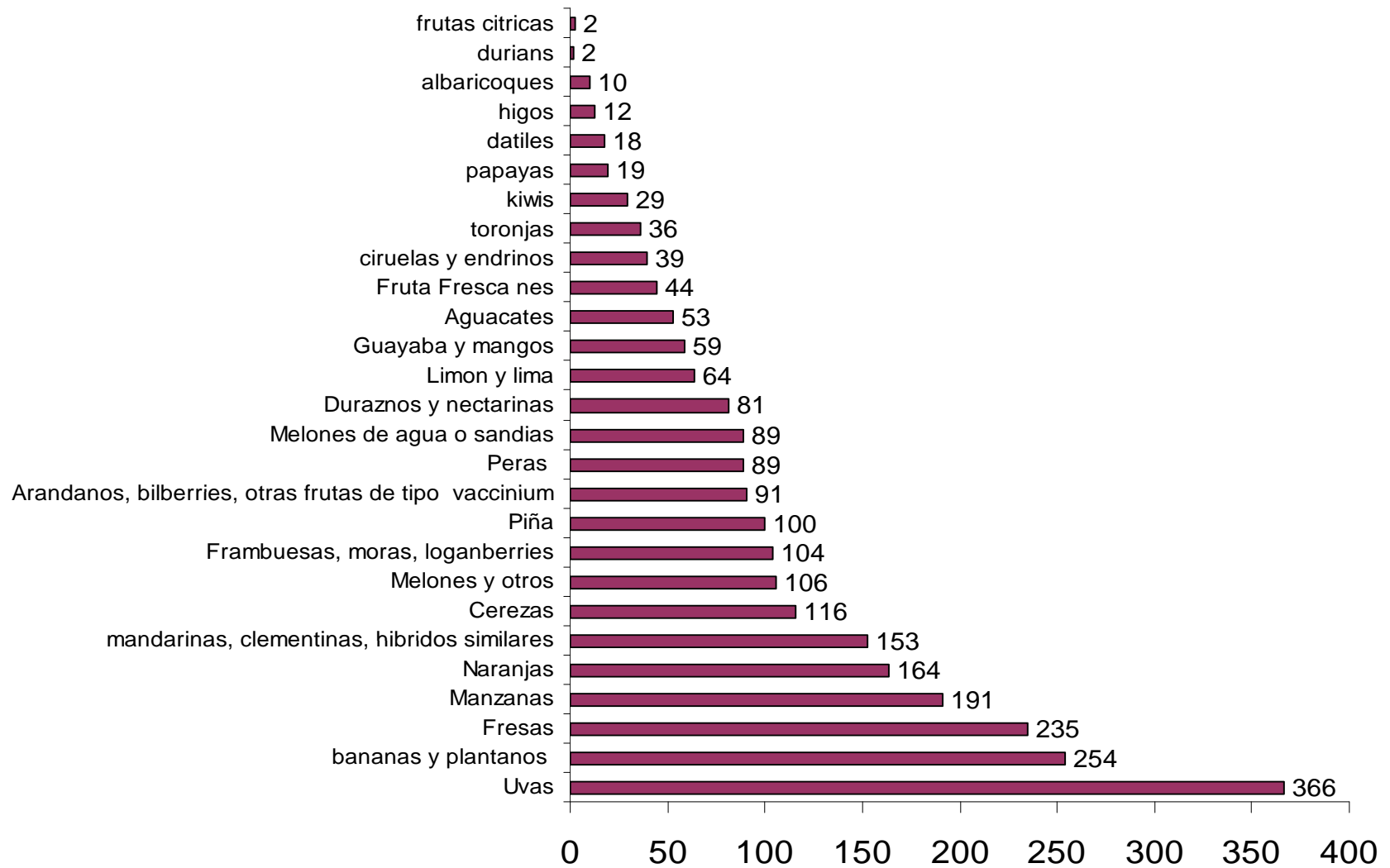
Fuente: Trade on Line 2009

## Fuentes de Importación de Vegetales Frescos a Canadá



Fuente: Trade on line 2009

## Tipos de fruta fresca importada por Canadá 2007 (\$ millions)



Source: Industry Canada, Trade Data Online, 2008

# Tendencias de Industria

---

The produce industry is undergoing massive changes as it moves from a commodity model to a consumer-based, marketing-driven model. Major trends driving this change include:

- **consolidation.**
  - **information technology.**
  - **global market place.**
  - **margin pressure.**
  - **solution marketing.**
  - **Traceability**
  - **Sustainability**
- **Concern about Food Safety is increasing**

# Requisitos para la Importación-Fr.Veg.Frescos

---

- ↪ **Canadian Food Inspection Agency (CFIA)** es la agencia federal responsable por los estándares de salud y de calidad (grados de calidad)
- ↪ Importadores canadienses/agentes de frutas y vegetales frescos deben tener una licencia del **CFIA** o ser socios de **Dispute Resolution Corporation (DRC)**: ([www.fvdrc.ca](http://www.fvdrc.ca))

# Membresía en DRC



- **MINIMALIZE SU RIESGO!!!**
- Las partes deben ser miembros de DRC antes de que surja la disputa.
- Los miembros pueden llegar a arreglos con no miembros estipulando el uso de DRC en caso de alguna controversia.  
(Cláusula sobre Arbitraje)



Experts in trade for developing countries  
Experts en commerce au service des pays en développement  
Expertos en comercio al servicio de los países en desarrollo

Canadá • México • Estados Unidos


# Requisitos para la Importación-Frutas y Vegetales Frescos

---

- ↘ Ciertos tipos de producto (raíces, tubérculos) requieren un certificado fitosanitario
- ↘ Confirmación de Venta (COS) - obligatoria
- ↘ Tarifas estacionales (julio-octubre)

## Identificación de Comprador cont...

---

 **Un programa de visita a Canadá  
(opción : coincida con fechas de  
ferias comerciales)**

 **Exhibición – una opción para  
empresas con suficientes fondos**



# Identificación de Comprador/ Como Aproximarse al Mercado, cont...

---

 **Revista “Canadian Grocer”**  
[www.cdngrocer.com](http://www.cdngrocer.com)

 **Contactar: CPMA**  
**(*Canadian Produce Marketing Assn*)**  
***Asociación de Frutas y Vegetales***  
***Frescos***

[www.cpma.ca](http://www.cpma.ca)



# Identificación de Comprador/ Ferias de Alimentos

---

## CRFA Trade Show : Food and Beverage Show 6-8 de marzo, 2011; TORONTO

➔ **Canadian Restaurant and Food Service  
Association**

**Tel: (416) 923-8416 Fax: (416) 923-1450**

**[www.crfa.ca](http://www.crfa.ca)**

- *canal de food service*
- *Buyer's Guide on line per category*

## Identificación de Comprador/Ferias de Alimentos (Cont.)

---

🍴 **SIAL : 11-13 Mayo, 2011; TORONTO**

Sitio web: **[www.sialcanada.com](http://www.sialcanada.com)**



🍴 **Natural Health Product Trade Show:**

🍴 **15-16 de octubre 2011; TORONTO**

Sitio web: **[www.chfa.ca](http://www.chfa.ca)**

**Canadian Health Food Association**

# CPMA

(frutas y vegetales frescos)

## Convención y Feria Comercial

**13-15 Abril, 2011**  
**Montreal**

**3000 participantes**  
**400 puestos de exhibición**



**TFO**  
CANADA

Experts in trade for developing countries  
Experts en commerce au service des pays en  
Experts en comercio al servicio de los países en desarrollo

# Producto correcto, momento correcto, precio correcto

---

- 👍 No es el precio
- 👍 La información es fundamental
- 👍 Comercialice bien el producto o el evento
- 👍 Seleccione el producto correcto en el momento correcto del año y sea competitivo

# Consideraciones Claves en Resumen / Perspectiva de Compradores

---

- 📄 Proveedores fiables y informados
- 🗉 Productos competitivos (Calidad /Precio/Servicio)
- ✈ Transporte económico y seguro
- 🏷 Etiquetas canadienses/bilingües
  - (distintas de USA)



# Consideraciones / Perspectiva de Compradores, cont.

---

 **Dedicación de largo plazo**

 **Market positioning / Orientación**

 **Nichos de mercado**

 **Comunicación-Seguimiento**

➤ **Respuesta rápida**

# Mas Fuentes de Informacion-Sitios WEB

---

- ▶ OPMA – Inspección (ONTARIO privado):  
<http://www.opma-assn.com>
- ▶ F & G – Inpección (QC privado):  
<http://www.fandg.ca>
- ▶ Agencia – Ref Crediticias:  
[http://www.equifax.com/EFX\\_Canada](http://www.equifax.com/EFX_Canada)
- ▶ Blue Book: <http://www.bluebookprco.com>
- ▶ Agencia Canadiense de Servicios Fronterizos:  
<http://www.cbsa-asfc.gc.ca>
- ▶ Ministerio de Agricultura – Infohort:  
<http://www.agr.gc.ca/infohort>
- ▶ ACNielsen Canada: [www.acnielsen.ca](http://www.acnielsen.ca)



# Mas Fuentes de Informacion-Sitios WEB

---

- ▶ Ministerio de Industrias de Canadá:  
<http://www.ic.gc.ca>
- ▶ Estadísticas de Canadá: <http://www.statcan.ca>
- ▶ Asociación de Restaurantes y Foodservice:  
<http://www.crfa.ca>
- ▶ Asoc. Canadiense de Alimento Natural:  
<http://www.chfa.ca>
- ▶ Asoc. Canadiense de Producto Fresco (CPMA):  
<http://www.cpma.ca>
- ▶ Asoc. Canadiense de Importadores y Export:  
<http://www.iecanada.com>
- ▶ Asoc. Canadiense de Agentes Aduanales:  
<http://www.cscb.ca>
- ▶ Procesadores alimento de Canadá:  
<http://www.foodnet.fic.ca>

# Fuentes de Informacion

---

## ❖ Estudios de Mercado de **TFO** **Canada**

[www.tfocanada.ca](http://www.tfocanada.ca)