

BOLETÍN DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS
Oficina Comercial de Ecuador en Canadá

**OBLIGATORIEDAD DE CERTIFICACIÓN GLOBAL GAP,
IMPORTACIÓN Y CONSUMO DE FRUTAS EN CANADÁ**

Canadá es dependiente de las importaciones de productos frescos en un 75%, pues solo produce el 25%, por esta razón 4 de cada 5 dólares gastados en productos frescos corresponden a productos importados. Sus principales proveedores históricos en los últimos 20 años son: UE, México, Brasil, China y Australia, en donde las frutas más importadas por volumen han sido: uva, banano, frutilla, aguacate, manzana y naranja.

Los varios casos de enfermedades transmitidas por alimentos relacionadas con frutas y verduras cultivadas dentro y fuera de Canadá, han resultado en una mayor preocupación para los consumidores respecto al potencial de contaminación microbiana de productos de campo frescos y a pesar de que GLOBAL GAP es hasta el momento un programa voluntario, pasará a ser obligatorio para el ingreso de alimentos frescos a partir del 15 de enero del 2021. Actualmente, esta certificación es considerada crucial por las grandes cadenas como Loblaws, Sobeys y Metro.



Canales de distribución

Los exportadores deben decidir entre exportar directamente a un importador, distribuidor o minorista en Canadá o indirectamente usando intermediarios como distribuidores, corredores y agentes o casas comerciales. Cada opción tiene ventajas y desventajas. En general, si es nuevo en el mercado, probablemente deseará formar una sociedad con intermediarios en Ecuador o Canadá. Estos intermediarios están familiarizados con el mercado canadiense y trabajarán por un honorario para representarlo y vender sus productos en Canadá.

Por el contrario, si ya cuenta con experiencia, puede optar por exportar directamente a los compradores, incluyendo minoristas y consumidores.

A continuación, los canales de distribución tradicionales en Canadá para frutas frescas:



Fuente: TFO Canadá

Elaboración: Oficina Comercial de Ecuador en Canadá

Cultura de negocios

El comprador canadiense tiene algunos mitos sobre hacer negocios con países de América Latina; consideran que puede haber muchas trabas por temas de corrupción; por eso es importante crear confianza para el empresario canadiense, a través de una comunicación transparente y continua, denotando procesos serios y ordenados. Se recomienda, que el representante del proveedor maneje fluidamente el inglés o francés (*en el caso de Quebec*) para que pueda haber una comunicación más efectiva.

Es importante considerar que el mercado canadiense es relativamente pequeño y la mayor parte de los que participan en la industria se conocen entre sí. El mantener la buena reputación de su empresa, es por lo tanto crucial para el éxito a largo plazo.

Perfil del consumidor

- ✓ Los hogares canadienses gastan en promedio \$58,600 CAD al año (43,360 USD aprox).
- ✓ Casi todos los canadienses (90%) realizan compras semanales de frutas y verduras frescas.
- ✓ En promedio, el canadiense consume 4.2 porciones al día de frutas y/o verduras frescas.

- ✓ Las mujeres adultas consumen 4.3 porciones por día (menos que las 7-8 que son las recomendadas) y los hombres adultos 3.5 porciones (lejos de las 8-10 que son las recomendadas).
- ✓ El cliente canadiense es exigente y bien informado.
- ✓ Cuenta con altos ingresos, sin embargo, busca el mejor precio y está dispuesto a pagar más por certificaciones.
- ✓ Tiene un estilo de vida que requiere productos fáciles de preparar en productos frescos y congelados; sin embargo, reconoce los beneficios de los alimentos frescos.
- ✓ Existe un alto porcentaje de población adulta.
- ✓ Hay presencia de grupos étnicos, principalmente asiáticos que demandan frutas exóticas en su dieta.

Tendencia de consumo por la pandemia COVID-19 y perspectivas de compra

- ✓ Evolución del comercio en línea de 6 a 12 meses, desde enero se ha incrementado en casi un 40%.
- ✓ Principales cadenas de supermercados como Loblaws, Metro, Sobeys, Casino, Walmart están comprando cada vez más directamente al productor.
- ✓ Empresas de distribución de alimentos están aumentando el servicio puerta a puerta D2C (Direct to Consumer).
- ✓ Existe una inmediata demanda por productos que refuercen el sistema inmunológico y los cupos de importación en Canadá aumentarán.
- ✓ Las frutas promotoras inmunológicas de acuerdo con TFO son: guayaba, frutilla, mango y maracuyá.
- ✓ Se está considerando la utilización de plástico reciclado para las frutas y vegetales frescas a raíz del SARS-CoV-2.
- ✓ Los principales atributos requeridos en alimentos frescos por los consumidores en orden de prioridades:
 1. Mejor calidad, fresca y sabor
 2. Contenido nutricional: soporte al sistema inmunológico
 3. Seguridad alimentaria: confianza, certificación Global Gap, protocolos de contención desde la cosecha al empaque
- ✓ 3 millones de canadienses perdieron sus empleos y modificaron su comportamiento de compra de productos frescos; sin embargo, siguen buscando buena calidad a un menor precio.

Fuentes de información: TFO Canadá, Agencia de Inspección de Alimentos, Importadores canadienses