

El Mercado Canadiense de Alimentos




Ventas de Alimentos 2008 mil millones:

 **\$124.3 - 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.
ONTARIO	60%	40%
QUEBEC *patrón distinto	37%	63%
BC	71%	29%

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**

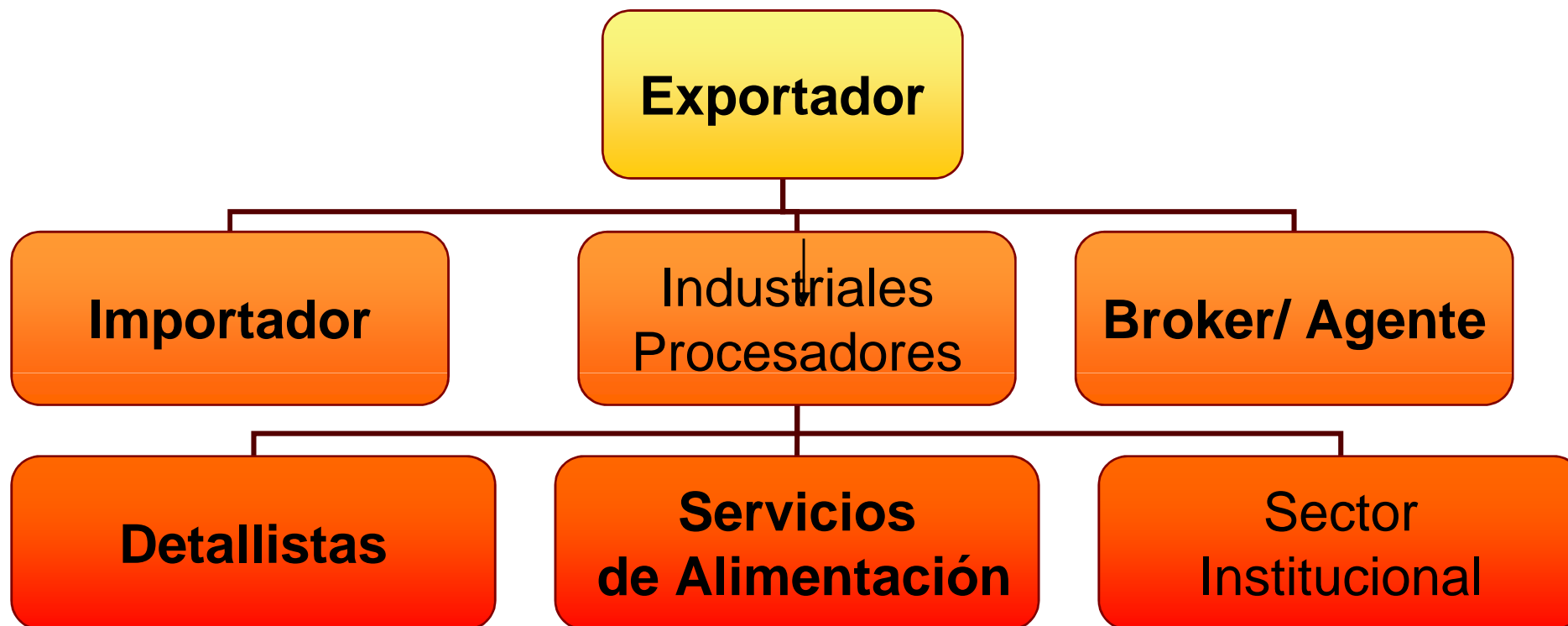


Principales cadenas de supermercados

Empresa	Ventas en CDN\$	%
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



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

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.**

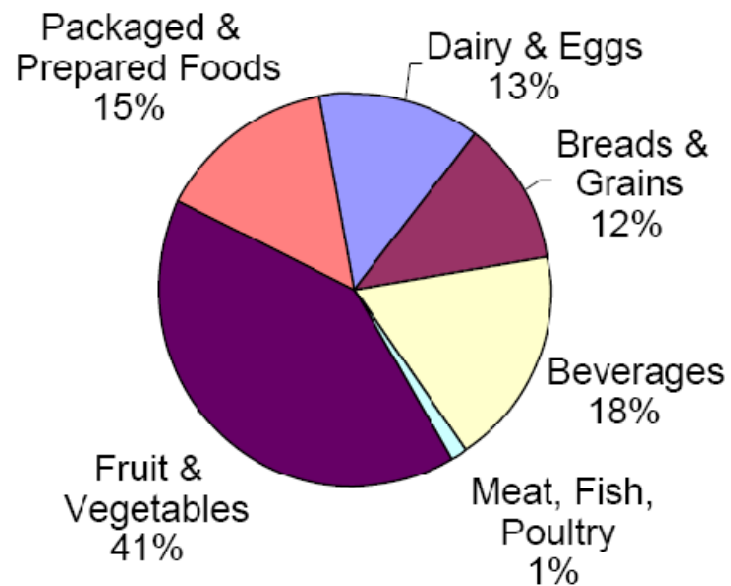
El Mercado Orgánico-un segmento creciente

- 🍴 **\$ 3.8 mil millones en 2008**
- 🍴 **20% de crecimiento anual**
- 🍴 **Canada-productor y importador**
- 🍴 **80% son productos importados**
- 🍴 **20% consumidores regulares, 60% ocasionales**
- 🍴 **Premio en precio 20-30%**



Canadian Organic Market Overview (2008)

Chart 4: Organic Food Sold in Canadian Supermarkets



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

Importaciones Organicas a Canada

HS CODE:	VALUE (\$ Can)			
Various	2006	2007	2008	2009-Mar
TOTAL:	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

El Mercado Orgánico-un segmento creciente

- Organic and Ethnic Foods' fastest growing sector
 - Healthy, natural, environmentally friendly
- Currently 61 Certified Organic Commodity HS Import Codes:
 - Agriculture and Agri-Food Canada

<http://www4.agr.gc.ca/AAFC-AAC/display-afficher.do?id=1183748510661&lang=eng>

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...

- ❶ Potencial para productos empacados, frutas/vegetales frescos tropicales, café, granos
- ❷ Norma Orgánica Nacional-desde Junio 2009!
- ❸ CFIA : www.inspection.gc.ca
- ❹ Can Organic Advisory Board: www.cog.ca
- ❺ Organic Trade Assn: www.ota.com
- ❻ Quebec Accreditation Board
www.caqbio.org

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 (guía de etiquetado):*

➤ Canadian Food Inspection Agency (CFIA):

www.inspection.gc.ca

❖ *Neutraceuticals-nuevas leyes vigentes desde 2008.*

(NHP regulations– Natural Health Products)

➤ Health Canada: www.hc-sc.gc.ca

➤ Agriculture and Agri Foods Canada: 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
Calories / Calories 260	
Fat / Lipides 13g	20%
Saturated / saturés 3g + Trans / trans 2g	25%
Cholesterol / Cholestérol 30mg	
Sodium / Sodium 660mg	28%
Carbohydrate / Glucides 31g	10%
Fibre / Fibres 0g	0%
Sugars / Sucres 5g	
Protein / Protéines 5g	
Vitamin A / Vitamine A	4%
Vitamin C / Vitamine C	2%
Calcium / Calcium	15%
Iron / Fer	4%



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

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

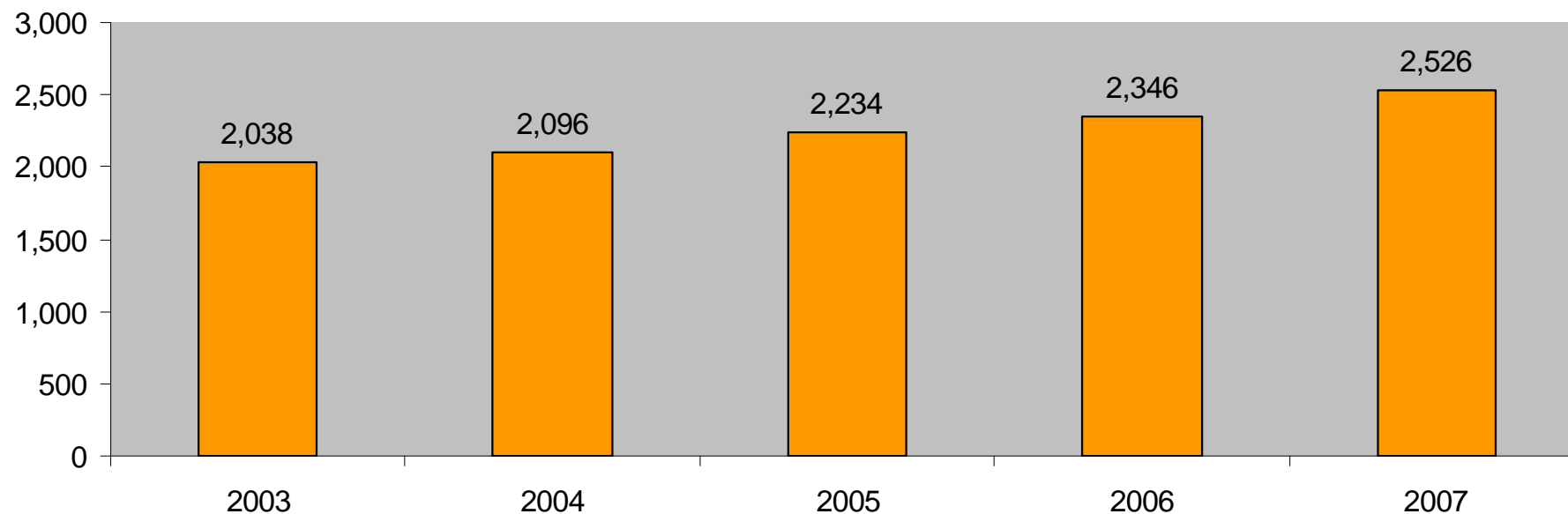
Consumo

- ✓ **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 (asiáticos)
- ✓ **Factor de comodidad:** más consumo de fruta congelada, vegetales pre-empacados, jugos
- ✓ ***Creciente participación de orgánicos**

Importaciones de Frutas frescas a Canadá

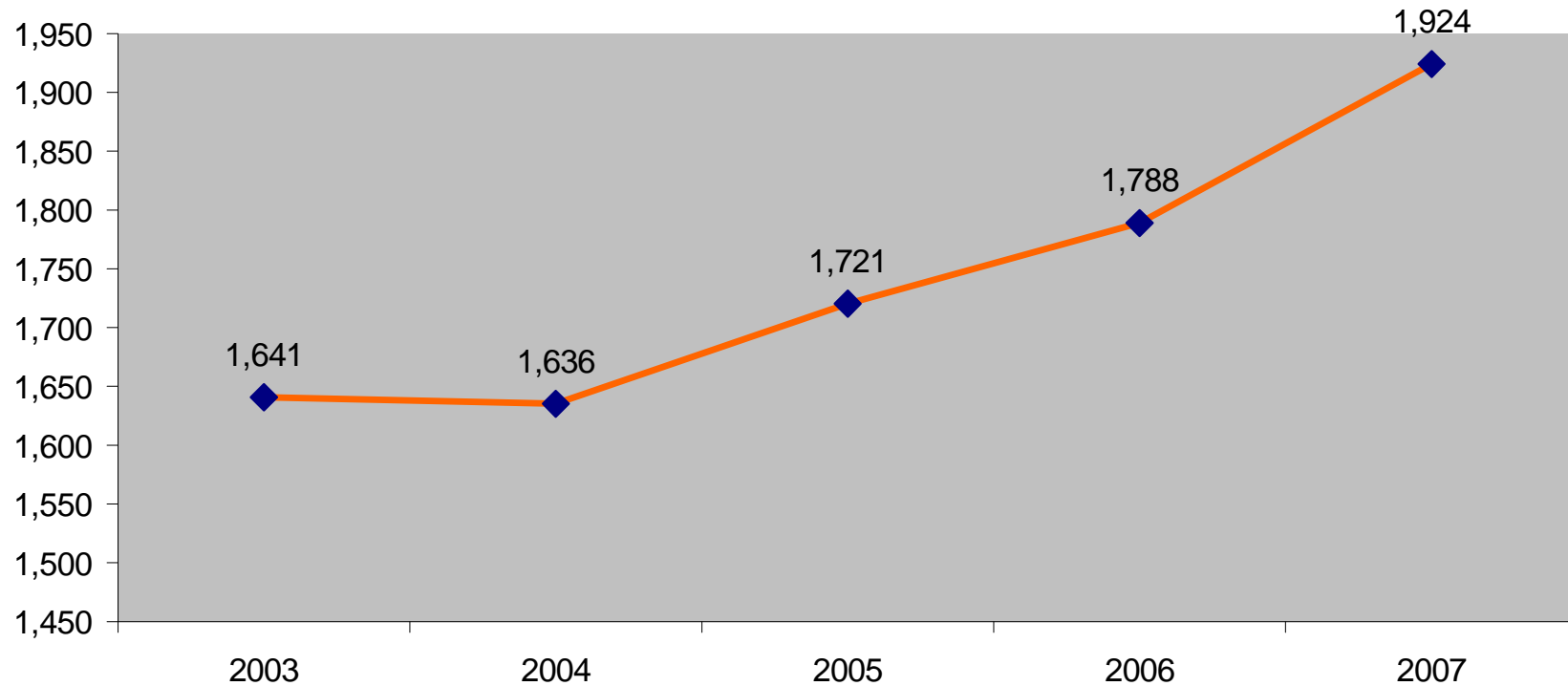
Importaciones de frutas frescas a Canadá
2003-2007 (\$ millions)



Fuente: Industry Canada, Trade Data Online, 2008

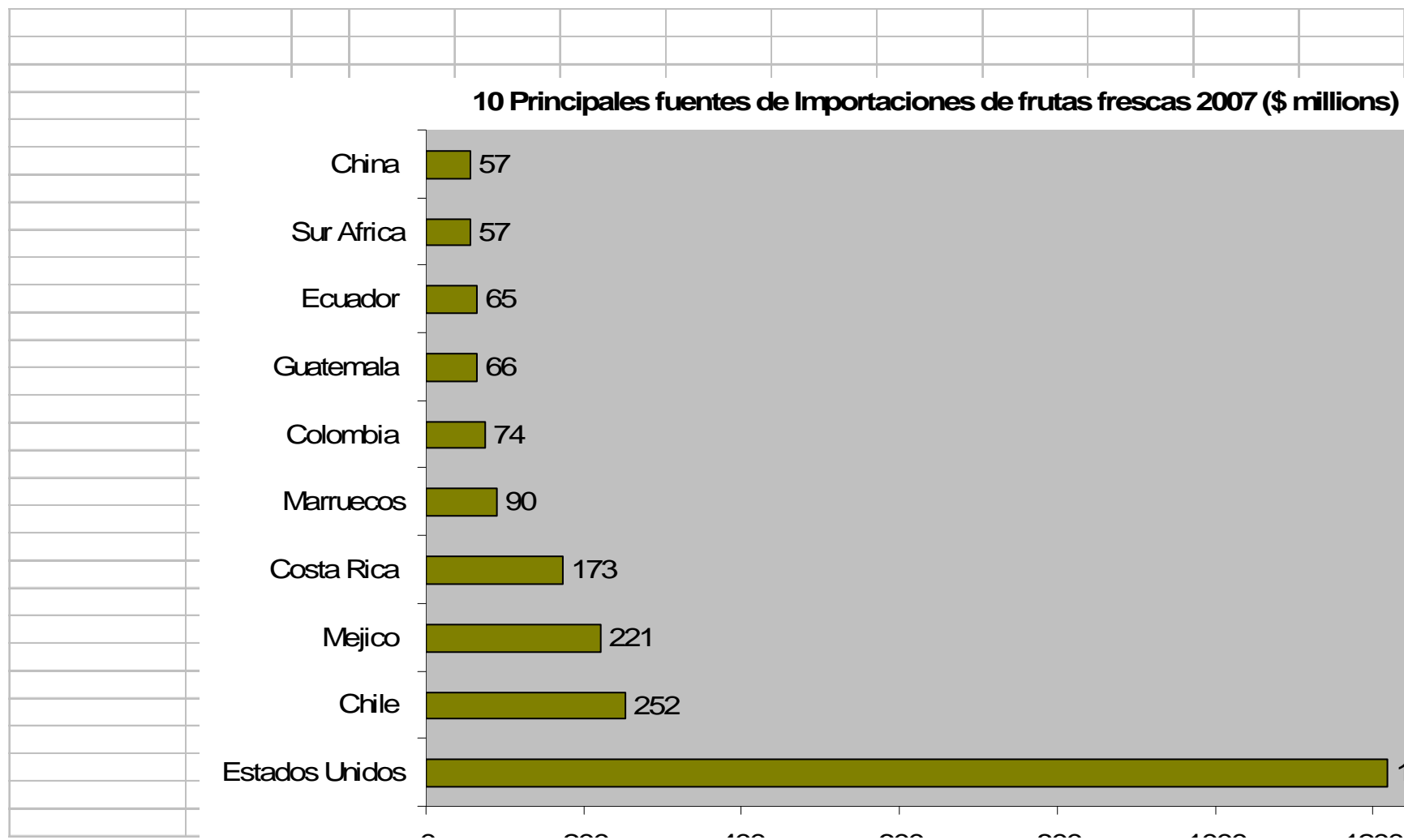
Importaciones de Vegetales Frescos a Canadá

Importaciones de vegetales frescos a Canadá 2003-2007 (\$ millions)



Fuente: Industry Canada – Trade Data on Line (2007)

Fuentes de Importación de Frutas Frescas a Canadá

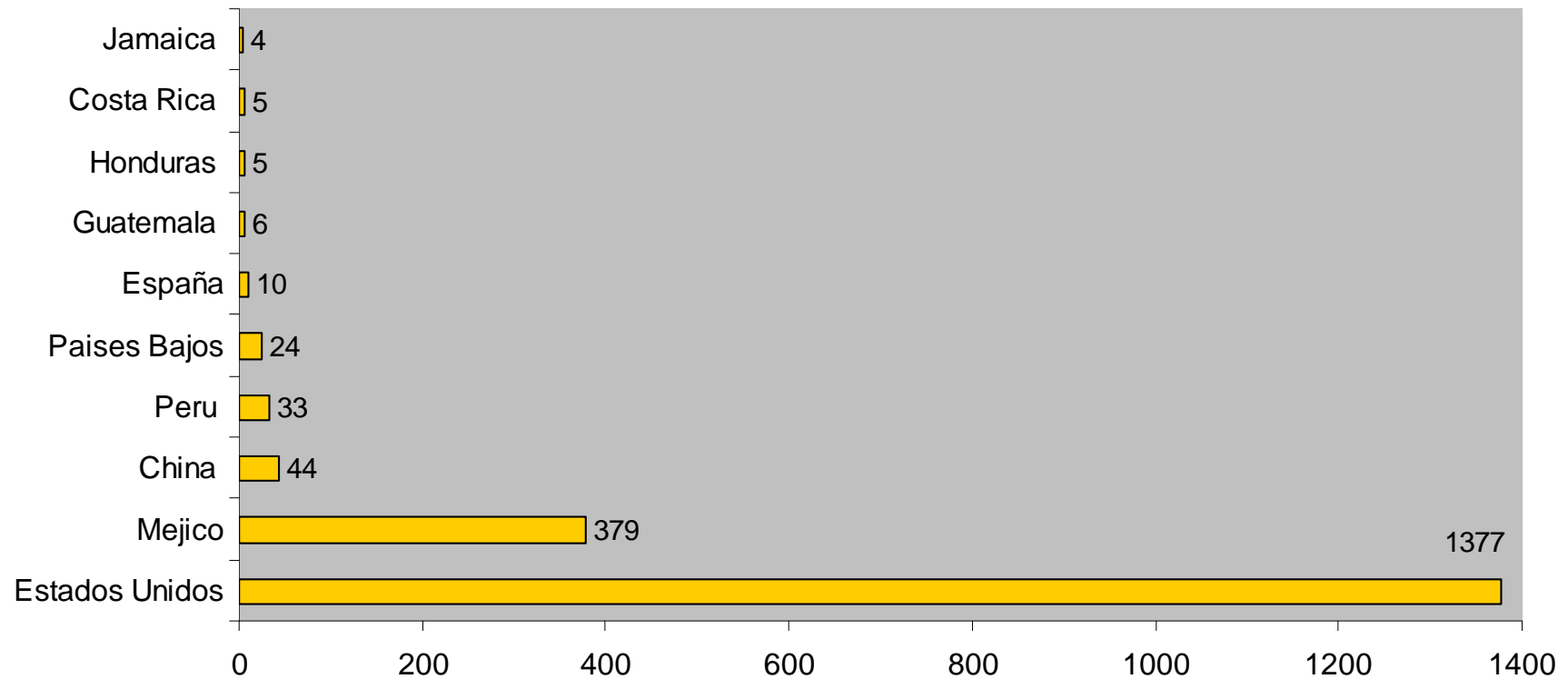


TFO
CANADA

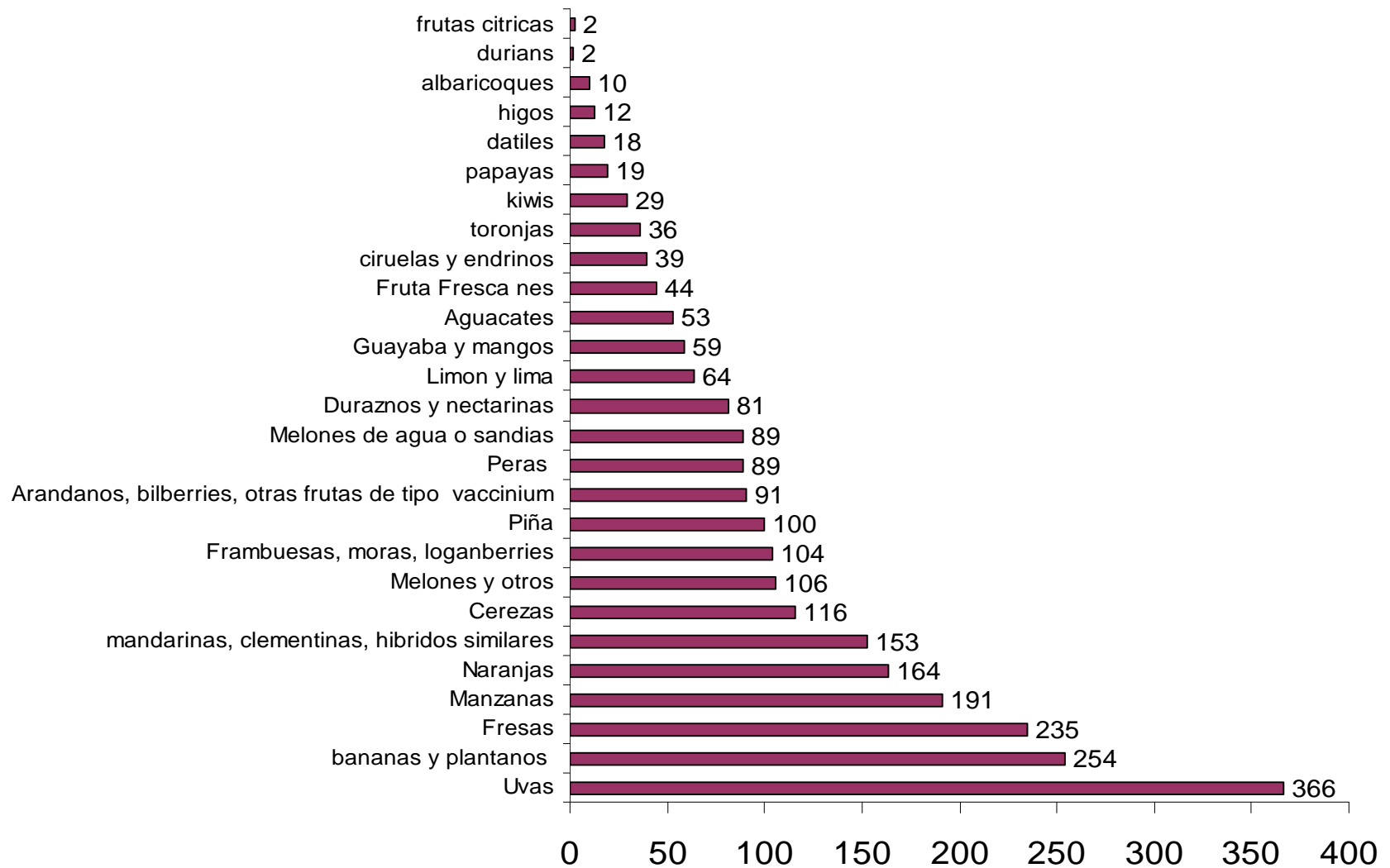
Experts in trade for developing countries
Experts en commerce au service des pays en développement
Expertos en comercio al servicio de los países en desarrollo

Fuentes de Importación de Vegetales Frescos a Canadá

10 principales fuentes de importaciones de vegetales frescos
2007 (\$ millones)



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)

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

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

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

- *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**



🍴 **Natural Health Product Trade Show:**

🍴 **15-16 de octubre 2011; TORONTO**

Sitio web: **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

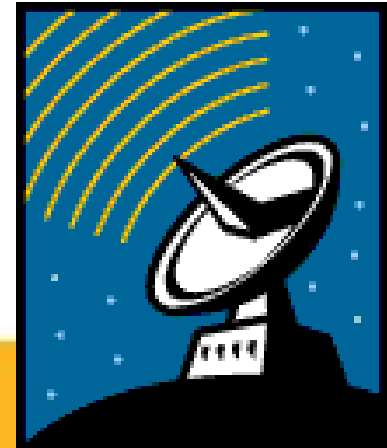


Producto correcto, momento correcto, precio correcto

- 👍 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**

Fuentes de Informacion

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

www.tfocanada.ca