



**Oficina Económica y Comercial de Toronto**

---

Mayo 2002

# **CANADA**

## **PERFIL DE MERCADO, COMERCIO EXTERIOR Y BARRERAS ARANCELARIAS SOBRE**

## **GALLETAS**

Informe actualizado por **D.CÉSAR REVELLES LIROLA**  
Becario ICEX de la Oficina Comercial de Toronto en el 2002



## **Oficina Económica y Comercial de Toronto**

---

### **I – CONSIDERACIONES GENERALES**

La industria de las galletas en Canadá se clasifica dentro de la Partida Arancelaria 1905.30, y se divide en los siguientes tipos:

1. **Surtido** (Assorted)
2. **Cubiertas** (Coated)
3. **Barras de frutas** (Fruit bars)
4. **Merengue** (Mallows)
5. **Clásicas** (Plain)
6. Tipo **Sandwich**
7. **Otras**

El mercado canadiense de galletas y crackers se valora en alrededor de 800 millones de dólares canadienses, de los que más del 65% se refiere a galletas dulces en sus diferentes versiones como surtidos, cubiertas de chocolate, clásicas, etc ... y el resto se trata de galletas saladas o crackers, especialmente indicadas para aperitivos y canapés.

Las galletas y los crackers están siendo cada vez más populares. Es uno de los productos más consumidos por los canadienses en los supermercados o tiendas. Las galletas son la sexta categoría de comida más grande en ventas de las tiendas de alimentación.

Los consumidores de galletas tienen diferentes preferencias, por un lado están las personas que prefieren los sabores de siempre, y por otro lado, los más jóvenes, que prefieren nuevas clases y sabores de galletas, por lo que las tiendas de alimentación están obligadas continuamente a actualizar su oferta y ofrecer una amplia selección de sabores.

La venta de galletas ha tenido un incremento de un 3% entre los años 2000-1 manteniéndose esta tasa en los últimos 5 años, y se espera que continúe aumentando.



## **Oficina Económica y Comercial de Toronto**

---

Actualmente las ventas de galletas clásicas (Plain) o sencillas, sin relleno, son el número uno en ventas, seguidas por las galletas que incorporan trocitos de chocolate.

Las ventas de galletas en toda su extensión durante 2001, fueron de 490.484 millones de dólares canadienses, y entre los tipos de galletas que ayudaron a llegar a esta cifra, junto a las ya mencionadas galletas clásicas y de chocolate, estarían las galletas rellenas de frutas (fruit filled), las galletas de harina de avena (Oatmeal) y las galletas sandwich (sandwich cookies).

Hasta un 40% de las ventas en el 2001 de galletas fueron copadas por las de chocolates o con trocitos de chocolate; por otra parte, un 17% pertenecen al segmento “dietético” (bajo en colesterol, bajo en grasas, sin colesterol...) mientras que sólo el 6% pertenece a las orgánicas o naturales.

Para su buena comercialización, es muy importante que las galletas vengan en un envase moderno, preferiblemente en bolsas, y con un slogan fácil de recordar.

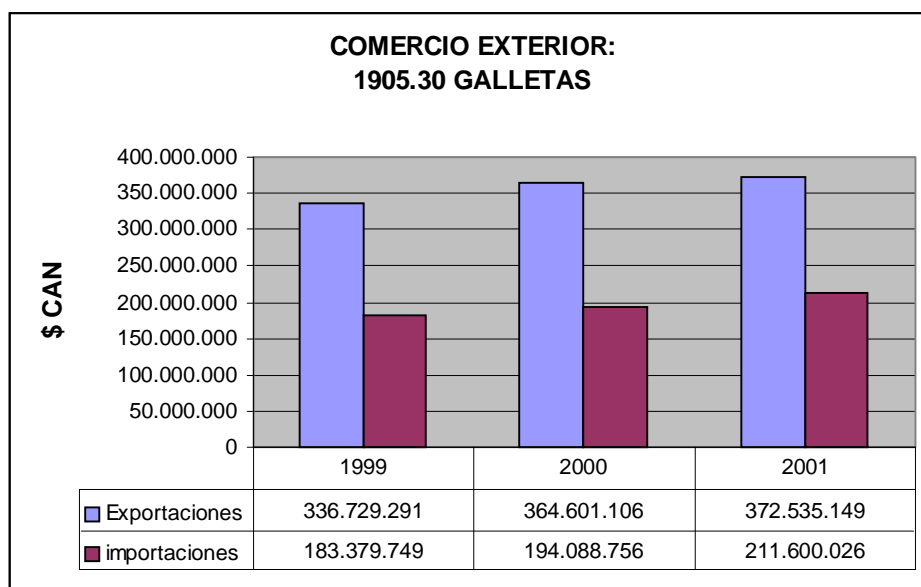
Los productores de galletas se encuentran en un período de transición, porque están intentando reducir los precios, mientras tratan de mejorar sus envases y expositores. Estos productores tienen pocos productos y/o sabores nuevos que ofrecer, pero sí muchos clásicos que refrescar. Se trata de un sector en el que la opinión de los niños y la juventud tiene gran importancia. Hay también una demanda cada vez mayor de galletas bajas en calorías, para gente que está a dieta o quiere comer más sano, dentro de la preocupación general por la salud en la alimentación.

Por otra parte, las ventas de crackers o galletas saladas aumentaron en el último periodo un 5% hasta alcanzar los 272,239 millones de dólares canadienses. El segmento líder sigue siendo los salados con un 45%, mientras un 19% pertenecen a los bajos en sal. Sólo un 6% son naturales mientras un 44% son bajos en colesterol, sin colesterol, bajos en grasa o sin grasa.



## Oficina Económica y Comercial de Toronto

### II - IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DE GALLETAS



Fuente: Word Trade Atlas (Diciembre 2001)

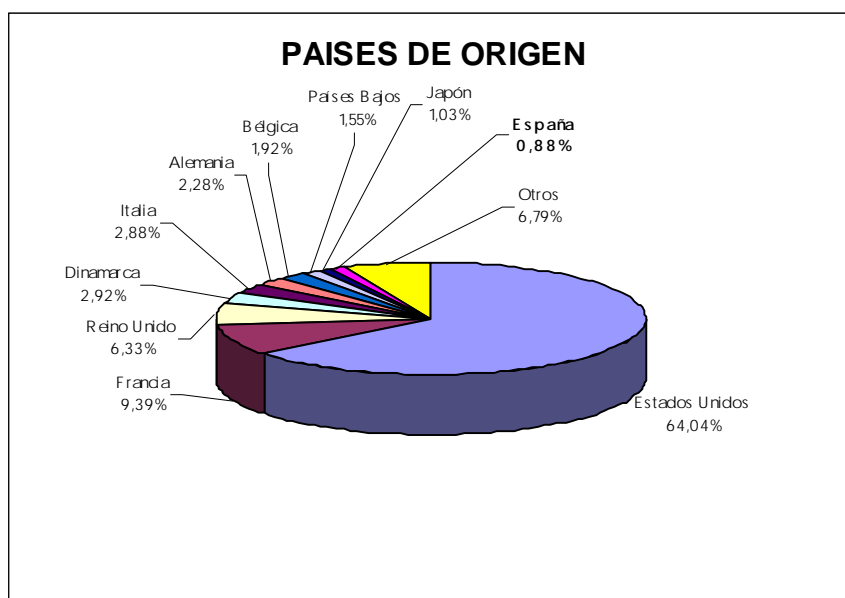
El comercio de galletas ha aumentado en los últimos cuatro años, tanto en cantidad como en valor.

Las importaciones canadienses de galletas se han visto incrementadas en un 15'39% desde 1999 en valor, mientras que en cantidad aumentaron en 9'59%, lo que significa que el precio medio subió un 6'4%.

Las exportaciones han aumentado un 10'63% en valor, mientras que en cantidad aumentaron un 3'99%, por lo que el precio medio aumentó un 6'31%.



## Oficina Económica y Comercial de Toronto



Fuente: Word Trade Atlas (Diciembre 2001)

Rango	País	1999	2000	2001	2001 % Part	01/99 % Cbio	01/00 % Cbio
<b>0</b>	<b>-- El Mundo --</b>	<b>183.379.749</b>	<b>194.088.756</b>	<b>211.600.026</b>	<b>100</b>	<b>15,39</b>	<b>9,02</b>
1	Estados Unidos	116.791.809	127.187.625	135.508.826	64,04	16,03	6,54
2	Francia	15.065.388	20.034.935	19.867.059	9,39	31,87	-0,84
3	Reino Unido	8.928.361	9.496.894	13.396.746	6,33	50,05	41,06
4	Dinamarca	5.369.254	5.432.067	6.184.695	2,92	15,19	13,86
5	Italia	4.524.523	4.241.715	6.085.117	2,88	34,49	43,46
6	Alemania	4.040.912	3.997.897	4.816.217	2,28	19,19	20,47
7	Bélgica	10.002.186	3.272.040	4.056.133	1,92	-59,45	23,96
8	Países Bajos	2.332.190	2.203.617	3.276.698	1,55	40,50	48,70
9	Japón	2.231.364	2.102.779	2.188.320	1,03	-1,93	4,07
<b>10</b>	<b>España</b>	<b>1.952.077</b>	<b>2.052.703</b>	<b>1.853.630</b>	<b>0,88</b>	<b>-5,04</b>	<b>-9,70</b>
	Otros				6,79		

Como demuestran los gráficos EEUU es el principal proveedor de galletas en Canadá. El resto de las importaciones proceden casi en su totalidad de Europa. España apenas representa tan sólo casi un 1% del valor importado. Habiendo retrocedido en los dos últimos años un 5'04%.



## Oficina Económica y Comercial de Toronto



Fuente: Word Trade Atlas (Diciembre 2001)

Rango	País	1999	2000	2001	2001 % Part	01/99 % Cbio	01/00 % Cbio
<b>0</b>	<b>-- El Mundo --</b>	<b>336.729.291</b>	<b>364.601.106</b>	<b>372.535.149</b>	<b>100</b>	<b>10,63</b>	<b>2,18</b>
1	Estados Unidos	330.188.648	359.735.384	369.119.333	99,08	11,79	2,61
2	Israel	467.006	312.539	927.348	0,25	98,57	196,71
3	Japón	1.332.951	1.781.756	785.670	0,21	-41,06	-55,90
4	Irlanda	1.021.547	525.325	379.023	0,10	-62,90	-27,85
5	Reino Unido	349.226	456.454	264.575	0,07	-24,24	-42,04
6	Trinidad & Tobago	647.751	159.708	243.088	0,07	-62,47	52,21
7	Hong Kong	316.761	18.314	171.093	0,05	-45,99	834,22
8	Suecia	1.576.300	1.137.121	161.382	0,04	-89,76	-85,81
9	Francia	41.907	16.896	101.060	0,03	141,15	498,13
10	Corea del Sur	83.532	0	71.490	0,02	-14,42	999999999,00
<b>68</b>	<b>España</b>	<b>0</b>	<b>4.875</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>		<b>-100,00</b>
	Otros				0,08		

Fuente: Word Trade Atlas (Diciembre 2001)

Con relación a las exportaciones, EE.UU. es el principal cliente con un 99%. Dominando casi la totalidad del mercado.



## Oficina Económica y Comercial de Toronto

---

### III - EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR ESPAÑA – CANADÁ EN \$CAN

	1999	2000	2001	2001 % Part	01/99 % Cbio	01/00 % Cbio
Exportaciones España a Canada	1.952.077	2.052.703	1.853.630	0,88	-5,04	-9,70
Importaciones Españolas de Canada	0	4.875	0	0,00		-100,00

Las exportaciones españolas a Canadá han tenido casi una disminución del 5'04% desde 1999 a 2001, representando casi un 1% del total de las importaciones del 2001.

Con respecto a las importaciones españolas de Canadá podemos concluir en que son puntuales ya que mientras en otros años no han existido en el 2000 tuvieron un valor de 4.875 \$can.

### IV – BARRERAS ARANCELARIAS

La comercialización de galletas no tiene ningún obstáculo en Canadá. Las exportaciones españolas son tratadas, según el sistema arancelario canadiense bajo la denominación de *Nación Más Favorecida*. Los productos galleteros que se encuentran descritos en la nomenclatura arancelaria con la partida: 1905.30 tienen que pagar unos derechos arancelarios del 2% al 4% dependiendo del tipo de galleta que sea (según la división dentro de la partida arancelaria – Anexo 1).



## **Oficina Económica y Comercial de Toronto**

---

### **V – CONCLUSIONES**

Respecto al comercio exterior, las exportaciones de España a Canadá experimentaron una estabilización, sufriendo un pequeño descenso en el último año y siendo la participación sobre el total modesta.

Como **conclusiones** se puede decir que **el mercado canadiense es**:

- ❖ un mercado muy atractivo y con posibilidades para el exportador español, sobre todo en los productos con mayor valor añadido,
- ❖ un mercado con enorme competencia, como consecuencia de la presencia de grandes multinacionales estadounidenses y canadienses, por lo que es muy importante la capacidad inversora e innovación, y la inversión realizada en publicidad,
- ❖ los productos con más posibilidades son aquellos que incorporan elementos originales (un envase atractivo, un sabor desconocido hasta ahora, etc...)
- ❖ las galletas comunes (parecidas a las galletas tipo María pero un poco más sofisticadas) son las que gozan de las preferencias de los consumidores,
- ❖ la galleta europea no tiene una fama intrínseca, dejando aparte las galletas inglesas y danesas a las que se les reconoce la calidad y presentación. Por lo tanto, dado que el producto español no tiene una notoriedad significativa en el mercado de Canadá, el exportador debe hacer especial hincapié en aquellos factores valorados por el consumidor, como el precio, la calidad y la presentación,
- ❖ el ciudadano canadiense tiene una preocupación cada vez mayor por su salud y por alimentarse de una forma saludable. Cada vez se demandan más galletas ricas en fibras y harinas integrales. No se buscan productos muy elaborados sino galletas nutritivas con una atractiva decoración,



## **Oficina Económica y Comercial de Toronto**

---

- ❖ existe una última tendencia que son las galletas y los productos de desayuno congelados, bajos en calorías y que se preparan en un momento al ponerlos en el horno microondas. Dentro de los desayunos están las tortas, galletas, sándwich, barras de frutas, etc ...,
- ❖ las empresas más pequeñas deben contar con un(os) representante(s) y un importador/distribuidor que demuestre conocimiento del mercado de galletas (algunos son nuevos en este mercado y han llegado a él desde sectores muy diferentes, por lo que no tienen suficiente experiencia). Debe haber al menos un representante para la provincia de Ontario y otro para la provincia de Quebec,
- ❖ y que este(os) representante(s) importadores/distribuidores nacionales tengan capacidad para llegar a las provincias más importantes (en su defecto, se podría trabajar con más de un importador).



**Oficina Económica y Comercial de Toronto**

---

**ANEXO**



## Oficina Económica y Comercial de Toronto

19 - 12

### CUSTOMS TARIFF - SCHEDULE

Tariff Item	SS	Description of Goods	Unit of Meas.	MFN Tariff	Applicable Preferential Tariffs
1905.10.79.00	---	-Other	KGM	4.5%	UST, COCT, LDCT, MT, CT: Free GPE: 3%
1905.20.00.00	---	-Gingerbread and the like	KGM	3%	NZT, UST, AUT, COCT, LDCT, MT, CT: Free
1905.30	---	-Sweet biscuits; waffles and wafers			
1905.30.10.00	---	-Certified by Health Canada as special low protein or protein-free products	KGM	Free	UST, COCT, LDCT, GPT, MT, CT: Free
	---	-Other biscuits valued at 44¢/kg or more, said value to be based on the net weight and to include the value of the usual retail package			
1905.30.21.00	---	-Containing 25% or more by weight of wheat, within access commitment	KGM	2%	NZT, UST, AUT, COCT, LDCT, MT: Free CT: 2%
1905.30.22.00	---	-Containing 25% or more by weight of wheat, in packages of a weight not exceeding 1.36 kg each, over access commitment	KGM	2%	NZT, UST, AUT, COCT, MT: Free CT: 2%
1905.30.23.00	---	-Containing 25% or more by weight of wheat, over access commitment	KGM	5.42¢/kg plus 4%	UST, MT: Free CT: 5.42¢/kg plus 4%
1905.30.29.00	---	-Other	KGM	3%	NZT, UST, AUT, COCT, LDCT, MT: Free CT: 3%
	---	-Other:			
1905.30.91	---	-Containing 25% or more by weight of wheat, within access commitment		2%	UST, COCT, LDCT, MT: Free GPT: 2% CT: 2%
	10	-----Sweet biscuits.....	KGM		
	20	-----Waffles and wafers.....	KGM		
1905.30.92	---	-Wafers and frozen waffles containing 25% or more by weight of wheat, in packages of a weight not exceeding 454 g each, and sweet biscuits containing 25% or more by weight of wheat, in packages of a weight not exceeding 1.36 kg each, over access commitment		2%	UST, COCT, LDCT, MT: Free GPT: 2% CT: 2%
	10	-----Sweet biscuits.....	KGM		
	20	-----Waffles and wafers.....	KGM		
1905.30.93	---	-Other, containing 25% or more by weight of wheat, over access commitment		5.42¢/kg plus 4%	UST, MT: Free CT: 5.42¢/kg plus 4%
	10	-----Sweet biscuits.....	KGM		
	20	-----Waffles and wafers.....	KGM		
1905.30.99	---	-Other		3%	UST, COCT, LDCT, MT: Free GPE: 2% CT: 2%

Issued January 1, 2001