

CANADÁ ESPAÑA

La calidad de las frutas españolas dispara sus ventas en Canadá

EFE | Toronto (Canadá) | 24 dic. 2017



El gerente de naranjasyfrutas.com, Juan José Bas, posa el 20 de diciembre de 2017, en la terminal de alimentos de Toronto (Canadá). EFE



f t g+ in s Menéame

Las exportaciones del sector agroalimentario español a Canadá se dispararon en 2017 un 38 % gracias en parte a la creciente popularidad de las frutas en el mercado, que cada vez más aprecia su calidad.

De enero a septiembre de este año, las exportaciones del sector agroalimentario español a Canadá han aumentado un 38,4 % hasta alcanzar los 194,4 millones de dólares canadienses (151,6 millones de dólares estadounidenses).

Ese aumento se suma al 124 % de crecimiento de las exportaciones españolas en el sector conseguido entre 2012 y 2016, cuando las ventas al país norteamericano pasaron de 130 a 291,1 millones de dólares canadienses (101,4 a 227 millones de dólares estadounidenses).

La consejera jefa de la Oficina Económica y Comercial de España en Toronto, María Gorriti, declaró a Efe que "los datos del 2017 son muy positivos, con un crecimiento de más del 38 %, con unas ventas de enero a septiembre muy superiores a las obtenidas en todo el año 2013, por ejemplo".

Tanto Gorriti como productores españoles e importadores canadienses consultados por Efe destacan que el salto de las exportaciones del sector agroalimentario en Canadá se debe a la alta calidad de los productos españoles, especialmente en el caso de las frutas.

Juan José Bas, gerente de naranjasyfrutas.com que exporta a Canadá cítricos españoles, lleva cinco años vendiendo frutas a Canadá y los dos últimos residiendo en el país norteamericano con su familia.

Uno de los productos estrellas de Bas es la clementina con hoja porque como explica, "es una manera de garantizar que es un producto más fresco y la hoja lo que nos hace es mostrar a la gente la frescura que tiene nuestro producto".

"El aumento que se está haciendo del producto español en este mercado se debe sobre todo a la calidad del producto que viene de España", dijo.

"Este mercado trabaja mucha fruta que viene de muchos países: clementinas de Marruecos, naranjas de Estados Unidos. Pero es verdad que al traer cada vez productos españoles, la gente está reconociendo la calidad y está premiando esta calidad con el consumo", añadió.

El año pasado, las exportaciones españolas a Canadá en esta categoría sumaron 72,6 millones de dólares canadienses (56,6 millones de dólares estadounidenses). Y de enero a septiembre de este año, la cifra ha aumentado un 29,4 %.

Hasta 2013, las ventas de esta partida no superaban los 30 millones de dólares canadienses (23,4 millones de dólares estadounidenses). Pero en 2014 las ventas crecieron un espectacular 246 % hasta llegar a 77,8 millones de dólares canadienses (60,6 millones de dólares estadounidenses).

"Fue la sequía de California. Los productores españoles aprovecharon la ocasión y han conseguido mantenerla", explicó Gorriti.

En 2013 y 2014, California llegó al punto álgido de una sequía histórica que devastó su poderoso sector agrícola, especialmente el de frutas, lo que provocó un encarecimiento de los productos californianos, que abastecían a Canadá.

Philippe Sommer, responsable de ventas de Frusol, una compañía que importa frutas españolas al mercado canadiense, coincide que la sequía californiana abrió la puerta a los productos en el país norteamericano.

Una oportunidad que el país ha mantenido gracias a la calidad de sus frutas.

"Las ventajas de comprar frutas de España es el pedigrí asociado. Todo el mundo sabe que España tiene frutas de gran calidad, que suministran al mundo con cítricos fantásticos y toda clase de productos", explicó Sommer.

Para Sommer, "España tiene productos de una alta calidad continua y la gente está dispuesta a pagar un poco más dinero para tener una mejor fruta".

Gorriti insiste que el mercado canadiense sigue teniendo un gran potencial para productos españoles y pone como ejemplo el caqui, una fruta producida sobre todo en el Levante español y que se está promocionando con buenos resultados en Canadá gracia a su calidad.

Algo en lo que también insiste Bas.

"A los productores con los que trabajamos siempre les digo que este es un mercado que valora mucho la calidad, que se conquista con una buena presentación y una buena marca. No es un mercado de segundas categorías", explicó.

Julio César Rivas

Proveedores de contenidos.

Contacte con EFE.

MÁS NOTICIAS



VENEZUELA CRISIS

Preocupación en Venezuela por los efectos de nuevo aumento salarial de Maduro

ECUADOR ECONOMÍA

Ley para fortalecer dolarización, en vigor entre confianza y escepticismo