



ESTUDIO  
DE MERCADO

---

2025



# El mercado del vino en Canadá

iCEX

Oficina Económica y Comercial  
de España en Toronto

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO  
DE MERCADO

18 de septiembre de 2025  
Toronto

Este estudio ha sido realizado por  
Elena Aragón Barrancos

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de España en Toronto

<http://canada.oficinascomerciales.es>

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224250192



# Índice

1. Introducción	5
2. Definición del sector	8
3. Acceso al mercado – Barreras	9
3.1. Relaciones UE - Canadá	9
3.2. Requisitos de embalaje y etiquetado	10
3.3. Aranceles	11
4. Canales de distribución	12
4.1. Provincia de Ontario	13
4.2. Provincia de Quebec	17
4.3. Provincia de British Columbia	19
4.4. Provincia de Alberta	21
4.5. Las demás provincias	24
4.5.1. Nueva Escocia	24
4.5.2. Saskatchewan	25
4.5.3. Manitoba	25
4.5.4. Nuevo Brunswick	25
5. Oferta	26
5.1. Producción local	26
5.2. Comercio internacional	27
5.2.1. Exportaciones	28
5.2.2. Importaciones	28
6. Demanda	36
6.1. Demanda en Quebec	38
6.2. Demanda en Ontario	39
6.3. Demanda en Alberta	40
6.4. Demanda en Columbia Británica	41
7. Precios	43
8. Percepción del producto español	44
9. Perspectivas del sector	45
9.1. Desregulación del mercado y evolución de los canales de venta en Ontario	45
9.2. Tendencias en el consumo de vino	45
9.3. Crecimiento de las bebidas listas para consumir (RTD)	46





10. Oportunidades	47
10.1. Ferias de vino	48
10.2. Recomendaciones para el exportador	49

icex



# 1. Introducción

El mercado canadiense representa un destino con gran potencial para el vino español, tanto por su tamaño como por su creciente demanda de vinos importados. Este estudio ofrece un análisis detallado de la situación actual del mercado, con el fin de servir como herramienta de apoyo a las bodegas españolas interesadas en exportar a Canadá. El análisis incluye todos los productos comprendidos en el código TARIC 2204 (Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de la partida 20.09), incluido el vino embotellado, espumoso, *bag in box* (BiB) y granel.

Gracias al acuerdo CETA entre Canadá y la Unión Europea, no hay barreras arancelarias a la importación de vinos españoles. Sin embargo, el precio final del producto está sujeto a una serie de cargas no arancelarias impuestas a nivel federal y provincial, como los márgenes comerciales de los monopolios públicos (*markups*), que funcionan como barreras indirectas y elevan significativamente el coste total de acceso al mercado.

Una de las principales características del mercado de bebidas alcohólicas en Canadá es que está fuertemente regulado, presentando una estructura particular basada en monopolios provinciales conocidos como *Liquor Boards*. A diferencia de España, donde las bebidas alcohólicas se pueden importar y vender por operadores privados, en la mayoría de las provincias canadienses el gobierno controla directamente la importación, distribución y venta de alcohol.

Los monopolios provinciales tienen, por lo tanto, una función reguladora, controlando el acceso al mercado canadiense; actúan como importadores exclusivos, solo ellos pueden importar legalmente alcohol desde el extranjero; son los principales distribuidores mayoristas y minoristas e incluso almacenistas; y son organismos recaudadores de impuestos en nombre de los gobiernos federal y provincial.

Aunque el esquema se repite en casi todo el país, hay diferencias entre provincias. Ontario y Quebec cuentan con monopolios muy consolidados (la LCBO y la SAQ, respectivamente), mientras que Alberta representa un caso atípico, ya que privatizó la venta minorista en los años 90. Aun así, incluso allí el gobierno mantiene el control sobre la importación y la distribución mayorista. En provincias como Columbia Británica, el sistema es mixto: conviven tiendas privadas con tiendas públicas gestionadas por la BC Liquor Distribution Branch, que mantiene el monopolio de la distribución mayorista y la autoridad sobre qué productos se comercializan dentro de la provincia. En este sistema, la figura del agente resulta clave para exportar vino al mercado canadiense, ya que su conocimiento del mercado y su papel como intermediario son imprescindibles para negociar con los diferentes *Liquor Boards*.

En cuanto a la oferta, Canadá destaca por su vino insignia, el *Ice wine*. Sin embargo, la producción local está fuertemente condicionada por el clima. Esta limitación ha llevado a que la normativa canadiense, más flexible que la europea, permita mezclar vinos nacionales con un elevado porcentaje de vinos importados, ajustando este margen según las necesidades de cada gobierno provincial. Gracias a esta flexibilidad, es posible mantener una oferta estable incluso en años de malas cosechas, lo que convierte a la producción local en un competidor con un notable potencial.

A pesar de ello, y aunque es un país productor, Canadá presenta un saldo muy negativo en su balanza comercial de vinos, con más del 96 % del comercio exterior cubierto por importaciones.

Dichas importaciones proceden en un 96,64 % de los 10 países más relevantes, entre los que España se encuentra en cuarto lugar en términos de valor, con una tendencia muy positiva en comparación con el resto de los países exportadores. De los cuatro tipos de vino que se han analizado, el más importado por Canadá es el envasado, que acumula prácticamente un 84 % del total de importaciones en términos de valor. Según datos de *Statistics Canada*, en 2024 cuatro provincias concentraron el 95 % de las importaciones de vino español en Canadá: Quebec (66 %), Ontario (19 %), Alberta (5,2 %) y Columbia Británica (4,9 %). Entre ellas, destacan Quebec y Ontario, que registraron un crecimiento en sus compras de vino español respecto a 2023.

A su vez, se ha analizado la demanda de bebidas alcohólicas y de vino en Canadá, y se ha podido observar que la bebida preferida de los canadienses es la cerveza. A pesar de ello, las ventas de cerveza han disminuido un 4,5 % en el periodo 2023/2024, alcanzado la cifra más baja registrada por *Statistics Canada* desde 1949. Las ventas de vino también han seguido una tendencia negativa, registrando una caída de 4,8 % en términos de volumen, equivalente a 476 millones de litros, suponiendo el tercer año consecutivo de descenso. Además, se debe resaltar el gran crecimiento que han tenido durante todo el siglo XXI las bebidas listas para beber (*RTD*).

Por último, se está observando una liberalización del sector de bebidas alcohólicas cada vez mayor, ampliando el número de establecimientos con autorización para el comercio de vino y otras bebidas alcohólicas.

Como conclusión, el mercado de vino canadiense es muy estable, con un precio ascendente, y se concentra principalmente en las cuatro provincias más pobladas (QC, ON, AB y BC). Aunque el mercado se encuentra en proceso de apertura, aún sigue condicionado por la existencia de los monopolios o *Liquor Boards*, quienes han sido acusados en algunas ocasiones por prácticas proteccionistas que favorecen la venta de vinos locales.



Para abordar adecuadamente la exportación de bebidas alcohólicas a Canadá es fundamental tener en cuenta la fragmentación del mercado debido a la ausencia de un comercio interprovincial fluido. En general, las provincias canadienses operan como mercados independientes, cada una con su propio sistema regulatorio, de distribución e importación. Esta situación hace que Canadá funcione más como una unión de diez mercados distintos con una aduana común, que como un único mercado nacional integrado. Por ello, las bodegas españolas que deseen acceder al mercado canadiense deben analizar de forma individual las particularidades de cada provincia.

icex

## 2. Definición del sector

El vino se clasifica dentro del Capítulo 22 del Sistema Armonizado (HS) utilizado en Canadá y coincidente con el sistema TARIC español: *'Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre'*. Para este estudio se han analizado las partidas arancelarias hasta el nivel de 6 dígitos, que incluyen vino espumoso, vino embotellado, vino en formato *bag-in-box* y vino a granel.

Diferenciar estas categorías de vino resulta primordial, dado que presentan características propias en términos de valor, volumen de importación y finalidad (comercialización directa o mezcla); un análisis conjunto no permitiría conocer con precisión las estadísticas de cada categoría.

A continuación, se detallan las partidas arancelarias objeto de nuestro estudio:

### PARTIDA ARANCELARIA DEL VINO

<b>Código TARIC</b>	<b>Descripción</b>
<b>TA 22</b>	<b>Bebidas, licores y vinagre</b> <i>(Beverages, spirits and vinegar)</i>
<b>TA 22.04</b>	<b>Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de la partida 20.09</b> <i>(Wine of fresh grapes, including fortified wines; grape must other than that of heading 20.09)</i>
<b>TA 22.04.10</b>	<b>Vino espumoso</b> <i>(Sparkling wine)</i>
<b>TA 22.04.21</b>	<b>En recipientes con capacidad inferior o igual a 2L</b> <i>(In containers holding 2 litres or less)</i>
<b>TA 22.04.22</b>	<b>En recipientes con capacidad superior a 2L, pero inferior o igual a 10 L (bag in box)</b> <i>(In containers holding more than 2 litres but not more than 10 litres)</i>
<b>TA 22.04.29</b>	<b>En recipientes con capacidad superior a 10 L (granel)</b> <i>(In containers holding more than 10 litres)</i>

Fuente: Elaboración propia a partir de información de *Statistics Canada*.

## 3. Acceso al mercado – Barreras

### 3.1. Relaciones UE - Canadá

Desde el 1 de julio de 2004, las relaciones entre la Unión Europea y Canadá en materia de vinos se encuentran regidas por el [Acuerdo entre la Comunidad Europea y Canadá sobre el comercio de vino y bebidas espirituosas](#). Este acuerdo aborda principalmente aspectos como el etiquetado, la certificación, el reconocimiento de las denominaciones de origen, así como el uso de expresiones, nombres tradicionales y prácticas enológicas comunitarias.

De manera paralela, el 21 de septiembre de 2017 entró en vigor el [Comprehensive Economic and Trade Agreement](#) entre la UE y Canadá, más conocido como CETA (AEGC por sus siglas en castellano). En el caso concreto del vino, el CETA complementa la eliminación de derechos de aduana con la eliminación de barreras comerciales internas, que dificultan la entrada al mercado canadiense de productos europeos. A continuación, se resumen algunos de los cambios más destacables del acuerdo:

- **Eliminación de aranceles.** Con la entrada en vigor del CETA se eliminaron los aranceles específicos sobre vinos, aplicándose un 0 % a los vinos de la Unión Europea. En el siguiente enlace puede encontrarse el desglose y explicación de los aranceles aplicables a la partida 22.04: [Customs Tariff](#)
- **Reducción de barreras comerciales internas.** La aplicación de los Diferenciales de Costes de Servicio (*Service Fees / COSD*), diseñados inicialmente para cubrir el manejo, almacenamiento y distribución, pero que funcionaban como un suplemento encareciendo la importación frente al producto local, fueron modificados. El hecho de que el coste se aplique por volumen (litros) y no por valor reduce el impacto en los vinos de gama media y alta, lo que ha supuesto una disminución de los costes para los productores de la UE a la hora de exportar sus productos a Canadá<sup>1</sup>.

A pesar de estas mejoras, los productores europeos continúan enfrentándose a condiciones distintas a las de los productores locales<sup>2</sup>. La existencia de los *Liquor Boards* hace que la normativa varíe de una provincia a otra y, en muchos casos, no se encuentre plenamente alineada con lo establecido en el CETA por el gobierno federal.

<sup>1</sup> En el caso de Ontario, el LCBO aplica desde 2021 una tarifa de *Cost of Service Differential (COSD)* de 0,379 dólares canadienses por litro a los vinos procedentes de la UE  
<https://www.doingbusinesswithlcbo.com/content/dbwl/en/basepage/home/updates/ExciseCOSDEffectiveApril12021.html>

<sup>2</sup> *Discriminatory practices faced by wines and spirits sector*  
[https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/barriers/details?isSps=false&barrier\\_id=11320](https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/barriers/details?isSps=false&barrier_id=11320)

## 3.2. Requisitos de embalaje y etiquetado

La regulación sobre envases, embalaje y etiquetado de bebidas alcohólicas es de carácter federal y está recogida en la [Canadian Food and Drug Act](#), en el *Canadian Consumer Packaging and Labelling Act* y en las regulaciones que se desprenden de cada uno de estos actos. Aunque existen algunas especificaciones y estándares comunes a todos los *Liquor Boards*, elaborados por The Canadian Association of Liquor Jurisdictions (CALJ), siempre es recomendable consultar con cada gobierno regional antes de comenzar con el proceso de exportación.

Algunos de los datos más relevantes son los siguientes:

- **Etiquetado.** La información del etiquetado debe indicarse tanto en inglés como en francés, idiomas cooficiales del país.
- **País de origen.** Desde 2018, los vinos que no sean 100 % canadienses, deben especificar los países de origen en el etiquetado. En el caso de los vinos que se mezclan en Canadá, se pueden enumerar los países de origen por orden de proporción o etiquetarse como “mezcla internacional de vinos importados y nacionales”, cuando el contenido principal sea importado, o “mezcla internacional de vinos nacionales e importados”, cuando el contenido principal de vino sea doméstico<sup>3</sup>. En Ontario, los vinos que se elaboran mediante la mezcla de vino nacional e importado deben contener al menos un 25 % de vino producido con uvas cultivadas en la provincia para poder ser embotellados y comercializados legalmente<sup>4</sup>. El porcentaje exigido no ha sido siempre el mismo, sino que ha ido variando con los años para adaptarse a las necesidades de los productores canadienses: hasta 2010 el mínimo requerido era del 30 % y, a partir del 1 de septiembre de ese mismo año, se redujo al 25 %, conforme a lo establecido en el [Ontario Regulation 659/00](#) de la *Wine Content and Labelling Act, 2000*. En Quebec, de acuerdo con una directiva de la SAQ de 2018, los vinos que combinan producto canadiense e importado deben etiquetarse en función de su composición. Cuando la mezcla contiene más de un 51 % de vino canadiense, la etiqueta debe llevar la mención “mezcla internacional de vinos nacionales e importados”, mientras que, si la proporción de vino importado es superior al 51 %, la indicación obligatoria es “mezcla internacional de vinos importados y nacionales”<sup>5</sup>.

<sup>3</sup> Canadian Food Inspection Agency. *Labelling requirements for alcoholic beverages* (Sección 10.7.2: Wine – Country of Origin). Gobierno de Canadá. <https://inspection.canada.ca/en/food-labels/labelling/industry/alcoholic-beverages>

<sup>4</sup> Alcohol and Gaming Commission of Ontario. *Section 7: Winery Retail Store Endorsement*, de Alcohol and Gaming Commission of Ontario: <https://www.agco.ca/en/alcohol/responsibilities-and-resources/guides/section-7-winery-retail-store-endorsement>

<sup>5</sup> Société des Alcools du Québec. *Nouvelle directive des mentions d'origine pour les vins assemblés au Québec par un titulaire de permis de fabricant de vin* [PDF]. Agence canadienne d'inspection des aliments. [https://marketing.saq-b2b.com/SAQ\\_B2B/Gestion\\_Qualite/Mention\\_Origine\\_Vins\\_Quebec\\_FR.pdf](https://marketing.saq-b2b.com/SAQ_B2B/Gestion_Qualite/Mention_Origine_Vins_Quebec_FR.pdf)



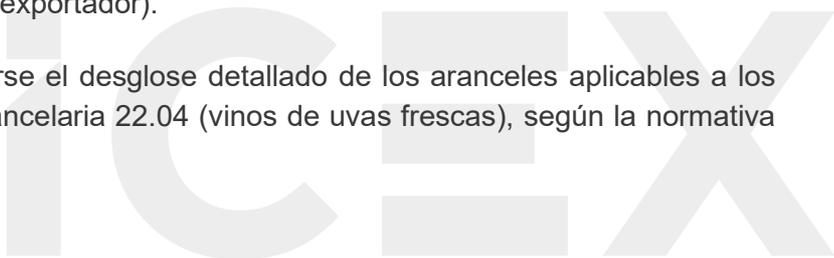
- **Tamaños estandarizados.** Los vinos preenvasados para el consumo importados en Canadá deben cumplir con los tamaños estandarizados para poder comercializarse. Deberán tener volumen equivalente a 50, 100, 200, 250, 375, 500 o 750 mililitros o 1; 1,5; 2; 3, o 4 litros.

El resto de los requisitos aplicables al etiquetado de bebidas alcohólicas en Canadá, establecidos por la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA), pueden consultarse en la guía oficial [Labelling requirements for alcoholic beverages](#).

### 3.3. Aranceles

Desde 2017, con la entrada en vigor del CETA entre Canadá y la Unión Europea, se eliminaron los aranceles de importación a los vinos de origen europeo. Para beneficiarse de esta preferencia arancelaria es necesario que el producto vaya acompañado de un certificado de origen válido (por ejemplo, una declaración de origen del exportador).

En el siguiente enlace puede consultarse el desglose detallado de los aranceles aplicables a los productos clasificados en la partida arancelaria 22.04 (vinos de uvas frescas), según la normativa canadiense: [Customs Tariff](#).



## 4. Canales de distribución

En Canadá, el sistema de distribución de bebidas alcohólicas está profundamente condicionado por la *Importation of Intoxicating Liquors Act* (IILA) de 1928, conocida en español como la Ley de Importación de Licores Embriagantes, y promulgada tras la Ley Seca. Esta legislación federal establece que únicamente las autoridades provinciales designadas, los llamados monopolios provinciales, están legalmente autorizadas a importar bebidas alcohólicas en el país.

Como consecuencia, entidades como la Société des Alcools du Québec (SAQ) o la Liquor Control Board of Ontario (LCBO) tienen el control exclusivo sobre la importación, el almacenamiento y la distribución mayorista y, en muchos casos, minorista, controlando así los flujos logísticos hacia supermercados, restaurantes, bares y, cuando está permitido, tiendas especializadas.

Las bodegas extranjeras que deseen vender sus productos en Canadá deben pasar obligatoriamente por el sistema del monopolio provincial, sin posibilidad de importar directamente, ni de trabajar con distribuidores privados, como ocurre en mercados más liberalizados como el español. Los monopolios son el único canal de distribución tanto para alcohol importado como nacional. Además, determinan las condiciones bajo las cuales los productos pueden ser seleccionados, almacenados, promocionados y finalmente ofrecidos al consumidor.

En este sistema, resulta habitual la venta en consignación (*on consignment*), en la que los agentes desempeñan un papel clave al representar a los proveedores de bebidas alcohólicas ante los monopolios, gestionando los pedidos y la promoción de los productos en el mercado local. Normalmente, el producto se envía a Canadá a través del importador o agente sin ser pagado de antemano por el monopolio, y sigue siendo propiedad del productor extranjero hasta que se vende al consumidor final. Esta modalidad permite al monopolio reducir sus riesgos financieros y, al mismo tiempo, ofrece al productor la posibilidad de ganar visibilidad en el mercado sin necesidad de comprometer grandes volúmenes iniciales.

Los monopolios contribuyen al presupuesto anual de sus respectivas provincias gracias a los ingresos generados por costes de manipulación y almacenamiento de productos importados, que son notablemente superiores a los de productos nacionales. Durante el año fiscal 2023-2024, el Gobierno de Ontario recibió 2.430 millones de dólares canadienses del LCBO, mientras que en el año fiscal 2024-2025 la SAQ recaudó 2.130 millones de dólares canadienses para el Gobierno de Quebec. Estos recursos constituyen una fuente considerable de ingresos que se destinan a financiar servicios esenciales como la atención sanitaria, la educación y la infraestructura, beneficiando directamente a los ciudadanos de cada provincia.

El modelo centralizado otorga a los monopolios una gran influencia sobre los mercados provinciales. Esta estructura puede ofrecer ciertas ventajas a grandes bodegas o asociaciones, como una mayor facilidad para la promoción a través de un único importador, distribuidor y minorista. Sin embargo, también implica importantes inconvenientes, entre ellos el considerable poder de compra que concentran estos actores, lo que puede limitar la capacidad de negociación de los productores y reducir la competencia en el mercado.

A continuación, se presenta un análisis detallado por provincia, destacando las particularidades del sistema en lugares clave como Quebec, Ontario, British Columbia y Alberta. Más adelante, se presenta una [tabla comparativa](#) que resume el sistema de impuestos aplicado al vino en cada provincia y sus distintos costes.

## 4.1. Provincia de Ontario

La Junta de Control de Licores de Ontario (LCBO, por sus siglas en inglés) es una empresa gubernamental que ostenta el monopolio de bebidas alcohólicas en la provincia. Bajo el marco legal vigente, la LCBO es la única entidad autorizada para la importación, almacenamiento y distribución al por mayor de bebidas alcohólicas en Ontario.

### *Condiciones de mercado*

El mercado de bebidas alcohólicas en Ontario funciona dentro de un marco regulado por la *Alcohol and Gaming Commission of Ontario* (AGCO) y está conformado por tres actores principales que concentran la mayor parte de la distribución y comercialización:

- La **LCBO** (*Liquor Control Board of Ontario*), una corporación pública que actúa como importador y almacenista, operando con cinco almacenes regionales. También supervisa la distribución mayorista a 448 supermercados con licencia, tiendas especializadas y establecimientos del canal HORECA. Además, gestiona una red de 688 tiendas propias, así como 388 puntos de venta adicionales conocidos como *LCBO Convenience Outlets* (LCO), ubicados en tiendas locales, supermercados o estaciones de servicio.
- The **Beer Store**, una cadena de tiendas minoristas, gestionada conjuntamente por tres de las principales cerveceras del país. Está especializada en la venta de cerveza, aunque también tiene un papel relevante en la distribución mayorista a bares y restaurantes, y en el sistema de reciclaje de envases. No tiene autoridad para importar directamente, aunque algunos establecimientos importan bajo el sistema regulado por la LCBO.
- Las **tiendas de bodegas de vino** de Ontario, que tienen permiso para operar de forma independiente, aunque limitadas exclusivamente a la venta de vinos elaborados en la provincia.

Según el informe anual de la LCBO correspondiente al ejercicio fiscal finalizado el 31 de marzo de 2024, un total de 448 tiendas autorizadas vendieron bebidas alcohólicas en Ontario. A continuación, se presenta una tabla con los diferentes tipos de establecimientos autorizados para la venta de alcohol en esta provincia.

Puntos de venta	2024	2023	Variación
LCBO	688	685	3
LCBO Convenience Outlets (LCO)	388	389	-1
Grocer	448	449	-1
Ontario Winery Retail (WRS)	620	526	94
The Beer Store (TBS)	419	422	-3
On-site Brewery Retail (BRS)	388	373	15
On-site Distillery Retail (DRS)	84	75	9
Land Border Point Duty free	10	10	0
Airport Duty free	6	6	0
Total	3.051	2.935	116

Fuente: LCBO. (2024). *LCBO FY2024 Annual Report*. Liquor Control Board of Ontario<sup>6</sup>.

### Importancia de los agentes

El proceso para importar bebidas alcohólicas en Ontario presenta ciertas particularidades. Es obligatorio contar con un agente autorizado, cuya función es representar legalmente a productores y exportadores ante la LCBO. Los agentes actúan como intermediarios clave en el proceso de comercialización de bebidas alcohólicas en la provincia. Conocen a los compradores, las políticas de los monopolios, la normativa aplicable y las estrategias de *marketing* requeridas por el mercado. Su función es facilitar el acceso al proceso de compra y asesorar sobre oportunidades comerciales de forma eficaz<sup>7</sup>.

Es posible localizar y contactar con agentes acreditados a través del [Directorio de Miembros](#) de *Drinks Ontario*, asociación que agrupa el 95 % de productos comercializados en Ontario. Alternativamente, los productos pueden presentarse mediante un [formulario](#) para su publicación en una sección exclusiva para miembros, lo que permite su consideración por parte de agentes interesados. En este caso, los agentes tienen acceso a los productos registrados por las bodegas para su comercialización y establecen contacto directamente con ellas a fin de evaluar posibles oportunidades de representación.

<sup>6</sup> LCBO. (2024). *LCBO FY2024 Annual Report*. Liquor Control Board of Ontario. [https://aem.lcbo.com/content/dam/lcbo/corporate-pages/about/annual-report/annual-reports/LCBO\\_FY2024\\_Annual\\_Report\\_EN.pdf](https://aem.lcbo.com/content/dam/lcbo/corporate-pages/about/annual-report/annual-reports/LCBO_FY2024_Annual_Report_EN.pdf)

<sup>7</sup> LCBO. (s. f.). *Need an agent?* Doing Business with LCBO. <https://www.doingbusinesswithlcbo.com/content/dbwl/en/basepage/home/new-supplier-agent/findanagent.html>

### Proceso de importación

La LCBO opera mediante calendarios de compra, estableciendo fechas específicas para que los productores, tanto locales como internacionales, puedan presentar sus productos al mercado de Ontario. Estas listas se publican varias veces al año (según sea necesario) y contienen las bebidas que el monopolio desea adquirir los próximos meses, detallando las particularidades con las que deben cumplir los productos, como: rangos de precio, tipo de producto o regiones de procedencia, entre otros<sup>8</sup>. Existen varias listas o categorías de necesidades de producto (*Product Calls* o *Product Needs* en inglés):

- Por un lado, el programa *Vintages* ofrece productos exclusivos de edición limitada. En esta categoría se ofrecen vinos de alta calidad de diversos rangos de precio.
- Por otra parte, el programa *Destination Collection* está conformado por productos internacionales que se quieren introducir como novedad en el mercado canadiense.

Una vez que se revisan la necesidades de producto, se debe enviar una solicitud dentro del plazo indicado a través del Sistema de Envío de Nuevos Artículos o [New Item Submission System \(NISS\)](#), solicitando previamente acceso en el siguiente [enlace](#). En el caso de proveedores extranjeros, este procedimiento debe realizarlo el agente autorizado que actúe en su representación. Para obtener información detallada sobre el proceso de inscripción de productos, se recomienda consultar la guía proporcionada por la LCBO, disponible en su sitio web oficial.<sup>9</sup>

### Ganancias y márgenes

El precio final que paga el consumidor por una botella de vino en Ontario no lo determina únicamente el proveedor, sino que resulta de una fórmula que incluye múltiples componentes (precio base, *markup*, impuestos y otros cargos regulados por la LCBO). Aunque los proveedores pueden fijar el precio base de su producto, el precio final está sujeto a ajustes obligatorios y debe cumplir, en todo caso, con el precio mínimo de venta (*Minimum Retail Price*) establecido por la normativa provincial<sup>10</sup>.

Componentes principales del precio al consumidor:

1. Precio del proveedor: es el punto de partida y puede variar por estrategia comercial.
2. Derechos e impuestos federales: como el impuesto especial (*Federal Excise*).
3. Costes logísticos: como el transporte (*freight*) e importación.
4. Cargos de la LCBO: margen del monopolio (*markup*), tarifas de servicio (*cost of service*) otros impuestos al vino (*wine volumen* y *wine levy*).
5. Tasas ambientales (*environmental levy*).
6. Impuestos de venta (HST): en el caso de Ontario un 13%.
7. Depósito de envase (*container deposit*): cobro reembolsable por la botella.

<sup>8</sup> Para los proveedores interesados en conocer las oportunidades actuales, consultar los listados de productos aquí: <https://www.doingbusinesswithlcbo.com/content/dbwl/en/basepage/home/new-supplier-agent/ProductNeedsLetters.html>

<sup>9</sup> Liquor Control Board of Ontario. (s.f.). *NISS User Guide [PDF]*. *Doing Business with LCBO*. [https://www.doingbusinesswithlcbo.com/content/dbwl/en/basepage/home/new-supplier-agent/demo/NISS/jcr\\_content/content1/attachments\\_1939467799/file.res/niss\\_user\\_guide\\_.pdf](https://www.doingbusinesswithlcbo.com/content/dbwl/en/basepage/home/new-supplier-agent/demo/NISS/jcr_content/content1/attachments_1939467799/file.res/niss_user_guide_.pdf)

<sup>10</sup> Ontario. (2021). *O. Reg. 750/21: Alcohol, Gaming and Racing — Minimum Retail Price*. <https://www.ontario.ca/laws/regulation/210750>

LCBO PRICING EXAMPLES FOR TABLE WINE						
(SCDN for 1 x 0.75 L bottle)						
		Domestic	EU	CUSMA	CPTPP	Other
<b>PRICE COMPONENTS</b>						
Payment to Supplier		4.7009	4.7009	4.7009	4.7009	4.7009
Federal Excise <sup>(1)</sup>	\$0.702 per litre	0.5265	0.5265	0.5265	0.5265	0.5265
Federal Import Duty	Free	-	-	-	-	-
Freight <sup>(2)</sup>		-	0.2038	0.2038	0.2038	0.2038
<b>Total Landed Cost</b>		<b>5.2274</b>	<b>5.4312</b>	<b>5.4312</b>	<b>5.4312</b>	<b>5.4312</b>
LCBO Mark-up <sup>(3)</sup>	71.5%	3.7376	3.8833	3.8833	3.8833	3.8833
LCBO Wine Levy	\$1.62 per litre	1.2150	1.2150	1.2150	1.2150	1.2150
Cost of Service <sup>(4)</sup>	Varies	-	0.2843	0.1962	0.2219	0.5065
LCBO Volume Levy	\$0.29 per litre	0.2175	0.2175	0.2175	0.2175	0.2175
LCBO Environmental Levy <sup>(5)</sup>	\$0.0893 per container	0.0893	0.0893	0.0893	0.0893	0.0893
LCBO Rounding Revenue <sup>(6)</sup>		-	0.0299	0.0295	0.0038	0.0290
<b>Basic Price</b>		<b>\$ 10.49</b>	<b>\$ 11.15</b>	<b>\$ 11.06</b>	<b>\$ 11.06</b>	<b>\$ 11.37</b>
HST	13%	1.36	1.45	1.44	1.44	1.48
Container Deposit <sup>(7)</sup>	\$0.20 per container	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20
<b>CONSUMER PRICE<sup>(8)</sup></b>		<b>\$ 12.05</b>	<b>\$ 12.80</b>	<b>\$ 12.70</b>	<b>\$ 12.70</b>	<b>\$ 13.05</b>
<b>REVENUE DISTRIBUTION \$</b>						
Supplier (including freight provider)		4.70	4.90	4.90	4.90	4.90
Government of Ontario		6.10	6.61	6.52	6.52	6.85
Government of Canada		1.05	1.08	1.08	1.08	1.10
Container Deposit		0.20	0.20	0.20	0.20	0.20
<b>CONSUMER PRICE</b>		<b>\$ 12.05</b>	<b>\$ 12.80</b>	<b>\$ 12.70</b>	<b>\$ 12.70</b>	<b>\$ 13.05</b>
<b>REVENUE DISTRIBUTION %</b>						
Supplier (including freight provider)		39%	38%	39%	39%	38%
Government of Ontario		51%	52%	51%	51%	52%
Government of Canada		9%	8%	9%	9%	8%
Container Deposit		2%	2%	2%	2%	2%
<b>NOTES:</b>						
1. The excise rate will be automatically adjusted by the Consumer Price Index on April 1 of every year, starting in 2018. 100% Canadian wine made from honey or apples that is packaged on or after June 30, 2022, is not subject to excise duty.						
2. Freight is charged on non-Ontario wines.						
3. LCBO mark-up as a share of Landed Cost.						
4. Cost of service charges are applied at a flat per litre rate by region except for domestic products.						
5. Environmental levy applies to containers that cannot be returned for refilling by manufacturer.						
6. Consumer price is rounded up to the next nickel.						
7. Products are subject to container deposit rates based on container size.						
8. Wine products are subject to floor pricing are indexed annually.						



Fuente: LCBO Pricing Structure: Price Markup Example<sup>11</sup>.

Para facilitar la transparencia en la formación de precios, la LCBO pone a disposición la herramienta [Pricing Calculators](#), que permite consultar de manera detallada todos los componentes que intervienen en el precio final de una botella de vino.

<sup>11</sup> LCBO Pricing Structure: Price Markup Example - What is the LCBO pricing structure?  
[https://hellolcbo.com/app/answers/detail/a\\_id/1251/~lcbo-pricing-structure%3A-price-markup-example](https://hellolcbo.com/app/answers/detail/a_id/1251/~lcbo-pricing-structure%3A-price-markup-example)

## 4.2. Provincia de Quebec

La Société des Alcools du Québec (SAQ) es la empresa estatal encargada del comercio de bebidas alcohólicas en Quebec. Como monopolio provincial, regula la importación, distribución y venta de alcohol, ejerciendo un control integral sobre su entrada al mercado y su comercialización<sup>12</sup>. Cabe destacar que la SAQ es el mayor importador de vinos y licores en Canadá y a nivel mundial, lo que le permite ofrecer una amplia gama de productos internacionales<sup>13</sup>.

### *Condiciones de mercado*

La SAQ está constituida conforme a la *Loi sur la Société des Alcools du Québec* y posee derechos exclusivos sobre la distribución primaria de bebidas alcohólicas en la provincia, con excepción de la sidra ligera y la cerveza producida localmente. Su actividad incluye la selección, adquisición, importación, almacenamiento, distribución y venta. Comercializa directamente al consumidor a través de una extensa red de tiendas propias y agencias autorizadas, como supermercados y tiendas de conveniencia, destinadas a la venta para consumo fuera del establecimiento<sup>14</sup>.

### *Proceso de importación*

En la provincia de Quebec, en determinadas ocasiones la SAQ gestiona directamente la relación con los proveedores de bebidas alcohólicas. No obstante, los agentes desempeñan un papel clave como intermediarios en la ejecución de actividades promocionales<sup>15</sup> y se estima que más del 90 % de las operaciones se realizan a través de ellos<sup>16</sup>.

La SAQ publica una convocatoria de licitación al año que permite a los proveedores conocer las necesidades de compra y preparar sus propuestas con antelación. Para presentar un producto, es necesario crear una cuenta en la plataforma en línea de la [SAQ Business-to-Business](#), a través de la cual se accede al catálogo de ofertas. Este sistema permite registrar, modificar y hacer seguimiento a las propuestas de productos enviadas a la SAQ durante los periodos de selección.

Además, se lanzan otras convocatorias puntuales en las que se detallan necesidades específicas de compra, indicando criterios como el tipo de vino, el rango de precios o el país de origen. Asimismo, los proveedores pueden presentar de forma espontánea propuestas de productos novedosos o diferenciados, incluso cuando no exista una convocatoria abierta.

<sup>12</sup> Société des Alcools du Québec - Importing alcoholic beverages <https://www.saq.com/en/about-saq/importing-beverage-alcohol>

<sup>13</sup> Société des alcools du Québec - Economic role

[https://www.saq.com/en/economic-role?srsId=AfmBOopk\\_9\\_XLoV209p9IWD4pS5knUOJYvUIOTxDbQ7mfeS8c9TN2Q9j](https://www.saq.com/en/economic-role?srsId=AfmBOopk_9_XLoV209p9IWD4pS5knUOJYvUIOTxDbQ7mfeS8c9TN2Q9j)

<sup>14</sup> Société des Alcools du Québec - Liste des agences <https://www.saq.com/en/liste-des-agences-saq>

<sup>15</sup> Société des Alcools du Québec - How to Become an SAQ Product Supplier

[https://marketing.saq-b2b.com/SAQ\\_B2B/Politiques\\_et\\_Normes/1\\_How\\_Become\\_SAQ\\_Product\\_Supplier.pdf](https://marketing.saq-b2b.com/SAQ_B2B/Politiques_et_Normes/1_How_Become_SAQ_Product_Supplier.pdf)

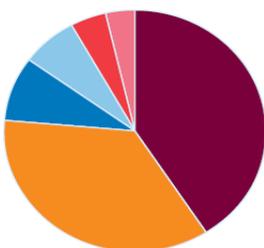
<sup>16</sup> A3 Québec. (2025). Wine, beer and spirits agencies- <https://www.a3quebec.com/en/wine-beer-and-spirits-agencies/>

### Ganancias y márgenes

El precio final que paga el consumidor por una botella de vino o licor en Quebec está compuesto por diversos elementos que reflejan tanto los costos logísticos como las cargas fiscales y el margen comercial aplicado por la SAQ. Este desglose de precios permite entender cómo se distribuyen los ingresos generados por cada unidad vendida.

En primer lugar, se toma en cuenta el precio del proveedor, que corresponde al coste CIF e incluye tanto la producción del vino como su transporte hasta los almacenes de la SAQ. A este se suman los derechos de aduana e impuestos especiales que se pagan al Gobierno de Canadá sobre las bebidas importadas. En el caso de los vinos procedentes de la Unión Europea, como los españoles, el arancel aplicable es actualmente del 0 %, gracias al acuerdo CETA.

A continuación, se aplica el margen comercial o *markup*, directamente por la SAQ. El *markup* se calcula sobre el costo base del vino, antes de sumar los impuestos y aranceles. Es decir, la SAQ aplica su margen sobre el costo CIF, y luego se añaden todos los tributos. Este margen representa la ganancia bruta del monopolio sobre cada producto y constituye una fuente importante de ingresos para el gobierno provincial. Aunque el porcentaje exacto varía según el tipo de producto y su precio base, se estima que en promedio puede superar el 100 % del precio del proveedor. Este margen no solo cubre los costos operativos de la SAQ, sino que también contribuye de manera significativa a las finanzas públicas de Quebec. Finalmente, se suman los distintos impuestos nacionales y provinciales: el Impuesto sobre Bienes y Servicios (GST) de carácter federal, el impuesto específico sobre bebidas alcohólicas recaudado por el Gobierno de Quebec, y finalmente el Impuesto Provincial sobre las Ventas (QST).<sup>17</sup>



Imported wine,<sup>1</sup> 750 mL format

(in dollars and percentages)

March 30, 2024

Markup <sup>2</sup>	\$6.16	41.1%
Supplier price, in Canadian dollars, including shipping	5.31	35.4%
Provincial sales tax	1.30	8.7%
Specific tax paid to the Government of Quebec	1.05	7.0%
Federal goods and services tax	0.65	4.3%
Excise taxes and customs duties paid to the Government of Canada	0.53	3.5%
<b>Retail price (per bottle)</b>	<b>\$15.00</b>	<b>100.0%</b>

1. Continuous replenishment products.

2. The markup covers selling, merchandising, distribution and administrative expenses and generates net income.

Fuente : Société des alcools du Québec (SAQ). *Annual report 2023–2024*, p. 39.

<sup>17</sup> Société des Alcools du Québec - [Prices](#)

### 4.3. Provincia de British Columbia

En Columbia Británica, la gestión del mercado de bebidas alcohólicas está a cargo de dos organismos: la Liquor Distribution Branch (LDB) y la Liquor and Cannabis Regulation Branch (LCRB). La Ley de Distribución de Licores (*Liquor Distribution Act*, LDA) otorga a la LDB el monopolio exclusivo para la compra de bebidas alcohólicas, tanto nacionales como importadas, de conformidad con la Ley Federal de Importación de Licores Embriagantes<sup>18</sup>. Además, la LDB también se encarga de la distribución mayorista y minorista pública de bebidas alcohólicas<sup>19</sup>.

Por su parte, la LCRB supervisa la regulación del sector privado, incluyendo la concesión de licencias a tiendas privadas, restaurantes, bares y fabricantes, y vela por el cumplimiento de la normativa establecida en la Ley de Control y Licencias de Licores.

#### *Condiciones de mercado*

En la provincia de British Columbia existe un modelo híbrido en el que coexisten operadores públicos y privados que intervienen en la venta y distribución de bebidas alcohólicas. La LDB y la LCRB, como ramas del gobierno provincial, colaboran estrechamente en la supervisión del mercado y en la promoción del consumo responsable.

La LDB mantiene el monopolio de la importación y distribución mayorista de bebidas alcohólicas, operando con una red de 198 tiendas públicas (BCLIQUOR), además de dos centros de distribución ubicados en Delta y Kamloops<sup>20</sup>. Aunque la LDB no es una empresa estatal, opera bajo la supervisión del gobierno y debe cumplir con sus objetivos, ya que los ingresos que genera contribuyen a financiar servicios públicos como salud, educación y otros programas comunitarios.

LCRB se encarga de la regulación y concesión de licencias para la venta minorista privada de bebidas alcohólicas y cannabis, asegurando el cumplimiento de las normas provinciales.

#### *Proceso de importación*

Todos los productos alcohólicos importados para su venta en Columbia Británica deben canalizarse a través de la división mayorista de LDB. Para ello, los proveedores extranjeros que deseen introducir bebidas alcohólicas en la provincia deben contar con un representante local o agente, quien los guiará en el proceso de importación y distribución de sus productos<sup>21</sup>.

<sup>18</sup> *Liquor Distribution Act*, RSBC 1996, c. 268, s. 2.

[https://www.bclaws.gov.bc.ca/civix/document/id/complete/statreg/00\\_96268\\_01#section2](https://www.bclaws.gov.bc.ca/civix/document/id/complete/statreg/00_96268_01#section2)

<sup>19</sup> BC Liquor Distribution Branch (March 2025). 2025/26 – 2027/28 Service Plan <https://www.bclldb.com/files/BCLDB%202025-26%20-%202027-28%20Service%20Plan%20Final.pdf>

<sup>20</sup> BC Liquor Distribution Branch (March 2025). 2025/26 – 2027/28 Service Plan <https://www.bclldb.com/files/BCLDB%202025-26%20-%202027-28%20Service%20Plan%20Final.pdf>

<sup>21</sup> Liquor Distribution Branch. (s.f.). FAQ. <https://www.bclldb.com/about/faq>

Existe una [página web](#) en la que los agentes autorizados deben registrarse para presentar productos a la LDB. El acceso a esta página permite:

- Registrar los productos para su distribución y venta en Columbia Británica.
- Solicitar la inclusión de los productos en las tiendas *BC Liquor Stores*.
- Acceder a informes sobre el movimiento de productos en los almacenes de la LDB.
- Calcular los precios utilizando las hojas de simulación de precios oficiales.
- Descargar archivos de datos de ventas (disponible para quienes están suscritos al Servicio de Datos de Ventas para Proveedores de la LDB).

Para representar legalmente a un proveedor internacional, los agentes deben contar con una Carta de Autorización (*Letter of Authorization*) donde se establecen las condiciones de pago y la titularidad del producto, cumplimentando una única carta por proveedor<sup>22</sup>. Actualmente, no existe una lista de agentes autorizados, pero las bodegas interesadas en iniciar relaciones comerciales pueden solicitar más información escribiendo a [ldbagentinfo@bcldb.com](mailto:ldbagentinfo@bcldb.com).

### Ganancias y márgenes

En Columbia Británica, todos los minoristas de bebidas alcohólicas, incluidas las tiendas *BC Liquor Stores*, compran los productos a un precio mayorista estándar<sup>23</sup>.

A continuación, se detalla el cálculo del precio mayorista por una botella de vino tinto:

1. Coste en almacén (*in bond*): la suma del coste base y los costes nacionales.
2. Impuestos federales (*federal duty*)
  - Impuesto de importación (*duty*), calculado según el origen del vino (en el caso de importaciones desde la UE el arancel es 0 % gracias al acuerdo CETA).
  - Impuesto especial al alcohol (*federal excise*).
3. Márgenes aplicados por la LDB (*markup*): margen del 89% para vinos
  - Cuando el coste pagado en concepto de derechos supera los 11,75 \$/l se aplica un 27 % adicional.
4. Tasa de reciclaje del envase (*container recycling fee*)

Este desglose permite visualizar con claridad la estructura de costes e impuestos que afectan al precio final de una botella de vino importado en el sistema de distribución de Columbia Británica.

<sup>22</sup> British Columbia Liquor Distribution Branch. (s.f.). *BC agents representing import suppliers*. <https://wholesale.bcldb.com/sites/default/files/files/2023-09/Product%20Registration%20Process%20Import%202023-01-20.pdf>

<sup>23</sup> British Columbia Liquor Distribution Branch. (n.d.). *Wholesale pricing model overview*. [https://www.bcldb.com/files/Wholesale\\_Pricing\\_Changes-Overview.pdf](https://www.bcldb.com/files/Wholesale_Pricing_Changes-Overview.pdf)



**LIQUOR  
DISTRIBUTION  
BRANCH**

### *Wine Wholesale Calculation*

Case size 12 x 750 ml glass bottles – 13% alcohol content

Prime Cost per case (Cost per case including freight into BC)	\$65.00
Domestic Charges (i.e.: warehouse costs, marketing, agent profit)	5.00
In Bond	\$70.00
Federal Duty	
Customs: 0.0187/L [(12 x .750) x 0.0187]	0.17
Excise: 0.6720/L [(12 x .750) x 0.6720]	6.05
Duty Paid Cost per case	\$76.22
Duty Paid Cost per selling unit (12 selling units/case)	\$6.35
Percentage Markup @ 89%	5.65
Container Recycling Fee @ \$0.13/bottle	0.13
Wholesale Price before tax	\$12.13
Goods and Services Tax (GST) @ 5%	0.61
Wholesale Price before container deposit per bottle	\$12.74

Fuente : Liquor Distribution Branch. (2021, 12 de noviembre). [Retail pricing policy and guidelines \[PDF\]](#). Gobierno de la Columbia Británica.

## 4.4. Provincia de Alberta

Alberta se distingue dentro de Canadá por ser la única provincia donde la venta minorista de alcohol está totalmente privatizada desde 1993. Este modelo ha fomentado un mercado abierto y competitivo, ofreciendo a los consumidores una amplia variedad de productos y brindando oportunidades para que las empresas prosperen.

### Condiciones de mercado

La Alberta Gaming, Liquor and Cannabis Commission (AGLC) es la autoridad responsable de regular la industria del alcohol en la provincia. Aunque el almacenamiento, distribución y venta minorista recae en empresas privadas y agencias autorizadas, la AGLC mantiene el control legal y regulatorio sobre estos procesos y es el único importador autorizado de bebidas alcohólicas en Alberta.

Antes de llegar a los minoristas, todos los productos deben ser adquiridos a través de fuentes aprobadas por la AGLC, como la empresa logística es Connect Logistics Services Inc. (CLS), que gestiona el almacén central en St. Albert y otras instalaciones complementarias en Edmonton<sup>24</sup>.

Además, la AGLC otorga las licencias necesarias para que agentes, distribuidores y minoristas operen, pero no interviene en el número de establecimientos, su ubicación ni en los precios, dejando estas decisiones en manos del sector privado<sup>25</sup>. De esta manera, Alberta combina la supervisión gubernamental con la flexibilidad de un mercado abierto, favoreciendo la competencia y la diversidad de productos disponibles para los consumidores.

### Proceso de importación

Para introducir nuevos productos en el mercado de Alberta, los fabricantes o sus representantes deben registrarlos a través del [Liquor Agency Portal](#) de la AGLC. Para formalizar la relación entre proveedores y agencias, estas deben presentar una [Carta de Entendimiento](#) (*Letter of Understanding*), mientras que los proveedores deben emitir una [Carta de Autorización](#) (*Letter of Authorization*) que confirme la representación otorgada.<sup>26</sup>

### Ganancias y márgenes

El precio final de una botella de vino en una tienda minorista de Alberta está compuesto por una serie de elementos que se suman progresivamente desde su costo original.

A continuación, se detalla cada componente del precio:

1. Costo del proveedor (*supplier cost*): precio base determinado por el fabricante, que incluye los costos de producción, empaque, transporte y márgenes del productor. El precio mayorista al que vende el fabricante es el mismo para todos los minoristas y distribuidores que lo adquieran, pudiendo ser modificado una vez a la semana.
2. Impuesto especial federal (*federal excise duty*): impuesto establecido por el gobierno federal sobre las bebidas alcohólicas, basado en el tipo y volumen de alcohol.

<sup>24</sup> Alberta Gaming, Liquor and Cannabis Commission. (s.f.). *Warehouse and distribution*. <https://aglc.ca/liquor/warehouse-and-distribution>

<sup>25</sup> Alberta Gaming, Liquor and Cannabis Commission. (s.f.). *Alberta's liquor model*. <https://aglc.ca/liquor/about-liquor-alberta/albertas-liquor-model>

<sup>26</sup> Alberta Gaming, Liquor and Cannabis Commission. (s.f.). *Liquor agencies and suppliers*. <https://aglc.ca/liquor/liquor-agencies-and-suppliers>

3. Impuesto sobre bienes y servicios (GST): impuesto general del 5 % aplicable a la mayoría de los bienes y servicios en Canadá, incluido el alcohol.

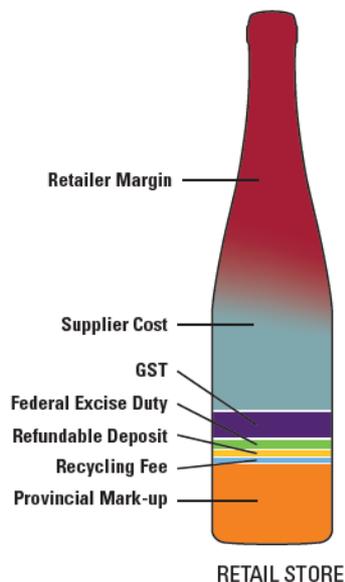
4. Depósito reembolsable (*refundable deposit*): monto que se cobra por el envase y que puede ser recuperado por el consumidor al devolver la botella vacía para su reciclaje.

5. Tasa de reciclaje (*recycling fee*): costo adicional aplicado para cubrir los programas de gestión y reciclaje de envases, no reembolsable.

6. Margen provincial (*provincial markup*): porcentaje fijado por el gobierno de Alberta que se aplica al costo del proveedor y otros cargos, y que constituye una fuente de ingresos públicos. El Gobierno de Alberta establece las tasas de margen, en el caso de vinos con un contenido de alcohol inferior o igual al 16 % el margen estándar es de 4,11 \$ por litro. Además, desde del 1 de abril de 2025, se aplica un margen adicional para vinos con un precio de factura superior a 15 \$ por litro, con tasas que varían entre el 5 % y el 15 % según el precio<sup>27</sup>.

7. Margen del minorista (*retailer margin*): es el beneficio añadido por el comerciante minorista. Este margen es libre, lo que significa que los precios pueden variar entre tiendas.

Aunque no aparece representado en la tabla, existe un margen del agente, que es el beneficio que este percibe por importar y comercializar el vino en Alberta. Este margen se añade al costo del proveedor y varía según el acuerdo comercial.



Fuente: Alberta Gaming, Liquor and Cannabis Commission. (n.d.). [Journey of a bottle.](#)

<sup>27</sup> Alberta Gaming, Liquor and Cannabis Commission. (n.d.). *Liquor markup rate schedule.* <https://aglc.ca/liquor/about-liquor-alberta/liquor-markup-rate-schedule>

## 4.5. Las demás provincias

### 4.5.1. Nueva Escocia

En la provincia canadiense de **Nueva Escocia**, la Nova Scotia Liquor Corporation (NSLC) es el organismo público responsable del control y la regulación de las bebidas alcohólicas, de conformidad con lo establecido en la *Liquor Control Act* y la *Cannabis Control Act*. La NSLC tiene el mandato exclusivo de gestionar la importación, distribución, venta mayorista y venta minorista de bebidas alcohólicas dentro del territorio provincial.

#### *Condiciones de mercado*

El sistema de distribución y comercialización está centralizado, aunque incluye ciertos espacios de operación delegada. La red de comercialización se compone de:

- 110 tiendas minoristas operadas directamente por NSLC.
- 60 agencias autorizadas en zonas rurales, que permiten el acceso a productos alcohólicos en comunidades donde NSLC no tiene tiendas propias<sup>28</sup>.
- 4 tiendas privadas especializadas en vinos y productos seleccionados (*Private Wine and Specialty Stores – PWSS*), ubicadas principalmente en el área urbana de Halifax<sup>29</sup>.

Además, los restaurantes, bares y clubes que deseen vender bebidas alcohólicas pueden obtener una licencia de bebidas alcohólicas (*Liquor License*), lo cual les permite trabajar directamente con la NSLC.

La logística de almacenamiento y distribución se gestiona desde el Centro de Apoyo y Distribución de la NSLC (*NSLC Support & Distribution Centre*), ubicado en el Parque Empresarial *Bayer's Lake*, en Halifax.

#### *Proceso de importación*

Para importar bebidas alcohólicas a la provincia de Nueva Escocia, es obligatorio contar con un Representante Registrado (*Registered Representative*), quien actúa como intermediario autorizado entre la empresa extranjera y la *Nova Scotia Liquor Corporation* (NSLC).

Además, para poder comercializar productos a través de las tiendas de la NSLC, la empresa importadora debe estar registrada en el Registro de Sociedades de la provincia (*Registry of Joint Stocks*) al que se puede acceder mediante el siguiente [enlace](#)<sup>30</sup>.

<sup>28</sup> Nova Scotia Liquor Corporation. (s.f.). *NSLC Authorized Agents*. <https://www.mynslc.com/Shop-With-Us/Authorized-Agents>

<sup>29</sup> Nova Scotia Liquor Corporation. (2024). *FY25 Marketing Licensee Connection Guide*. [https://www.mynslc.com/-/media/NSLC/MyNSLC/Doing-Business-With-Us/FY25/FY25\\_Marketing\\_Licensee-Connection-Guide\\_Final.pdf?la=en&hash=13FC8B2385F2004C741EE0749DDE41ED](https://www.mynslc.com/-/media/NSLC/MyNSLC/Doing-Business-With-Us/FY25/FY25_Marketing_Licensee-Connection-Guide_Final.pdf?la=en&hash=13FC8B2385F2004C741EE0749DDE41ED)

<sup>30</sup> Nova Scotia Liquor Corporation. (s.f.). *Permits*. <https://www.mynslc.com/Doing-Business-With-Us/Permits>



#### 4.5.2. Saskatchewan

En la provincia de **Saskatchewan** también existe un sistema híbrido. Además de las tiendas del *Liquor Board* y las tiendas privadas, existen franquicias, bares y restaurantes con licencia para la venta de alcohol (conocidos como *off-sales stores*). El organismo por destacar en *Saskatchewan* es: *Saskatchewan Liquor and Gaming Authority (SLGA)*.

#### 4.5.3. Manitoba

La diferencia principal que se observa entre la provincia anterior y la provincia de **Manitoba** es la existencia de tiendas privadas especializadas en exclusiva para la venta de vino. Por lo demás, también cuenta con un sistema mixto de tiendas del *Liquor Board* o *Liquor Marts*, agencias que ofrecen productos alcohólicos y tabernas de hoteles (con licencia para vender cerveza). El organismo por destacar en Manitoba es: *Manitoba Liquor and Lotteries Corporation*.

#### 4.5.4. Nuevo Brunswick

La última provincia con un mercado algo relevante es **Nuevo Brunswick**, donde el *Liquor Board* controla la importación, distribución y venta de todo el alcohol en la provincia de manera similar a como ocurre en la provincia de Ontario. Tan solo existe un número muy reducido de supermercados que cuentan con licencia para la venta de vino. El organismo por destacar en Nuevo Brunswick es: *Alcool NB Liquor (ANBL)*.

En el siguiente enlace se puede consultar toda la información relativa a los *Liquor Boards* mencionados y al resto de organismos existentes: [Provincial and territorial Liquor Boards](#).

## 5. Oferta

### 5.1. Producción local

La producción canadiense de vino está fuertemente condicionada por el clima y las características de cultivo de la uva en el país. Los inviernos, con temperaturas muy bajas y ambiente seco, y los veranos, cálidos y húmedos, limitan la superficie apta para la producción de uva de calidad. Aun así, el vino de elaboración local representa alrededor del 30 % de las ventas nacionales.

Para complementar la oferta y garantizar un suministro estable, Canadá importa de forma significativa vino a granel (clasificado bajo el código arancelario 220429) que, tras procesos mínimos de transformación, principalmente el embotellado, se destina al consumo interno. Esta estrategia permite mantener una presencia constante de vino en el mercado sin depender exclusivamente de la producción doméstica.

Esta situación se refleja claramente en la balanza comercial del sector, donde las importaciones de vino superan ampliamente a las exportaciones. La producción nacional, insuficiente frente a la elevada demanda interna, genera un déficit comercial constante que evidencia la fuerte dependencia en Canadá de la oferta internacional para abastecer su mercado.

En términos de producción, Canadá cuenta con más de 1.900 productores de uva repartidos en más de 680 bodegas. No obstante, la distribución de estas bodegas es desigual, concentrándose principalmente en siete provincias del país. *British Columbia* (296 bodegas)<sup>31</sup>, Ontario (186 bodegas)<sup>32</sup> y Quebec (170 bodegas)<sup>33</sup> son las tres provincias que aglutinan la mayoría de estas bodegas. El resto se encuentran en Nueva Escocia (20 bodegas)<sup>34</sup>, Nuevo Brunswick (17 bodegas)<sup>35</sup> y, finalmente, en Terranova y Labrador y en la Isla de Príncipe Edward, de manera minoritaria.

Por último, al igual que las denominaciones de origen en España, Canadá cuenta con el sistema de certificación de calidad *Vintners Quality Alliance* (VQA), que garantiza que los vinos están elaborados con uva 100 % canadiense y certifica su calidad, autenticidad y origen. Actualmente, únicamente las provincias de Ontario y British Columbia producen vinos bajo la norma VQA, regulados oficialmente por la [Ontario Wine Appellation Authority](#) y la [British Columbia Wine](#)

<sup>31</sup> British Columbia Wine Grape Council - 2023 Annual Crop Assessment. <https://bcwgc.org/report/annual-crop-assessment/>

<sup>32</sup> Grape Growers of Ontario. Grape Industry in Ontario - Statistics <https://grapegrowersofontario.com/grape-industry-in-ontario/statistics/>

<sup>33</sup> Vins du Quebec – 2023 Wine Production Report. <https://vinsduquebec.com/en/2023-wine-production-and-sales-report/>

<sup>34</sup> Visit Nova Scotia Wineries. (s.f.). Visit Nova Scotia Wineries: Winery tourism in Nova Scotia. <https://www.visitnovascotiawineries.com/>

<sup>35</sup> Wines of Canada. <https://www.winesofcanada.com/nb.html>

Authority, organismos gubernamentales provinciales encargados de supervisar el cumplimiento de estos estándares.

Durante el ejercicio fiscal concluido en marzo de 2025, las ventas de vino VQA en Ontario alcanzaron un total de 403.520.898 dólares canadienses, con un volumen comercializado de 19.943.872 litros. En cuanto a la composición varietal, se utilizaron 55 variedades de uva, siendo las principales Riesling (14 %), Chardonnay (13 %), Cabernet Franc (12 %), Merlot (11 %) y Pinot Gris (9 %). Por tipo de vino, la producción se distribuye en un 48 % de vinos blancos, 46 % de tintos y 6 % de rosados<sup>36</sup>.

En Columbia Británica, la industria del vino contribuye anualmente con 3.750 millones de dólares a la economía provincial. El vino VQA se mantiene como la segunda categoría más vendida en la provincia, con una participación superior al 19 % del mercado en volumen<sup>37</sup>. La composición varietal de los vinos VQA en BC es la siguiente: Merlot (13 %), Pinot Gris (12,5 %), Pinot Noir (11,6 %), Cabernet Franc (10,3 %), Chardonnay (8,7 %), Cabernet Sauvignon (8,1 %) y Riesling (7,5 %). Por tipo de vino, la producción se reparte en un 56 % de blancos y un 44 % de tintos<sup>38</sup>.

Además, como símbolo característico de la producción canadiense, destaca la marca registrada “Icewine”, cuya característica principal es la temperatura helada a la que se ofrece y consume el vino. Es importante mencionar la existencia de un convenio entre Canadá y la UE, por el que se reconoce y protege la marca Icewine mutuamente en ambos territorios, siempre que el origen de este sea Canadá, Luxemburgo, Austria o Alemania.

## 5.2. Comercio internacional

Los datos sobre el comercio exterior de vino muestran una brecha comercial debido a la marcada diferencia entre exportaciones e importaciones, con un déficit de aproximadamente 2.741 millones de dólares canadienses<sup>39</sup>.

Entre 2023 y 2024, las exportaciones registraron un leve descenso, mientras que las importaciones aumentaron significativamente, reflejando una dependencia creciente de proveedores extranjeros y un saldo comercial cada vez más negativo. Se estima que alrededor del 96 % del sector corresponde a importaciones.

<sup>36</sup> Ontario Wine Appellation Authority. 2025 Annual Report. Toronto [https://vqaontario.ca/wp-content/uploads/2025/06/OWAA-ANNUAL\\_REPORT-2025.pdf](https://vqaontario.ca/wp-content/uploads/2025/06/OWAA-ANNUAL_REPORT-2025.pdf)

<sup>37</sup> Wine Growers British Columbia. (2025). BC Wine Industry Quick Facts. <https://winebc.com/industry/media/quick-facts/>

<sup>38</sup> BC Wine Grape Council. 2023 Annual Crop Assessment (2023 Vintage). [https://bcwgc.org/wp-content/uploads/2025/02/2023-BC-Wine-Grape-Council-Crop-Assessment\\_FINAL\\_0.pdf](https://bcwgc.org/wp-content/uploads/2025/02/2023-BC-Wine-Grape-Council-Crop-Assessment_FINAL_0.pdf)

<sup>39</sup> Statistics Canada. Recopilado el 23/04/2025 desde <[Balanza comercial – Gobierno de Canadá](#)>.

## BALANZA COMERCIAL EN DÓLARES CANADIENSES (HS 2204)

	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Total exportaciones</b>	72.457.001	98.535.126	110.086.266	126.474.504	111.333.598
<b>Total importaciones</b>	2.646.358.762	2.817.074.432	2.954.337.432	2.692.872.480	2.852.742.248
<b>Balanza comercial</b>	-2.573.901.761	-2.718.539.306	-2.844.251.166	-2,566,397,976	-2,741,408,650

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de *Statistics Canada*.

En 2024, el vino español (código arancelario 2204) representó cerca del 5,5 % del valor total de las exportaciones españolas a Canadá, alcanzando 184,230,000 CAD, según datos de *Statistics Canada*. Esto lo convierte en el sector agroalimentario más relevante para el comercio entre ambos países y en el segundo sector más importante dentro de todas las exportaciones españolas a Canadá, subrayando la gran relevancia del vino en las relaciones comerciales bilaterales.

### 5.2.1. Exportaciones

Entre 2023 y 2024, las exportaciones de vino de Canadá registraron una caída del 11,97 % en valor, rompiendo la tendencia positiva que se había mantenido desde 2021.

Es importante destacar que casi la totalidad de estas exportaciones (99 %) corresponde a reexportaciones de vino a granel importado de otros países<sup>40</sup>. Estados Unidos es el principal destino, concentrando aproximadamente el 76,42 % del total, seguido de China con un 3,83 %. Otros mercados como Reino Unido, Corea del Sur y Francia representan conjuntamente menos del 3 % de las exportaciones. España ocupa una posición marginal en este ámbito, dado que importó vino canadiense por valor de 7.647 dólares canadienses, lo que representa apenas el 0,1 % de la cuota total<sup>41</sup>.

### 5.2.2. Importaciones

Para comprender la dinámica del mercado canadiense de vino, resulta fundamental analizar la evolución de las importaciones, ya que representan la mayor parte de la oferta disponible en el país. En este apartado se examinan, en primer lugar, las importaciones totales por país de origen con el fin de identificar a los principales proveedores del mercado. Posteriormente, se presenta un desglose por país diferenciando entre vino envasado y a granel, lo que permite identificar las estrategias de cada socio comercial. A continuación, se analiza la composición de las importaciones por tipo de vino para observar las tendencias de consumo en el mercado canadiense. Finalmente,

<sup>40</sup> International Organisation of Vine and Wine. *State of the world vine and wine sector in 2024*. [https://www.oiv.int/sites/default/files/2025-04/OIV-State\\_of\\_the\\_World\\_Vine-and-Wine-Sector-in-2024.pdf](https://www.oiv.int/sites/default/files/2025-04/OIV-State_of_the_World_Vine-and-Wine-Sector-in-2024.pdf)

<sup>41</sup> UN Comtrade database. <https://comtradeplus.un.org/>

se ofrece un enfoque detallado sobre el caso de España, estudiando su evolución y la distribución de sus exportaciones a Canadá por categorías de producto.

*Importaciones de vino por país*

A continuación, se muestran los datos de los diez principales países exportadores de vino a Canadá durante los últimos cinco años, que en conjunto representan cerca del 97 % del valor total importado. La tabla incluye todas las categorías de vino (código 2204).

**PRINCIPALES PROVEEDORES DE VINO EN CANADÁ, EN DÓLARES CANADIENSES (HS 2204)**

	2020	2021	2022	2023	2024	% var 24/23	Cuota s/ total
<b>Francia</b>	602.375.754	720.184.950	725.498.430	696.405.949	730.338.403	4,87%	25,60%
<b>Italia</b>	552.903.230	597.286.331	648.729.685	608.599.084	655.625.911	7,73%	22,98%
<b>Estados Unidos</b>	568.737.630	598.144.572	618.345.314	567.191.551	590.267.248	4,07%	20,69%
<b>España</b>	<b>167.372.033</b>	<b>187.057.812</b>	<b>169.189.814</b>	<b>164.911.151</b>	<b>184.183.402</b>	<b>11,69%</b>	<b>6,46%</b>
<b>Australia</b>	209.653.361	185.852.733	216.421.155	161.813.858	156.721.207	-3,15%	5,49%
<b>Nueva Zelanda</b>	128.222.151	118.119.287	152.118.276	129.937.757	136.656.292	5,17%	4,79%
<b>Chile</b>	124.767.781	108.273.265	116.275.548	90.063.231	106.516.847	18,27%	3,73%
<b>Portugal</b>	77.286.717	78.890.347	74.243.193	71.826.434	77.916.276	8,48%	2,73%
<b>Argentina</b>	106.742.726	96.938.649	98.003.977	76.209.712	74.768.624	-1,89%	2,62%
<b>Sudáfrica</b>	41.542.600	49.287.422	56.001.914	43.105.473	43.951.014	1,96%	1,54%
<b>Subtotal</b>	2.579.603.983	2.740.035.368	2.874.827.306	2.610.064.200	2.756.945.224	6%	96,64%
<b>Otros</b>	66.754.779	77.039.064	79.510.126	82.808.280	95.797.024	16%	3,36%
<b>Total</b>	2.646.358.762	2.817.074.432	2.954.337.432	2.692.872.480	2.852.742.248	6%	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de *Statistics Canada*.

**Francia, Italia y Estados Unidos** continúan siendo los principales proveedores de vino en Canadá. Es habitual encontrar a Francia e Italia encabezando la lista dada la similitud entre Francia y la región de Quebec, y la alta presencia de población de origen italiano en el país.

**Francia** se mantiene como el principal proveedor de vino en Canadá en términos de valor. Si bien su participación en volumen ha caído más de un 17 % desde comienzos del siglo XXI, esta aparente pérdida de cuota no implica un retroceso económico. Por el contrario, el valor de las importaciones de vino francés se ha incrementado de forma notable, duplicando en 2023 las cifras registradas a inicios de siglo. El precio medio por litro ha crecido a una tasa anual compuesta (CAGR) del 4,7 % entre 2000 y 2023, lo que indica que, aunque se importa menos volumen, el producto es de mayor precio o calidad, generando así mayores ingresos en el mercado canadiense.

Tanto **Italia** como **Estados Unidos** muestran también una evolución positiva, con incrementos en volumen y valor de las importaciones a lo largo del período 2000-2023, acompañados de un aumento del precio medio por litro, con tasas CAGR del 3,9 % y 5,5 % respectivamente<sup>42</sup>.

Es destacable la evolución de **España**, que en los últimos años se ha consolidado como uno de los principales proveedores de vino a Canadá. En 2022 se situó entre los cinco primeros países exportadores y, en 2023, sus envíos superaron a los de Australia, lo que le permitió ascender al cuarto puesto entre todos los proveedores, posición que mantiene en 2024 con una cuota del 6,46 % del total de importaciones. Ese mismo año, las compras de vino procedentes de España alcanzaron los 184,18 millones de dólares canadienses, el segundo mayor valor histórico tras el récord registrado en 2021. A largo plazo, su evolución ha sido favorable tanto en volumen como en valor, con un crecimiento anual compuesto (CAGR) del precio de 2,5 % entre 2000 y 2023.

En términos comparativos, **Chile, España, Portugal e Italia** destacan como los países con mayor crecimiento en valor de exportaciones hacia Canadá entre 2023 y 2024, con tasas del 18,27 %, 11,69 %, 8,48 % y 7,73 % respectivamente.

#### *Importaciones de vino por país y tipo de vino*

Con el fin de analizar con mayor detalle la composición del comercio de vino hacia Canadá, se presentan a continuación dos tablas independientes que muestran, por separado, los diez principales países exportadores de vino embotellado y vino a granel. Esta clasificación permite identificar las diferencias en liderazgo y participación de mercado según el tipo de producto, facilitando la comparación entre ambos segmentos.

#### PRINCIPALES PROVEEDORES DE VINO ENVASADO EN CANADÁ, EN DÓLARES CANADIENSES (EN RECIPIENTES DE 2L O MENOS, HS 220421)

	2020	2021	2022	2023	2024	% var 24/23	Cuota s/ total
<b>Francia</b>	485.042.153	555.193.104	548.518.949	536.216.642	578.976.947	8,0%	24,1%
<b>Estados Unidos</b>	526.750.506	564.981.124	587.216.629	535.392.840	547.136.429	2,2%	22,7%
<b>Italia</b>	465.086.934	488.696.723	523.175.363	490.189.561	520.215.936	6,1%	21,6%
<b>España</b>	<b>143.408.028</b>	<b>155.883.504</b>	<b>140.434.897</b>	<b>139.760.913</b>	<b>157.214.158</b>	<b>12,5%</b>	<b>6,5%</b>
<b>Nueva Zelanda</b>	126.721.910	117.202.222	151.099.639	128.431.836	131.504.364	2,4%	5,5%
<b>Australia</b>	171.117.946	150.418.935	176.129.941	117.030.159	121.709.775	4,0%	5,1%
<b>Chile</b>	101.272.602	94.374.302	103.944.531	78.202.343	91.723.404	17,3%	3,8%
<b>Portugal</b>	74.436.638	75.222.276	71.127.650	68.091.457	73.909.422	8,5%	3,1%

<sup>42</sup> Observatorio Español del Mercado del Vino. *Importaciones de vino en Canadá | Año 2023* <https://www.oemv.es/importaciones-de-vino-en-canada-ano-2023>



<b>Argentina</b>	90.297.932	86.081.790	94.274.033	74.330.206	72.761.821	-2,1%	3,0%
<b>Sudáfrica</b>	36.450.417	33.445.603	38.805.009	32.413.769	35.297.925	8,9%	1,5%
<b>Subtotal</b>	2.220.585.066	2.321.499.583	2.434.726.641	2.200.059.726	2.330.450.181	5,9%	96,8%
<b>Otros</b>	51.580.289	61.690.595	61.539.104	63.552.891	76.304.384	20,1%	3,2%
<b>Total</b>	2.272.165.355	2.383.190.178	2.496.265.745	2.263.612.617	2.406.754.565	6,3%	100,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de *Statistics Canada*.

Las exportaciones de vino embotellado muestran que **Francia** se mantiene como líder indiscutible, seguida muy de cerca por **Estados Unidos**, que concentra casi el 23 % de la cuota total. Sin embargo, esta posición podría verse comprometida por la retirada de productos estadounidenses del mercado canadiense tras la imposición de aranceles. De hecho, según datos de la Oficina del Censo de EE. UU., las exportaciones hacia Canadá registraron en junio de este año una caída del 96,8 % respecto al mismo mes de 2024. **Italia** ocupa la tercera posición en valor, con un crecimiento sostenido. **España** mantiene una cuota estable y registra un avance interanual destacado, situándose entre los países con mejor desempeño del año.

PRINCIPALES PROVEEDORES DE VINO A GRANEL EN CANADÁ, EN DÓLARES CANADIENSES (EN RECIPIENTES CON CAPACIDAD SUPERIOR A 10 L HS 220429)

	2020	2021	2022	2023	2024	% var 24/23	Cuota s/ total
<b>Australia</b>	32.604.875	29.475.769	34.072.116	40.473.695	30.824.508	-23,8%	32%
<b>Estados Unidos</b>	17.036.638	7.387.479	8.077.410	5.022.392	17.159.327	241,7%	17,8%
<b>Chile</b>	19.553.586	9.909.252	8.797.141	9.605.083	12.189.162	26,9%	12,6%
<b>Italia</b>	8.895.388	11.305.416	12.401.967	8.657.470	8.913.348	3%	9,2%
<b>Francia</b>	12.385.114	9.559.992	9.226.249	8.663.220	7.760.363	-10,4%	8,1%
<b>Sudáfrica</b>	3441.494	14.098.151	15.327.191	9.520.716	7.515.660	-21,1%	7,8%
<b>Nueva Zelanda</b>	834.884	316.454	354.898	739.165	4.168.936	464%	4,3%
<b>España</b>	<b>4.806.567</b>	<b>9.632.599</b>	<b>5.919.848</b>	<b>3.731.525</b>	<b>3.107.645</b>	<b>-16,7%</b>	<b>3,2%</b>
<b>Moldavia</b>	434.070	288.363	76.030	1.358.146	2.254.136	66%	2,3%
<b>Argentina</b>	15.346.963	8.660.168	2.383.520	452.459	1.274.541	181,7%	1,3%
<b>Subtotal</b>	115.339.579	100.633.643	96.636.370	88.223.871	95.167.626	7,9%	98,7%
<b>Otros</b>	2.224.854	1.913.124	1.671.614	2.097.182	1.219.816	-41,8%	1,3%
<b>Total</b>	117.564.433	102.546.767	98.307.984	90.321.053	96.387.442	6,7%	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de *Statistics Canada*.

En el segmento de vino a granel, **Australia** mantiene con holgura la mayor cuota del mercado canadiense, a pesar de registrar una caída del -23,8 % respecto a 2023. **Estados Unidos** se consolida en la segunda posición con un crecimiento exponencial del 240 % interanual, impulsado por operaciones puntuales de gran volumen y una mayor competitividad en precios, aunque este ritmo podría moderarse en 2025 ante la previsible caída de sus exportaciones globales. **Nueva Zelanda** protagoniza la subida más pronunciada, con un incremento del 464 % en esta categoría, lo que refleja un cambio estratégico hacia ventas de alto volumen al mercado canadiense. **España**, por su parte, registra un ligero retroceso, pero mantiene una cuota estable, lo que indica que conserva presencia en este segmento, aunque su estrategia esté más orientada a productos de mayor valor añadido.

### Importaciones por tipo de vino en Canadá

En lo que respecta al tipo de vino importado (espumoso, envasado, granel y *bag in box*), las cifras arrojan los siguientes datos. Las importaciones de vino crecieron en **bag in box**, tanto en volumen como valor, y su precio medio fue 4,13 CAD/litro, un 1 % más bajo que el año anterior.

El **vino envasado** fue el más importado en 2023, acumulando un 64,6 % de las importaciones en volumen. También fue el más demandado en el mercado canadiense durante el primer semestre de 2024, acumulando el 86 % de las importaciones de vino<sup>43</sup>.

### EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE VINO EN CANADÁ POR TIPO DE VINO

VALOR (millones CAD)	2019	2020	2021	2022	2023	2022 – 23 (%)
Espumoso (220410)	228,2	217,6	290,0	324,1	300,9	-7,2%
Envasado (220421)	2.213,8	2.272,2	2.383,2	2.496,8	2.264,3	-9,3%
Granel (220429)	112,9	117,6	102,5	98,3	90,2	-8,3%
BiB (220422)	30,8	39,0	41,3	35,6	38,1	7,1%
<b>Total</b>	<b>2.585,8</b>	<b>2.646,3</b>	<b>2.817,1</b>	<b>2.954,9</b>	<b>2.693,5</b>	<b>-8,8%</b>

VOLUMEN (millones L)	2019	2020	2021	2022	2023	2022 – 23 (%)
Espumoso (220410)	18,3	17,6	21,2	23,5	21,0	-10,7%
Envasado (220421)	281,2	284,8	276,4	281,9	242,3	-14,1%
Granel (220429)	109,2	137,4	110,9	104,0	102,6	-1,3%
BiB (220422)	8,1	10,1	10,4	8,5	9,2	8,2%
<b>Total</b>	<b>416,8</b>	<b>449,9</b>	<b>418,9</b>	<b>417,9</b>	<b>375,1</b>	<b>-10,3%</b>

<sup>43</sup> Observatorio Español del Mercado del Vino. (2024). [Informe de exportaciones de vino español a Canadá: Datos de 2024](#)

PRECIO MEDIO (CAD/L)	2019	2020	2021	2022	2023	2022 – 23 (%)
Espumoso (220410)	12,46	12,33	13,69	13,79	14,33	3,9%
Envasado (220421)	7,87	7,98	8,62	8,86	9,35	5,5%
Granel (220429)	1,03	0,86	0,92	0,95	0,88	-7,0%
BiB (220422)	3,79	3,88	3,98	4,17	4,13	-1,0%
<b>Total</b>	<b>6,20</b>	<b>5,88</b>	<b>6,73</b>	<b>7,07</b>	<b>7,18</b>	<b>1,6%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la OeMv.

### Importaciones de vino procedente de España

A continuación, se detallan las importaciones de vino español en Canadá, desglosadas por tipo de producto (espumoso, embotellado, a granel y *bag in box*) y por año, con el fin de analizar su evolución en volumen, valor y precio medio.

### EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE VINO ESPAÑOL EN CANADÁ POR TIPO DE VINO

VALOR (millones CAD)	2019	2020	2021	2022	2023	2022 – 23 (%)
Espumoso (220410)	18	17,8	19,9	21,6	20,5	-5,1%
Envasado (220421)	132	143,4	155,9	140,4	139,8	-0,4%
Granel (220429)	11,9	4,8	9,6	5,9	3,7	-37,0%
BiB (220422)	1,1	1,3	1,6	1,2	0,9	-20,01%
<b>Total</b>	<b>162,9</b>	<b>167,4</b>	<b>187,1</b>	<b>169,2</b>	<b>165,0</b>	<b>-2,5%</b>

VOLUMEN (millones L)	2019	2020	2021	2022	2023	2022 – 23 (%)
Espumoso (220410)	2,4	2,4	2,6	2,8	2,5	-9,7%
Envasado (220421)	19,7	20,4	20,9	18,7	17,3	-7,3%
Granel (220429)	14,2	5,6	15,3	7,52	4,41	-41,3%
BiB (220422)	0,2	0,3	0,4	0,28	0,3	9,2%
<b>Total</b>	<b>36,5</b>	<b>28,7</b>	<b>39,1</b>	<b>29,3</b>	<b>24,6</b>	<b>-16,1%</b>



PRECIO MEDIO (CAD/L)	2019	2020	2021	2022	2023	2022 – 23 (%)
Espumoso (220410)	7,39	7,47	7,75	7,74	8,13	5,1%
Envasado (220421)	6,71	7,03	7,47	7,51	8,07	7,4%
Granel (220429)	0,84	0,86	0,63	0,79	0,85	7,4%
BiB (220422)	4,63	3,84	4,21	4,49	3,28	-26,8%
<b>Total</b>	<b>4,46</b>	<b>5,83</b>	<b>4,79</b>	<b>5,78</b>	<b>6,72</b>	<b>16,2%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la OeMv.

El **vino embotellado** continúa siendo el principal producto que España exporta a Canadá, con un precio medio en constante aumento. Este comportamiento refleja un mayor reconocimiento del producto en el mercado y la disposición de los consumidores a pagar por su calidad, situándolo como el de mayor valor entre las categorías, lo que repercute positivamente en las cifras globales.

En contraste, el **bag-in-box** español registra un incremento en volumen, pero acompañado de una reducción de ingresos, consecuencia de una caída del 26,8 % en el precio medio respecto al año anterior, lo que indica una estrategia comercial orientada a competir en precio.

#### EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE VINO ESPAÑOL POR PROVINCIAS CANADIENSES (INCLUYE TODAS LAS PARTIDAS ARANCELARIAS DEL CAPÍTULO 2204)

Provincias (CAD)	2020	2021	2022	2023	2024	2023 – 24 (%)
Quebec	100.157.191	106.264.412	98.261.240	108.223.940	122.230.195	12,9%
Ontario	38.046.671	44.796.678	38.983.740	32.281.851	35.996.093	11,5%
Alberta	10.667.728	14.143.931	13.403.183	11.179.508	9.792.057	-12,4%
Columbia Británica	12.988.738	15.520.645	13.096.595	9.801.512	9.014.726	-8%
Nueva Escocia	2.255.465	2.911.308	3.165.577	2.544.437	7.193.039	182,7%
Manitoba	2.187.946	2.244.259	2.205.892	875.986	4.150	-99,5%
Saskatchewan	499.841	282.458	46.414	-	-	-
Isla del Príncipe Eduardo	28.366	809	27.173	2.168	-	-
Nuevo Brunswick	540.087	893.312	-	-	-	-
Terranova y Labrador	-	-	-	1.713	13	-99,2%
Subtotal	167.372.033	187.057.812	169.189.814	164.911.151	184.230.273	11,7%
Resto países	2.478.986.729	2.630.016.620	2.785.147.618	2.527.961.329	2.668.684.773	5,6%
<b>Total</b>	<b>2.646.358.762</b>	<b>2.817.074.432</b>	<b>2.954.337.432</b>	<b>2.692.872.480</b>	<b>2.852.915.046</b>	<b>5,9%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Trade Data.



El análisis de importación de vino a nivel provincial refleja un dato relevante: las provincias más pobladas son las que más vino importan (tanto a nivel general como vino español).

En 2024, el 96,78 % de las importaciones de vino español en Canadá se concentraron en cuatro provincias. **Quebec** se consolidó como el principal mercado, representando el 66,35 % del total, seguida de **Ontario** con un 19,54 %. Muy por detrás se sitúan **Alberta** (5,32 %) y **Columbia Británica** (4,89 %).

Durante ese año, Quebec y Ontario experimentaron un crecimiento en las importaciones de vino español. Sin embargo, Alberta y Columbia Británica registraron caídas en sus importaciones por tercer año consecutivo. Cabe destacar el caso de **Nueva Escocia**, que se situó en quinto lugar en valor de importaciones y protagonizó un repunte especialmente llamativo, registrando un crecimiento interanual que superó ampliamente el 180 %.

En 2024, las importaciones canadienses de vino procedentes de España registraron un notable crecimiento del 11,7 % en valor, superando con creces el ritmo de incremento observado en las importaciones desde otros países. Estos datos reflejan un incremento en el valor de las importaciones de vinos españoles durante el último año, consolidando la posición de España frente a otros productores internacionales.

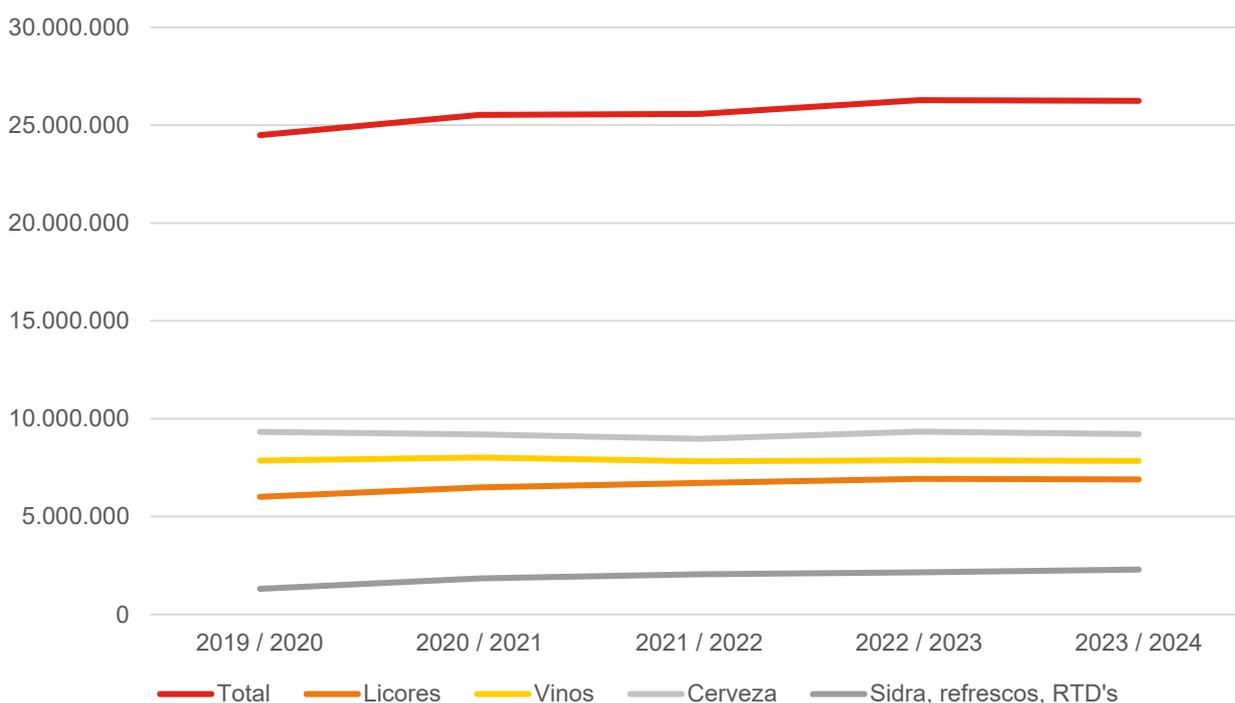
En base a estos datos puede concluirse que la práctica totalidad del mercado del vino español en Canadá se encuentra concentrado en la zona este del país, es decir, en las provincias limítrofes de Quebec y Ontario que suman el 86 % del total de importaciones de vino español. Este dato puede ser relevante teniendo en cuenta que Canadá es el segundo país con mayor superficie del mundo y las cuestiones logísticas cobran una gran importancia a la hora de establecer relaciones comerciales.

## 6. Demanda

El mercado canadiense de bebidas alcohólicas registró una facturación total de 26.200 millones de dólares canadienses en el ejercicio fiscal 2023/24, lo que representa una ligera disminución del 0,1 % respecto al año anterior. La categoría que generó mayores ingresos fue la cerveza, con 9.213 millones de dólares canadienses, seguida por el vino (7.845 millones), los licores (6.888 millones) y, finalmente, las sidras y bebidas alcohólicas tipo refresco, incluidas las “ready to drink”, que alcanzaron 2.290 millones.

### VENTAS DE ALCOHOL POR TIPO DE BEBIDA

En dólares

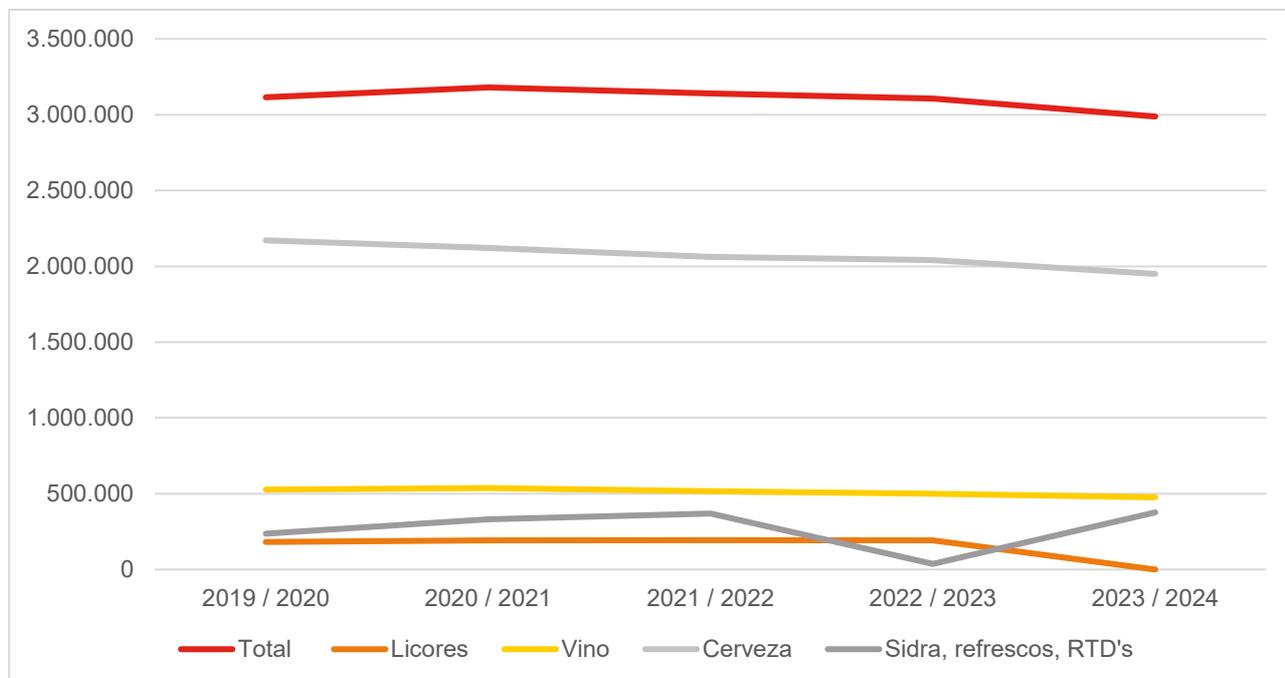


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de *Statistics Canada*.

En términos de ventas por valor, la cerveza lidera el mercado, representando el 35,1 % del total de ventas, seguida por el vino (29,9 %) y los licores (26,3 %). Por último, las sidras y bebidas alcohólicas tipo refresco (“*ready to drink*”) constituyeron un 8,7 % del mercado, mostrando un crecimiento exponencial respecto al 1,59 % registrado en 2022, lo que evidencia la tendencia al alza de esta categoría.

VENTAS DE ALCOHOL POR TIPO DE BEBIDA

En litros



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de *Statistics Canada*.

En términos de volumen, la cerveza fue la bebida más demandada, con un 65,3 %, seguida del vino (16 %), los refrescos y sidras (12,6 %) y, por último, las espirituosas (6,2 %). Sin embargo, en el mercado de bebidas alcohólicas, el valor de las importaciones tiene más peso que el volumen, ya que no todas las categorías generan los mismos ingresos, como se observa en los gráficos.

En cuanto a la procedencia de los productos, el 71,2 % de las ventas de vino corresponden a importaciones, mientras que solo el 28,8 % son vinos locales, mostrando la fuerte dependencia de productos extranjeros para abastecer la demanda interna. Por el contrario, la cerveza, los licores y los refrescos con alcohol cuentan con una base de producción local más sólida, representando un 88 %, 46,1 % y 85 % de las ventas, respectivamente<sup>44</sup>.

A continuación, se analiza la demanda de bebidas alcohólicas desglosada por provincia, para identificar patrones de consumo y diferencias regionales.

<sup>44</sup> Statistics Canada. *Alcohol and cannabis sales in Canada, April 2023 to March 2024* <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/11-627-m/11-627-m2025017-eng.htm>

## 6.1. Demanda en Quebec

De acuerdo con el informe anual de la SAQ, es posible conocer las preferencias de consumo de bebidas alcohólicas en Quebec. La información correspondiente a 2024 se detalla a continuación, expresada en millones de litros y millones de dólares canadienses:

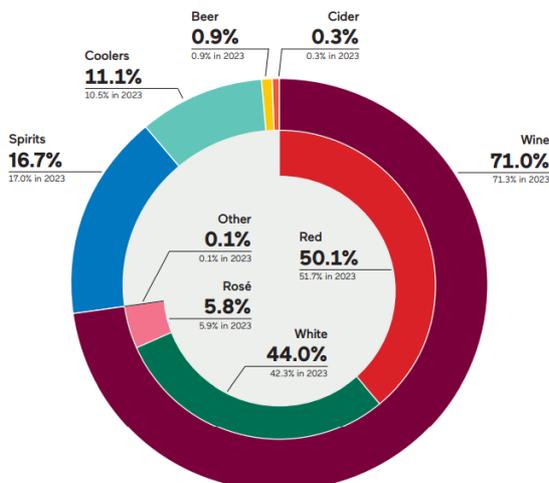
### VENTAS NETAS POR TIPO DE BEBIDA ALCOHÓLICA

Tipos de bebida	Millones de dólares canadienses	Litros
Vinos	2.790	166,4
Licores	1.147	31,3
Cervezas, sidras y bebidas preparadas	163	25,3
Total	4.100	223

Fuente : Société des alcools du Québec (SAQ). (2024). [Informe Anual 2024](#).

En Quebec, el **vino** se consolida como la bebida alcohólica preferida, representando el 68,1 % de la cuota de mercado en valor y el 74,6 % en volumen. El análisis de las importaciones revela una marcada preferencia por vinos procedentes de regiones con sólida tradición vitivinícola. **Italia** (33,2 %) lidera el mercado, seguida de **Francia** (23,2 %), mientras que **España** (10,8 %) ocupa la tercera posición en volumen. En conjunto, estos tres países representan más del 67 % del total de vino importado en volumen.

A continuación, se presenta el desglose de ventas de bebidas alcohólicas en Quebec por categoría de producto, a partir del volumen de ventas en litros:



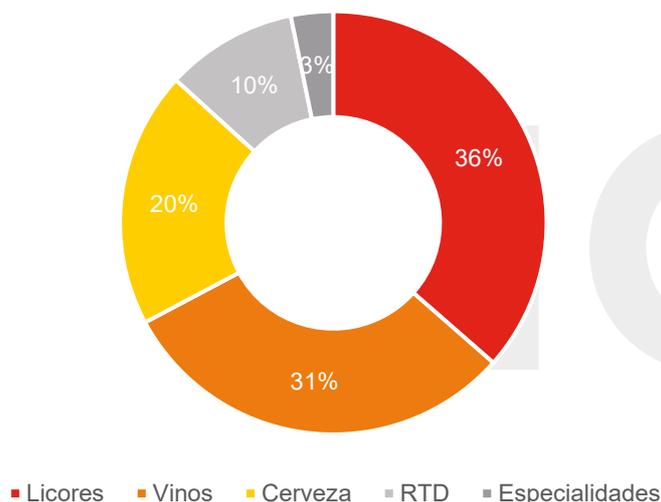
Fuente : Société des alcools du Québec (SAQ). (2024). [Informe Anual 2024](#).

## 6.2. Demanda en Ontario

En Ontario, durante el año fiscal 2024, los **licores o bebidas espirituosas** (*spirits*) constituyeron la categoría líder, con ventas por 2.700 millones de dólares canadienses. El **vino** se ubicó en segundo lugar en términos de valor, con ventas por 2.280 millones de dólares canadienses, registrando un aumento en las ventas netas por litro del 6,2 % como consecuencia de incrementos significativos en los precios. La cerveza ocupó el tercer lugar, con ventas por 1.450 millones de dólares canadienses.

### VENTAS DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN ONTARIO POR CATEGORÍA DE PRODUCTO

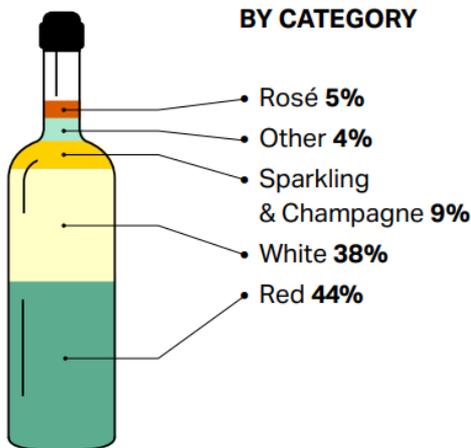
*En porcentaje*



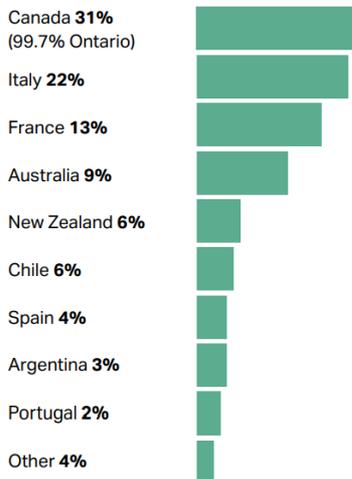
Fuente: Liquor Control Board of Ontario [LCBO FY2024 ANNUAL REPORT](#)

Según los informes trimestrales de ventas de la LCBO, correspondientes al primer trimestre del año fiscal 2025/26 (abril-junio), el vino representó el 28 % de la cuota en valor, ubicándose como la segunda categoría después de los licores. Dentro de la categoría de vino, la preferencia de los consumidores se concentra en el **vino tinto**, seguido del **blanco** y, finalmente, el **espumoso**. Las ventas de vino español representaron el 4 % del valor total, ocupando el séptimo puesto entre los países importadores.

### Top selling Wines



### WINE MARKET SHARE BY REGION



Fuete: Liquor Control Board of Ontario [LCBO Quarterly Update Q1 - FY25-26 APRIL 01 - JUNE 20](#)

## 6.3. Demanda en Alberta

En Alberta, la **cerveza** ocupa el primer lugar en ventas, tanto por volumen como por valor, seguida de los licores, el vino y los refrescos, que incluyen *kombucha*, *coolers* y *ready to drink*. El **vino** constituye el 22,26 % de la cuota anual en valor. De dicho total, el 79,3 % corresponde a vinos importados, mientras que el 26,7 % restante se atribuye a vinos producidos en Canadá o a mezclas internacionales elaboradas dentro del país.

### VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

Correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de marzo

	2024	2023	2022	2024	2023	2022
	Miles de dólares			Hectolitros		
<b>Cerveza</b>	936.700	943.344	932.120	2.132.370	2.189.809	2.233.147
<b>Licores</b>	927.133	933.641	909.451	301.691	299.984	303.380
<b>Vino</b>	623.440	636.960	636.943	397.887	412.790	430.522
<b>Otras bebidas</b>	313.042	294.606	285.972	581.089	567.550	573.567
<b>TOTAL</b>	2.800.315	2.808.551	2.764.486	3.413.037	3.470.133	3.540.616

Alberta Gaming, Liquor and Cannabis [AGLC 2023-24 Annual Report](#).

## 6.4. Demanda en Columbia Británica

En el caso de Columbia Británica, ya se encuentra disponible el Informe Anual para el año fiscal 2024/25 de la BCLDB. La demanda en la provincia se presenta a continuación, expresada en volumen (litros):

	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25	Variación con respecto al año previo (2024/25 vs. 2023/24)	
						Variación	%
<b>Licores</b>	29.835	30.427	30.955	29.299	28.226	-1.073	3,7
<b>Vino</b>	79.758	77.345	73.194	68.747	65.581	-3,166	4,6
<b>Refrescos</b>	85.170	88.764	85.116	84.105	80.850	-3,255	3,9
<b>Cerveza</b>	270.542	269.811	267.083	252.955	240.721	-12.234	4,8
<b>Otras bebidas</b>	368	495	482	708	928	220	31,1
<b>TOTAL</b>	<b>465.673</b>	<b>466.842</b>	<b>456.830</b>	<b>435.814</b>	<b>416.306</b>	<b>-19.508</b>	<b>4,5</b>

British Columbia Liquor Distribution Branch [Annual Report 2024-25](#)

Los datos indican que la **cerveza** continúa siendo la bebida preferida en Columbia Británica, con un **57,8 %** de la cuota en volumen, seguida por los refrescos (19,4 %) y el vino (15,8 %). Se registra una contracción generalizada en las ventas de todas las categorías de bebidas alcohólicas, en el caso del **vino**, la caída fue del 4,6 % en volumen. Esta recesión parece estar asociada a un cambio en los patrones de consumo, especialmente entre las generaciones más jóvenes, que muestran una mayor inclinación hacia estilos de vida saludables. Asimismo, la implementación de aranceles por parte de Estados Unidos ha impulsado un mayor interés entre los por apoyar los productos locales, incluidos los licores elaborados en la propia provincia.

La *Liquor Distribution Branch* publica estadísticas trimestrales sobre ventas de alcohol en la provincia por categoría, accesibles en los [Liquor Market Review Reports](#). A continuación, se analizan las ventas de vino correspondientes al primer trimestre, finalizado en junio de 2025. Los datos confirman el apoyo de los consumidores a los productos locales: las ventas de vino elaborado en Columbia Británica representaron el 52,4 % del valor total de ventas de vino, y si se incluyen todas las ventas de vino producido en Canadá, la cifra alcanza el 53,3 %. Entre los vinos importados, **Italia** lidera con un 12 %, seguida de **Francia** (8,9 %), **Nueva Zelanda** (6,5 %), **Chile** (4,5 %) y **España** (2,2 %).



En términos generales, el **vino tinto** se mantiene como la variedad preferida en casi todos los orígenes, aunque las preferencias varían según el país: en Italia predomina el tinto, seguido por el prosecco (26,3 %); en Francia, el tinto lidera, seguido por el rosado (18,7 %) y el champagne (17,3 %). Un caso atípico lo representa Nueva Zelanda, cuyas importaciones se componen casi en un 93 % de vino blanco. En el caso de los **vinos españoles**, el 62,4 % de las ventas corresponden a vino **tinto** y el 22,1 % a vino **espumoso**.

ICEX

## 7. Precios

Los precios del vino en el mercado canadiense han mostrado una tendencia de crecimiento sostenido desde comienzos del siglo XXI. En 2023, el precio medio del vino importado alcanzó los 7,18 CAD por litro, lo que representa un incremento del 1,6 % frente al año anterior. Desde el año 2000, cuando el precio medio era de 3,64 CAD por litro, se ha registrado un aumento medio anual del 3 %.

En el caso del vino español, el precio medio de importación se situó en 6,72 CAD por litro en 2023, casi un dólar canadiense más que en 2022 (5,78 CAD por litro), ubicándose como el sexto más alto entre los principales orígenes.

El análisis por tipo de producto revela marcadas diferencias: el vino envasado importado alcanzó un precio medio de 9,35 CAD por litro, con un crecimiento interanual del 5,5 %, mientras que el vino a granel descendió a 0,88 CAD por litro, una caída del 7,7 % respecto al año anterior<sup>45</sup>.

Esta evolución de los precios no solo responde a factores de oferta y demanda, sino también a la estructura regulatoria del mercado canadiense. Los monopolios provinciales influyen directamente en los sistemas de fijación de precios, incluyendo márgenes porcentuales y fijos, niveles de beneficio mínimo según el tipo de producto, precios mínimos de venta al consumidor y consideraciones sobre el origen y el envase del producto. Asimismo, se aplican costes de servicio diferenciados a los productos importados. Estos cargos, junto con los impuestos especiales federales y provinciales, afectan directamente al precio final del vino en el mercado canadiense.

A continuación, se presenta una tabla que recoge los componentes del precio en cada provincia:

	<b>Excise Duty</b>	<b>Markup</b>	<b>Impuesto provincial</b>	<b>Impuesto volumen</b>	<b>Otros cargos</b>	<b>Tasa reciclaje</b>	<b>Deposito reembolsable</b>
<b>Ontario</b>	≤1,2% 0,022\$/L >1,2% y ≤7% 0,351 \$/L >7% 0,730 \$/L	71,5%	HST 13%	0,29 \$/L	Wine levy 1,62 \$/L COSD 0,379 \$/L	0,0893 \$	>630 ml 0,20\$
<b>Quebec</b>	≤1,2% 0,022 \$/L >1,2% y ≤7% 0,351 \$/L >7% 0,730 \$/L	Variable	GST 5 % QST 9.975 %	-	1,50 \$/L	-	>500ml y ≤ 2L l 0,25\$
<b>Alberta</b>	≤1,2% 0,022\$/L >1,2% y ≤7% 0,351 \$/L >7% 0,730 \$/L	16% 4,11\$/L >6,88 \$/L	GST 5 %	-	-	=>1L 0,7 \$ > 1L 0,7 \$	=>1L \$0,10 > 1L \$0,25
<b>British Columbia</b>	≤1,2% 0,022 \$/L >1,2% y ≤7% 0,351\$/L >7% 0.730 \$/L	89% + 27%	GST 5 % PST 7 %	-	0,0210- 0,6720 \$/L	0,13 \$	=>1L 0,13 \$ > 1L 0,18 \$

<sup>45</sup> OeMv – Importaciones de vino en Canadá 2023. <https://www.oemv.es/importaciones-de-vino-en-canada-ano-2023>

## 8. Percepción del producto español

El mercado canadiense responde positivamente a la propuesta de valor del vino español, basada en una excelente relación calidad-precio. Esta percepción está influenciada directamente por los valores de la tradición, cultura e historia vitivinícola de España, así como con su rica gastronomía. Para muchos consumidores, elegir vino español es también una forma de conectar con una experiencia cultural completa, que va más allá del producto en sí.

Aunque el vino español es reconocido, su demanda es más limitada frente a la de países como Francia, Italia o incluso Portugal y Grecia. Una de las razones principales es la menor representación de la comunidad española en Canadá, lo que se refleja especialmente en el canal HORECA (hoteles, restaurantes y cafeterías), donde la oferta de vinos está notablemente influenciada por las comunidades inmigrantes activas que promueven sus productos nacionales.

El vino español suele atraer en Canadá a un consumidor experimentado, selectivo y con un claro interés por la calidad *premium*. Este perfil valora el origen, la reputación de la bodega y la historia que acompaña a cada botella. Por otro lado, existe un segmento de consumidores que elige el vino principalmente por su sabor agradable, el atractivo visual de la etiqueta y su precio asequible. Este grupo, menos especializado, se deja guiar más por la experiencia sensorial inmediata y por factores de presentación que por el conocimiento técnico del vino.

En general, el público que consume vino español ya conoce sus valores asociados y lo busca y lo elige de forma consciente, lo que contrasta con otros vinos más presentes en el consumo masivo.

En cuanto a marcas reconocidas, Rioja, Rueda y Ribera del Duero destacan por su prestigio tanto entre los consumidores como entre los profesionales del sector. La familiaridad del público con estas regiones influye positivamente en la predisposición a probar nuevos vinos que provienen de ellas. No obstante, este reconocimiento no se ha extendido de forma significativa a otras denominaciones de origen o variedades menos conocidas, dificultando así una presencia más sólida y diversificada del vino español en Canadá.

## 9. Perspectivas del sector

### 9.1. Desregulación del mercado y evolución de los canales de venta en Ontario

Desde el 5 de septiembre de 2024, Ontario ha iniciado un proceso de desregulación del mercado de bebidas alcohólicas, permitiendo que tiendas de conveniencia, supermercados y grandes superficies, establezcan sus propios precios de venta al público. No obstante, estos deben respetar los precios mínimos fijados por la Agencia de Control de Bebidas Alcohólicas de Ontario (AGCO), los cuales incluyen costos regulados, impuestos, tarifas de distribución y márgenes mínimos.

Complementariamente, desde el 31 de octubre de 2024, todas las tiendas de comestibles y grandes superficies elegibles están autorizadas a vender cerveza, sidra, vino y bebidas alcohólicas listas para beber (*ready to drink*), incluyendo paquetes de gran tamaño. Esta medida permitirá la apertura de hasta 8.500 nuevos puntos de venta minorista en la provincia, ampliando significativamente la disponibilidad de productos.

Aunque el modelo de monopolios provinciales sigue siendo predominante en Canadá, estas reformas reflejan una apertura progresiva hacia canales alternativos de venta. Provincias como Ontario están adaptando sus políticas de distribución para responder a las nuevas demandas del consumidor, permitiendo la adquisición de vino en supermercados, tiendas privadas y otros puntos de venta más flexibles. Esta diversificación está transformando la manera en que los consumidores descubren y compran bebidas alcohólicas en la provincia y, en general, en el país.

### 9.2. Tendencias en el consumo de vino

El mercado del vino en Canadá está en plena transformación, impulsado por cambios en los hábitos de consumo y nuevas preferencias del público. En la provincia de Ontario se observa una demanda creciente de vinos blancos, ya que los consumidores buscan opciones más frescas, ligeras y versátiles.

En Quebec, los consumidores muestran una clara preferencia por vinos procedentes de países con fuerte tradición vitivinícola. El vino tinto es el más demandado, apreciado por consumidores que valoran la intensidad, la estructura y la complejidad del producto, generalmente con un nivel medio o avanzado de conocimiento enológico.



Le sigue de cerca el vino blanco, cuyos sabores preferidos se definen como afrutados, vibrantes, delicados y ligeros. Este perfil atrae a un público más diverso, que busca frescura, versatilidad y una experiencia de consumo más suave y accesible.

### 9.3. Crecimiento de las bebidas listas para consumir (RTD)

En paralelo, las bebidas listas para consumir (*ready to drink*) han experimentado un crecimiento notable en los últimos años, consolidándose como uno de los segmentos más dinámicos del mercado canadiense. Productos como sangrías, *spritzes* y cócteles enlatados gozan de gran popularidad, especialmente en formatos individuales y de baja graduación alcohólica. Sin embargo, es un mercado altamente competitivo y saturado, donde la logística juega un papel crucial. Dado el elevado coste de importación, muchas marcas han optado por producir localmente para ser más competitivas en precio y distribución.

icex

## 10. Oportunidades

La coyuntura actual del mercado canadiense de bebidas alcohólicas presenta una oportunidad estratégica para los exportadores españoles de vino. La prolongada guerra comercial entre Canadá y Estados Unidos ha afectado directamente a la presencia de productos estadounidenses en el mercado, especialmente tras la retirada temporal de todos los vinos norteamericanos de las estanterías de los principales monopolios provinciales. Esta situación, motivada tanto por razones comerciales como políticas, ha generado un vacío en determinadas categorías de producto que puede ser aprovechado por países con acceso preferencial al mercado canadiense. Sin embargo, es importante tener en cuenta que muchas de las bebidas estadounidenses retiradas de la venta siguen ocupando espacio en los almacenes de los monopolios. Dado que la capacidad de almacenamiento es limitada, esta circunstancia podría llevar a que se realicen pedidos más reducidos a nuevos proveedores, al menos en el corto plazo.

España, como Estado miembro de la Unión Europea, se beneficia de la eliminación total de aranceles sobre el vino gracias al Acuerdo Económico y Comercial Global (CETA). Esta ventaja arancelaria, unida a la reputación de los vinos españoles por su excelente relación calidad-precio, posiciona al producto español como potencial sustituto frente a los vinos estadounidenses desplazados.

El creciente interés por la cultura española en Canadá, impulsado en parte por el **turismo** hacia España, genera una mayor curiosidad y demanda por productos vinculados al país, incluyendo el vino. Esta conexión emocional con el origen representa una oportunidad para posicionar el vino español como parte del estilo de vida mediterráneo.

Uno de los principales retos sigue siendo el desconocimiento del producto por parte de muchos consumidores, lo que deja un amplio margen de crecimiento mediante **educación y promoción**. Acciones de bajo coste, como catas en tiendas especializadas, eventos culturales, colaboraciones con distribuidores o presencia en ferias, pueden incrementar la visibilidad y reforzar la marca España en el sector vinícola canadiense. La promoción consistente, la comunicación estratégica y el *marketing* adaptado al mercado son esenciales para competir en un entorno altamente competitivo.

Aunque la competencia con otros vinos europeos es constante, España cuenta con la ventaja de su relación calidad-precio. Para aprovecharla, resulta clave invertir en **comunicación**, diseñar etiquetas atractivas que transmitan identidad y actualizar el relato del vino español con un discurso fresco, adaptado al consumidor canadiense, que valore tanto el producto como la experiencia y la historia que lo acompaña.

El **canal de la restauración** constituye otra vía estratégica. Aunque muchos restaurantes ya valoran la calidad del vino español, su presencia sigue siendo limitada. Establecer alianzas con restaurantes para incluir referencias españolas en las cartas, formar al personal de sala sobre denominaciones de origen y garantizar una presentación óptima puede generar mayor rotación del producto y convertir a *sommeliers* y camareros en embajadores de la marca.

Las tendencias de consumo actuales también abren nuevas oportunidades. El creciente interés por los **vinos blancos** (valorados por su frescura y ligereza) representa un nicho en expansión donde España aún no domina. Regiones como Rueda o versiones blancas de denominaciones conocidas como Rioja o Ribera del Duero pueden aprovechar esta tendencia para consolidar su presencia.

Por otro lado, el mercado de **vinos espumosos** en Canadá presenta menor saturación que el de tintos, ofreciendo un espacio estratégico para el cava. Posicionarlo como una alternativa accesible al *Champagne* o al *Prosecco* puede atraer a consumidores que buscan calidad a precios competitivos. Gracias a su versatilidad, carácter moderno y fuerte vínculo con la cultura mediterránea, el cava tiene el potencial de consolidarse como una opción distintiva y atractiva dentro del mercado canadiense.

En este contexto, las bodegas españolas que deseen consolidar o expandir su presencia en Canadá deberán entender las particularidades del modelo provincial de distribución, adaptarse a los calendarios de compra de productos de los monopolios y, cuando sea necesario, establecer alianzas estratégicas con agentes locales. La creciente liberalización parcial del mercado en algunas provincias ha abierto nuevas vías de comercialización directa: en Ontario, a través de supermercados y tiendas de conveniencia, y en Columbia Británica, mediante supermercados y tiendas privadas con licencia.

En definitiva, la combinación de tensiones geopolíticas, cambios regulatorios y nuevas preferencias del consumidor abre una ventana de oportunidad que el sector vitivinícola español debe saber aprovechar con inteligencia comercial y planificación a medio plazo.

## 10.1. Ferias de vino

Las ferias del vino en Canadá son plataformas clave para que productores, importadores, distribuidores y consumidores conecten en un entorno profesional y estructurado. La participación en estos eventos permite presentar productos, algo especialmente relevante en el caso del vino, dada la importancia de poder probarlo. Además, ofrecen la oportunidad de comprender las preferencias locales y las exigencias del sistema de monopolios provinciales. Un punto esencial para bodegas extranjeras que buscan acceder y consolidarse en este mercado.

A continuación, se ofrece un listado de los principales eventos, organizados por orden cronológico, que tuvieron lugar durante 2025, los que están programados para el resto de este año y los que se celebrarán en 2026:

### FERIAS Y EVENTOS DEL SECTOR DEL VINO EN CANADÁ DURANTE 2025 Y 2026

Feria	Localización	Fechas
<a href="#">Vancouver International Wine Festival</a>	Vancouver, Columbia Británica	22 febrero - 2 marzo de 2025
<a href="#">Sial Canada</a>	Toronto, Ontario	29 abril - 1 mayo 2025
<a href="#">Victoria International Wine Festival</a>	Victoria, Columbia Británica	2 - 4 de octubre de 2025
<a href="#">La Grande Dégustation de Montréal</a>	Montreal, Quebec	6 - 8 de noviembre de 2025
<a href="#">Whistler Cornucopia</a>	Whistler, Columbia Británica	6 - 16 de noviembre de 2025
<a href="#">Wine Fest Toronto</a>	Toronto, Ontario	21 - 23 de noviembre de 2025
<a href="#">Vancouver International Wine Festival</a>	Vancouver, Columbia Británica	7-14 de marzo de 2026
<a href="#">Sial Canada</a>	Montreal, Quebec	29 abril - 1 mayo 2026

Fuente: Elaboración propia.

## 10.2. Recomendaciones para el exportador

El empresario canadiense se caracteriza por tener un trato informal y amable, lo cual no es incompatible con la rigurosidad y profesionalidad en el cumplimiento de los compromisos contraídos. Suelen ser prácticos y concisos: *time is money*. El código de vestimenta habitual no necesariamente incluye la formalidad de un traje de chaqueta y la puntualidad es una virtud determinante en Canadá.

El profesional canadiense suele ser una fuente de información muy interesante que puede aportar datos de gran valor sobre la situación del mercado. Suele compartir sus conocimientos y opiniones.

Es fundamental actuar con precaución y contando con un gran asesoramiento antes de cerrar cualquier relación comercial en el país, así como investigar la fiabilidad comercial del socio potencial. Más allá de la información obtenida a partir de la primera fuente de información (el interlocutor) es recomendable averiguar su antigüedad en el negocio, referencias bancarias y de financiación pública, recurriendo a compañías especializadas en informes financieros de ser necesario.

# ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

**Ventana Global**

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

[informacion@icex.es](mailto:informacion@icex.es)

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

[www.icex.es](http://www.icex.es)

