



ESTUDO DE MERCADO

CANADÁ

Setor agroalimentar

Empresas do Alentejo

OUTUBRO 2026



Cofinanciado pela
União Europeia

Os Fundos Europeus mais próximos de si.

Síntese executiva

Recomenda-se às empresas agroalimentares do Alentejo uma entrada gradual e seletiva no mercado canadiano, começando pela Grande Toronto e por Montreal, com um conjunto reduzido de produtos e um parceiro local experiente. A concentração da procura nestes centros urbanos, a diversidade dos consumidores e a presença de canais especializados favorecem a avaliação inicial da oferta. A dimensão territorial, os custos logísticos e o poder negocial da distribuição exigem, contudo, uma preparação comercial cuidadosa.

Azeite, conservas, mercearia premium e produtos de padaria ou pastelaria com boa conservação constituem categorias a avaliar segundo a diferenciação, o preço final e a capacidade de fornecimento. A origem alentejana, a autenticidade e a utilização gastronómica devem ser comunicadas de forma clara e comprovável. O vinho requer uma abordagem própria por província; queijos e produtos cárneos exigem especial atenção à admissibilidade, às condições de importação e à cadeia de frio.

Antes do lançamento, importa confirmar os requisitos aplicáveis ao produto e ao importador, preparar a rotulagem bilingue e calcular os custos de distribuição, promoção e financiamento. O CETA constitui um enquadramento relevante, mas não dispensa a verificação das condições de cada operação. O projeto-piloto deverá medir vendas, recompra, margens e continuidade do abastecimento. A expansão geográfica e comercial deverá resultar dessa avaliação, apoiada em parceiros adequados e numa proposta de valor consistente.

Enquadramento e leitura

Projeto. Alentejo Export 2030

Promotores. NERBE/AEBAL e NERE

Âmbito. Mercado agroalimentar do Canadá, com análise das relações comerciais com Portugal e aplicação às empresas do Alentejo.

Referência estatística. Predominam os dados de 2024, com séries históricas e informação específica de 2025. O quadro das trocas Portugal–Canadá abrange 2021–2025, segundo o GPP e o INE. Os períodos e as unidades estão identificados em cada quadro.

Critério de leitura. CAD designa o dólar canadiano e USD o dólar dos Estados Unidos. Um bilião corresponde a um milhão de milhões. Os dados nacionais de Portugal não representam exclusivamente o Alentejo. As condições de entrada devem ser confirmadas por produto e província.



Conteúdo

Síntese executiva.....	2
Enquadramento e leitura.....	2
1 Introdução.....	4
2 Objetivos do estudo.....	5
3 Caracterização geral do mercado	6
3.1 Enquadramento geográfico e demográfico.....	6
3.2 Indicadores macroeconómicos.....	8
4 Análise do comércio internacional	10
4.1 Principais exportações.....	11
4.2 Principais importações.....	14
4.3 Principais parceiros comerciais	17
5 Relação com Portugal	20
5.1 Trocas comerciais.....	20
5.2 Principais produtos transacionados.....	21
6 Análise do setor agroalimentar	25
6.1 Estrutura do setor	25
6.2 Produtos mais relevantes	27
6.3 Restrições e requisitos de importação	30
6.4 Tendências de consumo e inovação.....	32
7 Distribuição e canais de venda	34
8 Concorrência e principais atores do mercado	36
9 Oportunidades e constrangimentos.....	37
10 Estratégia de entrada e recomendações	38
11 Conclusão.....	42
12 Bibliografia.....	43

1 Introdução

O presente estudo de mercado dedicado ao Canadá apoia a análise de oportunidades de internacionalização das empresas agroalimentares do Alentejo, em alinhamento com os objetivos de valorização da oferta regional do projeto Alentejo Export 2030. O projeto é promovido pelo NERBE/AEBAL e pelo NERE, com cofinanciamento da União Europeia através do Alentejo 2030, no quadro do Portugal 2030.

A cooperação entre as entidades promotoras procura reforçar o conhecimento dos mercados externos, a capacidade de prospeção e o acesso das empresas do Alentejo a oportunidades internacionais. Neste documento, a análise centra-se no Canadá e nas condições de entrada, distribuição e valorização de produtos agroalimentares diferenciados. Os dados sobre o comércio de Portugal fornecem o enquadramento nacional para a avaliação das oportunidades regionais, sem representar exclusivamente a atividade exportadora do Alentejo. As recomendações dirigem-se às pequenas e médias empresas (PME) agroalimentares da região, considerando a necessidade de preparação comercial e regulamentar, a cooperação empresarial e a construção de relações duradouras com parceiros locais.

Num contexto económico caracterizado pela crescente globalização dos mercados e pela intensificação da concorrência internacional, a internacionalização assume-se como um fator determinante para o crescimento, diversificação e reforço da competitividade das empresas portuguesas. Contudo, os processos de expansão para mercados externos encontram-se frequentemente associados a elevados custos de entrada, à existência de barreiras regulamentares e comerciais, às diferenças culturais e de consumo, bem como a níveis significativos de incerteza decorrentes do desconhecimento dos contextos locais. Neste enquadramento, o acesso a informação fiável, atualizada e devidamente estruturada assume particular relevância, constituindo um elemento fundamental de suporte aos processos de decisão e à formulação de estratégias de internacionalização mais robustas e sustentáveis.

A disponibilização de conhecimento aprofundado sobre os mercados de destino contribui para a mitigação dos riscos inerentes aos processos de internacionalização, para a identificação de oportunidades, a adequação da oferta às exigências locais e a definição de abordagens comerciais mais eficazes. Paralelamente, permite reduzir os constrangimentos associados à falta de familiaridade das empresas com os mercados externos, promovendo uma preparação mais sólida e uma atuação mais informada.

O Canadá assume, neste âmbito, particular relevância enquanto mercado-alvo para o setor agroalimentar português. Caracterizado por uma economia desenvolvida, elevado poder de compra, estabilidade institucional e forte integração nos circuitos internacionais de comércio, o mercado canadiano apresenta condições favoráveis à valorização de produtos diferenciados, de elevada qualidade e associados a atributos como autenticidade, sustentabilidade, rastreabilidade e origem. Simultaneamente, a crescente procura por produtos alimentares premium e por propostas alinhadas com tendências de consumo mais conscientes reforça o interesse estratégico deste mercado para a oferta agroalimentar portuguesa.

Acresce ainda a existência de um enquadramento favorável ao aprofundamento das relações comerciais entre a União Europeia e o Canadá, potenciando condições mais competitivas para o acesso aos mercados e criando oportunidades acrescidas para as empresas exportadoras. Neste contexto, o desenvolvimento do presente estudo enquadra-se no esforço de reforço da capacidade competitiva e exportadora das PME agroalimentares do Alentejo, procurando disponibilizar uma base de conhecimento que sustente processos de internacionalização mais informados, estruturados e orientados para resultados.

2 Objetivos do estudo

O estudo analisa aprofundadamente o Canadá enquanto mercado de destino para as empresas agroalimentares do Alentejo, disponibilizando informação estratégica e operacional de apoio aos processos de internacionalização das PME da região. Pretende sustentar a definição de estratégias de posicionamento, promoção e desenvolvimento comercial ajustadas ao mercado canadiano. As relações comerciais entre Portugal e o Canadá fornecem o enquadramento nacional para a avaliação das oportunidades regionais.

Num contexto de crescente concorrência internacional e necessidade de diversificar mercados de exportação, o estudo apoia a tomada de decisão, reduzindo assimetrias de informação e riscos da internacionalização. A base de conhecimento estruturada apresentada permite às empresas compreender o contexto de atuação, antecipar desafios, identificar oportunidades e adaptar estratégias comerciais às exigências e dinâmicas do mercado.

A caracterização geral do mercado abrange o enquadramento geográfico e demográfico e os principais indicadores macroeconómicos do país. Permite compreender as condições estruturais do Canadá, a sua dimensão económica e o interesse que apresenta para a oferta agroalimentar portuguesa e alentejana.

A análise do comércio internacional considera as principais exportações e importações canadianas, os fluxos comerciais e os parceiros internacionais. Procura identificar a relevância do setor agroalimentar na economia do país e enquadrar as dinâmicas de procura e oferta no mercado.

As relações económicas e comerciais com Portugal são analisadas através da evolução das trocas bilaterais e dos principais produtos transacionados. O objetivo é enquadrar o posicionamento atual da oferta portuguesa e identificar potenciais áreas de desenvolvimento e reforço da presença nacional.

A análise setorial caracteriza aprofundadamente a estrutura, organização e funcionamento do setor agroalimentar canadiano, os produtos mais relevantes, a composição das importações e exportações agroalimentares e o posicionamento das categorias utilizadas nas fontes estatísticas, procurando identificar as áreas com maior potencial para a oferta portuguesa. Abrange as restrições e os requisitos de acesso ao mercado — regulamentares, técnicos, sanitários e fitossanitários — aplicáveis a alimentos e bebidas, bem como os referenciais de sustentabilidade e as práticas ESG, de relevância crescente nos mercados internacionais. Considera ainda as tendências de consumo e inovação, a evolução das preferências dos consumidores e dos padrões de procura, e as suas implicações na adaptação dos produtos portugueses e dos respetivos processos produtivos.

O estudo examina os sistemas de distribuição e canais de venda, incluindo os mecanismos de importação, distribuição e retalho, as estruturas de comercialização e os principais operadores e atores relevantes do setor. Esta análise permite compreender a concorrência e o funcionamento do ecossistema agroalimentar canadiano.

A identificação de oportunidades e constrangimentos para as empresas agroalimentares do Alentejo avalia os fatores que facilitam ou limitam a entrada e consolidação no Canadá. Fundamenta recomendações para uma estratégia de entrada coerente e integrada, com incidência no marketing, na promoção e na adaptação da oferta às especificidades locais.

O estudo pretende contribuir para uma internacionalização sustentada e competitiva das PME agroalimentares do Alentejo, reforçando a sua capacidade de atuação no Canadá e valorizando Portugal e o Alentejo enquanto origens de produtos diferenciados, de qualidade e elevado valor acrescentado.

3 Caracterização geral do mercado

A presente secção tem como finalidade estabelecer o enquadramento estrutural indispensável à leitura subsequente do mercado canadiano, incidindo, por um lado, sobre os fundamentos geográficos e demográficos que condicionam a organização territorial da procura e, por outro, sobre os principais indicadores macroeconómicos que determinam a capacidade de absorção, o perfil do consumo e o posicionamento internacional da economia canadiana. Mais do que uma descrição estatística autónoma, este capítulo pretende oferecer uma base interpretativa para a avaliação das oportunidades e dos constrangimentos que o Canadá coloca à internacionalização do setor agroalimentar português.

A relevância deste enquadramento é particularmente evidente num mercado de dimensão continental, com acentuadas assimetrias regionais, forte concentração populacional em grandes áreas metropolitanas e uma inserção internacional profundamente marcada quer pela proximidade ao mercado norte-americano, quer pela sua participação em acordos de comércio de grande alcance, como o CUSMA (Canada-United States-Mexico Agreement), acordo comercial entre o Canadá, os Estados Unidos e o México, criado para facilitar o comércio, reduzir barreiras económicas e substituir o antigo NAFTA (North American Free Trade Agreement) e o CETA (Comprehensive Economic and Trade Agreement), acordo entre o Canadá e a União Europeia, que procura eliminar tarifas alfandegárias e facilitar o comércio e o investimento entre os dois mercados. Assim, a análise que se segue privilegia uma perspetiva institucional e aplicada, orientada para a decisão empresarial e para a definição de futuras estratégias de entrada, posicionamento e distribuição.

3.1 Enquadramento geográfico e demográfico

O Canadá é o segundo maior país do mundo em área total, com 9.984.670 km², e estrutura-se politicamente em dez províncias (Alberta, British Columbia, Manitoba, New Brunswick, Newfoundland and Labrador, Nova Scotia, Ontario, Prince Edward Island, Québec e Saskatchewan) e três territórios (Northwest Territories, Nunavut e Yukon), o que desde logo introduz uma dimensão territorial pouco comparável com a generalidade dos mercados europeus. No sistema administrativo canadiano, as províncias dispõem de maior autonomia constitucional, exercendo poderes próprios definidos pela Constituição do Canadá, enquanto os territórios possuem competências maioritariamente delegadas pelo governo federal, refletindo uma dependência institucional mais acentuada face à administração central. A vastidão do território, a longa fronteira com os Estados Unidos e a grande amplitude latitudinal traduzem-se numa forte heterogeneidade física e funcional: grande parte do território do norte do Canadá permanece muito pouco povoada, ao passo que a atividade económica e a ocupação humana se concentram sobretudo na região sul do país, próximo da fronteira norte-americana. Esta geografia tem implicações diretas nos custos de transporte, na capacidade de cobertura dos mercados e na organização das redes de distribuição e logística. Apesar da sua dimensão territorial, o Canadá apresenta uma densidade populacional reduzida, próxima dos 4 habitantes por km², refletindo uma ocupação desigual do espaço e uma forte concentração populacional em determinadas áreas urbanas.

Em termos demográficos, a Statistics Canada estimou a população canadiana, a 1 de julho de 2024, em 41.288.599 habitantes, tendo o país registado um crescimento anual de 3,0% entre julho de 2023 e julho de 2024. Já a 1 de julho de 2025, a população ascendia a 41.651.653 habitantes, embora com um abrandamento significativo do ritmo de crescimento. Este aumento populacional tem sido acompanhado por uma metropolização muito acentuada: em 1 de julho de 2024, as 41 census metropolitan areas, classificação estatística utilizada pela Statistics Canada para identificar grandes áreas urbanas e respetivas zonas circundantes economicamente ligadas, concentravam 30.893.239 residentes, equivalentes a 74,8% da população total, valor que se aproxima dos 80% frequentemente



apontados para a população residente em centros urbanos. As três maiores áreas metropolitanas, Toronto, Montreal e Vancouver, atingiram, respetivamente, 7.106.379, 4.615.154 e 3 108 941 habitantes, confirmando-se como os principais polos de consumo, serviços, investimento e entrada de novos residentes. Para efeitos de acesso ao mercado, esta concentração justifica que a leitura territorial do Canadá seja menos provincial e mais metropolitana, sobretudo nas fases iniciais de entrada comercial, sendo estas áreas urbanas os principais centros de procura para produtos importados e diferenciados.

A composição linguística e cultural reforça esta necessidade de segmentação. Segundo o Censo de 2021, 98,1% da população podia manter uma conversa em inglês ou francês, as duas línguas oficiais do país, e 92,9% utilizavam uma dessas línguas em casa pelo menos de forma regular. Em simultâneo, 8,5 milhões de pessoas (23,2% da população) tinham uma língua materna diferente do inglês ou do francês, e cerca de 10,7 milhões de residentes conseguiam comunicar numa língua não oficial. O mercado canadiano mantém, assim, uma base institucionalmente bilingue, mas socialmente muito mais diversa, característica particularmente evidente nas grandes áreas urbanas e fortemente influenciada pelos fluxos migratórios. A imigração continua, aliás, a constituir o principal motor do crescimento populacional: os imigrantes representavam 23,0% da população em 2021, a maior proporção registada em mais de 150 anos, e, entre julho de 2023 e julho de 2024, quase metade dos novos imigrantes instalou-se em Toronto, Montreal ou Vancouver.

Neste contexto multicultural, destaca-se igualmente a presença de uma expressiva comunidade de origem portuguesa. Estima-se que o Canadá acolha cerca de 450 mil lusodescendentes, concentrados sobretudo nas províncias de Ontário e Québec, tornando a comunidade portuguesa uma das mais relevantes entre as diásporas europeias no país. Para além da dimensão social e histórica, esta presença pode assumir relevância económica, uma vez que tende a favorecer o conhecimento, reconhecimento e valorização de produtos agroalimentares portugueses, funcionando potencialmente como facilitador inicial da entrada e disseminação da oferta nacional em determinados segmentos de mercado.

Do ponto de vista distributivo, o Canadá permanece um mercado de rendimento elevado, ainda que com diferenças regionais e sinais recentes de agravamento da desigualdade. O rendimento mediano após impostos das famílias e indivíduos não integrados em família foi de 75.500 CAD (dólar canadiano) em 2024, praticamente inalterado face a 2023. Em termos regionais, a especialização económica permanece fortemente marcada: Ontário, Alberta e Québec estiveram entre as províncias com maior contributo para o crescimento nacional em 2024, Alberta e Newfoundland and Labrador beneficiaram do reforço da extração de petróleo e gás, Saskatchewan destacou-se pela mineração, incluindo potássio, e as províncias centrais e da costa oeste continuaram a depender sobretudo do dinamismo dos serviços, apesar da fragilidade observada em vários segmentos industriais e manufatureiros.

A diversidade climática é outro vetor relevante para a leitura do mercado agroalimentar. O Canadá apresenta uma elevada diversidade climática, sendo frequentemente dividido em diferentes regiões com características ambientais distintas. As classificações climáticas federais identificam zonas como Pacific Maritime, Prairie, Boreal, Southeastern e Atlantic Maritime. Paralelamente, para efeitos de monitorização agrícola, o Ministério da Agricultura do Canadá organiza o território em regiões mais funcionais, Pacific, Prairie, Central e Atlantic, permitindo acompanhar de forma mais específica fatores com impacto na produção agrícola, nomeadamente temperatura, precipitação e condições do solo. Acresce que a Agriculture and Agri-Food Canada sublinha tendências de primaveras mais húmidas, verões mais quentes e secos e invernos mais húmidos e amenos na maior parte do país.

Em termos de infraestrutura, o sistema ferroviário canadiano ultrapassa 44 900 km de via, articulando-se com corredores marítimos e aéreos de escala continental. O Canadá dispõe de uma infraestrutura portuária relevante para o comércio internacional. O porto de Vancouver, o maior do país, movimentou 158 milhões de toneladas de carga em 2024, assumindo um papel central nas trocas comerciais. Prince Rupert, localizado mais próximo da Ásia, destaca-se pelas ligações aos mercados asiáticos, enquanto

Montreal é um dos principais portos de contentores do país. Já Halifax assume especial importância no transporte de mercadorias sensíveis à temperatura, incluindo produtos alimentares e pescado. Para exportadores portugueses, os portos da região atlântica canadiana tendem a apresentar vantagens no acesso ao centro e leste do Canadá, enquanto Vancouver e Prince Rupert são mais adequados para a costa oeste.

3.2 Indicadores macroeconómicos

No plano macroeconómico, o Canadá continua a afirmar-se como uma das maiores economias desenvolvidas. Em 2024, o PIB (produto interno bruto) em dólares correntes ascendeu a 2,24 biliões de USD e o PIB per capita a 54.340,3 USD. A trajetória recente evidencia recuperação pós-pandemia, mas também desaceleração: o PIB real por indústria caiu 4,9% em 2020, cresceu 6,0% em 2021, 4,1% em 2022, 1,6% em 2023 e 1,6% em 2024. Ao mesmo tempo, a Statistics Canada assinala que o PIB real per capita recuou 1,3% em 2023 e 1,4% em 2024, o que sugere que uma parte importante do crescimento agregado recente resultou da expansão demográfica mais do que de um aumento homogéneo do rendimento real por habitante. A estrutura produtiva permanece claramente terciarizada: com base nas contas nacionais por indústria, os serviços representaram cerca de 74,6% do PIB a preços básicos em 2024, os setores produtores de bens 25,4%, e a agricultura, silvicultura, pesca e caça situaram-se em torno de 2,1% do total. A série de crescimento por indústria corresponde à publicação da Statistics Canada de maio de 2025; os valores nominais em USD correspondem à referência de 2024 do Banco Mundial.

A evolução dos preços e do mercado de trabalho ajuda a explicar o enquadramento da procura interna. A inflação medida pelo IPC passou de 0,7% em 2020 para 3,4% em 2021, atingiu 6,8% em 2022, abrandou para 3,9% em 2023 e fixou-se em 2,4% em 2024. Este processo de desinflação permitiu ao Bank of Canada iniciar, em junho de 2024, um ciclo de redução da taxa diretora, descendo-a para 4,75% e, em julho, para 4,50%. No entanto, o alívio monetário ocorreu num contexto de moderação do mercado de trabalho: a taxa de desemprego foi de 6,4% em junho de 2024 e encerrou dezembro de 2024 em 6,7%, acima dos mínimos observados em 2022. Em paralelo, o câmbio constituiu um fator adicional na formação do preço das importações: em média anual, 1 USD correspondeu a 1,3698 CAD em 2024 e 1 EUR a 1,4818 CAD. Face à média de 2023 (1 EUR = 1,4597 CAD), a média de 2024 correspondeu a um custo superior do euro em dólares canadianos (Bank of Canada, s.d.).

A abertura externa continua a ser um traço central da economia canadiana. Em 2024, as exportações e importações combinadas de bens e serviços atingiram, respetivamente, 996,8 e 1.004,8 mil milhões de CAD, originando um défice comercial agregado de 8,1 mil milhões de CAD e uma descida do rácio comércio/PIB para 65,1%. Só no comércio de bens, as exportações totalizaram 779,0 mil milhões de CAD e as importações 785,8 mil milhões. As principais categorias exportadas foram energia (177,1 mil milhões), produtos metálicos e minerais não metálicos transformados (102,6 mil milhões), veículos automóveis e peças (94,5 mil milhões) e bens de consumo (91,5 mil milhões). Do lado das importações destacaram-se os bens de consumo (157,8 mil milhões), os veículos automóveis e peças (142,6 mil milhões), a maquinaria industrial (88,5 mil milhões) e o equipamento eletrónico e elétrico (87,8 mil milhões). Os Estados Unidos mantiveram-se como parceiro dominante, com 591,5 mil milhões de CAD de exportações canadianas e 489,4 mil milhões de importações, enquanto a União Europeia representou 34,7 mil milhões de exportações e 73,9 mil milhões de importações.

Por fim, o investimento direto estrangeiro confirma a atratividade estrutural do país. Segundo a Global Affairs Canada, o Canadá foi o terceiro maior destino mundial de IDE (Investimento direto estrangeiro) em 2024, com 64 mil milhões de USD de entradas, e, na série nacional de fluxos de IDE da Statistics Canada, recebeu 85,5 mil milhões de CAD, o segundo valor mais elevado da sua história e mais 36% do que no ano anterior. Em termos prospetivos, esta resiliência convive, todavia, com um ambiente externo

mais incerto, marcado pela intensificação de barreiras comerciais seletivas, pela revisão em curso de cadeias de abastecimento e por nova sensibilidade regulatória em setores considerados estratégicos. Para operadores agroalimentares estrangeiros, o significado económico desta conjuntura é claro: o mercado canadiano mantém elevada capacidade de compra e boa previsibilidade institucional, mas exige maior seletividade de posicionamento, diferenciação e gestão de risco cambial e logístico do que no período imediatamente pós-pandemia. As apresentações em USD e CAD seguem fontes e metodologias próprias e não devem ser tratadas como uma simples conversão cambial (Global Affairs Canada, 2025).

O quadro seguinte sintetiza os principais indicadores macroeconómicos utilizados na análise, identificando os respetivos períodos de referência e a evolução histórica considerada.

Tabela 1 Principais indicadores macroeconómicos do Canadá

Indicador	Valor de referência	Tendência recente
PIB nominal	2,24 biliões USD (2024)	1,66 biliões USD em 2020 para 2,24 biliões USD em 2024
Crescimento real do PIB por indústria	1,6% (2024)	-4,9% (2020), 6,0% (2021), 4,1% (2022), 1,6% (2023), 1,6% (2024)
PIB per capita	54 340,3 USD (2024)	43 537,8 USD em 2020 para 54 340,3 USD em 2024
Inflação IPC	2,4% (2024)	0,7% (2020) para 6,8% (2022) para 2,4% (2024)
Desemprego	6,7% (dezembro de 2024)	Subida face aos mínimos de 2022; 6,7% em dezembro de 2024
Exportações de bens e serviços	996,8 mil milhões CAD (2024)	654,5 mil milhões CAD (2020) para 996,8 mil milhões CAD (2024)
Importações de bens e serviços	1.004,8 mil milhões CAD (2024)	703,5 mil milhões CAD (2020) para 1.004,8 mil milhões CAD (2024)
Saldo comercial agregado	-8,1 mil milhões CAD (2024)	défi ce em 2020, excedente em 2022, novo défi ce em 2024
IDE captado	85,5 mil milhões CAD (2024)	Aumento de 36,2% face a 2023; segundo maior valor da série nacional
População	41,29 milhões (julho de 2024)	crescimento muito forte em 2022-2024, seguido de abrandamento em 2025

Fonte: elaboração própria com base no World Bank (PIB nominal e per capita), Statistics Canada (PIB real por indústria, IPC, desemprego e população) e Global Affairs Canada — State of Trade 2025 (comércio e IDE). Referência principal: 2024; períodos específicos indicados em cada linha. São mantidas as séries históricas das publicações citadas.

Na leitura destes indicadores sobressai uma economia de alto rendimento, com expansão moderada, inflação novamente estabilizada, forte abertura externa e um dinamismo demográfico que, embora em desaceleração, continua a sustentar o crescimento do mercado interno. Ao mesmo tempo, a queda recente do PIB per capita real, o agravamento do desemprego face aos mínimos de 2022 e o retorno ao défi ce comercial agregam sinais de prudência à apreciação geral do mercado.

4 Análise do comércio internacional

O Canadá apresenta uma economia fortemente integrada no comércio internacional, sendo o setor externo um dos principais motores da atividade económica nacional. Em 2024, o comércio internacional de bens e serviços representava cerca de 65% do PIB canadiano, enquanto as exportações atingiram aproximadamente 997 mil milhões de CAD e as importações ultrapassaram um bilião de CAD, evidenciando o elevado grau de abertura externa do país. Segundo o relatório State of Trade 2025 do Global Affairs Canada, as exportações sustentam diretamente quase 4 milhões de empregos, reforçando o papel estrutural do comércio na economia canadiana.

Apesar desta elevada abertura, o padrão comercial do Canadá permanece fortemente concentrado na América do Norte, sobretudo nos Estados Unidos, resultado da proximidade geográfica, da integração das cadeias de valor regionais e do enquadramento proporcionado pelo CUSMA. Em 2025, os EUA absorveram 71,7% das exportações canadianas de mercadorias e representaram 58,8% das importações, confirmando a dependência histórica do mercado norte-americano. Ainda assim, começam a observar-se sinais de diversificação, com crescimento das exportações para destinos fora dos Estados Unidos, nomeadamente para algumas economias europeias e mercados asiáticos e da região do Pacífico.

Em termos estruturais, o Canadá mantém uma forte vocação exportadora em setores associados a recursos naturais e bens industriais, destacando-se energia, produtos minerais, metais, veículos e componentes automóveis, maquinaria e determinados segmentos de serviços. Paralelamente, o país apresenta elevada dependência da importação de bens de consumo, equipamentos industriais, tecnologia e diversos produtos agroalimentares, impulsionada por fatores como condições climáticas, sazonalidade da produção interna e elevada diversidade das preferências dos consumidores.

No plano comercial, importa distinguir o saldo de bens do saldo de serviços. Em 2024, as exportações de mercadorias foram de 779,0 mil milhões de CAD e as importações de 785,8 mil milhões. Nos serviços, as exportações totalizaram 217,8 mil milhões de CAD e as importações 219,1 mil milhões, resultando num défice de cerca de 1,3 mil milhões. Os excedentes nos serviços comerciais e nas viagens foram mais do que compensados pelo défice nos transportes e nos serviços governamentais (Global Affairs Canada, 2025).

Do ponto de vista institucional, o comércio externo canadiano encontra-se enquadrado por acordos internacionais que reforçam a sua integração nos mercados globais. O CUSMA, em vigor desde 2020, continua a sustentar as cadeias de abastecimento da América do Norte e os fluxos dominantes com os Estados Unidos e o México. Em paralelo, o CETA, aplicado provisoriamente desde 2017 entre o Canadá e a União Europeia, assumiu-se como um importante instrumento de diversificação comercial. Dados do Governo canadiano indicam que o comércio bilateral de bens entre o Canadá e a União Europeia aumentou mais de 50% desde a implementação do acordo, enquanto instituições europeias apontam para um crescimento global próximo dos 72% no comércio de bens e serviços entre 2016 e 2024, acompanhado da eliminação da maioria das tarifas aduaneiras.

Este enquadramento evidencia um padrão estrutural relevante para empresas exportadoras: o Canadá combina uma elevada integração nas cadeias norte-americanas com uma crescente abertura a fornecedores internacionais, particularmente em segmentos diferenciados, especializados e de maior valor acrescentado. Para o setor agroalimentar português, esta realidade poderá traduzir-se em oportunidades acrescidas em categorias premium, produtos transformados e oferta associada à qualidade, autenticidade e origem.

4.1 Principais exportações

A estrutura exportadora do Canadá continua a refletir uma forte especialização em recursos naturais, energia e matérias-primas industriais, embora a composição das exportações revele igualmente o peso de setores manufatureiros e de segmentos de maior valor acrescentado. De acordo com o relatório State of Trade 2025, publicado pelo Global Affairs Canada, as exportações canadenses de bens atingiram aproximadamente 779 mil milhões de dólares canadenses em 2024, confirmando o papel central do comércio externo na economia do país. A pauta exportadora mantém-se dominada por produtos energéticos, metais, minerais e bens intermédios industriais, mas incorpora também componentes relevantes dos setores automóvel, agroalimentar, florestal, tecnológico e aeronáutico.

Os produtos energéticos permaneceram a principal categoria exportadora, representando cerca de 22,7% do total das exportações de bens, com um valor de 177,1 mil milhões de CAD. Nesta categoria incluem-se petróleo bruto, betume, gás natural, combustíveis refinados e eletricidade. O crescimento do setor em 2024 foi parcialmente impulsionado pela entrada em funcionamento da expansão do oleoduto Trans Mountain, concluída em maio desse ano, que aumentou a capacidade de exportação para mercados asiáticos e começou a favorecer uma diversificação geográfica dos destinos do petróleo canadense. Apesar disso, o mercado norte-americano continua dominante: entre 2015 e 2024, aproximadamente 97% das exportações canadenses de crude tiveram como destino os Estados Unidos, evidenciando a elevada dependência estrutural deste mercado. Dados recentes indicam, contudo, um aumento gradual das exportações energéticas para países como China, Singapura e Hong Kong, refletindo uma tentativa de redução da concentração geográfica.

A segunda maior categoria exportadora corresponde aos produtos metálicos e minerais não metálicos, que ascenderam a 102,6 mil milhões de CAD em 2024, equivalentes a 13,2% das exportações totais. Segundo o Global Affairs Canada, esta foi a principal contribuição positiva para o crescimento das exportações canadenses nesse ano, impulsionada sobretudo pelo aumento das vendas de ouro não trabalhado, prata, metais do grupo da platina e respetivas ligas, beneficiando da valorização internacional destes ativos. A relevância desta categoria encontra-se também associada à especialização mineral do Canadá em recursos estratégicos como potássio, níquel, urânio e outros minerais críticos, fundamentais para indústrias tecnológicas, fertilizantes e processos ligados à transição energética global.

Os veículos automóveis e componentes continuam a assumir um peso estrutural significativo na pauta exportadora canadense, refletindo a profunda integração do país nas cadeias de valor da indústria automóvel norte-americana. Em 2024, esta categoria totalizou 94,5 mil milhões de CAD, embora tenha registado uma contração de cerca de 7,2%, atribuída à redução temporária da produção em unidades industriais do Ontário e à menor atividade em algumas fábricas de montagem. Este comportamento evidencia a elevada exposição do setor exportador canadense às oscilações do ciclo industrial dos Estados Unidos.

Os bens de consumo ganharam relevância crescente na estrutura exportadora, atingindo 91,5 mil milhões de CAD e representando 11,7% do total exportado. O crescimento observado nesta categoria foi sustentado principalmente por alimentos processados, bebidas, tabaco, produtos farmacêuticos e medicinais, sugerindo uma evolução gradual para exportações de maior valor acrescentado. Esta tendência é particularmente relevante porque demonstra que o Canadá não exporta exclusivamente commodities ou produtos primários, apresentando igualmente capacidade exportadora em segmentos transformados e sofisticados.

No domínio agroalimentar, os dados da Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC) estimam exportações próximas de 100,3 mil milhões de CAD em 2024, considerando agricultura, agroalimentar, pescado e marisco. Entre os produtos mais relevantes destacam-se trigo, colza (canola), soja, lentilhas,

leguminosas secas e carnes, especialmente carne bovina e suína. No segmento do pescado e marisco, o Department of Fisheries and Oceans Canada reporta exportações de cerca de 8,1 mil milhões de CAD em 2024, sendo lagosta, caranguejo e salmão responsáveis por uma parcela muito significativa do valor exportado. Contudo, a evolução deste setor permanece fortemente condicionada pela volatilidade dos preços internacionais dos cereais, oleaginosas e fertilizantes. O relatório anual do Global Affairs Canada identifica precisamente a queda dos preços do trigo, milho e soja como um dos fatores que limitaram o crescimento das exportações agroalimentares em 2024.

Outro segmento estrutural continua a ser o dos produtos florestais, cuja exportação ascendeu a 47,8 mil milhões de CAD, confirmando o peso histórico da madeira, pasta de papel e derivados na economia canadiana. Paralelamente, categorias como maquinaria industrial, produtos químicos, equipamentos elétricos, eletrónicos e aeronáutica demonstram que a base exportadora canadiana combina recursos naturais com nichos industriais tecnologicamente mais sofisticados.

Do ponto de vista geográfico, a estrutura exportadora permanece fortemente concentrada nos Estados Unidos, que absorveram aproximadamente 75,9% das exportações canadianas de mercadorias em 2024. Ainda assim, o aumento das vendas para o Reino Unido, impulsionado sobretudo pelo ouro, bem como o crescimento das exportações para economias do Indo-Pacífico, incluindo Coreia do Sul, Índia, Vietname e Singapura, sugerem uma diversificação gradual dos destinos comerciais. Dados da Statistics Canada indicam que, em 2025, as exportações para os Estados Unidos diminuiram 5,8%, enquanto as destinadas a mercados distintos dos Estados Unidos cresceram 17,2%, refletindo mais uma reorientação geográfica do que uma alteração estrutural da base produtiva canadiana.

Tabela 2 Exportações canadianas de bens por categoria em 2024

Categoria	Valor (mil milhões CAD)	Peso nas exportações	Principais produtos associados
Produtos energéticos	177,1	22,7%	Petróleo bruto, gás natural, combustíveis refinados, eletricidade
Produtos metálicos e minerais não metálicos	102,6	13,2%	Ouro, prata, metais preciosos, minerais industriais
Veículos e peças	94,5	12,1%	Automóveis, componentes automóveis
Bens de consumo	91,5	11,7%	Alimentos processados, bebidas, farmacêuticos
Produtos agrícolas, pecuários e da pesca	58,6	7,5%	Trigo, canola, soja, carnes, pescado
Maquinaria e equipamento industrial	50,5	6,5%	Máquinas industriais e equipamentos produtivos
Produtos florestais	47,8	6,1%	Madeira, pasta de papel, derivados
Químicos, plásticos e borracha	42,7	5,5%	Produtos químicos industriais
Equipamentos elétricos e eletrónicos	34,6	4,4%	Equipamentos tecnológicos
Aeronáutica e outro material de transporte	32,2	4,1%	Aeronaves e componentes

Categoria	Valor (mil milhões CAD)	Peso nas exportações	Principais produtos associados
Minérios metálicos e minerais não metálicos	26,0	3,3%	Potássio, urânio, níquel, minerais estratégicos

Fonte: elaboração própria com base em Global Affairs Canada – State of Trade 2025, Agriculture and Agri-Food Canada e Statistics Canada. Valores relativos às exportações canadianas de bens em 2024.

Com base nos dados da Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC), Fisheries and Oceans Canada e Global Affairs Canada, as categorias agroalimentares exportadas e alguns setores associados podem ser organizados da seguinte forma. Os agregados têm perímetros distintos e não devem ser somados.

Tabela 3 Exportações agroalimentares e setores relacionados

Categoria ou setor associado	Valor mais recente	Principais produtos	Interpretação comercial
Agricultura, agroalimentar, pescado e marisco (total)	100,3 mil milhões CAD (2024)	Exportações agroalimentares agregadas	Confirma o Canadá entre os principais exportadores agroalimentares mundiais
Cereais	n.d. (categoria líder)	Trigo, meslin, cevada	Forte competitividade internacional; dependência da evolução dos preços globais
Oleaginosas	n.d. (categoria líder)	Canola, soja	Segmento estratégico para alimentação humana, animal e biocombustíveis
Leguminosas secas	n.d.	Lentilhas, ervilhas secas	Canadá é um dos maiores exportadores mundiais; forte procura na Ásia e Médio Oriente
Carnes	n.d.	Carne bovina e suína	Segmento relevante nas exportações para EUA e Ásia
Pescado e marisco	Cerca de 8,1 mil milhões CAD (2024)	Lagosta, caranguejo, salmão	Elevado valor acrescentado; produtos premium com forte procura internacional
Lagosta, caranguejo e salmão	68% do valor do pescado exportado (2023)	Marisco premium	Produtos dominantes nas exportações do setor das pescas
Produtos alimentares processados	n.d. para o segmento alimentar isolado	Alimentos preparados e bebidas	Integram a rubrica bens de consumo, cujo total de 91,5 mil milhões CAD inclui também produtos não alimentares
Produtos agrícolas, pecuários e da pesca	58,6 mil milhões CAD (2024)	Cereais, oleaginosas, animais vivos e pescado	Categoria estruturante das exportações primárias

Categoria ou setor associado	Valor mais recente	Principais produtos	Interpretação comercial
Produtos florestais (setor associado)	47,8 mil milhões CAD (2024; total do setor florestal)	Pasta de papel, derivados florestais	Ligação indireta às embalagens; o valor inclui todo o setor florestal e não mede apenas aplicações alimentares
Fertilizantes minerais	n.d.	Potássio	Produto-chave para agricultura mundial; elevada importância estratégica

Fonte: elaboração própria com base em Agriculture and Agri-Food Canada, Fisheries and Oceans Canada e Global Affairs Canada. Categorias agroalimentares e setores associados; os valores agregados não são aditivos e os períodos estão indicados nas células.

Em síntese, a estrutura exportadora do Canadá continua a assentar numa combinação entre especialização em recursos naturais, integração industrial com a América do Norte e presença crescente em produtos transformados e segmentos de maior valor acrescentado, mantendo simultaneamente elevada exposição à volatilidade dos preços internacionais e à evolução da procura norte-americana.

4.2 Principais importações

A estrutura importadora do Canadá reflete as características de uma economia desenvolvida, fortemente urbanizada, integrada em cadeias de abastecimento globais e dependente de fluxos externos para suprir simultaneamente necessidades industriais, tecnológicas e de consumo. Em 2024, as importações canadianas de bens atingiram aproximadamente 785,8 mil milhões de CAD, confirmando o elevado grau de abertura externa do país e a relevância das importações para o funcionamento da atividade económica interna. Os dados do relatório State of Trade 2025, publicado pelo Global Affairs Canada, mostram que o Canadá importa não apenas bens finais destinados ao consumo, mas também volumes muito significativos de componentes industriais, equipamentos produtivos e matérias-primas intermédias indispensáveis às cadeias de valor nacionais.

As principais categorias importadas em 2024 foram os bens de consumo, com 157,8 mil milhões de CAD, seguidos pelos veículos automóveis e peças (142,6 mil milhões de CAD), maquinaria industrial e equipamento (88,5 mil milhões), equipamentos elétricos e eletrónicos (87,8 mil milhões) e produtos metálicos e minerais não metálicos (64,6 mil milhões). Esta composição evidencia três padrões estruturais: uma forte integração continental nos setores automóvel e industrial, elevada dependência da Ásia para bens tecnológicos, eletrónica e consumo e necessidade crescente de abastecimento externo em produtos agroalimentares.

Os bens de consumo constituíram a principal rubrica importadora e registaram igualmente um dos maiores crescimentos em 2024 (+5,1%), impulsionados sobretudo pelo aumento das compras de alimentos, bebidas, produtos farmacêuticos, bens pessoais e artigos domésticos. O Global Affairs Canada associa esta evolução à robustez do consumo privado e a fatores conjunturais, incluindo condições meteorológicas extremas que influenciaram preços internacionais de matérias-primas alimentares como café, chá, arroz e cacau. O crescimento do segmento alimentar dentro dos bens de consumo confirma o peso do mercado canadiano para produtos processados, bebidas premium e especialidades importadas.

No plano industrial, o peso das importações de peças automóveis, maquinaria, componentes eletrónicos, equipamentos tecnológicos e químicos demonstra a forte integração do Canadá nas cadeias produtivas norte-americanas e globais. Esta realidade é particularmente evidente na indústria

automóvel, onde o país mantém elevada dependência de componentes produzidos nos Estados Unidos, México e Ásia, refletindo o funcionamento integrado do espaço económico do CUSMA. Em paralelo, os equipamentos elétricos e eletrónicos continuam fortemente associados às importações provenientes da China, Coreia do Sul, Japão e outros mercados do Indo-Pacífico.

No setor agroalimentar, o Canadá apresenta uma dependência relevante de importações, explicada por fatores estruturais como as condições climáticas adversas em grande parte do território, a sazonalidade da produção agrícola interna, os elevados níveis de consumo e a crescente diversidade étnica da população, que impulsiona a procura por uma oferta alimentar mais ampla e diferenciada. De acordo com a Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC), o país importou cerca de 75,4 mil milhões de CAD em produtos agroalimentares e do mar em 2024, posicionando-se como o 11.^o maior importador agroalimentar mundial.

Entre as categorias agroalimentares mais importadas destacam-se produtos alimentares transformados, vinhos, produtos de padaria e pastelaria, bebidas alcoólicas e determinados produtos destinados à alimentação animal, segmentos particularmente relevantes para países exportadores com oferta diferenciada e de maior valor acrescentado. Em simultâneo, o Canadá evidencia uma forte dependência de importações de frutas frescas, hortícolas, café, açúcar e outros produtos tropicais, cuja produção interna é limitada pelas características climáticas do país. Esta realidade traduz uma necessidade estrutural de abastecimento externo para várias categorias alimentares essenciais.

Alguns segmentos específicos apresentam igualmente défices importadores significativos. No caso dos laticínios, embora o Canadá disponha de produção interna relevante, as importações continuam a superar as exportações, ainda que o acesso ao mercado seja condicionado pelo sistema canadiano de supply management, responsável pela regulação de quotas, preços e acesso externo. Também as bebidas alcoólicas revelam dependência importadora, criando oportunidades para produtores estrangeiros; contudo, a entrada neste mercado é influenciada pela existência de sistemas provinciais de controlo e distribuição, como a LCBO (Liquor Control Board of Ontario) ou a SAQ (Société des alcools du Québec), organismos públicos que desempenham funções de importação, distribuição e comercialização de bebidas alcoólicas em determinadas províncias.

Do ponto de vista geográfico, os Estados Unidos mantêm-se como principal fornecedor do Canadá, beneficiando da proximidade e da integração económica norte-americana. Em paralelo, regiões como o Indo-Pacífico reforçam a sua relevância no fornecimento de bens industriais, tecnologia e componentes eletrónicos, enquanto a América Latina e Caraíbas assumem papel particularmente importante no abastecimento agroalimentar, sobretudo em frutas, hortícolas e produtos tropicais. A Europa continua igualmente relevante em segmentos associados a vinhos, bebidas, produtos alimentares transformados e bens premium, categorias onde a oferta portuguesa poderá encontrar oportunidades de posicionamento.

Atendendo à importância destas dinâmicas para a compreensão do potencial do mercado canadiano, a estrutura das importações agroalimentares, os principais produtos importados, os requisitos de acesso ao mercado e as oportunidades para exportadores estrangeiros serão aprofundados no capítulo dedicado à análise do setor agroalimentar do Canadá.

Tabela 4 Importações canadianas de bens por categoria em 2024

Categoria de bens	Valor (mil milhões CAD)	% aproximada do total importado	Principais produtos associados
Bens de consumo	157,8	20,1%	Alimentos, bebidas, farmacêuticos, bens pessoais
Veículos e peças	142,6	18,2%	Automóveis e componentes
Maquinaria e equipamento industrial	88,5	11,3%	Equipamentos produtivos e maquinaria
Equipamentos elétricos e eletrónicos	87,8	11,2%	Componentes tecnológicos, eletrónica
Produtos metálicos e minerais não metálicos	64,6	8,2%	Metais industriais e matérias-primas
Químicos, plásticos e borracha	61,3	7,8%	Produtos químicos industriais
Produtos energéticos	40,2	5,1%	Combustíveis e derivados
Produtos florestais	34,9	4,4%	Madeira e derivados
Produtos agrícolas, pecuários e da pesca	31,8	4,0%	Alimentos primários e matérias- primas
Aeronáutica e outro material de transporte	27,6	3,5%	Aeronaves e componentes
Minérios metálicos e minerais não metálicos	20,5	2,6%	Potássio, minerais estratégicos

Fonte: elaboração própria com base em Global Affairs Canada – State of Trade 2025, Agriculture and Agri-Food Canada e relatórios setoriais oficiais. Valores relativos às importações canadianas de bens em 2024.

Tabela 5 Categorias agroalimentares importadas pelo Canadá

Categoria agroalimentar	Valor de referência	Interpretação
Preparações alimentares diversas	2,818 mil milhões CAD (2024)	Forte potencial para produtos transformados e mercearia premium
Vinho	2,407 mil milhões CAD (2024)	Mercado importador muito relevante para países produtores
Produtos de padaria/pastelaria	2,369 mil milhões CAD (2024)	Procura por produtos diferenciados e étnicos
Álcool etílico e outros alcoóis desnaturados	1,931 mil milhões CAD (2024)	Utilização industrial; não representa bebidas espirituosas para consumo
Fruta fresca e congelada	Análise qualitativa	Dependência estrutural do exterior
Laticínios	Análise qualitativa	Importador líquido, mas altamente regulado
Café verde	1,419 mil milhões CAD (2024)	Dependência total de importações
Açúcar bruto de cana	1,162 mil milhões CAD (2024)	Dependência climática estrutural

Fonte: elaboração própria com base em Agriculture and Agri-Food Canada; relatórios sobre comércio agroalimentar, setor frutícola, laticínios e bebidas alcoólicas. Categorias agroalimentares importadas com maior relevância comercial

Em síntese, a estrutura importadora do Canadá evidencia uma economia simultaneamente industrializada, consumidora e estruturalmente dependente do exterior em categorias agroalimentares específicas, criando oportunidades relevantes para exportadores internacionais, sobretudo em produtos diferenciados, transformados e associados à qualidade e autenticidade — segmentos onde a oferta portuguesa poderá apresentar vantagens competitivas.

4.3 Principais parceiros comerciais

A rede de parceiros comerciais do Canadá é formalmente diversificada, mas permanece fortemente assimétrica. Segundo o State of Trade 2025, o país dispunha de 15 acordos de comércio livre, cobrindo 51 países, mais de 1,5 mil milhões de consumidores e cerca de 61% do PIB mundial. Na prática, a centralidade dos Estados Unidos continua sem paralelo. Em 2024, na base de balança de pagamentos, o comércio bilateral de mercadorias entre Canadá e EUA ultrapassou um bilião de CAD: as exportações canadianas para os EUA foram de 591,5 mil milhões e as importações de 489,4 mil milhões. Estes valores correspondem a cerca de 75,9% das exportações de mercadorias do Canadá e 62,3% das suas importações (Global Affairs Canada, 2025).

Fora do eixo dos Estados Unidos, a rede de parceiros revela uma configuração mais fragmentada. Em 2024, na mesma base de balança de pagamentos, a China absorveu 30,4 mil milhões de CAD em exportações canadianas e forneceu 61,5 mil milhões em importações. O México apresentou um perfil integrado nas cadeias produtivas da América do Norte, com 29,4 mil milhões de CAD em importações canadianas e 9,5 mil milhões em exportações do Canadá. O Reino Unido destacou-se como destino, com 29,5 mil milhões de CAD, impulsionados pelo ouro. A União Europeia manteve relevância como origem de importações e destino de exportações, com destaque para Alemanha, França, Itália e Países Baixos. No Indo-Pacífico, as exportações foram de 72,0 mil milhões de CAD e as importações de 113,0

mil milhões. Estes dados mostram a diversidade de origens do aprovisionamento canadiano e a persistência de défices com vários parceiros (Global Affairs Canada, 2025).

Do ponto de vista institucional, os acordos comerciais ajudam a explicar parte desta arquitetura. O CUSMA continua a ser o instrumento mais operativo para o comércio canadiano: em 2024, 93% do valor das exportações canadianas para os Estados Unidos que estavam sujeitas a tarifas, excluindo energia, recorreram ao acordo. Já no caso do CETA, a taxa de utilização foi substancialmente inferior, situando-se em 59%, o que indica margem de progressão na exploração do mercado europeu. Ainda assim, o Global Affairs Canada assinala que, no universo das PME, o valor médio anual das exportações para a União Europeia foi 23,1% superior nos cinco anos posteriores à entrada provisória em vigor do CETA, quando comparado com os cinco anos anteriores, ou seja, os acordos continuam a estruturar o mapa dos parceiros, mas a sua utilização efetiva é desigual e não elimina, por si só, a concentração no mercado norte-americano.

Os dados mais recentes confirmam que este mapa de parceiros está a passar por uma fase de reajustamento, mas ainda não autorizam a concluir por uma mudança estrutural consolidada. Em 2025, a quota dos Estados Unidos nas exportações canadianas de mercadorias caiu para 71,7%, o valor mais baixo desde o início da década de 1980, ao mesmo tempo que as exportações para destinos fora dos Estados Unidos cresceram 17,2%, atingindo um máximo histórico. Importa, porém, interpretar esta evolução com prudência: ela ocorreu num contexto de elevada fricção comercial e geopolítica. Em 2025, o Canadá iniciou processos na OMC (Organização Mundial do Comércio) contra novas medidas tarifárias dos Estados Unidos sobre bens canadianos, aço, alumínio e automóveis, enquanto a China impôs tarifas sobre vários produtos agrícolas e alimentares canadianos na sequência da sua investigação “antidiscriminação”. No início de 2026, o Governo do Canadá anunciou, ainda assim, a expectativa de uma redução substancial das tarifas chinesas sobre a semente de colza (canola), o que ilustra bem a volatilidade recente do quadro comercial. Para efeitos de análise de mercado, a conclusão mais robusta é que o sistema de parceiros do Canadá continua a ser dominado pelos EUA, mas está cada vez mais condicionado por estratégias de diversificação, tensões regulatórias e risco geopolítico.

A geografia comercial do Canadá permanece fortemente concentrada nos Estados Unidos, ainda que 2025 tenha trazido sinais claros de diversificação relativa. Em 2023, os Estados Unidos absorveram 592,8 mil milhões de CAD de exportações canadianas de mercadorias e forneceram 484,0 mil milhões de importações, muito acima de qualquer outro parceiro. Nesse mesmo ano, a China, o Japão, o Reino Unido, o México, os Países Baixos e a Alemanha surgiram entre os principais destinos das exportações, enquanto China, México, Alemanha, Japão, Coreia do Sul, Reino Unido, Itália, Suíça e Brasil se destacaram como fornecedores relevantes.

Tabela 6 Principais parceiros do Canadá no comércio de mercadorias em 2023

Parceiro	Exportações Mil milhões CAD	Importações Mil milhões CAD
Estados Unidos	592,8	484,0
China	31,0	60,2
Japão	16,0	15,2
Reino Unido	15,2	10,9
México	9,6	28,7
Alemanha	7,1	21,2
Coreia do Sul	7,1	11,5
Países Baixos	7,6	—
Itália	—	9,8
Suíça	—	8,1
Brasil	—	8,0

Fonte: elaboração própria com base em Global Affairs Canada. Principais parceiros do Canadá no comércio de mercadorias em 2023

Em 2025, a dominância norte-americana diminuiu, mas permaneceu estrutural. A quota das exportações canadianas de mercadorias destinadas aos Estados Unidos baixou de 75,9% em 2024 para 71,7% em 2025, enquanto a quota das importações provenientes desse mercado recuou de 62,3% para 58,8%. Em contrapartida, o comércio com países terceiros ganhou peso: as exportações para destinos fora dos Estados Unidos cresceram 17,2% em 2025 e as importações 12,4%. A leitura mais plausível é a de uma diversificação conjunturalmente impulsionada por produtos específicos, com destaque para o ouro não trabalhado e certos fluxos metálicos para o Reino Unido e outros mercados, e não de uma substituição estrutural do eixo Estados Unidos–Canadá.

A análise por produto confirma que os parceiros variam consoante a categoria. Em 2023, as exportações de mercadorias para os Estados Unidos foram penalizadas pela energia, mas, excluindo este segmento, cresceram em base aduaneira. A China destacou-se como principal mercado incremental positivo para os bens em 2023, sobretudo devido aos grãos e oleaginosas, o Reino Unido e o Japão tiveram contributos negativos e as importações dos Estados Unidos cresceram sobretudo em maquinaria, veículos e maquinaria elétrica, enquanto as da União Europeia foram puxadas por maquinaria e automóveis.

Nos produtos agroalimentares, a diversidade geográfica é menor do que poderia parecer. A horticultura exportadora canadiana é quase integralmente orientada para os Estados Unidos: em 2024, 96,8% das exportações canadianas de hortícolas de campo tiveram aquele destino, e 72,0% das exportações de fruta fresca, por valor, também se dirigiram aos Estados Unidos. Nas carnes, a dependência é semelhante: os Estados Unidos absorveram aproximadamente 76% das exportações canadianas de bovino e vitela em 2024. Pelo lado das importações, a concentração desloca-se para a América do Norte e para a América Latina: 59,5% das importações de hortícolas de campo vieram dos Estados Unidos e 24,0% do México, na fruta fresca, os Estados Unidos representaram 37,7% do valor importado em 2024, seguidos do México (18,7%), Peru (5,9%), Guatemala (5,6%) e Chile (4,5%).

Este padrão é relevante para a estratégia de entrada. Em bens industriais e energéticos, a concorrência insere-se em cadeias longas, frequentemente dominadas pela integração com os Estados Unidos. Nos alimentos frescos e diferenciados, o Canadá combina abertura a fornecedores diversos com necessidade de abastecimento externo. Nos serviços, os maiores acréscimos recentes referidos nas fontes vieram sobretudo dos mercados dos Estados Unidos e da Europa, particularmente nos serviços comerciais.

5 Relação com Portugal

As relações entre Portugal e o Canadá assentam em laços históricos, culturais e económicos consolidados, reforçados pela presença de uma expressiva comunidade luso-canadiana, estimada entre 450 mil e 480 mil pessoas, concentrada sobretudo nas províncias de Ontário e Québec. Esta diáspora desempenha um papel relevante na aproximação entre os dois países, contribuindo para o desenvolvimento de redes empresariais, relações comerciais e maior visibilidade de produtos portugueses no mercado canadiano.

Portugal e Canadá mantêm relações diplomáticas desde 1952 e cooperam no âmbito de diversas organizações internacionais, incluindo NATO, ONU, OCDE e OMC. No plano económico, as relações bilaterais intensificaram-se particularmente após a entrada em vigor provisória do CETA, em 2017, acordo que facilitou o comércio entre o Canadá e a União Europeia através da redução de tarifas e barreiras comerciais.

Apesar de o Canadá representar ainda uma parcela relativamente reduzida do comércio externo português, tem vindo a afirmar-se como um mercado com interesse crescente para empresas nacionais, sobretudo em setores como o agroalimentar, bebidas, têxteis, produtos industriais e serviços. Em sentido inverso, as exportações canadianas para Portugal concentram-se maioritariamente em cereais, oleaginosas, matérias-primas e equipamentos industriais. Paralelamente, verificam-se relações de investimento entre os dois países, refletindo uma aproximação económica gradual.

De forma geral, as relações luso-canadianas caracterizam-se por uma evolução positiva das trocas comerciais e pela existência de condições favoráveis ao aprofundamento da cooperação económica e empresarial.

5.1 Trocas comerciais

O quadro seguinte apresenta a evolução do comércio de bens entre Portugal e o Canadá no período de 2021 a 2025, segundo a síntese do Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral (GPP), elaborada a partir das estatísticas do INE e divulgada em 28 de abril de 2026. Os valores excluem serviços e distinguem exportações, importações e saldo da balança comercial portuguesa.

Tabela 7 Comércio de bens entre Portugal e Canadá de 2021 a 2025

Ano	Exportações PT para CA M€ aproximados	Importações PT de CA M€ aproximados	Saldo para Portugal M€
2021	352	180	+171,4
2022	431	478	-46,7
2023	388	298	+89,6
2024	395	290	+105,4
2025	435	354	+81,9

Fonte: GPP (2026), Canadá — Trocas comerciais com Portugal 2021–2025, a partir de dados do INE, edição de 28 de abril de 2026. Valores em milhões de euros (M€). Exportações e importações arredondadas à unidade, conforme a fonte; saldo apresentado com uma casa decimal e calculado a partir dos valores não arredondados, pelo que podem ocorrer diferenças de arredondamento. <https://www.gpp.pt/images/gam/2/de/Canada.pdf>

Portugal registou um excedente no comércio de bens com o Canadá em quatro dos cinco anos considerados, com um défice em 2022. Em 2024, as exportações rondaram 395 milhões de euros e as importações 290 milhões, correspondendo a um saldo positivo de cerca de 105,4 milhões. A evolução evidencia a complementaridade entre as duas economias, mas também a variabilidade dos fluxos anuais, pelo que não deve ser interpretada como uma trajetória de crescimento contínuo (GPP, 2026).

As relações comerciais podem ser complementadas por investimento direto e parcerias empresariais. O CETA é aplicado provisoriamente desde setembro de 2017, mas as suas disposições de proteção do investimento e o sistema de tribunais de investimento não integram essa aplicação provisória. A avaliação de fluxos ou stocks bilaterais de investimento deve identificar o período, a fonte e a ótica estatística utilizada (European Commission, s.d.).

5.2 Principais produtos transacionados

As trocas bilaterais de mercadorias envolvem diversos setores. A caracterização seguinte distingue os principais grupos de produtos referidos na análise comercial e clarifica a sua relevância para a leitura das relações entre Portugal e o Canadá.

Produtos alimentares e agropecuários: a oferta canadiana inclui matérias-primas agrícolas, como cereais e oleaginosas, enquanto a oferta portuguesa se destaca em produtos transformados e diferenciados, como vinhos, azeites, conservas e produtos hortofrutícolas. As categorias de pescado e de origem animal requerem uma leitura por produto, tendo em conta o sentido do fluxo comercial, a conservação, a admissibilidade sanitária e os requisitos de importação. Esta distinção evita agregar fileiras com características comerciais e regulamentares diferentes.

Energia e combustíveis: os produtos energéticos integram as trocas bilaterais e podem apresentar variações acentuadas entre anos, em função dos preços, dos volumes e das operações realizadas. A sua leitura deve distinguir combustíveis e outros produtos minerais das categorias agroalimentares. Para a análise da diversificação comercial, importa considerar o peso variável destes fluxos e evitar extrapolar a evolução de um ano isolado para o conjunto da relação bilateral.

Aeronaves e material de transporte: este grupo abrange operações que podem ter elevado valor unitário e produzir oscilações relevantes nas estatísticas anuais. A interpretação dos fluxos exige distinguir aeronaves completas, partes e outros equipamentos de transporte, bem como identificar o sentido da transação. Operações pontuais devem ser contextualizadas antes de serem utilizadas como indicação de uma presença exportadora regular.

Indústrias têxtil, do vestuário, do couro e do calçado: estas categorias integram a oferta portuguesa para mercados externos e são relevantes na diversificação das relações comerciais com o Canadá. A leitura deve distinguir vestuário, têxteis e calçado, cujos canais, compradores e condições de concorrência diferem. O posicionamento depende da qualidade, do segmento de preço, da marca e da capacidade de responder às exigências dos compradores canadianos.

Químicos e farmacêuticos: as trocas incluem produtos químicos, plásticos e produtos farmacêuticos, com características comerciais distintas. Os fertilizantes e outras matérias-primas industriais canadianas constituem uma categoria própria, relevante também para cadeias produtivas agrícolas. A análise por produto é necessária para distinguir bens finais, matérias-primas e produtos intermédios e para evitar conclusões baseadas numa agregação demasiado ampla.

Maquinaria e equipamentos: máquinas e aparelhos, equipamentos produtivos, ferramentas e componentes integram a relação comercial entre os dois países. Estes fluxos devem ser analisados segundo a utilização industrial ou de consumo, o sentido da transação e as condições de assistência e

fornecimento. Para as empresas, a relevância comercial depende da especialização do equipamento, da rede de distribuição e da capacidade de assegurar continuidade e apoio técnico.

Veículos e componentes automóveis: o comércio de material de transporte rodoviário inclui veículos, peças e componentes, que devem ser distinguidos de aeronaves e de outros equipamentos de transporte. A integração industrial e as decisões de aprovisionamento dos fabricantes influenciam estes fluxos. A avaliação do seu peso bilateral requer séries por categoria e período, sem o confundir com operações pontuais de outros segmentos de transporte.

Produtos transformados diversos: mobiliário, utensílios e outros bens de consumo complementam a diversidade das trocas bilaterais. A sua relevância deve ser avaliada por categoria, canal de distribuição e segmento de procura. Para produtos diferenciados, fatores como design, qualidade, origem, apresentação e capacidade de fornecimento podem contribuir para a competitividade, exigindo uma abordagem comercial ajustada a cada grupo de produtos.

O quadro seguinte organiza qualitativamente os principais grupos de produtos referidos na análise das relações comerciais entre Portugal e o Canadá. A sua finalidade é apoiar a leitura setorial e comercial, sem apresentar uma ordenação por valor ou estimativas dos fluxos bilaterais.

Tabela 8 Grupos de produtos para análise das relações comerciais bilaterais

Grupo de produtos considerado	Leitura qualitativa
Cereais e oleaginosas	Matérias-primas associadas à especialização exportadora canadiana; analisar produto, campanha e destino de cada operação.
Aeronaves e peças	Fluxos industriais por operação, a separar das tendências regulares de consumo.
Têxteis e vestuário	Grupo industrial distinto do agroalimentar; identificar segmentos e produtos antes da análise comercial.
Produtos alimentares e bebidas	Oferta diferenciada, transformados e especialidades; separar categorias e requisitos de entrada.
Fertilizantes e minerais	Insumos e matérias-primas; a relevância para a agricultura não os transforma em alimentos.
Máquinas e aparelhos	Equipamentos produtivos; distinguir bens completos, componentes e utilização final.
Veículos e componentes	Grupo ligado às cadeias industriais; analisar operações e categorias concretas.
Plásticos e borracha	Materiais e produtos transformados; as embalagens alimentares são apenas um segmento.
Químicos orgânicos e farmacêuticos	Rubricas com requisitos técnicos próprios, fora do núcleo agroalimentar.
Papel e cortiça	Categorias distintas, com possíveis ligações às embalagens e ao vinho; analisar separadamente.
Couro e calçado	Produtos industriais de consumo, sem integração automática no agroalimentar.

Grupo de produtos considerado	Leitura qualitativa
Metais básicos e semimanufaturados	Matérias-primas e produtos intermédios com especificações e condições próprias.
Máquinas elétricas e eletrónica	Equipamentos e componentes; distinguir utilização industrial e bens de consumo.
Joalharia e pedras preciosas	Categoria autónoma de valor acrescentado, fora do foco alimentar.
Mobiliário	Bens de consumo e equipamento com circuitos comerciais próprios.
Bebidas alcoólicas	Vinho e outras bebidas exigem estratégia comercial e regulatória por província.
Outros produtos	Rubrica residual a desagregar antes de qualquer decisão comercial.

Fonte: elaboração própria, com enquadramento setorial de Global Affairs Canada e Agriculture and Agri-Food Canada. Síntese qualitativa dos grupos considerados na análise bilateral; não constitui uma ordenação por valor nem uma estimativa dos fluxos comerciais.

Nota: o quadro constitui uma síntese qualitativa por grupos de produtos. Não representa um ranking estatístico, e as categorias não devem ser somadas para calcular o comércio bilateral. A quantificação de uma operação ou categoria deve utilizar a classificação pautal, a moeda e o período da fonte estatística correspondente.

O setor agroalimentar assume um papel relevante nas relações comerciais entre Portugal e o Canadá, refletindo a complementaridade produtiva entre ambos os países. Enquanto o Canadá se destaca como fornecedor de matérias-primas agrícolas, cereais, oleaginosas e alguns produtos de origem animal, Portugal evidencia maior presença em categorias associadas a produtos alimentares transformados, bebidas e referências típicas da dieta mediterrânica, como vinho, azeite, conservas e produtos hortofrutícolas.

A análise dos fluxos agroalimentares bilaterais permite identificar categorias de interesse comercial e condições operacionais relevantes, incluindo conservação, logística, requisitos regulamentares e acesso ao mercado. O quadro seguinte apresenta uma síntese qualitativa das principais famílias de produtos abordadas no estudo e dos aspetos a confirmar antes de uma operação de exportação ou importação.

Tabela 9 Produtos agroalimentares e condições de comercialização

Grupo agroalimentar	Leitura comercial	Verificações para entrada no Canadá
Vinhos e bebidas alcoólicas	Oferta portuguesa diferenciada; estratégia por província.	Confirmar operador, autorizações provinciais, listagem e rotulagem; bebidas abrangidas pela IILA estão dispensadas de licença SFC.
Azeite	Especialidade mediterrânica e mercearia premium.	Verificar AIRS, identidade, qualidade, rotulagem e rastreabilidade; não presumir certificado fitossanitário apenas pela origem vegetal.
Peixe, marisco e conservas	Distinguir conservas estáveis de produtos refrigerados, congelados ou vivos.	Confirmar conservação, origem, rotulagem e requisitos por produto; moluscos vivos ou crus têm condições próprias de elegibilidade.

Grupo agroalimentar	Leitura comercial	Verificações para entrada no Canadá
Frutas cítricas e outras frutas frescas	Oportunidades dependem da época, conservação e capacidade de entrega.	Consultar AIRS para produto e origem, certificados eventualmente exigidos e obrigações do importador, incluindo DRC quando aplicável.
Aves e carne bovina	Oferta sujeita a acesso sanitário e concorrência local.	Confirmar países e estabelecimentos elegíveis e certificação oficial; nas aves, verificar contingentes e licenças.
Cereais	O Canadá possui elevada capacidade exportadora; analisar nichos e especificações.	Confirmar utilização final, admissibilidade, requisitos fitossanitários e documentação por produto.
Oleaginosas, incluindo canola	Categoria de forte especialização canadiana.	Distinguir sementes para sementeira, matérias-primas alimentares e óleos; aplicar os requisitos do produto efetivo.
Leguminosas e ingredientes proteicos	Avaliar oportunidades por transformação e diferenciação.	Distinguir produto seco, transformado e ingrediente; verificar composição, alergénios e AIRS.
Frutos secos	Potencial em especialidades e formatos de consumo.	Controlar perigos de segurança alimentar e cumprir rotulagem, alergénios e rastreabilidade.
Chocolate e confeitaria	Categorias de consumo e oferta diferenciada.	Verificar ingredientes, alergénios, informação nutricional e símbolo frontal quando exigido.
Café e preparados de café	Posicionamento por torra, mistura e especialidade.	Distinguir café verde, torrado e preparados; verificar identidade, composição, rotulagem e requisitos aplicáveis.

Fonte: elaboração própria com base em Agriculture and Agri-Food Canada e nas orientações de importação, licenciamento e rotulagem da Canadian Food Inspection Agency. Leitura qualitativa para acesso ao mercado canadiano; requisitos a confirmar no AIRS para cada produto, origem e utilização final.

6 Análise do setor agroalimentar

O setor agroalimentar canadiano combina uma base primária muito robusta, uma indústria transformadora de grande escala e um mercado interno sofisticado, urbanizado e fortemente integrado com os Estados Unidos. Em 2024, o sistema agroalimentar alargado do Canadá empregava 2,3 milhões de pessoas, representava cerca de 7% do PIB nacional e integrava produção primária, transformação alimentar, retalho/grossistas, restauração e serviços de apoio. Só a produção primária e a transformação de alimentos e bebidas somavam 541,4 mil empregos e 3,0% do PIB.

A estrutura produtiva é dual. A montante, subsiste uma base agrícola numerosa, mas economicamente concentrada: o Censo da Agricultura de 2021 registou 189.874 explorações agrícolas, com 62,2 milhões de hectares; em 2024, as receitas de mercado agrícolas atingiram 92,0 mil milhões de CAD; porém, os 10% maiores estabelecimentos geravam mais de dois terços das receitas. A jusante, a transformação alimentar e de bebidas foi a maior indústria transformadora do país, com vendas de 173,4 mil milhões de CAD, 318,4 mil empregos e 8.807 estabelecimentos com trabalhadores, embora 92% dessas unidades tivessem menos de 100 empregados.

Do ponto de vista comercial, o Canadá é simultaneamente grande exportador de produtos agroalimentares e importante importador de bens alimentares diferenciados, de conveniência e fora de época. Em 2024, as exportações agroalimentares e do mar atingiram 100,3 mil milhões de CAD e as importações 75,4 mil milhões de CAD. O perfil exportador é dominado por cereais, oleaginosas, carnes e pescado. O perfil importador é mais fragmentado e mais orientado para valor acrescentado, destacando-se preparações alimentares diversas, vinho, panificação, bebidas espirituosas, alimentos para animais de companhia, café, açúcar, óleos vegetais e molhos/condimentos.

Para as PME agroalimentares do Alentejo, isto traduz-se numa conclusão central: o Canadá é menos um mercado de “commodity” para Portugal e mais um mercado de nichos premium, étnicos e de conveniência, onde tendem a encaixar melhor vinho, azeite, conservas de peixe, bacalhau transformado, produtos de panificação e pastelaria, queijos especializados, molhos/temperos, produtos biológicos e mercearia fina mediterrânica. Em contrapartida, as categorias sujeitas a gestão de oferta, sobretudo lácteos, aves e ovos, enfrentam barreiras regulatórias e de quota substancialmente mais elevadas.

6.1 Estrutura do setor

O setor agroalimentar canadiano assenta numa cadeia de valor completa e altamente integrada: produção primária, transformação, distribuição grossista/retalho, restauração e serviços de apoio. A sua relevância económica decorre da produção agrícola, mas sobretudo da articulação entre a agricultura de grande escala das pradarias, os polos de transformação do Ontario e Québec, as fileiras pecuárias e leiteiras sob gestão de oferta, a horticultura intensiva e em ambiente controlado, e uma ampla infraestrutura de distribuição voltada tanto para o mercado interno como para a exportação.

Em 2024, o sistema agroalimentar alargado gerou 149,2 mil milhões de CAD de PIB e 2,3 milhões de postos de trabalho. A produção primária representou 31,7 mil milhões de CAD de PIB e 223 mil empregos, a transformação de alimentos e bebidas, 35,8 mil milhões de CAD e 318,4 mil empregos, os retalhistas e grossistas alimentares, 37,2 mil milhões de CAD e 645,6 mil empregos e a restauração, 31,1 mil milhões de CAD e 992,3 mil empregos. Esta leitura é importante para exportadores: o acesso ao mercado faz-se menos por agricultura em sentido estrito e mais pela capacidade de entrar em cadeias de abastecimento da transformação, da distribuição moderna e da restauração.

A base agrícola permanece muito relevante. Segundo o Censo da Agricultura de 2021, o Canadá contava com 189.874 explorações, cobrindo 62,2 milhões de hectares, concentradas sobretudo nas pradarias,



no Québec e no sul do Ontario. Em 2024, as receitas de mercado agrícolas atingiram 92,0 mil milhões de CAD, lideradas por grãos e oleaginosas, carnes vermelhas e laticínios. A dimensão média das explorações quase duplicou nas últimas cinco décadas, refletindo consolidação e intensificação tecnológica; além disso, os 10% maiores estabelecimentos geram mais de dois terços das receitas agrícolas, sinalizando forte concentração económica apesar da permanência de um tecido numericamente amplo.

A transformação alimentar é o verdadeiro núcleo industrial do setor. Em 2024, a indústria de alimentos e bebidas registou vendas de 173,4 mil milhões de CAD, respondeu por 20,3% das vendas totais da indústria transformadora, por 1,6% do PIB nacional e por 318,4 mil empregos. A indústria abastece cerca de 80% dos alimentos e bebidas processados disponíveis no mercado canadiano e absorve mais de metade da produção agrícola doméstica. Em termos territoriais, cerca de 60% das vendas concentram-se no Ontario e no Québec, enquanto a British Columbia e Alberta representam mais 23%. Isto reforça a centralidade do corredor Ontario-Québec nas estratégias de entrada.

A estrutura empresarial é polarizada. Por número de estabelecimentos, predominam as PME: cerca de 92% dos 8.800 estabelecimentos com empregados têm menos de 100 trabalhadores, 7% têm entre 100 e 500 e menos de 1% ultrapassam 500 empregados. Em termos de vendas, contudo, os subsectores mais intensivos e os grandes grupos de transformação e distribuição concentram uma fração muito elevada do valor gerado, o que obriga pequenas marcas exportadoras a operar, regra geral, através de importadores, brokers, distribuidores especializados ou acordos com cadeias regionais.

A composição da transformação confirma a diversidade do setor, mas também a sua orientação para fileiras específicas de grande escala, como carne, laticínios e moagem/grãos, bem como para categorias de valor acrescentado como padaria, bebidas e preparados alimentares.

Tabela 10 Estrutura económica e emprego do sistema agroalimentar canadiano em 2024

Elo / subsetor	Indicador económico principal em 2024	Emprego em 2024	Notas estruturais
Produção primária	PIB: 31,7 mil milhões CAD	223 000	189.874 explorações e 62,2 milhões ha (Censo 2021); receitas agrícolas de 92,0 mil milhões CAD em 2024
Transformação de alimentos e bebidas	PIB: 35,8 mil milhões CAD; vendas: 173,4 mil milhões CAD	318 400	8 807 estabelecimentos; principal indústria transformadora do país
Retalho e grossistas alimentares	PIB: 37,2 mil milhões CAD	645 600	elo central entre transformação e consumo
Foodservice/restauração	PIB: 31,1 mil milhões CAD	992 300	restauração/comida fora de casa com grande peso laboral
Fornecedores de inputs e serviços	PIB: 13,3 mil milhões CAD	76 400	apoio técnico, logístico e de aprovisionamento
Sistema agroalimentar alargado	PIB: 149,2 mil milhões CAD	2,3 milhões	cerca de 1 em cada 9 empregos no Canadá

Fonte: elaboração própria a partir de Agriculture and Agri-Food Canada. Composição e estrutura do setor

Tabela 11 Vendas das principais indústrias de transformação alimentar em 2024

Indústria	Vendas em 2024	Peso nas vendas totais
Produtos cárneos	43,8 mil milhões CAD	25,3%
Lacticínios	19,6 mil milhões CAD	11,3%
Moagem de grãos e oleaginosas	18,9 mil milhões CAD	10,9%
Outros alimentos	18,8 mil milhões CAD	10,8%
Padaria e tortilhas	18,5 mil milhões CAD	10,7%
Bebidas	15,7 mil milhões CAD	~9,1%
Conservação de frutas/legumes e alimentos especializados	11,2 mil milhões CAD	~6,5%
Alimentos para animais	10,1 mil milhões CAD	~5,8%
Açúcar e confeitaria	6,7 mil milhões CAD	~3,9%
Preparação e embalagem de pescado	6,7 mil milhões CAD	~3,9%

Fonte: elaboração própria a partir de Agriculture and Agri-Food Canada. Principais indústrias de transformação

Em termos operacionais, a prioridade deve recair sobre importadores e/ou distribuidores sediados no Ontário e no Québéco, onde se localiza a maior parte da transformação e uma porção determinante da procura moderna. Para marcas pequenas, o caminho mais realista não é competir em volume com a produção canadiana, mas entrar nas franjas mais rentáveis da cadeia: retalho especializado, restauração premium, redes gourmet/étnicas, ou transformação complementar em marca própria e co-packing.

6.2 Produtos mais relevantes

A estrutura agroalimentar canadiana caracteriza-se por uma dualidade evidente entre forte capacidade exportadora em produtos agrícolas primários e recursos naturais e dependência relevante de importações em categorias transformadas, produtos frescos sazonais e bens alimentares associados a padrões de consumo mais diversificados. Esta configuração resulta da combinação entre condições climáticas, especialização produtiva, integração nos mercados internacionais e transformação dos hábitos de consumo da população. Dados da Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC) indicam que, em 2024, o Canadá exportou aproximadamente 100,3 mil milhões de CAD em produtos agroalimentares e do mar, enquanto as importações atingiram cerca de 75,4 mil milhões de CAD, confirmando o país como exportador líquido do setor, ainda que com dependências relevantes em segmentos específicos.

A especialização exportadora canadiana continua fortemente concentrada em cereais, oleaginosas, proteínas animais, pescado e determinados produtos alimentares transformados. Entre os produtos agroalimentares de maior valor exportado em 2024 destacaram-se o trigo não duro, com 8,111 mil milhões de CAD, seguido das sementes de colza (canola) (5,934 mil milhões), produtos de padaria e pastelaria (5,828 mil milhões), óleo de colza (3,746 mil milhões), soja (3,340 mil milhões) e carne bovina fresca desossada (3,083 mil milhões). Outros produtos relevantes incluíram batatas fritas congeladas, farinha de colza, carne suína e bovinos vivos, evidenciando a forte vocação exportadora do Canadá em matérias-primas agrícolas e proteína animal. Esta composição confirma a posição do país enquanto fornecedor global de produtos alimentares básicos e ingredientes industriais associados ao setor alimentar.



Em contraste, o perfil importador agroalimentar apresenta uma composição orientada para produtos transformados, bebidas, alimentos preparados e categorias cuja produção local é limitada pelas condições climáticas. Segundo a AAFC, as principais categorias importadas em 2024 incluíram preparações alimentares diversas (2,818 mil milhões de CAD), vinho (2,407 mil milhões), produtos de padaria e pastelaria (2,369 mil milhões), alimentos para animais de companhia (1,896 mil milhões), café verde (1,419 mil milhões) e açúcar bruto de cana (1,162 mil milhões). A classificação estatística inclui ainda 1,931 mil milhões de CAD de álcool etílico e outros álcoois desnaturados (HS 220720), uma rubrica de utilização industrial que não corresponde a bebidas espirituosas para consumo. Também molhos, temperos, óleo de soja e café torrado assumiram relevância. Para a oferta portuguesa, as oportunidades devem ser avaliadas nas categorias alimentares de consumo efetivamente comparáveis (AAFC, 2025).

A dependência importadora torna-se particularmente evidente nas categorias de fruta fresca, hortícolas e produtos tropicais. Apesar da existência de produção doméstica, as limitações climáticas condicionam fortemente a autossuficiência alimentar. Em 2024, o Canadá importou 8,241 mil milhões de CAD em fruta fresca e congelada, valor recorde segundo a Agriculture and Agri-Food Canada, sendo os Estados Unidos e o México os principais fornecedores. No segmento hortícola, embora o valor da produção nacional tenha aumentado, as importações de legumes frescos ascenderam a 4,38 mil milhões de CAD, originando um défice comercial superior a 3,3 mil milhões de CAD. Estes dados confirmam uma dependência estrutural do exterior para abastecimento contínuo de produtos frescos ao longo do ano.

A produção protegida, nomeadamente estufas, tem vindo a ganhar relevância como resposta parcial às limitações climáticas. Em 2024, as vendas de frutas e legumes produzidos em estufa atingiram cerca de 2,7 mil milhões de CAD, enquanto as exportações de legumes de estufa se aproximaram dos 2 mil milhões. Também o setor dos cogumelos assumiu importância económica crescente, com produção superior a 148 mil toneladas e valor próximo de 750 milhões de CAD. Apesar desta evolução, a expansão da produção protegida não elimina a necessidade de importações em diversas categorias frescas.

Nos produtos do mar, o Canadá mantém uma posição exportadora, embora coexistindo com um mercado importador significativo. Em 2024, as exportações de pescado e marisco atingiram cerca de 8,1 mil milhões de CAD, lideradas por lavagante (lagosta), caranguejo e salmão atlântico, enquanto as importações ascenderam a cerca de 4,9 mil milhões. Quanto à aquacultura, a produção foi de 145.985 toneladas em 2023, com um valor de cerca de 1,260 mil milhões de CAD. Estes dados constam da publicação Canada's Fisheries Fast Facts 2024, que apresenta estatísticas comerciais de 2024 e dados de produção aquícola de 2023 (Fisheries and Oceans Canada, 2025).

Os setores dos laticínios, aves e ovos assumem elevada relevância económica, mas apresentam particularidades institucionais que condicionam o comércio internacional. Em 2024, a transformação de laticínios gerou vendas próximas de 19,6 mil milhões de CAD, enquanto a produção de aves e ovos ultrapassou 6,8 mil milhões. Contudo, estes segmentos encontram-se sujeitos ao sistema canadiano de supply management, mecanismo que regula produção, quotas e acesso ao mercado, tornando as importações significativamente mais restritivas do que noutros subsectores agroalimentares.

Em termos interpretativos, o padrão agroalimentar canadiano revela uma especialização clara: o país exporta sobretudo produtos agrícolas primários, cereais, proteínas animais e pescado, enquanto importa maioritariamente produtos transformados, bebidas, frutas, café e alimentos diferenciados. Para exportadores estrangeiros, e particularmente para Portugal, as oportunidades tendem a localizar-se não nos segmentos em que o Canadá é altamente competitivo e excedentário, mas antes nas categorias em que o mercado demonstra dependência estrutural de importações ou valoriza atributos associados à qualidade, diferenciação, origem e transformação alimentar.

Tabela 12 Principais produtos agroalimentares exportados pelo Canadá em 2024

Produto	Valor exportado (mil milhões CAD)	Interpretação
Trigo não duro	8,111	Principal produto agroalimentar exportado
Sementes de colza (canola)	5,934	Forte especialização em oleaginosas
Produtos de padaria/pastelaria	5,828	Relevância crescente dos transformados
Óleo de colza	3,746	Elevado valor industrial e alimentar
Soja	3,340	Produto estratégico para exportação
Carne bovina fresca desossada	3,083	Forte competitividade internacional
Batatas fritas congeladas	2,817	Segmento transformado relevante
Farinha/torta de colza	2,695	Utilização alimentar e pecuária
Carne suína fresca desossada	2,284	Categoria exportadora consolidada
Bovinos vivos	2,224	Forte ligação ao setor pecuário

Fonte: Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC), estatísticas agroalimentares 2024. Principais produtos agroalimentares exportados pelo Canadá (2024)

Tabela 13 Principais produtos agroalimentares importados pelo Canadá em 2024

Produto	Valor importado (mil milhões CAD)	Interpretação
Preparações alimentares diversas	2,818	Forte procura por alimentos transformados
Vinho	2,407	Segmento relevante para exportadores europeus
Produtos de padaria/pastelaria	2,369	Mercado consumidor consolidado
Álcool etílico e outros álcoois desnaturados (HS 220720)	1,931	Utilização industrial; não corresponde a bebidas para consumo
Alimentos para cães e gatos	1,896	Segmento em crescimento
Café verde	1,419	Dependência estrutural de importação
Açúcar bruto de cana	1,162	Dependência climática
Óleo de soja	1,155	Uso alimentar e industrial
Molhos e temperos	1,079	Crescimento da procura por transformados
Café torrado	1,070	Segmento consolidado no consumo interno

Fonte: Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC), comércio agroalimentar 2024. Principais produtos agroalimentares importados pelo Canadá (2024)

A composição das exportações e importações confirma a diferença entre o perfil da oferta canadiana e o perfil da procura doméstica.

A leitura de produto é decisiva. Para as empresas agroalimentares do Alentejo, os segmentos de melhor adequação não são os de grande volume primário onde o Canadá é exportador altamente competitivo, mas os segmentos em que o Canadá compra diferenciação: vinho, azeite, molhos e temperos, conservas vegetais, conservas e preparados de peixe, mercearia seca, panificação premium, café torrado e misturas e especialidades biológicas. Queijos podem ser relevantes, mas exigem preparação comercial e regulamentar mais exigente.

6.3 Restrições e requisitos de importação

O acesso ao mercado canadiano para alimentos é, em geral, transparente, mas exigente. O quadro-base assenta no Safe Food for Canadians Regulations, que se aplica à maioria dos alimentos importados, e na fiscalização da Canadian Food Inspection Agency. Para a generalidade dos produtos, os pilares são: licença, controlos preventivos, rastreabilidade e rotulagem. Para categorias sensíveis, somam-se requisitos específicos de origem, estabelecimentos aprovados, certificados oficiais, autorizações sanitárias, quotas pautais e licenças de importação.

Para importar mercadorias comerciais, a empresa deve dispor de um Business Number de nove dígitos (BN9) e de uma conta Import/Export Program (RM). Desde 21 de outubro de 2024, a maioria dos novos importadores residentes pode obter o BN9 através do portal CARM da Canada Border Services Agency (CBSA); os importadores não residentes devem obter o BN9 junto da Canada Revenue Agency (CRA). A conta RM é registada no portal CARM e deve estar ativa antes da operação (CBSA, s.d.).

Para além do registo fiscal, os importadores devem verificar os requisitos específicos aplicáveis aos produtos que pretendem introduzir no mercado canadiano. Esta análise é realizada, nomeadamente, através do sistema AIRS (Automated Import Reference System), disponibilizado pela Canadian Food Inspection Agency (CFIA), que permite identificar exigências regulamentares, licenças, certificados ou restrições aplicáveis a cada categoria de produto.

O processo de importação exige ainda a correta definição da classificação pautal do produto (código aduaneiro utilizado para determinar tarifas e regras aplicáveis), a comprovação da origem do produto, a declaração do valor aduaneiro e a apresentação da documentação exigida pelas autoridades canadianas. Dependendo do tipo de produto, especialmente no caso de bens agroalimentares, vegetais, carnes ou bebidas, podem ser necessárias licenças, autorizações específicas, certificados sanitários ou fitossanitários e permissões de importação adicionais.

Segundo a Canadian Food Inspection Agency (CFIA), o processo de importação envolve geralmente várias etapas: identificação dos requisitos legais aplicáveis, obtenção das licenças necessárias, cumprimento das exigências sanitárias e técnicas, preparação da documentação e submissão da declaração de importação às autoridades competentes.

O requisito transversal mais importante é a licença Safe Food for Canadians e a existência de controlos preventivos, rastreabilidade e procedimentos de recall para a maioria dos alimentos importados. A documentação de rastreabilidade deve permitir identificar “um passo atrás” e “um passo à frente” na cadeia. Na prática, isto obriga os operadores a manter um dossier técnico organizado e coerente para cada SKU (Stock Keeping Unit), código de referência de produto e lote.

As bebidas alcoólicas exigem uma verificação própria. As abrangidas pela Importation of Intoxicating Liquors Act estão dispensadas da licença Safe Food for Canadians, mas continuam sujeitas às regras do produto, à rotulagem e aos sistemas provinciais de importação e comercialização. O vinho deve ser preparado com um parceiro que conheça o canal da província de destino (CFIA, s.d.).

A rotulagem é especialmente relevante para exportadores portugueses. Em regra, a informação obrigatória em géneros alimentícios pré-embalados destinados ao consumidor deve figurar em inglês e

francês, incluindo denominação comum, elementos nucleares de rotulagem, ingredientes, alergénios, quantidade líquida e, quando aplicável, tabela nutricional. Existem exceções, mas a regra operacional mais segura para exportação é preparar sempre a rotulagem bilingue desde origem. Devem também ser confirmadas as exigências provinciais adicionais, em particular as regras relativas ao francês no Québec (CFIA, s.d.).

Desde 1 de janeiro de 2026, os alimentos pré-embalados importados abrangidos pelas regras de rotulagem nutricional frontal devem apresentar o símbolo exigido quando atingem os limiares aplicáveis de gorduras saturadas, açúcares ou sódio, salvo as isenções previstas. A avaliação deve ser feita por referência de produto antes de aprovar a embalagem (CFIA, s.d.).

Para produtos biológicos, o Canadá reconhece a equivalência do sistema da União Europeia nos termos do EUCOEA. O reconhecimento abrange produtos produzidos na UE ou cuja transformação final ocorra na UE, certificados por um organismo competente e acompanhados do certificado do operador. A equivalência dispensa dupla certificação, mas não as regras canadianas de importação e rotulagem. A utilização do logótipo biológico canadiano exige pelo menos 95% de conteúdo biológico e, em produtos importados, a indicação «Imported / importé» ou «Product of / Produit de [país de origem]» junto do logótipo, em ambas as línguas oficiais salvo isenção (CFIA, s.d.).

As alegações halal e kosher são voluntárias, mas reguladas. Alegações kosher só podem ser usadas se o alimento cumprir a Kashruth; alegações halal exigem, além de veracidade substantiva, a identificação do nome completo da pessoa ou entidade certificadora no rótulo, embalagem ou publicidade onde a alegação seja usada. Em ambos os casos, a documentação probatória pode ser solicitada em inspeção.

Os principais constrangimentos regulatórios no acesso ao mercado canadiano concentram-se nos setores sujeitos ao sistema de gestão de oferta (supply management), nomeadamente lácteos, aves e ovos. Nestes segmentos, as importações são fortemente controladas pelo governo canadiano através de licenças, autorizações específicas e quotas de importação, ao abrigo do Export and Import Permits Act. O acesso ao mercado é frequentemente realizado por meio de TRQ (Tariff Rate Quotas), um sistema que permite importar determinadas quantidades com tarifas reduzidas. Contudo, quando essas quotas são ultrapassadas, aplicam-se direitos aduaneiros significativamente mais elevados, tornando a importação menos competitiva.

A administração dos contingentes pautais e das licenças correspondentes compete ao Global Affairs Canada. Para produtos como queijo, manteiga, leite em pó, carne de aves e ovos, o importador deve confirmar o contingente aplicável, a disponibilidade de quota e a licença específica da remessa para beneficiar do tratamento dentro do contingente. Estes requisitos comerciais acrescem às exigências sanitárias e de segurança alimentar da CFIA (Global Affairs Canada, s.d.).

Outras categorias alimentares têm exigências específicas adicionais. Para carne, a importação depende de países e estabelecimentos elegíveis e, tipicamente, de certificado oficial de inspeção de carne (OMIC). Em alguns casos pode também ser exigida licença zoossanitária. Para peixe e marisco pré-embalados, o rótulo deve incluir o país de origem. Para frutas e legumes frescos, além da licença de importação, o importador tem geralmente de ser membro da Fruit and Vegetable Dispute Resolution Corporation. Para alguns alimentos transformados, por exemplo, frutas e legumes processados, subsistem ainda normas de identidade, regras de categoria/qualidade e exigências de rotulagem específicas.

Do ponto de vista comercial, CETA continua a ser um facilitador relevante, mas não elimina todos os entraves. O acordo protege 143 indicações geográficas da UE no Canadá e reduziu ou eliminou direitos sobre a generalidade das linhas. Porém, os setores canadianos sob gestão de oferta permanecem sujeitos a quotas e licenciamento, e certos produtos sensíveis continuam dependentes de administração de contingentes pautais e/ou de provas sanitárias e fitossanitárias específicas. Para

algumas mercadorias de origem animal oriundas da UE, a cooperação regulatória sob CETA permitiu simplificações documentais, mas não aboliu a necessidade de cumprir os requisitos de elegibilidade, certificação e estabelecimento aprovados pela CFIA.

O benefício pautal do CETA depende do cumprimento das regras de origem e da declaração de origem do exportador. Para exportadores da UE, remessas de produtos originários acima de 6.000 euros exigem, em regra, registo REX. A classificação pautal, os direitos, as medidas adicionais e os contingentes devem ser confirmados para o produto, a origem e a data da operação (European Commission, s.d.).

Finalmente, a dimensão ESG é cada vez menos opcional. O Canadá proíbe a importação de bens produzidos total ou parcialmente com trabalho forçado. Além disso, a Fighting Against Forced Labour and Child Labour in Supply Chains Act impõe deveres de reporte anual a entidades abrangidas, incluindo importadores de bens. Em paralelo, o enquadramento canadiano caminha para maior exigência em matéria de embalagens, conteúdo reciclado e responsabilidade alargada do produtor, especialmente em plásticos, ainda que parte importante dessas obrigações esteja a ser implementada em bases provinciais.

Para a maioria das PME portuguesas de alimentos, a entrada deve ser organizada através de um importador canadiano licenciado. A possibilidade de obter uma licença SFC como non-resident importer (NRI) é limitada: fora dos Estados Unidos, as situações previstas abrangem determinados produtos cárneos e moluscos vivos ou crus de países e sistemas aprovados. O registo aduaneiro como NRI não substitui a elegibilidade perante a CFIA. Na prática, importa assegurar parceiro habilitado, rotulagem bilingue, documentação técnica e rastreabilidade e, para queijos e outros produtos sob contingente, acesso comercial compatível com a quota e as licenças necessárias (CFIA, 2024).

6.4 Tendências de consumo e inovação

O consumo alimentar no Canadá combina três vetores principais: procura por conveniência e valor acrescentado; sensibilidade a preço após o choque inflacionista recente; e crescente valorização de informação, rastreabilidade e atributos de confiança. Em 2024, os consumidores canadianos gastaram 213,6 mil milhões de CAD em alimentos, bebidas, tabaco e canábis, tornando esta a terceira maior rubrica de despesa dos agregados familiares; ao mesmo tempo, a inflação alimentar desacelerou, mas após dois anos de aumentos muito intensos, o que reforçou comportamentos mais seletivos e comparativos na compra.

A perda de poder de compra não eliminou a procura por diferenciação, mas deslocou-a para propostas de valor mais claras. Em 2024, os preços dos alimentos de mercearia subiram 2,2%, bem abaixo de 2023 (7,8%) e 2022 (9,8%), mas a forte deterioração cumulativa do período anterior aumentou a atenção do consumidor a preço por unidade, funcionalidade da embalagem, tamanho de dose e qualidade percebida. Produtos premium tendem a vender melhor quando oferecem uma narrativa simples e verificável: origem, autenticidade, benefício culinário, porções convenientes ou uso múltiplo.

O Canadá é também um grande mercado de alimentos processados e preparados. A indústria doméstica fornece cerca de 80% dos alimentos e bebidas processados disponíveis no país, mas, simultaneamente, as importações de alimentos processados, bebidas e tabaco atingiram 55 mil milhões de CAD em 2024. O próprio cabaz importador, produtos alimentares diversos, vinho, padaria, bebidas espirituosas, café, molhos e condimentos, mostra que a procura canadiana vai muito além do abastecimento básico e abre espaço para produtos de conveniência, indulgência, especialidade e inspiração internacional.

A dependência estrutural de importações em várias fileiras frescas cria oportunidades adicionais. O Canadá importou mais de 4,38 mil milhões de CAD em legumes frescos em 2024 e apresenta défice



comercial significativo nesse segmento, em grande parte por razões climáticas e sazonais. Ao mesmo tempo, a horticultura doméstica responde com inovação: as vendas de frutas e legumes de estufa cresceram 8% em 2024 e as empresas de estufa investem fortemente em automação, tecnologia de controlo climático e eficiência produtiva. Esta combinação de procura estável por frescos ao longo de todo o ano e modernização da oferta local favorece exportadores que tragam complementaridade sazonal, previsibilidade e padronização.

Também na inovação de ingredientes e formulações há sinais úteis. A análise de lançamentos de produtos com amido de ervilha no mercado canadiano, conduzida pela própria AAFC, mostra atividade relevante nas categorias de snacks, padaria, laticínios, refeições e produtos proteicos processados no período 2019–2023, sugerindo continuidade na inovação associada a ingredientes vegetais, reformulação e conveniência funcional. Isto não significa que todo o mercado seja “plant-based”, mas confirma uma abertura para inovação em textura, proteína vegetal, clean-label e reformulação.

A digitalização do consumo também é relevante. Em dezembro de 2024, o comércio eletrónico do retalho canadiano atingiu 4,3 mil milhões de CAD e representou 6,1% do comércio a retalho no mês. Embora esta métrica seja transversal aos subsectores e não exclusivamente alimentar, ela reforça a necessidade de presença omnicanal (modelo integrado de venda através de múltiplos canais, físicos e digitais), conteúdos digitais bilingues e ativos de produto padronizados para integração em plataformas de retalho, marketplaces B2B e sistemas de gestão de dados de produto.

No plano institucional e reputacional, a tendência mais forte é a “qualidade verificável”. O quadro canadiano insiste em rastreabilidade, recolha de dados de cadeia, documentação de reclamações e recolhas de produtos, veracidade de alegações e prevenção de fraude. Em paralelo, as políticas de embalagem caminham para maior reciclabilidade e conteúdo reciclado, e as medidas ligadas a trabalho forçado reforçam a importância da verificação da cadeia de abastecimento. Para exportadores, isto significa que sustentabilidade e autenticidade têm de ser demonstráveis, não apenas declaradas.

As categorias portuguesas com maior potencial comercial são aquelas que combinam origem forte, perfil premium acessível e facilidade de uso: vinhos com segmentação clara, azeites cuja comunicação valorize a utilização gastronómica, conservas de peixe em formatos convenientes, doçaria e padaria diferenciada, preparações mediterrânicas prontas a servir, molhos e temperos, e produtos biológicos com prova documental simples. Em categorias sensíveis ao preço, o posicionamento deve demonstrar de forma concreta a relação entre qualidade e preço. Em categorias de saúde/sustentabilidade, a comunicação deve ser objetiva, compatível com as regras canadianas de rotulagem e suportada por certificação ou prova documental.

7 Distribuição e canais de venda

A distribuição agroalimentar no Canadá é dominada por um núcleo reduzido de grupos retalhistas com forte integração logística e capacidade de compra, mas inclui também operadores regionais e especializados. Loblaw, Sobeys/Empire, METRO e Walmart Canada são exemplos de grandes grupos presentes no mercado. Para um exportador, esta estrutura permite ampliar a cobertura comercial através de grandes redes, mas concentra a negociação num número limitado de compradores e estruturas de distribuição.

No plano operacional, o primeiro elo crítico é quase sempre o importador canadiano, porque é ele que deve assegurar que o produto importado cumpre a legislação canadiana, incluindo licença Safe Food for Canadians, plano de controlo preventivo, quando aplicável, e conformidade de rotulagem. A CFIA é explícita: a maioria dos alimentos importados exige licença válida, e o importador tem de garantir que o alimento é seguro e cumpre os requisitos do Canadá. Isto faz com que, para muitos produtores estrangeiros, o parceiro de entrada ideal não seja apenas um comercial, mas um importador-distribuidor com capacidade regulatória, logística e comercial.

O canal de importadores e distribuidores especializados é particularmente relevante para Portugal porque já existe uma malha de operadores focados em produtos portugueses, ibéricos ou europeus. Portugal Imports apresenta-se como grossista nacional desde 1972 com foco em produtos de Portugal, a Valença refere catálogos que cobrem gourmet, peixe e marisco congelado, bacalhau seco e sobremesas; a Unicer Foods especializa-se em produtos portugueses premium, peixe fresco, congelados, marisco e mercearias e a Alivin Canada posiciona-se na importação de vinhos portugueses e outros alimentos como azeite. Estes operadores não substituem uma estratégia de marca, mas podem facilitar o conhecimento do mercado e o acesso a canais de distribuição.

No retalho alimentar canadiano coexistem diferentes modelos de comercialização, desde cadeias de desconto, orientadas sobretudo para preço, até formatos convencionais e segmentos premium ou étnicos, mais direcionados para qualidade, especialização e diversidade gastronómica. Esta segmentação é particularmente evidente no grupo METRO, que opera no Canadá através de diferentes insígnias adaptadas a perfis de consumidor distintos: supermercados Metro e Metro Plus, direcionados para consumo generalista; cadeias de desconto, como Super C e Food Basics, focadas em preços competitivos; lojas Adonis, especializadas em produtos frescos e referências mediterrânicas e do Médio Oriente; e ainda Première Moisson, posicionada em segmentos premium de padaria, pastelaria e produtos gourmet.

Esta diversidade demonstra que o mercado canadiano não deve ser interpretado apenas através da grande distribuição tradicional. Pelo contrário, existem canais específicos orientados para produtos diferenciados, especialidades mediterrânicas, alimentos premium e categorias com forte componente de autenticidade e origem, onde produtos portugueses poderão encontrar melhores oportunidades de posicionamento. Em muitos casos, atributos como qualidade, tradição, proveniência ou identidade gastronómica tendem a assumir maior relevância nestes formatos especializados do que em cadeias fortemente orientadas para preço.

O comércio grossista, incluindo os formatos cash & carry, é relevante para HORECA, pequenos retalhistas e restauração independente. O Wholesale Club, do universo Loblaw, apresenta-se como plataforma de abastecimento à restauração, com adesão empresarial gratuita. Já o Costco Business Centre oferece um portefólio orientado para produtos alimentares, abastecimento para restauração, materiais descartáveis e compras em grandes quantidades. Para produtos portugueses com potencial em restauração, padarias, talhos, cafés e mercearias independentes, estes formatos podem constituir uma via de entrada a avaliar antes da negociação direta com uma grande cadeia.

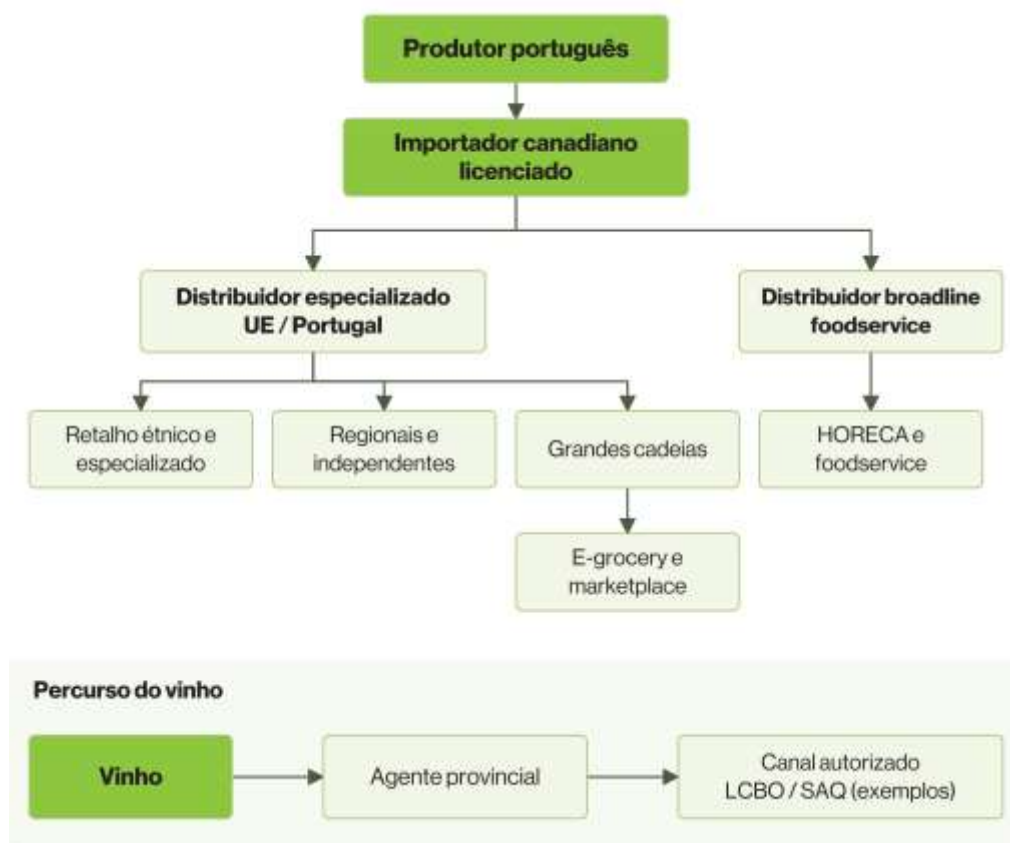


O setor da restauração e dos serviços de alimentação merece uma leitura autónoma. As vendas anuais dos serviços de alimentação e dos estabelecimentos de bebidas totalizaram 101,4 mil milhões de CAD em 2025, com crescimento em restauração de serviço limitado, de serviço completo e serviços especiais de alimentação. Ao mesmo tempo, os relatórios de mercado do governo canadiano mostram que a encomenda online já representava 28,5% do despesa dos consumidores em restauração em 2022 e que a venda para levar e a entrega ao domicílio ganharam peso estrutural, sobretudo na restauração de serviço limitado. É por isso que distribuidores de gama alargada como Sysco Canada e Gordon Food Service são atores-chave: a Sysco refere 17 centros de distribuição e abastecimento a restaurantes independentes e de cadeia, saúde, escolas, companhias aéreas e clientes do retalho; a Gordon Food Service enumera centros de distribuição canadianos em Ontario, Nova Scotia, Alberta e British Columbia.

No comércio eletrónico, o modelo é cada vez mais híbrido. O mercado canadiano tem vindo a evoluir para modelos cada vez mais integrados entre venda física, plataformas online e serviços de entrega ao domicílio. Cadeias como Walmart Canada, Sobeys, METRO e Loblaw reforçaram a presença digital através de compras online, recolha em loja e parcerias com operadores de entrega, acompanhando a procura crescente dos consumidores por conveniência e rapidez no acesso aos produtos.

Para exportadores estrangeiros, esta dinâmica representa uma vantagem relevante: a integração de produtos em cadeias de distribuição consolidadas pode permitir beneficiar simultaneamente de presença em loja física e visibilidade em canais digitais, ampliando o alcance junto do consumidor final sem necessidade de desenvolver estruturas próprias de comércio eletrónico numa fase inicial.

Figura 1 Exemplos de percursos de distribuição no Canadá



Fonte: elaboração própria a partir dos canais descritos no estudo. Esquema indicativo; as relações entre operadores e os requisitos de licenciamento variam consoante o produto e a província.

8 Concorrência e principais atores do mercado

O mercado agroalimentar canadiano caracteriza-se por um elevado grau de concentração na distribuição alimentar, sendo dominado por um número reduzido de grandes operadores que controlam uma parcela significativa do retalho, do abastecimento e do acesso ao consumidor final. Esta concentração confere aos principais distribuidores elevado poder negocial sobre fornecedores, influenciando aspetos como condições de entrada, posicionamento em loja, preços, promoções e seleção de produtos. Em consequência, para produtores estrangeiros, incluindo exportadores portugueses, a concorrência ocorre não apenas ao nível do produto, mas também no acesso aos canais de distribuição.

Entre os principais atores do mercado destacam-se grupos como Loblaw Companies Limited, Sobeys (Empire Company Limited), METRO Inc., Walmart Canada e Costco Canada, que assumem posições dominantes no retalho alimentar através de diferentes formatos comerciais, como referido anteriormente. Em conjunto, estes operadores concentram uma parte significativa das vendas alimentares no Canadá e funcionam como intermediários centrais entre produtores e consumidores. A sua relevância ultrapassa a distribuição física, uma vez que muitos reforçaram igualmente a presença em plataformas digitais e serviços de entrega.

Paralelamente, existem importadores especializados, distribuidores étnicos e operadores focados em produtos premium ou internacionais, particularmente relevantes em categorias como vinhos, azeites, conservas, produtos mediterrânicos e especialidades alimentares. Estes intermediários assumem frequentemente um papel decisivo na introdução de produtos estrangeiros no mercado canadiano, sobretudo para pequenas e médias empresas que não possuem escala suficiente para aceder diretamente às grandes cadeias de distribuição.

Alguns setores apresentam ainda atores institucionais com influência direta sobre o funcionamento do mercado. No caso das bebidas alcoólicas, organismos públicos como a LCBO e a SAQ desempenham funções de importação, distribuição e comercialização, condicionando significativamente o acesso ao consumidor. Nos laticínios, aves e ovos, sistemas regulatórios associados ao supply management influenciam igualmente o ambiente concorrencial, favorecendo a produção doméstica e limitando o acesso externo.

Ao nível da concorrência entre produtos, observa-se uma distinção clara entre categorias em que o Canadá é fortemente competitivo, como cereais, oleaginosas, carnes ou pescado, e segmentos mais dependentes de importações, incluindo vinhos, azeites, frutas, café, produtos transformados e especialidades alimentares. Nestes últimos, a concorrência envolve sobretudo fornecedores internacionais, produtores locais especializados e marcas próprias da distribuição. O crescimento destas marcas próprias (private labels), desenvolvidas pelos grandes distribuidores em segmentos económicos e premium, reforçou a pressão concorrencial em diversas categorias alimentares.

Em simultâneo, a evolução dos hábitos de consumo tem favorecido produtos associados a qualidade, conveniência, autenticidade, sustentabilidade e origem diferenciada, criando oportunidades em nichos premium e gastronómicos. Isto significa que, embora o mercado canadiano apresente níveis elevados de concorrência, existem espaços relevantes para produtos diferenciados que consigam posicionar-se para além da competição baseada exclusivamente no preço.

9 Oportunidades e constrangimentos

O Canadá oferece condições favoráveis a alimentos que combinem qualidade, autenticidade, conveniência e diferenciação de origem. O mercado alimentar é amplo, o setor da restauração recuperou fortemente nos últimos anos e o mercado de alimentos embalados e transformados mantém elevada dimensão. Relatórios oficiais identificam procura crescente por produtos saudáveis, com ingredientes simples e naturais (clean label), ricos em proteína, sustentáveis e posicionados em segmentos premium, além da valorização de produtos tradicionais, artesanais e associados a identidades gastronómicas específicas. A elevada urbanização e as redes de distribuição étnicas ou especializadas podem, frequentemente, favorecer a entrada gradual de marcas estrangeiras antes do acesso às grandes cadeias.

A exigência regulamentar e o licenciamento dos alimentos importados constituem entraves relevantes. A comercialização implica, em muitos casos, autorizações específicas, regras rigorosas de segurança alimentar, controlos preventivos, rastreabilidade ao longo da cadeia comercial e rotulagem detalhada, geralmente em inglês e francês. Estes requisitos acarretam custos adicionais, maior carga administrativa e necessidade de adaptação das empresas exportadoras. Embora existam mecanismos facilitadores para alguns produtos europeus, como o reconhecimento de certificações biológicas e a proteção de Denominações de Origem Protegida (DOP) e Indicações Geográficas Protegidas (IGP), o enquadramento canadiano continua a representar uma barreira, sobretudo para PME com menor experiência em processos de internacionalização.

O elevado poder negocial dos distribuidores pode traduzir-se em prazos de pagamento longos e encargos de acesso às cadeias: taxas de entrada ou listagem, contribuições promocionais, penalizações por atrasos na entrega, custos logísticos adicionais e taxas relativas a produtos não vendidos. Para as PME exportadoras, o risco depende, assim, tanto do volume de vendas como da capacidade financeira de suportar a estrutura de custos exigida pelo mercado canadiano.

As oportunidades portuguesas mais consistentes concentram-se em categorias com reconhecimento internacional, diferenciação gastronómica ou forte identidade territorial: vinho, azeite, conservas de peixe, pastelaria, padaria e mercearia premium. A proteção DOP/IGP, o reconhecimento de certificações biológicas europeias e a presença de produtos portugueses ou de inspiração portuguesa podem favorecer a entrada relativamente a mercados onde a gastronomia portuguesa tem menor visibilidade.

A presença de importadores especializados em produtos europeus ou portugueses e de comunidades lusodescendentes relevantes em determinadas regiões do Canadá pode facilitar as primeiras fases de internacionalização.

Persistem, contudo, constrangimentos específicos: no vinho, os sistemas provinciais de distribuição exigem frequentemente intermediários locais ou processos formais de listagem; nos queijos, aplicam-se licenças e contingentes de importação. Alguns produtos de origem animal e carnes processadas enfrentam exigências sanitárias acrescidas. Nas categorias que requerem temperatura controlada, elevada frescura ou logística rápida, a distância entre Portugal e o Canadá tende a aumentar os custos e a complexidade operacional.

Em diversos segmentos, a concorrência inclui fornecedores mediterrânicos consolidados, como Espanha, Itália, França e Grécia, e produtores canadianos com referências inspiradas na gastronomia europeia. Perante estes concorrentes, a competitividade dos produtos portugueses tende a depender menos do preço e mais da capacidade de demonstrar origem, autenticidade, qualidade e diferenciação.

10 Estratégia de entrada e recomendações

A estratégia recomendada, em termos gerais, é faseada, metropolitana e por categoria. Para a maioria dos alimentos estáveis à temperatura ambiente, a melhor rota é iniciar na Grande Toronto e em Montreal, com um importador-distribuidor que consiga simultaneamente cumprir requisitos regulatórios, abastecer independentes e lojas especializadas e testar elasticidade de preço. O objetivo do primeiro ciclo não deve ser “estar em todo o lado”, mas obter dados verificáveis de vendas efetivas ao consumidor, frequência de recompra, aceitação do preço e eficácia da narrativa de origem. Só depois desta validação deve a marca avançar para cadeias regionais, cash & carry e, se fizer sentido, para compradores de insígnias nacionais. A evidência setorial apoia esta prudência: novos produtos premium e especializados tendem a ganhar tração primeiro em independentes e canais especializados antes de convencerem grandes contas.

Para as empresas agroalimentares do Alentejo, a estratégia deve ser ainda mais seletiva. Em primeira linha, faz sentido priorizar quatro grupos: azeite, conservas de peixe, mercearia premium de longa vida e padaria e pastelaria com boa conservação ou preparados para confeção posterior/congelados. Em segunda linha, vinho, mas com estrutura comercial autónoma por província. Em terceira linha, queijo e charcutaria, apenas quando houver parceiro com capacidade de acesso aos canais de distribuição adequados, frio e acesso regulatório. Esta priorização decorre menos de preferência de consumo e mais da combinação entre diferenciação da oferta portuguesa e alentejana, velocidade de entrada e risco regulatório.

Em termos de modelo de distribuição, a recomendação é evitar exclusividade nacional no arranque. Para alimentos estáveis e não alcoólicos, o modelo mais prudente é um distribuidor principal para Ontário/Québec com opção de expansão condicionada a metas de vendas, complementado por especialistas focados em diáspora, retalho étnico e restauração. No Oeste canadiano, a expansão deve ocorrer apenas depois de prova de conceito no eixo Toronto–Montreal. A exceção parcial é o vinho, onde o carácter provincial do sistema justifica agentes e estruturas específicas por jurisdição.

A estratégia de promoção no Canadá deve ser adaptada às preferências do consumidor local. No mercado canadiano, a simples associação à origem portuguesa ou alentejana tende a não ser suficiente nos segmentos mais generalistas. Essa origem ganha maior valor quando acompanhada por atributos reconhecidos pelo consumidor, como qualidade superior, certificação de origem (DOP/IGP), produção sustentável, ingredientes naturais, carácter artesanal, dieta mediterrânica ou autenticidade gastronómica. A comunidade portuguesa no Canadá pode constituir uma vantagem inicial importante, funcionando como ponto de entrada, validação do produto e promoção informal, mas não deverá ser considerada o principal mercado-alvo. Cidades como Toronto, Mississauga, Montreal e Ottawa, onde existe maior presença lusodescendente e oferta especializada, podem facilitar as fases iniciais de introdução no mercado.

Ao nível comercial, a entrada no mercado canadiano exige considerar custos adicionais associados à distribuição, incluindo possíveis taxas de integração em cadeias de retalho, encargos promocionais, penalizações logísticas e prazos de pagamento prolongados, que em alguns casos podem atingir cerca de 90 dias. Por este motivo, para uma PME agroalimentar do Alentejo, uma abordagem mais prudente passa por iniciar a entrada através de um número reduzido de referências de produto, em canais especializados ou mercados regionais, com volumes moderados. Esta estratégia permite testar a aceitação do produto, reduzir risco financeiro e ajustar a operação antes de avançar para uma distribuição mais alargada no mercado canadiano.

A tabela seguinte resume a leitura comercial dos principais canais.

Tabela 14 Canais de distribuição e condições indicativas de entrada

Canal	Papel no mercado	Prazo de pagamento	Escala de entrada	Atores de referência
Importador/distribuidor especializado	Entrada regulatória e comercial para marcas estrangeiras	Indicativamente 15–30 dias no arranque; pode haver pré-pagamento parcial	Baixa a média; adequado a 3–5 SKU e volumes piloto	Portugal Imports, Valença, Unicer Foods, Alivin Canada, Omega Food Importers.
Grande retalho nacional/regional	Escala, visibilidade e repetição de compra	Pode ir até 90 dias em grandes retalhistas	Média a alta; requer consistência de abastecimento	Loblaws, Sobeys/Empire, METRO, Walmart.
Cash & carry / wholesale	Forte em HORECA, independentes e pequenos negócios	Normalmente mais curto do que grande retalho, mas negociado	Média; case packs e foodservice formats favorecidos	Wholesale Club, Costco Business Centre.
Broadline foodservice	Cobertura de restaurantes, escolas, saúde, hotelaria	Negociado; em geral mais curto do que grande retalho	Média; ideal para formatos horeca e congelados	Sysco Canada, Gordon Food Service.
E-commerce / marketplace	Amplifica produtos já listados em banners e acelera descoberta	Segue o parceiro/banner	Baixa a média	Walmart.ca, Voilà, Instacart, DoorDash, Uber Eats.
Álcool	Canal institucional e provincial, distinto do grocery	Dependente do board/agente	Alta complexidade comercial	LCBO, SAQ e agentes licenciados.

Fonte: elaboração própria com base em Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC); Canadian Food Inspection Agency (CFIA); Canada Grocery Code of Conduct; informação institucional de Loblaw, Sobeys, METRO, Walmart Canada, Sysco Canada, Gordon Food Service, LCBO e SAQ; e análise de práticas comerciais do mercado canadiano. Alguns indicadores relativos a prazos, volumes mínimos e adequação de canal correspondem a inferências estratégicas para PME exportadoras.

Tabela 15 Leitura concorrencial por categoria e implicações para Portugal

Categoria	Leitura concorrencial	Implicação para as empresas do Alentejo
Vinho	Mercado organizado por entidades provinciais; coexistem segmentos de preço acessível, premium e encomendas privadas	Entrar com agente provincial e portefólio curto, escalonado por faixa de preço
Azeite	Corredor competitivo mediterrânico, muito sensível a preço por litro	Valorizar origem portuguesa e alentejana, sabor, DOP, certificação biológica e embalagem
Conservas	Oferta de grande consumo e espaço para produtos premium no retalho especializado	Avaliar conservas premium para oferta, aperitivos e consumo de conveniência
Padaria/pastelaria	Presença de marcas próprias e adaptação dos sabores ao mercado local	Entrar com proposta diferenciada, qualidade e soluções congeladas ou preparadas para confeção posterior
Queijos	Importado europeu já ocupa faixa premium	Avaliar queijos com indicação geográfica, assegurando conformidade regulamentar e acesso às condições de importação aplicáveis
Carnes processadas	Concorrem importados/autênticos com marcas canadianas de inspiração europeia	Avançar com parceiro capaz de assegurar cadeia de frio e conformidade sanitária
Mercearia premium	Concorrência das marcas próprias premium e de outras marcas especializadas	Apresentar uma proposta clara de qualidade, origem e utilização do produto

Fonte: Elaboração própria com base em Agriculture and Agri-Food Canada, Canadian Food Inspection Agency e informação institucional de operadores de distribuição alimentar canadianos. Leitura concorrencial e implicações para as empresas do Alentejo.

Tabela 16 Instituições e interlocutores de apoio à entrada no mercado

Instituição / interlocutor	Utilidade prática
CFIA	Licença SFC, requisitos de importação, PCP, rotulagem, rastreabilidade, importação por categoria.
Global Affairs Canada	CETA, TRQ do queijo, proteção e uso de indicações geográficas.
Agriculture and Agri-Food Canada	Informação de mercado setorial sobre alimentos embalados, pastelaria, padaria e restauração.
LCBO / SAQ	Acesso ao mercado do vinho e outras bebidas alcoólicas em Ontario e Québec.
Canada Grocery Code of Conduct	Boa referência para negociação, pagamentos, deduções e governação comercial.
Do lado português	AICEP e a rede diplomática portuguesa no Canadá são interlocutores naturais para prospeção comercial, articulação institucional e apoio à promoção setorial.

Fonte: Elaboração própria com base em Canadian Food Inspection Agency, Global Affairs Canada, Agriculture and Agri-Food Canada, Canada Grocery Code of Conduct e AICEP Portugal Global. Utilidade prática das instituições à entrada no mercado canadiano.

Tabela 17 Recomendações para empresas do Alentejo

Recomendação	Prioridade	Justificação
Entrar inicialmente com produtos premium estáveis à temperatura ambiente, de origem portuguesa e alentejana, como azeite, conservas, biscoitos e mercearia	Alta	Adequação a importadores especializados e a canais de especialidade, com menor dependência de cadeia de frio.
Tratar o vinho como canal separado, com agente e estratégia provincial	Alta	Em Ontário, a importação e comercialização passam pelo LCBO; no Québec, o acesso comercial faz-se via SAQ/SAQ-B2B e agentes.
Usar Ontário e Québec como mercado-piloto	Alta	São os principais polos de distribuição, retalho e consumo urbano; aí se concentram operadores portugueses e europeus já instalados.
Adiar queijo e carnes processadas para segunda vaga	Média	O queijo da UE entra sob TRQ e licença; carnes e produtos cárneos da UE têm exigências sanitárias próprias e podem requerer licença de saúde animal.
Começar por importador ou distribuidor especializado e alargar posteriormente ao retalho nacional	Alta	O mercado é concentrado e oneroso para novos fornecedores; provar rotação antes de escalar reduz risco comercial.

Fonte: Elaboração própria com base na análise do mercado agroalimentar canadiano. Recomendações para PME agroalimentares do Alentejo.

11 Conclusão

A análise desenvolvida ao longo do presente estudo evidencia que o Canadá constitui um mercado externo com características particularmente relevantes para a internacionalização das empresas agroalimentares do Alentejo, combinando elevado poder de compra, estabilidade institucional, abertura ao comércio internacional e crescente procura por produtos alimentares diferenciados, premium e associados a atributos como qualidade, autenticidade, sustentabilidade e origem.

Apesar da sua dimensão geográfica e da elevada dispersão territorial, a procura encontra-se fortemente concentrada em grandes áreas metropolitanas, sobretudo em Toronto, Montreal e Vancouver, que concentram população, rendimento, diversidade cultural e capacidade de consumo. Esta realidade reforça a importância de estratégias de entrada seletivas e territorialmente segmentadas.

No plano económico, o Canadá mantém-se como uma das economias mais desenvolvidas do mundo, com forte integração no comércio internacional e elevada dependência de importações em múltiplas categorias alimentares, resultado das limitações climáticas, sazonalidade da produção interna e crescente diversidade dos hábitos de consumo. Em simultâneo, o país apresenta uma estrutura importadora sofisticada, valorizando produtos transformados, alimentos premium, conveniência, especialidade e oferta internacional diferenciada.

A análise do setor agroalimentar confirma um mercado simultaneamente competitivo e recetivo, caracterizado por cadeias de distribuição concentradas, forte peso do retalho moderno e crescente relevância do comércio eletrónico e dos canais especializados. Paralelamente, tendências de consumo associadas à saúde, rastreabilidade, sustentabilidade, proteína alternativa, produtos naturais e alimentação mediterrânica criam condições potencialmente favoráveis para diversas categorias da oferta portuguesa.

As relações comerciais entre Portugal e Canadá têm evoluído positivamente nos últimos anos, beneficiando do enquadramento proporcionado pelo CETA, da eliminação de grande parte das barreiras tarifárias e da existência de uma expressiva comunidade luso-canadiana. Produtos portugueses como vinho, azeite, conservas, produtos de padaria e pastelaria, mercearia premium e outros alimentos transformados revelam potencial de crescimento num mercado onde autenticidade, origem e diferenciação assumem importância crescente.

Contudo, a entrada no mercado canadiano continua associada a desafios relevantes, nomeadamente exigências regulamentares rigorosas, requisitos sanitários e fitossanitários, obrigações de rotulagem bilingue, custos logísticos elevados, dimensão territorial do país e forte concorrência internacional. Acrescem barreiras específicas em categorias reguladas, como laticínios ou determinados produtos de origem animal.

Neste contexto, a internacionalização para o Canadá deverá privilegiar uma abordagem gradual e estruturada, assente na seleção criteriosa dos produtos, adaptação às exigências locais, escolha adequada de parceiros de distribuição e posicionamento em segmentos em que a oferta portuguesa e alentejana apresenta atributos diferenciadores. Mais do que competir por preço, o potencial da oferta portuguesa e alentejana parece residir na diferenciação, qualidade percebida, identidade mediterrânica e valor acrescentado.

Em síntese, o mercado canadiano apresenta condições favoráveis ao reforço da presença das empresas agroalimentares do Alentejo, mas o sucesso dependerá da capacidade das empresas em transformar atributos distintivos da oferta regional em propostas comerciais ajustadas às dinâmicas de consumo e ao funcionamento específico do mercado.

12 Bibliografia

- Agriculture and Agri-Food Canada. (2024). Canada's processed food and beverage industry. Government of Canada. <https://agriculture.canada.ca>
- Agriculture and Agri-Food Canada. (2025). Book 1 — Sector overview: Minister's transition book 2025. <https://agriculture.canada.ca/en/department/transparency/briefing-documents/aafc-transition-books/book-1-sector-overview-ministers-transition-book-2025-aafc>
- Agriculture and Agri-Food Canada. (s.d.). Overview of Canada's agriculture and agri-food sector. <https://agriculture.canada.ca/en/sector/overview>
- AICEP Portugal Global. (2025). Canadá – Caracterização do mercado. <https://www.portugalglobal.pt>
- AICEP Portugal Global. (2025, 24 de setembro). Perfil de mercado: Canadá. <https://www.portugalglobal.pt/noticias/2025/setembro/perfil-de-mercado-canada/>
- Banco de Portugal. (2025). Estatísticas do investimento direto estrangeiro. <https://www.bportugal.pt>
- Bank of Canada. (2024). Monetary policy report. Government of Canada. <https://www.bankofcanada.ca>
- Bank of Canada. (s.d.). Annual exchange rates — médias anuais de 2024. <https://www.bankofcanada.ca/rates/exchange/annual-average-exchange-rates/>
- Canada Border Services Agency. (2025). Customs Tariff: Chapter 22, subheading 2207.20. <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2025/html/00/ch22-eng.html>
- Canada Border Services Agency. (s.d.). Register for or modify an import-export program account. <https://www.canada.ca/en/border-services-agency/services/carm/register-modify-account.html>
- Canadian Food Inspection Agency. (2024, 4 de novembro). Non-resident importers. <https://inspection.canada.ca/en/importing-food-plants-animals/food-imports/non-resident-importers>
- Canadian Food Inspection Agency. (s.d.). Bilingual food labelling. <https://inspection.canada.ca/en/food-labels/labelling/industry/bilingual-food-labelling>
- Canadian Food Inspection Agency. (s.d.). European Union–Canada Organic Equivalency Arrangement overview. <https://inspection.canada.ca/en/food-labels/organic-products/equivalence-arrangements/eucoea-overview>
- Canadian Food Inspection Agency. (s.d.). Food business activities that require a licence under the Safe Food for Canadians Regulations. <https://inspection.canada.ca/en/food-licences/food-business-activities>
- Canadian Food Inspection Agency. (s.d.). Front-of-package nutrition symbol. <https://inspection.canada.ca/en/food-labels/labelling/industry/nutrition-labelling/fop-nutrition-symbol>
- Canadian Food Inspection Agency. (s.d.). Implementation of the Food and Drug Regulations amendments: January 1, 2026 deadline for front-of-package labelling. <https://inspection.canada.ca/en/food-labels/labelling/implementation-food-and-drug-regulations>
- Canadian Food Inspection Agency. (s.d.). Importing food to Canada: A step-by-step guide. <https://inspection.canada.ca/en/importing-food-plants-animals/food-imports/step-step-guide>
- Canadian Food Inspection Agency. (s.d.). Method of production claims on food labels. <https://inspection.canada.ca/en/food-labels/labelling/industry/method-production-claims>
- Canadian Food Inspection Agency. (s.d.). Organic claims on food labels. <https://inspection.canada.ca/en/food-labels/labelling/industry/organic-claims>
- European Commission. (s.d.). EU–Canada Comprehensive Economic and Trade Agreement. Access2Markets. <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/ceta>

- Eurostat. (2025). International trade database. European Commission. <https://ec.europa.eu/eurostat>
- Fisheries and Oceans Canada. (2025). Canada's Fisheries Fast Facts 2024. <https://www.dfo-mpo.gc.ca/stats/publications/fast-facts-info-eclair/2024/index-eng.html>
- Gabinete de Estratégia e Estudos (GEE). (2025). Comércio internacional: Relações económicas entre Portugal e Canadá. Ministério da Economia. <https://www.gee.gov.pt>
- Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral (GPP). (2026, 28 de abril). Canadá — Trocas comerciais com Portugal 2021–2025: setores agrícola e agroalimentar, do mar e das florestas. Dados do INE. <https://www.gpp.pt/images/gam/2/de/Canada.pdf>
- Global Affairs Canada. (2024). Canada's free trade agreements. Government of Canada. <https://www.international.gc.ca>
- Global Affairs Canada. (2025, junho). Canada's State of Trade 2025: Small and medium enterprises taking on the export challenge. <https://international.canada.ca/en/global-affairs/corporate/reports/chief-economist/state-trade/2025>
- Global Affairs Canada. (s.d.). General information on the administration of TRQs for supply-managed products. https://www.international.gc.ca/trade-commerce/controls-controles/notices-avis/trq_info_ct.aspx?lang=eng
- Government of Canada. (2024). Canada–United States–Mexico Agreement (CUSMA). <https://www.international.gc.ca/trade-commerce/trade-agreements-accords-commerciaux/agr-acc/cusma-aceum/index.aspx>
- Innovation, Science and Economic Development Canada. (2024). Industrial sector analysis: Food manufacturing industry. Government of Canada. <https://ised-isde.canada.ca>
- Instituto Nacional de Estatística. (2025). Base de dados – Comércio internacional. <https://www.ine.pt>
- Instituto Nacional de Estatística. (2025). Estatísticas do comércio internacional de bens. <https://www.ine.pt>
- International Monetary Fund. (2025). World economic outlook database. <https://www.imf.org>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2025). OECD economic surveys: Canada. <https://www.oecd.org>
- Statistics Canada. (2022, 15 de junho). Canada's 2021 Census of Agriculture: A closer look at farming across the regions. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/220615/dq220615a-eng.htm>
- Statistics Canada. (2024, 25 de setembro). Canada's population estimates: Age and gender, July 1, 2024. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/240925/dq240925a-eng.htm>
- Statistics Canada. (2025). Canadian international merchandise trade. Government of Canada. <https://www.statcan.gc.ca>
- Statistics Canada. (2025, 1 de maio). Gross domestic product by industry, millions of chained (2017) dollars: annual changes, 2020–2024. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/250501/t001a-eng.htm>
- Statistics Canada. (2025, 10 de janeiro). Labour Force Survey, December 2024. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/250110/dq250110a-eng.htm>
- Statistics Canada. (2025, 21 de janeiro). Consumer Price Index: Annual review, 2024. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/250121/dq250121b-eng.htm>
- Statistics Canada. (2026, 19 de fevereiro). Canadian international merchandise trade, December 2025. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/260219/dq260219a-eng.htm>
- Trading Economics. (2025). Canada indicators. <https://tradingeconomics.com/canada>
- United Nations Comtrade Database. (2025). International trade statistics database. <https://comtradeplus.un.org>
- World Bank. (2025). World development indicators. <https://data.worldbank.org>
- World Trade Organization. (2025). Canada trade profile. <https://www.wto.org>