

**ESTUDIO DE MERCADO
PRODUCTOS PROCESADOS
CANADA, 2022**



ÍNDICE

I.	Resumen ejecutivo	3
II.	Alcance del estudio especializado	4
III.	Análisis de la oferta en el país de destino	5
	3.1 Producción del país de destino	5
	3.2 Exportaciones totales del país de destino	6
	3.3 Importaciones totales del país de destino	7
	3.4 Importaciones del país desde Perú	8
	3.5 Análisis de la competencia	9
IV.	Análisis del sector / Línea en el mercado	10
	4.1 Variedades y formas de presentación	20
	4.2 Canales de distribución	30
	4.2.1 Rutas de acceso	31
	4.2.2 Costos logísticos aproximados	32
	4.2.3 Principales agencias de transporte	33
	4.3 Canales de comercialización	33
	4.4 Precios	34
V.	Análisis de la demanda.	35
	5.1 Perfil del consumidor	35
	5.2 Análisis de tendencias	36
	5.3 Percepción del producto peruano	38
VI.	Requisitos de acceso al mercado.	39
	6.1 Medidas arancelarias	39
	6.2 Regulaciones	39
	6.3 Otras regulaciones	42
	6.4 Certificaciones	44
VII.	Actividades de promoción	45
	7.1 Ferias	45
	7.2 Exhibiciones	46
	7.3 Publicaciones especializadas	46
VIII.	Contacto de interés	48
	8.1 Institucionales	48
	8.2 Comerciales	49
IX.	Perfil de compradores	50
X.	Conclusiones y recomendaciones	51

I. RESUMEN EJECUTIVO

La oferta de alimentos procesados en Canadá es diversa, sofisticada y se encuentra en constante evolución; hecho que es impulsado por los cambios en las necesidades, gustos y preferencias del consumidor. El mercado minorista de alimentos de Canadá es un sector importante para la exportación de productos orientados al consumidor.

En 2021, las ventas minoristas de alimentos y bebidas alcohólicas de Canadá alcanzaron los 112 billones de USD¹. El mercado minorista de Canadá es maduro y en gran medida consolidado. Son cinco grupos económicos² que lideran el sector minorista de alimentos y representan más del 75% del mercado minorista de alimentos. El resto del mercado está representado por cadenas minoristas regionales más pequeñas que incluyen 6800 tiendas independientes y 27 000 tiendas de conveniencia pequeñas e independientes.

En cuanto a las frutas y verduras procesadas, Perú tiene una participación del 1.4% en el total importado por Canadá (2021). No obstante, muestra una participación importante en algunas líneas de producto estudiadas tales como hortalizas (espárragos), frutas congeladas y deshidratadas (mango, arándanos, banano y fresa), Harinas de cereales y nueces (nueces del Brasil). El desarrollo y consolidación de estos productos peruanos en Canada puede servir para introducir un mayor número de productos a través de la red de distribución y comercialización que actualmente cuentan las empresas peruanas.

Las entrevistas sirvieron para comprobar que los compradores canadienses reconocen que Perú es un importante proveedor de alimentos. Sin embargo, aún no conocen todos los productos de la oferta exportable peruana materia de este estudio. Tal es el caso de los olivos y aceite de olivo, yacon y camu camu entre otros. En ese sentido, es necesario que se realicen esfuerzos de promoción (públicos y privados) para dar a conocer la existencia de esa oferta, así como de las ventajas de dichos productos.

El estudio comprobó la disposición existente por parte de las empresas entrevistadas a explorar la oferta exportable peruana, entrar en contacto con potenciales proveedores y analizar sus productos, especialmente frutos (secos, deshidratados y congelados) orgánicos y convencionales, harinas de cereales orgánicas y sin gluten, super alimentos en general, aceite de olivo y olivos. No obstante, recalcaron la necesidad de contar con estándares de calidad, certificaciones que garanticen inocuidad, y que sean competitivos a nivel de precios.

Es prioritario que las empresas peruanas sigan explorando Canadá, y que esos esfuerzos sean permanentes para demostrar interés en el mercado y así “entrar en el radar” de los compradores. Para ello se recomienda incrementar los esfuerzos de promoción de alimentos procesados peruanos (públicos y privados), especialmente aquellos en los cuales Perú viene creciendo a fin de consolidarlos. Para ese fin, la participación en ferias es clave ya que solamente ayudara a promover negocios sino también para ver “con ojos propios” el nivel de desarrollo del mercado (sofisticación de productos, tendencias y competencia)

¹ [Canadian Agricultural sector overview: USA International Trade Administration](#)

² Loblaws, Sobbeys, Metro, Costco y Walmart.

II. ALCANCE DEL ESTUDIO ESPECIALIZADO:

El presente documento es un estudio de mercado y de prospección de oportunidades de exportación para una lista seleccionada de alimentos procesados peruanos identificados por PROMPERU.

De acuerdo con los términos de referencia establecidos para este estudio, se realizaron visitas a más de 10 establecimientos comerciales (Hipermercados, supermercados, tiendas especializadas y tiendas online) ubicados en la ciudad de Toronto a fin de identificar la oferta existente en el mercado y las tendencias (Ver anexo 6). Del mismo modo se revisaron y analizaron estudios previos realizados sobre el mercado de alimentos procesados en Canada, así como un análisis estadístico utilizando la data oficial del gobierno canadiense (Statistics Canada).

Se desarrollo una base de datos de 20 potenciales compradores canadienses y se realizaron entrevistas para determinar el grado de conocimiento que tienen sobre los productos peruanos materia del estudio, conocer la experiencia que hayan tenido importando del Perú, su percepción sobre la oferta y empresas peruanas, así como los retos que existen para emprender o culminar una negociación con contrapartes peruanas.

Las actividades determinadas para este estudio se llevaron a cabo entre los meses de noviembre y diciembre de 2022. Cabe destacar que dicho periodo no fue propicio para el levantamiento de información a través de entrevistas a compradores debido a su poca disponibilidad de tiempo originada por las ocupaciones de cierre de año, fiestas navideñas, revisión de contratos 2023 entre otros. Del mismo modo no se pudo recoger información considerada muy sensible para los compradores tales como cifras de ventas, datos de clientes y proveedores y fichas técnicas de sus productos entre otros.

III. ANÁLISIS DE LA OFERTA EN EL PAÍS DE DESTINO

3.1 Producción del país de destino

La industria de procesamiento de alimentos y bebidas es la segunda más grande en Canadá en términos de valor de producción, con ventas que superaron los CAD 117.8 billones en 2019. Esta industria responde por el 17% de ventas de bienes manufacturados y contribuye con el 2% del Producto Interno Bruto (PIB). También es el más grande empleador ya que brinda trabajo a más de 280,000 canadienses.³

Tabla 1: Principales indicadores de la manufactura canadiense de alimentos y bebidas (Millones de CAD \$, cifra de empleo en miles)

Indicadores	2016	2017	2018	2019	2020	Var. % 2019-20	Crec. anual 2016-20
Producción doméstica bruta	30,519.00	31,916.00	32,668.00	33,007.00	32,760.00	-0.70%	1.40%
Envíos	107,951.00	111,936.00	115,380.00	118,747.00	122,870.00	3.50%	2.60%
Importaciones	32,611.00	33,062.00	33,755.00	35,054.00	36,695.00	4.70%	2.40%
Exportaciones	33,475.00	35,072.00	36,461.00	38,886.00	40,745.00	4.80%	4.00%
Re-Exportaciones	585.00	625.00	674.00	704.00	784.00	11.30%	6.00%
Mercado doméstico ⁴	107,087.00	109,926.00	112,674.00	114,914.00	118,819.00	3.40%	2.10%
Participación. mercado domestico	69.50%	69.90%	70.00%	69.50%	69.10%	-0.50%	-0.10%
Balance comercial	864.00	2,010.00	2,706.00	3,832.00	4,051.00	5.70%	36.20%
Penetración de Importaciones	30.50%	30.10%	30.00%	30.50%	30.90%	1.20%	0.30%
Orientación a Exportaciones	31.00%	31.30%	31.60%	32.70%	33.20%	1.30%	1.40%
Empleo	256.50	266.00	278.80	289.80	280.90	-3.10%	1.80%
Productividad de mano de obra	119.00	120.00	117.20	113.90	116.60	2.40%	-0.40%
Establecimientos	6,832.00	7,083.00	7,524.00	7,844.00	7,923.00	1.00%	3.00%

Fuente: Government of Canada – Industry profiles: Food and Beverage Processing

De acuerdo con información estadística canadiense existen más de 7900 empresas dedicadas a la manufactura de alimentos y bebidas. Por otro lado, el 2021 se identificaron 581 empresas dedicadas al procesamiento de frutas y vegetales (congelados, entradas y guarniciones

³ Agriculture and Agri-Food Canada: <https://agriculture.canada.ca/en/canadas-agriculture-sectors/food-processing-industry/overview-food-and-beverage-processing-industry>

⁴ Mercado doméstico aparente: envíos + importaciones - exportaciones

congeladas, ingredientes, frutas y verduras conservadas mediante encurtidos, enlatados, deshidratados y otros procesos similares).⁵

Un reciente estudio del Departamento de Comercio de los Estados Unidos de Norteamérica indica que el valor de la producción local de frutas y verduras procesadas ascendió el 2021 a USD 6,926 millones de dólares (6% mayor que el 2020). Asimismo, estima que el tamaño del mercado⁶ canadiense de frutas y vegetales procesados el 2021 ascendió a USD 6,937, 4% mayor que el 2020. Este crecimiento fue impulsado principalmente por las exportaciones que registraron un incremento del 14% el 2021 respecto al año anterior (Ver Tabla 2).

Tabla 2: Tamaño del mercado canadiense: frutas y verduras procesadas (CAD miles)

US\$ millones	2018	2019	2020	2021
Producción local	6,218	6,087	6,522	6,926
Importaciones	2,799	2,894	2,870	3,113
Exportaciones	2,494	2,552	2,715	3,102
Tamaño de mercado	6,523	6,429	6,677	6,937

Fuente: Departamento de Comercio de los EEUU. Canadá – Guía de Comercio 2022⁷

3.2 Exportaciones totales del país de destino

De acuerdo con el departamento de Industria de Canadá, el sector de alimentos y bebidas procesadas es el mayor comprador de materia prima del agro canadiense, (más del 70% de la producción agrícola de Canadá). El sector de procesamiento de alimentos de Canadá está orientado a la exportación, con un superávit comercial positivo y creciente, es el undécimo exportador más grande del mundo de productos alimenticios con valor agregado. Adicionalmente, el sector se beneficia de los acuerdos comerciales que Canadá ha suscrito, incluidos la ratificación de nuevos tratados de libre comercio⁸ como el Acuerdo Canadá-Estados Unidos-México (CUSMA) y el acuerdo Reino Unido-Canadá, que ofrecen mayores posibilidades de exportación y acceso a mercados.⁹ Como se muestra en la Tabla 2, las exportaciones canadienses de frutas y verduras procesadas crecieron 14% el 2021 con respecto al año anterior, y 28% respecto al 2018.

Las exportaciones canadienses de frutas y verduras procesadas alcanzo la cifra de CAD 3.6 billones el 2021 (+9% respecto del 2020). Los mercados de destino más importantes fueron Estados Unidos, Japón, Países Bajos, China y Alemania que en su conjunto representan el 91% de las exportaciones totales.

⁵ Canadian Industry Statistics: <https://www.ic.gc.ca/app/scr/app/cis/summary-sommaire/3114>

⁶ Tamaño de mercado calculado como la sumatoria de la producción local, importaciones y exportaciones.

⁷ Departamento de Comercio de los EEUU: Canadá – Guía de Comercio <https://www.trade.gov/knowledge-product/canada-agricultural-sector>

⁸ Ver Anexo 1: Acuerdos de Libre Comercio de Canada

⁹ Perfil de la industria canadiense de alimentos y bebidas procesados: https://www.ic.gc.ca/eic/site/026.nsf/eng/h_00117.html

Estados Unidos se mantiene con el principal mercado de destino para las exportaciones canadienses de frutas y verduras procesadas, con una participación del 83% de las exportaciones totales.

Tabla 3: Exportaciones Canadienses de frutas y verduras procesadas¹⁰
(En miles de CAD \$)

Mercado de destino	2020	2021	Participacion	Var % (20/21)
Estados Unidos	3,291,189.00	3,599,294.75	82.69%	9.4%
Japon	73,608.00	125,201.84	2.88%	70.1%
Paises Bajos	97,725.00	105,897.90	2.43%	8.4%
China	84,534.00	61,671.45	1.42%	-27.0%
Alemania	61,381.00	51,283.97	1.18%	-16.4%
Corea del Sur	55,093.00	48,728.43	1.12%	-11.6%
Mexico	33,431.00	37,393.86	0.86%	11.9%
Taiwan	31,042.00	29,161.80	0.67%	-6.1%
Australia	22,827.00	29,127.54	0.67%	27.6%
Polonia	20,585.47	20,173.19	0.46%	-2.0%
Sub-total	3,771,415.47	4,107,934.75	94.37%	8.9%
Otros paises	235,722.78	244,858.39	5.63%	3.9%
Total	4,007,138.25	4,352,793.14		8.6%
Fuente: Canada Trade Data Online				

3.3 Importaciones totales del país de destino

El sector canadiense de procesamiento de alimentos y bebidas es maduro y estable. Ofrece una demanda constante de ingredientes crudos, semi cocidos y procesados. Los ingredientes importados son insumos vitales para los fabricantes canadienses de alimentos y bebidas, por lo cual las importaciones juegan un rol crucial en la cadena de suministros.

Las importaciones de servicios de alimentos de productos orientados al consumidor, si bien tradicionalmente son un canal de distribución importante y en crecimiento, se vieron afectadas por las medidas de respuesta a la pandemia COVID-19 que redujeron drásticamente la actividad de los restaurantes en todo el país. En 2021, las ventas comerciales cayeron a 48 600 millones de USD, pero a medida que se levantan las restricciones, los expertos de la industria predicen que las ventas de la industria volverán a los niveles anteriores a la COVID, aproximadamente a 60 000 millones de USD.

Las frutas y verduras procesadas se venden en una amplia gama de formatos de productos, como verduras mixtas congeladas, listas para calentar y salteadas entre otros. Los fabricantes canadienses de alimentos incorporan frutas y verduras congeladas en comidas listas para servir, incluidas las pizzas y otros platos principales. La demanda de los consumidores de productos de conveniencia y saludables está creciendo, y este factor continuará impulsando el desarrollo de una amplia gama de productos de frutas y verduras congelados. Los fabricantes canadienses dependen en gran medida de las importaciones de frutas y verduras frescas utilizadas en el procesamiento.

¹⁰ Incluyen Specialty foods

Desde el 2017, Canadá importa anualmente un promedio de CAD 4.7 billones en frutas y verduras procesadas (incluyendo “specialty foods”). El 2021 se importó CAD desde 2017. El 2021 se registró un decrecimiento de las importaciones en un 4% ya que los consumidores se están volviendo cada vez más móviles después de la pandemia (la afluencia a los restaurantes y centros comerciales ha crecido después de que se levantaron las restricciones). Asimismo, para las empresas de servicios de alimentos y consumidores en general, ya no existe la necesidad de acumular un inventario de productos no perecederos, enlatados o conservados.

Los cinco principales países de origen de estas importaciones son Estados Unidos, China, México, Brasil e Italia que en su conjunto responden por el 70% del total de las importaciones. Estados Unidos es el principal país de origen con una participación del 53%.

**Tabla 4: Importaciones canadienses de frutas y verduras procesadas
(Miles de \$ CAD)**

Mercados de origen	2017	2018	2019	2020	2021	Part.	Var % 20/21
Estados Unidos	2,791,484.66	2,701,871.25	2,832,242.02	2,819,740.82	2,532,204.77	53.1%	-10%
China	333,088.83	330,629.20	314,926.33	340,148.95	320,242.49	6.7%	-6%
México	148,302.92	175,108.30	182,074.30	192,517.34	199,941.44	4.2%	4%
Brasil	163,686.23	177,206.33	168,158.53	159,349.30	159,137.34	3.3%	0%
Italia	61,936.91	70,353.52	84,711.59	111,958.68	125,790.67	2.6%	12%
Tailandia	116,741.16	110,645.95	115,855.65	116,984.50	116,538.14	2.4%	0%
Turquía	79,961.96	89,707.91	90,817.68	91,603.10	107,452.98	2.3%	17%
Chile	89,289.98	89,322.04	105,437.12	104,258.78	96,902.51	2.0%	-7%
España	70,865.18	70,601.79	86,317.33	85,570.28	87,083.74	1.8%	2%
Grecia	58,757.53	67,365.77	70,270.35	79,868.76	74,738.57	1.6%	-6%
Perú	39,267.55	42,587.60	49,569.13	63,379.77	64,561.92	1.4%	2%
Sub-total	3,953,382.90	3,925,399.66	4,100,380.02	4,165,380.28	3,884,594.57		
Otros países	567,505.14	656,450.25	727,572.98	804,485.89	888,571.05	18.6%	10%
Tota;	4,520,888.03	4,581,849.91	4,827,953.00	4,969,866.16	4,773,165.61	100.0%	-4%

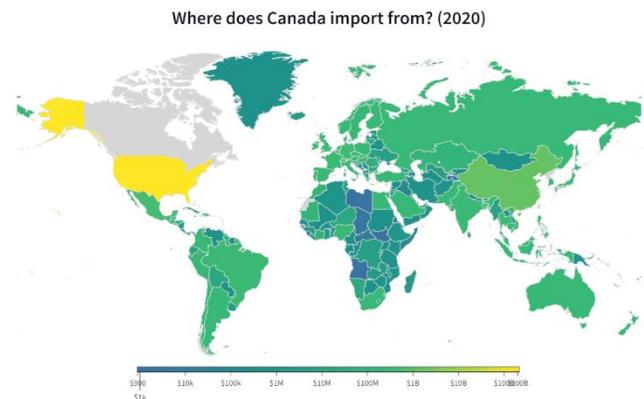
Fuente: Trade Data Online

3.4 Importaciones del país desde Perú

La participación de Perú como país proveedor en el total de importaciones canadienses de frutas y verduras procesadas no es significativa (Ver detalles en el anexo 3). Como se muestra en la tabla anterior, Perú contribuye solamente con el 1.4% del total importado por Canadá de todo el mundo. Sin embargo, las exportaciones peruanas muestran un crecimiento del 64.4% entre el 2017 y 2021. Por otra parte, el análisis a nivel de categoría de producto (correspondiente a la lista priorizada en este estudio) muestra que en alguno de ellos Perú destaca como país proveedor (espárragos preparados, hortalizas en conservas, nueces el Brasil, frutas y nueces comestibles congelados entre otros). En la siguiente sección se realiza un análisis comparativo entre la oferta existente en Canadá que proviene de los principales países proveedores, y la del Perú.

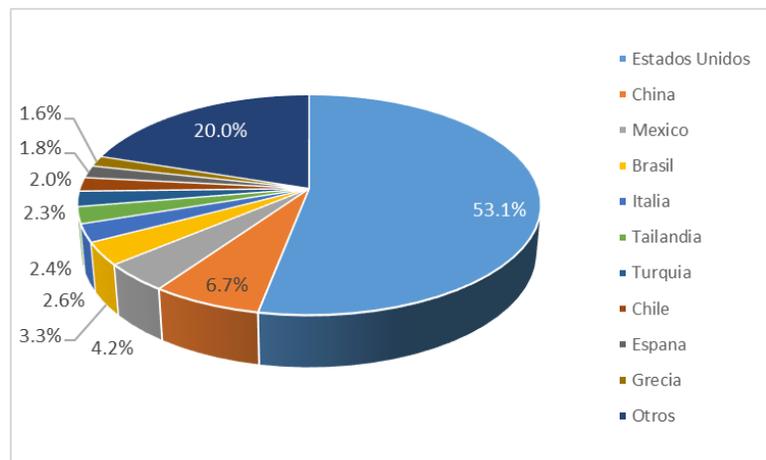
3.5 Análisis de la competencia

Al igual que en otros sectores, en el mercado canadiense de alimentos procesados compiten la producción local con las importaciones que provienen de todo el mundo, como se puede ver en el del Observatorio de Complejidad Económica (OEC por sus siglas en Ingles).



A pesar de ser un mercado pequeño (en tamaño de la población) respecto los Estados Unidos de América, Canadá es uno de los países objetivo de muchas empresas exportadoras a nivel mundial. La demanda constante por alimentos en general, su multiculturalidad y apertura para probar nuevos productos, así como el poder adquisitivo de su población lo hacen atractivos para aquellas empresas que desean exportar.

Existe una oferta local solida de frutas y verduras procesadas. Sin embargo, no es suficiente para satisfacer toda la demanda de su población y se requiere complementarla con productos extranjeros. Las importaciones provienen principalmente de Estados Unidos, China y México¹¹. La existencia de un TLC y la cercanía geográfica brindan ventajas competitivas a EEUU y México. China, a pesar de no contar con preferencias arancelarias, tiene la ventaja de que su industria de alimentos es capaz de brindar grandes volúmenes y precios bajos.



Permanecer en el mercado canadiense implica mantener una consistencia en la calidad del producto y servicio, realizar permanente esfuerzo de innovación a fin de adaptar sus productos a las necesidades y preferencias del consumidor, así como ofrecer precios competitivos.

¹¹ Data trade Online: <https://ised-isde.canada.ca/site/trade-data-online/en>

IV. ANÁLISIS DEL SECTOR / LÍNEA EN EL MERCADO

La industria de los alimentos procesados en Canadá es un sector clave para la economía de este país. No solo aporta el 17% de las ventas de manufacturas y contribuye con el 2% del PIB, sino que también es un gran generador de mano de obra. Además de ser un gran productor de alimentos procesados, Canadá también es un gran exportador gracias a su diversa oferta caracterizada por altos estándares de calidad e innovación. Anualmente Canadá exporta al mundo más de CAD 4.3 billones de frutas y verduras procesadas. No obstante, las importaciones también juegan un rol importante ya que Canadá necesita insumos para su industria procesadora, y bienes finales que la industria local no ofrece. Anualmente Canadá importa del mundo más de CAD 4.7 billones de frutas y verduras procesadas.

Análisis de las líneas en el mercado

- **Capsicum preparados y conservados**

Los principales países proveedores son Estados Unidos, India, México, China y España. México es el principal proveedor de capsicum frescos o refrigerados, con una participación del 74% en el total importado por Canadá. China es el principal proveedor de capsicum secos sin triturar ni moler, con una participación del 42%. India es el principal proveedor de capsicum triturados o molidos con una participación del 30%. Cabe destacar que los 5 primeros países proveedores en cada línea de producto analizada concentran entre el 85% y 98% del total de las importaciones canadienses. Perú tiene una participación poco significativa (0.0004%, 0.57% y 0.37% respectivamente). A menos que se cuente con un producto de calidad, claramente diferenciado y de precio competitivo, las oportunidades para nuevos proveedores en esta línea de productos son bajas. Los proveedores actuales están fuertemente posicionados gracias a la su calidad, economías de escala y bajos precios.

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA	RANKING 2021	VALOR CAD \$	PARTICIPACION
Pimientos del género capsicum o del género pimenta, frescos o refrigerados	HS: 070960	México	293,529,701.00	74%
		Estados Unidos	69,187,568.00	17%
		España	10,842,205.00	3%
		Honduras	10,057,624.00	3%
		Republica Dominicana	6,656,547.00	2%
frutos del género capsicum o del género pimenta: secos, sin triturar ni moler	HS: 090421	China	3,365,740.00	42%
		México	1,484,886.00	19%
		India	1,055,930.00	13%
		Estados Unidos	797,870.00	10%
		España	248,369.00	3%
frutos del género capsicum o del género pimenta: triturados o molidos	HS: 090422	India	13,186,846.00	30%
		España	11,735,712.00	27%
		China	6,306,093.00	14%
		Estados Unidos	4,170,943.00	9%
		México	1,937,322.00	4%

Fuente: Trade Data Online

Perú: Es importante destacar que desde el 2012, las exportaciones peruanas de estos productos han decrecido o perdido el impulso que tenían. En el caso de los capsicum triturados o molidos se pasó de CAD 1 millón en el 2012 a CAD 161 mil en el 2021 (-85%), en el caso de los capsicum frescos o refrigerados se pasó de CAD 68 mil en el 2012 a CAD 1530 el 2021 (-98%). No obstante en el caso de los capsicum secos sin triturar o moler se registra un incremento del 225% entre el 2012 y 2021, pero un decrecimiento del 70% entre el 2018 y 2021.

- **Hortalizas en conserva o preparadas**

Aceitunas preparadas/conservadas: Los principales países proveedores son España, Grecia e Italia. Solamente España concentra el 81% de importaciones canadienses de aceitunas en conserva provisional, pero no aptas para el consumo. Empresas canadienses las importan para procesarlas, envasarlas y distribuir las local e internacionalmente. Las aceitunas preparadas/conservadas listas para consumo tienen a España (42%), Grecia (30%) e Italia (13%) como principales los proveedores de Canadá.

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA	RANKING 2021	VALOR CAD \$	PARTICIPACION
Aceitunas (en conserva provisional, pero no aptas para el consumo inmediato)	HS: 071120	España	1,824,691.00	81%
		Marruecos	308,417.00	14%
		Etiopia	72,482.00	3%
		Italia	31,228.00	1%
		China	9,684.00	0%
Aceitunas - preparadas/conservadas sin vinagre/ácido acético, no congeladas	Hs 200570	España	34,275,740.00	42%
		Grecia	24,494,961.00	30%
		Italia	10,781,216.00	13%
		Estados Unidos	2,947,504.00	4%
		Marruecos	2,700,574.00	3%

Fuente: Trade Data Online

Perú: No cuenta con una participación significativa en las importaciones canadienses de estos productos como se puede ver en el anexo 3. A través de las entrevistas realizadas se pudo comprobar que la oferta peruana de aceitunas no es conocida en Canadá, y que hace falta un esfuerzo de promoción en este mercado que es dominado por países del Mediterráneo. Estos cuentan con economías de escala, productos y marcas posicionadas en el mercado, así como empresas locales con una larga trayectoria comercializándolos en Canadá.

Espárragos y palmitos preparados/conservados: Perú es largamente el principal proveedor de espárragos procesados en Canadá con una participación en las importaciones canadienses del 98%. Ecuador, por su parte es el principal proveedor de palmitos procesados en Canadá con una participación del 88%. Perú tiene una participación del 1% por debajo de Bolivia (6%) y Estados Unidos (1.4%)

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA	RANKING 2021	VALOR CAD \$	PARTICIPACION
Espárragos - preparados/conservados sin vinagre/ácido acético, no congelados	Hs 200560	Perú	1,230,142.00	97.9%
		España	9,629.00	0.8%
		Países Bajos	6,853.00	0.5%
		Estados Unidos	4,839.00	0.4%
		Italia	2,269.00	0.2%
Palmitos - preparados, incluso azucarados, edulcorados o en alcohol	Hs 200891	Ecuador	3,630,131.00	88.4%
		Bolivia	272,790.00	6.6%
		Estados Unidos	59,426.00	1.4%
		Perú	46,517.00	1.1%
		Filipinas	27,755.00	0.7%

Fuente: Trade Data Online

Perú: Entre el 2017 y 2021, las importaciones canadienses de espárragos procesados y palmitos procesados procedentes de Perú; se redujeron en 5% y 51% respectivamente. Por otra parte, el análisis estadístico muestra una disminución del 48% en las importaciones canadienses de espárragos procesados procedentes de Perú entre el 2012 y 2021. Este cambio se debe principalmente al incremento de la demanda por espárrago orgánico, la búsqueda de otros proveedores (EEUU y México principalmente), así como también a la mayor preferencia por espárrago fresco. Por otro lado, se observa un incremento porcentualmente significativo en el caso de los palmitos procesados (+1296%). Durante las visitas a tiendas minoristas en Toronto se encontró que la oferta de espárrago procesado es diversa en calibres y variedades. El calibre más común es el delgado entre 12 y 16mm de diámetro.

Hortalizas, mezcla de hortalizas procesadas y camote (fresco y procesado): Estados Unidos es el principal país proveedor de estos dos productos con una participación en las importaciones canadienses del 48% y 89% respectivamente en 2021. La oferta de hortalizas procesadas de origen mediterráneo y asiático es significativa y está presente en la gran mayoría de supermercados en todo el país. En ese sentido, destaca la participación de Italia, Italia y China; cada uno con 5% de participación en el total de importaciones canadienses en 2021.

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA	RANKING 2021	VALOR CAD \$	PARTICIPACION
Hortalizas, mix de hortalizas, preparadas o conservadas en vinagre, ácido acético o azúcar, sin congelar	Hs 200599	Estados Unidos	68,152,425.00	48%
		Italia	7,763,536.00	5%
		España	7,714,235.00	5%
		China	6,704,164.00	5%
		Perú	6,186,851.00	4%
Camote: frescos, refrigerados, congelados o secos	Hs 071420	Estados Unidos	69,006,860.00	89%
		Jamaica	2,697,049.00	3%
		China	1,742,329.00	2%
		Honduras	1,617,664.00	2%
		Costa Rica	586,211.00	1%

Fuente: Trade Data Online

Perú: Ocupa el quinto lugar en el ranking de países proveedores de hortalizas y mezcla de hortalizas procesadas en Canadá, con una participación del 4% en 2021. Sin embargo, estas importaciones registran una reducción del 15% entre 2017 y 2021. Similar situación se registra con el camote, pero con una reducción mayor en las importaciones procedentes de Perú: 78%.

Esta reducción se debe principalmente al repunte de las importaciones, principalmente, desde Estados Unidos que en el mismo periodo incrementó sus exportaciones hacia Canadá en más del 30%. La cercanía y bajos costos logísticos han favorecido el crecimiento de las importaciones desde Estados Unidos.

- **Fruta preparada o conserva**

Los principales países proveedores de las dos líneas de productos priorizadas en esta categoría son Estados Unidos, México, Grecia, India y China. Las frutas en conserva más populares en Canadá son los duraznos, piñas y mangos (enlatados y en envases de vidrio). Destacan también productos asiáticos como el jackfruit y el lychee.

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA	RANKING 2021	VALOR CAD \$	PARTICIPACION
Frutas y demás partes comestibles de plantas - preparadas, incluso azucaradas, edulcoradas o con alcohol	Hs 200899	Estados Unidos	55,959,811.00	24%
		México	41,106,207.00	18%
		Corea del Sur	26,367,437.00	11%
		China	22,226,081.00	10%
		Tailandia	21,347,496.00	9%
verduras, frutas, nueces y partes comestibles de plantas ncop preparadas/conservadas con vinagre/ácido acético	Hs 200190	Estados Unidos	31,111,703.00	33%
		Grecia	9,704,459.00	10%
		India	7,414,205.00	8%
		México	7,395,824.00	8%
		China	6,740,066.00	7%

Fuente: Trade Data Online

Perú: No figura aun en el ranking de los 10 principales países proveedores de fruta preparada o conservada. Sin embargo, existen importaciones anuales permanentes desde Perú que muestran una disminución significativa en los periodos 2012-2021 (21% en promedio) y 2017-2021 (40% en promedio). Ver detalles en el anexo 3.

- **Aceites Comestibles**

Los principales proveedores de aceite de olivo son cinco países del Mediterráneo que concentran el 95% de las importaciones canadienses (ver tabla líneas abajo). Destacan Italia (38%), España (27%) y Túnez (23%). Cabe destacar que parte de las importaciones procedentes de Italia es de origen español que ha sido re empacado para luego ser exportado a Canadá. La oferta de aceite de olivo es variada (orgánica & convencional, y aceites de olivo especiales que contienen hierbas, especias y picantes). Se trata de una oferta con precios altamente competitivos. Durante el año, es posible encontrar en los supermercados aceite de olivo extra virgen por CAD\$5-6 el litro.

En cuanto a los demás aceites comestibles, los principales proveedores son Estados Unidos, México y Reino Unido. Destaca notoriamente Estados Unidos que concentra el 30% de las importaciones canadienses de grasas y aceites vegetales y sus fracciones (refinados o no, pero sin modificaciones químicas) y 93% de grasas y aceites vegetales y sus fracciones (refinados o no, hervidos, deshidratados, soplados, modificados químicamente).

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA	RANKING 2021	VALOR CAD \$	PARTICIPACION
Aceite de olivo - virgen	Hs 150910	Italia	82,224,892.00	38%
		España	59,258,789.00	27%
		Túnez	49,711,961.00	23%
		Grecia	11,844,837.00	5%
		Líbano	1,793,579.00	1%
grasas y aceites vegetales, y sus fracciones, refinados o no, pero sin modificar químicamente	Hs 151590	México	33,263,061.00	30%
		Estados Unidos	14,580,967.00	13%
		Reino Unido	11,166,558.00	10%
		Italia	10,003,820.00	9%
		Dinamarca	5,747,435.00	5%
Grasas o aceites vegetales y sus fracciones - hervidos, deshidratados, sopladados, modificados químicamente	Hs 151800	Estados Unidos	18,931,902.00	93%
		Reino Unido	321,984.00	2%
		Francia	226,842.00	1%
		Australia	213,509.00	1%
		Alemania	117,758.00	1%

Fuente: Trade Data Online

Perú: Las importaciones canadienses de aceite de olivo procedentes de Perú no son significativas. Esto se debe a la fuerte posición que tienen países del mediterráneo, los cuales manejan economías de escala y por lo tanto bajos precios. El 2021 se registraron importaciones por un valor de CAD 50 mil. (-30% respecto al 2018). Cabe mencionar el poco conocimiento que se tiene entre los importadores canadienses del aceite de olivo peruano

Las importaciones canadienses de grasas y aceites vegetales (sin modificación química) procedente de Perú, presentan incrementos y reducciones significativas entre el periodo 2012 y 2021. Entre 2020 y 2021 crecieron en 29%, pero se evidencia una significativa reducción en el periodo 2015-2021 (65%). El aceite de Sacha Inchi cuenta con casi 10 años de esfuerzos de promoción en Canadá; sin embargo solamente se les encuentra en algunas tiendas especializadas en alimentos saludables, nutraceuticos y súper alimentos en general.

- **Jugos y Néctares**

Estados Unidos es claramente el principal proveedor de Canadá en cuanto a jugos y néctares de frutas y verduras (mezclas de jugos inclusive). El desarrollo de productos para un mercado similar al canadiense, la existencia de un acuerdo comercial que les otorga beneficios arancelarios y la cercanía de los principales centros urbanos; hace posible que empresas estadounidenses exporten su propia marca en formatos listos para ser adquiridos en los establecimientos comerciales. Existe un permanente desarrollo de productos que permite ver una oferta variada en Canadá lo que permite la incorporación de nuevos sabores, tales como el de las frutas exóticas.

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA	RANKING 2021	VALOR CAD \$	PARTICIPACION
Jugo de frutas cítricas (excl. mezclas) - valor brix superior a 20, incluso azucarado o edulcorado	Hs 200939	Estados Unidos	25,601,938.00	62%
		Argentina	8,603,540.00	21%
		Brasil	2,530,062.00	6%
		España	1,533,614.00	4%
		México	1,243,541.00	3%
Jugo de cualquier otra fruta o verdura (no mezcla): jugo de arándano	Hs 200981	Estados Unidos	9,173,903.00	86.44%
		Re-Import. (Canadá)	910,752.00	8.58%
		Francia	507,897.00	4.79%
		Ecuador	4,718.00	0.04%
		China	4,595.00	0.04%
Jugo de cualquier otra fruta o verdura (no mezcla): jugo de arándano: otros	Hs 200989	Estados Unidos	41,547,894.00	40.98%
		Tailandia	9,502,234.00	9.37%
		Filipinas	7,897,267.00	7.79%
		Brasil	5,827,864.00	5.75%
		China	4,811,444.00	4.75%
Mezclas de jugos - sin fermentar, sin alcohol, incluso azucarados o edulcorados	Hs 200990	Estados Unidos	58,197,262.00	92.52%
		Sudáfrica	884,595.00	1.41%
		Taiwán	516,128.00	0.82%
		España	359,935.00	0.57%
		Reino Unido	347,999.00	0.55%

Fuente: Trade Data Online

Perú: Pese a que la cifra de las importaciones canadienses de jugos de fruta o verdura (HS 200989) procedentes de Perú no es significativo, presenta una evolución favorable. El 2021 las importaciones canadienses de este producto ascendió a CAD 1.07 millones (+139% respecto al 2020). Esta partida incorpora los jugos y néctares de frutas exóticas. Ver el anexo 3 para mayores detalles estadísticos.

- **Snacks**

Frutos secos y deshidratados. Estados Unidos es el principal proveedor de Canadá con un 33% de participación de sus importaciones (2021). Destacan también China, Vietnam, Turquía y Chile que juntos representan 36% del total importado por Canadá. Los higos frescos y secos que se pueden encontrar en Canadá provienen principalmente de Turquía, EEUU, México, Grecia y Brasil que en su conjunto concentran el 89% de las importaciones canadienses el 2021. Este producto es principalmente demandado por la población proveniente de países del Mediterráneo. Las nueces del Brasil provienen principalmente de Bolivia (64%), Estados Unidos (18%) y Brasil (8%).

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA	RANKING 2021	VALOR CAD \$	PARTICIPACION
Frutas secas	Hs 081340	Estados Unidos	16,057,358.00	33%
		China	9,640,278.00	20%
		Vietnam	3,498,166.00	7%
		Turquía	2,390,008.00	5%
		Chile	2,031,066.00	4%
Higos - frescos o secos	Hs 080420	Turquía	13,799,635.00	40%
		Estados Unidos	6,373,910.00	19%
		México	5,556,818.00	16%
		Grecia	3,532,179.00	10%
		Brasil	1,109,384.00	3%
Nueces de Brasil, sin cáscara, frescas o secas	Hs 080122	Bolivia	6,263,174.00	64%
		Estados Unidos	1,772,373.00	18%
		Brasil	824,000.00	8%
		Perú	662,174.00	7%
		Turquía	110,094.00	1%

Fuente: Trade Data Online

Perú: Las importaciones canadienses de fruta secas proveniente de Perú (principalmente mango, banano, aguaymanto y arándanos) ascendieron el 2021 a CAD 522 mil que representa 1.1% del total importado. Pese a esta baja participación, su evolución es auspiciosa ya que en el periodo 2017-2021 se incrementó en 159%. Como informa la revista [Canadian Grocers](#), la pandemia ha impulsado el consumo de snacks principalmente en casa. Este incremento se ha mantenido después de que se levanten las restricciones de movilidad. Las importaciones de higos frescos o secos procedentes de Perú han crecido significativamente entre el 2012 y 2020 (se pasó de CAD 16 mil a CAD 1.2 millones), pero el 2021 se registró una caída del 47%.

Nueces del Brasil: Perú ha sido el segundo proveedor de Canadá de después de Bolivia (periodo 2012 – 2017). Sin embargo, estas importaciones están decreciendo significativamente después de alcanzar una cifra récord el 2015 (CAD 2.6 millones). En el Periodo 2015 – 2021, estas importaciones cayeron en 75%. Algunas empresas canadienses han empezado a abastecerse desde EEUU. Las nueces del Brasil son un producto caro en comparación con otras nueces y las importaciones canadienses no llegan a ser de contenedores completos. Esta situación hace más atractivo y menos costoso importarlos desde EEUU, en pallets o consolidando carga con otros productos.

Barras de energía: La investigación realizada durante las visitas a tiendas especializadas y supermercados permitió observar que la oferta es diversa y sofisticada. Existe una oferta significativa de productos locales e importados (principalmente de EEU y Europa). Asimismo, se observó una amplia oferta de barras de energía orgánicas, ricas en proteína (especialmente de origen vegetal). Diversas marcas están enfocándose en consumidores preocupados por su salud física y por mantenerse en forma (fitness) ofreciéndoles diversas alternativas (Keto, fuentes de proteínas y grasas esenciales de origen vegetal). No se encontraron productos peruanos en esta línea durante las visitas de verificación a tiendas y supermercados. Canadá y Estados Unidos dominan la oferta de barras de energía y brindan productos innovadores a precios competitivos en los diferentes segmentos de la cadena de comercialización. Por estas razones, las oportunidades en esta línea de productos son bajas a menos que se desarrolle un producto innovador claramente diferenciado, a precios competitivos y se realice una labor de promoción sostenida para darlos a conocer.

- **Harinas y cereales**

Canadá es un gran productor de cereales tales como la cebada, avena, centeno, trigo y maíz. Anualmente produce alrededor de 65 millones de toneladas métricas de cereales, exporta a más de 70 países por un valor estimado de CAD 10.4 billones e importa más de CAD 1.7 billones (cifras 2021)¹². Los principales países proveedores de Canadá en cuanto a cereales (en general) son Estados Unidos (84%), Tailandia (5.4%), India (5.4%), Pakistán (1%), Perú (0.6%) y Bolivia (0.6%).

Las mayores importaciones corresponden a alimentos preparados obtenidos por inflado o tostado de cereales o productos de cereales (CAD 511 billones en 2021), seguido por harinas y polvos de frutas y nueces comestibles (CAD 46 billones) y harinas de cereales (CAD 39 billones).

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA	RANKING 2021	VALOR CAD \$	PARTICIPACION
Otros cereales sin moler	Hs 100890	Estados Unidos	1,909,286.00	43%
		Sudáfrica	998,056.00	23%
		India	624,535.00	14%
		Kenia	286,160.00	7%
		China	171,833.00	4%
Harina de cereales	Hs 110290	Estados Unidos	28,060,553.00	71%
		India	3,879,223.00	10%
		Tailandia	3,629,939.00	9%
		Italia	895,747.00	2%
		Sudáfrica	320,116.00	1%
Harina y sémola de sagú y de raíces o tubérculos con alto contenido de almidón o inulina	Hs 110620	Estados Unidos	8,037,039.00	52%
		China	1,732,011.00	11%
		Tailandia	1,428,168.00	9%
		Perú	802,332.00	5%
		Taiwán	754,528.00	5%
Harinas y polvos de frutas y nueces comestibles	Hs 110630	Estados Unidos	36,726,878.00	79%
		Filipinas	1,399,331.00	3%
		China	1,036,939.00	2%
		Vietnam	756,234.00	2%
		India	729,114.00	2%
Mucílagos y espesativos derivados de productos vegetales	Hs 130239	Estados Unidos	7,127,899.00	29%
		Dinamarca	4,534,219.00	19%
		China	4,517,466.00	19%
		Filipinas	2,999,864.00	12%
		España	1,827,575.00	7%
Alimentos preparados, obtenidos por inflado o tostado de cereales o productos de cereales	Hs 190410	Estados Unidos	481,633,574.00	94%
		México	12,481,771.00	2%
		Reino Unido	7,222,078.00	1%
		India	2,560,346.00	1%
		Alemania	1,888,636.00	0%

Fuente: Trade Data Online

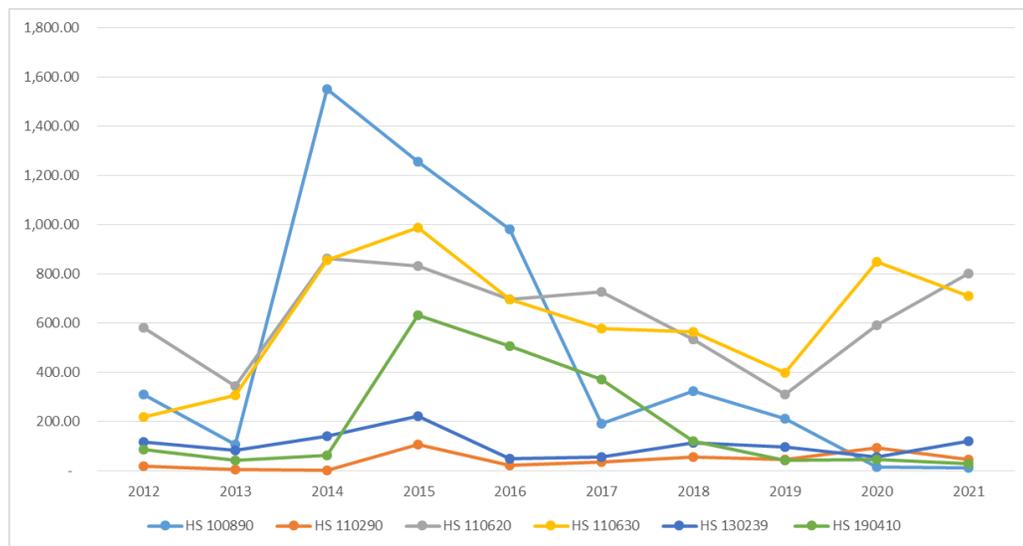
Durante la verificación realizada en supermercados de Toronto se comprobó la existencia de una oferta variada en cuanto a las seis partidas analizadas, en las que se destaca la oferta orgánica local e importada. Los cereales (en hojuelas, muesli y granola, de composición diversa que incluso contienen nueces), las harinas especiales (libres de gluten y ricas en proteínas de origen vegetal, para la

¹² Fuente: Trade Data online

repostería) son las que vienen experimentando una creciente demanda y por ende ganando mayor espacio en los supermercados y tiendas especializadas. Las oportunidades en esta línea de producto son medias para aquellas empresas que hayan desarrollado un producto innovador y diferenciado, con características deseadas por los consumidores: libres de gluten, orgánicos y versátiles para su uso en la repostería entre otros.

Perú: Es el principal proveedor de quínoa en Canadá junto a Bolivia. Este producto está posicionado en Canadá y se encuentra en prácticamente todos los centros de venta al por menor de Canadá. Cabe destacar el desarrollo de productos a partir de la quínoa, gracias a que no contiene gluten; entre ellos destacan los cereales para desayuno, harinas para repostería, pastas, galletas y cereales en barra entre otros.

Durante los últimos 5 años (2017-2021) se ha registrado un crecimiento en la mayoría de las partidas analizadas. Destacan los mucilagos y espesativos derivados de productos vegetales (122%), las harinas de cereales (30%), así como las harinas y polvos de frutas y nueces comestible (23%). Sin embargo, también se observa una reducción importante en la importación de otros cereales sin moler (-93%) y los alimentos preparados obtenidos por inflado o tostado de cereales o productos de cereales (-92%).



- **Frutas congeladas**

Las importaciones canadienses de frutas congeladas ascienden alrededor de los CAD 250 millones anuales. Estados Unidos es el principal proveedor (34%), seguido por Perú (12%), México (9%) y Costa Rica (8%). Cabe destacar que Canadá cuenta con producción local de berries, la cual se concentra entre los meses de mayo a octubre. A fin de complementar la oferta local y atender la demanda durante todo el año, Canadá importa anualmente más de CAD 105 millones de berries congelados (excluyendo arándanos).

Canadá importa anualmente más de CAD 199 millones de preparaciones de frutas cocidas que incluyen jaleas y purés (especialmente alimentos para bebés). Estos provienen principalmente de Estados Unidos (62%), Francia (11%) e Italia (4%). Chile y Guatemala tienen una participación de 1.1% en las importaciones canadienses de estos productos.

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA	RANKING 2021	VALOR CAD \$	PARTICIPACION
Frutas y nueces comestibles congelados	HS: 81190	Estados Unidos	84,338,450.00	34%
		Perú	30,090,326.00	12%
		México	21,948,155.00	9%
		Costa Rica	20,327,175.00	8%
		Re-Import. (Canadá)	17,312,810.00	7%
frambuesas, moras, zarzamoras y grosellas congeladas	Hs 081120	Serbia	39,535,846.00	38%
		Estados Unidos	25,703,909.00	24%
		Chile	22,524,656.00	21%
		México	12,304,288.00	12%
		China	2,348,710.00	2%
Preparaciones cocidas defrutass o cítricos, mermeladas, jaleas, pures de frutas o de nueces	HS 2007	Estados Unidos	122,755.90	62%
		Francia	22,886.44	11%
		Italia	8,551.79	4%
		México	4,672.59	2%
		Turquía	4,017.93	2%

Fuente: Trade Data Online

Perú: es el segundo proveedor de Canadá en lo que respecta a frutos congelados. El 2021 las importaciones canadienses provenientes de Perú ascendieron a CAD 30 millones. Desde el 2017 las importaciones canadienses desde el Perú se han incrementado en 90%. Destacan el mango, la piña, avocados, fresa y banano. Los arándanos congelados peruanos están ganando espacio en el mercado canadiense paulatinamente.

- **Pisco**

Debido a la posesión de denominación de origen, los dos únicos proveedores de Canadá, en cuanto a Pisco, son Perú y Chile. Este último logró posicionar su producto gracias a una temprana negociación del TLC con Canadá (vigente desde 1997) donde se reconoce la denominación de origen Chilena para el Pisco. La red de distribución de los vinos chilenos y el reconocimiento han contribuido al crecimiento de las importaciones de Pisco originarios de Chile que actualmente asciende a más de CAD 240 mil dólares anuales frente a los CAD 62 mil por parte de Perú.

Existen otras bebidas espirituosas obtenidas por destilación de vino de uva, tales son el caso de la Grapa, Brandy, Coñac y el Armañac entre otros. Los principales proveedores de estas bebidas son Francia (88%), Italia (5%), Estados Unidos (1.4%), Grecia (1%) y España (0.9%).

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA	RANKING 2021	VALOR CAD \$	PARTICIPACION
Aguardiente obtenido por destilación de vino de uva o de orujo de uva	Hs 220820	Francia	91,960,298.00	88.68%
		Italia	5,255,539.00	5.07%
		Estados Unidos	1,472,300.00	1.42%
		Grecia	1,046,754.00	1.01%
		España	955,332.00	0.92%
		Chile	248,696.00	0.24%
		Perú	62,702.00	0.06%

Fuente: Trade Data Online

IV. ANALISIS DEL SECTOR / LINEA EN EL MERCADO

4.1 Variedades y formas de presentación

La oferta de alimentos procesados en Canadá se caracteriza también por su diversidad y sofisticación. La presentación juega un rol crucial para llamar la atención del consumidor, brindar información relevante y motivar su compra. En ese sentido, el diseño atractivo, la selección del material, la facilidad para acceder al producto, preservarlo y almacenarlo son aspectos claves para considerar. Este es un aspecto que deberá ser coordinado con el cliente canadiense a fin de recibir las especificaciones pertinentes que permitan ofrecer un formato, presentación, empaque y etiquetado idóneos. A continuación, se presenta información sobre las variedades y formatos de presentación identificados durante las visitas de verificación de supermercados y tiendas online.

- **Capsicum preparados y conservados**

Variedades	Presentación
Pimientos dulces (tostado o sin tostar), jalapeño (enteros, trozos y en rodajas marinados o en salmuera). Pastas de pimientos y ajíes. Pimientos con rellenos diversos	Envases de vidrio de 250mL, 340mL, 400mL,
Condimentos (Ajíes molidos): paprika, ají cayeno y mezclas para condimentar carnes.	Envases de vidrio y de plástico de 70gr, 100Gr, 540Gr.



- **Hortalizas en conserva o preparadas**

Variedades	Presentación
Aceitunas (blancas y negras - calibres diversos). Con o sin rellenos, enteras (con o sin pepa) y en rodajas. Variedades diversas (Populares: Kalamata, Manzanilla y Thassos)	Envases de lata, vidrio y de plástico transparente de 250mL, 375mL, 500mL, 750mL. En sobres de plástico de 150gr – 200gr.
Alcachofas de variedades diversas (corazones, trozos y fondos) marinados	Envases de lata y de vidrio de 170mL, 250mL, 340 mL, 375mL, 398mL, 500mL, 750mL,
Espárragos verdes marinados y sin marinar (calibres: <12 y 12-16mm)	Envases de vidrio de 370mL, 550mL



- **Fruta preparada o conserva**

Variedades	Presentación
Mangos en trozo, duraznos en trozos, Piña en trozos y rodajas. Mezcla de frutas	Envases de plástico transparente, vidrio y enlatados. Desde 40ml (formatos individuales), 398mL



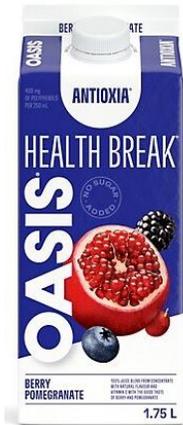
- **Aceites Comestibles**

Variedades	Presentación
<p>Aceite de olivo virgen, extra virgen (orgánico y convencional). Aceite de olivo con añadidos (especies). Aceites comestibles diversos (sésamo, soya, canola, girasol, maíz y avocado entre otros). Sacha Inchi (solamente en tiendas especializadas en alimentos saludables)</p>	<p>Botellas de vidrio de 250ml, 500mL y 1 litro. Botellas de plástico de 1 litro y 2 litros. Latas de 3L.</p>



- **Jugos y Néctares**

Variedades	Presentación
<p>Jugos de cítricos diversos solos o en mezclas, jugos de arándanos solos o en mezclas, jugos de verduras (mezclas). Sin azúcares añadidos. Jugos de fruta puros o de concentrados. Orgánicos y convencionales. Jugos de frutas y verduras con suplementos (super alimentos y otros)</p>	<p>Empaques de cartón de 960mL - 1.65mL. Botellas de plástico de 9.46, 1.36, 1.75, 2.63 – 5L. Botellas de vidrio 70mL, 355mL y 1Litro. Latas de aluminio de 340mL</p>



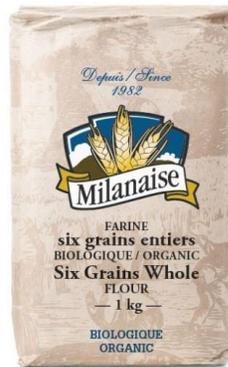
- Snacks**

Variedades	Presentación
Nuez del Brasil solos o en mezclas de nueces y cereales.	Bolsas plásticas con cierre hermético de 100gr, 125gr, 454gr y 1.13Kg. Chips de camotes en bolsas plásticas de 40Gr, 110gr, 200gr y 275gr. Cajas de plástico transparente de 325Gr.
Frutos deshidratados diversos (mango, higos frescos o secos, arándano, aguaymanto, banano generalmente en chips, camote en chips (solos o en mezcla de chips). Chips de maíz morado	
Barras energéticas con mezclas de cereales incluidos quinua y amaranto, frutos exóticos y cacao. Libres de gluten, altos en proteínas de origen vegetal. Orgánicos, veganos y convencionales.	Barras de energía en sobres de papel y plástico de 40gr, 37gr, 68gr. Empacados en cajas de cartón que contienen 4 – 6 barras.



- **Harinas y cereales**

Variedades	Presentación
<p>Harinas orgánicas y convencionales, de un solo cereal/grano o mezclas, enriquecidas o no, blanqueadas o no. Variedades: trigo, cebada, centeno, sésamo, almendras, yuca, coco, almendras y quínoa entre otros. Maca en polvo gelatinizada (blanca, negra y roja) se encuentra principalmente en tiendas especializadas en alimentos saludables. No se encontró harina de yacon.</p>	<p>Envases de plástico (cerradura hermética) papel de 1Kg, 2Kg, 2.5Kg, 10Kg y 20Kg. Tarros de cartón de 1.8Kg – 2Kg</p>



- Frutas congeladas**

Variedades	Presentación
Mango en pedazos, fresas enteras o en mitades (Grade A), arándanos congelados (Grado A y B) Pulpa de mango en latada, banana en trozos, Mezcla de berries congelados. Mezcla de frutas congeladas. Pulpa de guanábana y de mango embolsado (tiendas étnicas latinas). Mezcla de purés & pastas (frutas, verduras y cereales): alimento para bebés.	Empaques individuales de plástico con cerradura hermética. Formatos desde 500Gr hasta 2Kg. Latas de 750- 796mL



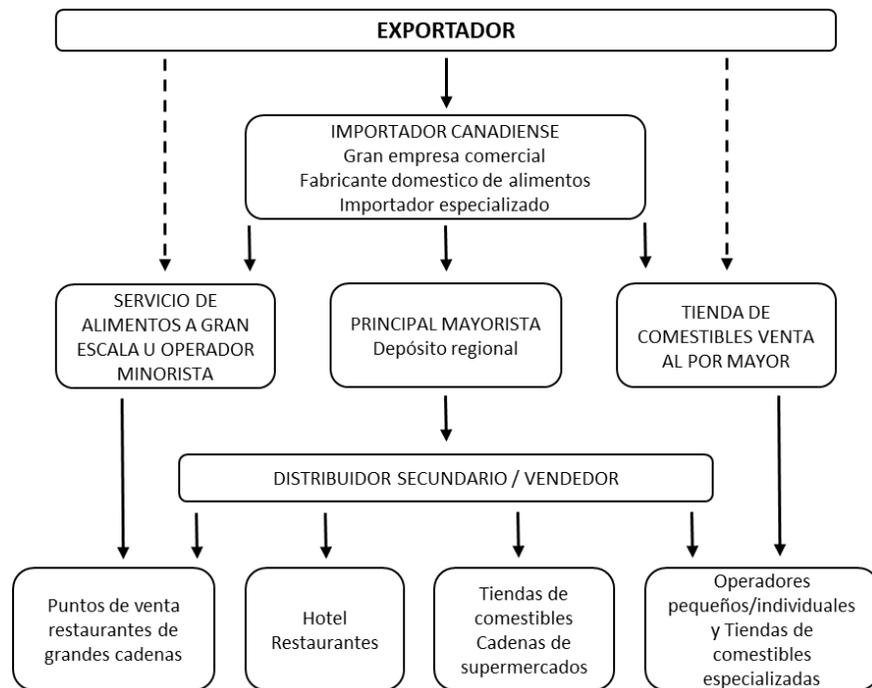
- Pisco

Variedades	Presentación
Pisco chileno (transparente y ámbar)	Botellas de vidrio de 700mL-750mL
Pisco Peruano (Quebranta y acholado)	

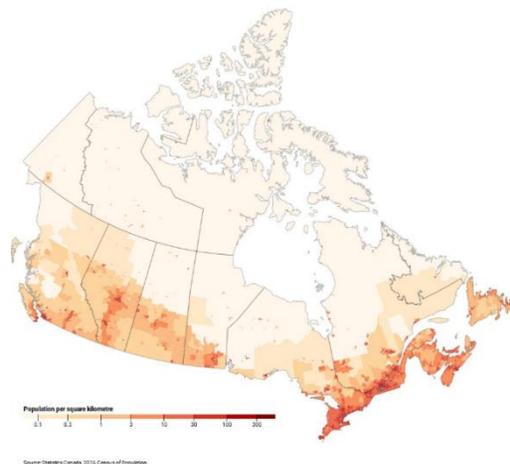


4.2 Canales de distribución.

Es una práctica común que los supermercados, tiendas especializadas e independientes adquieran los alimentos que comercializan a través de importadores y mayoristas. No obstante, existen minoristas que negocian directamente con los productores a fin de reducir los costos de compra. El funcionamiento de la cadena de distribución consiste básicamente en la entrega del bien por parte del productor/ exportador al bróker (intermediario), al importador, al mayorista, y finalmente, a los minoristas. A continuación, se presenta un esquema más amplio de los canales de distribución de alimentos en Canadá.



Los consumidores canadienses se concentran fundamentalmente en áreas urbanas y cerca de la frontera con los Estados Unidos. Cubrir toda esta área geográfica resulta una tarea muy difícil para un importador o distribuidor ya que esto requiere representación en las diversas regiones del Canadá. Cabe destacar que además de sus actividades de importación regulares, algunas empresas realizan otras funciones tales como la producción, reprocesamiento, venta al por mayor, re-empacado e incluso reexportación de alimentos.



Según cifras del censo del 2021, cuatro provincias (Ontario, Quebec, Columbia Británica y Alberta) concentran el 86.5% de la población canadiense. Las cinco ciudades más pobladas de Canadá son Toronto, Montreal, Calgary, Ottawa y Edmonton. (Ver información estadística en Anexo 4)

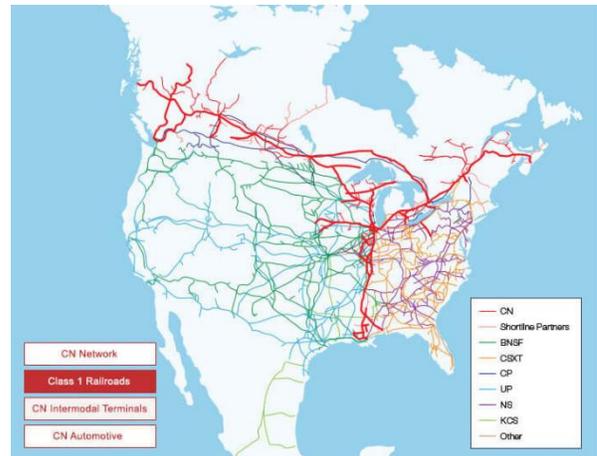
Por exigencia de las autoridades reguladoras de Canada, los distribuidores e importadores de alimentos deben tener una licencia vigente, mantener registros de distribución adecuados y contar con procedimientos idóneos para el manejo, almacenamiento y entrega de sus productos. Asimismo, deben contar con protocolos adecuados para el eventual retiro de productos de los estantes (total retiro) en caso sea requerido por las autoridades reguladoras canadienses

4.2.1 Rutas de acceso.

Las importaciones canadienses de alimentos procesados procedentes de Perú se realizan principalmente vía marítima. Las principales rutas son Callao/Paita – Montreal y Callao/Paita – Vancouver. Canada cuenta con más de 560 facilidades portuarias (marítimas, fluviales y lacustres). 17 de ellas son Autoridades Portuarias Canadienses debido a su importancia estratégica a nivel nacional, regional y continental¹³.



Los puertos más importantes de Canadá son: Puerto de Vancouver, Puerto de Montreal, Puerto Prince Rupert, Puerto de of Halifax y Puerto de Saint-John. La distribución al resto del país se realiza vía terrestre gracias a una extensa red de carreteras y [vías férreas](#) que permiten el movimiento de carga a través de camiones y trenes. Cabe destacar la interconexión para el transporte terrestre entre Estados Unidos y Canadá. Esto permite tener a disposición la ruta terrestre (trenes y camiones) para abastecer las principales ciudades canadienses desde centros de distribución ubicados en Estados Unidos.

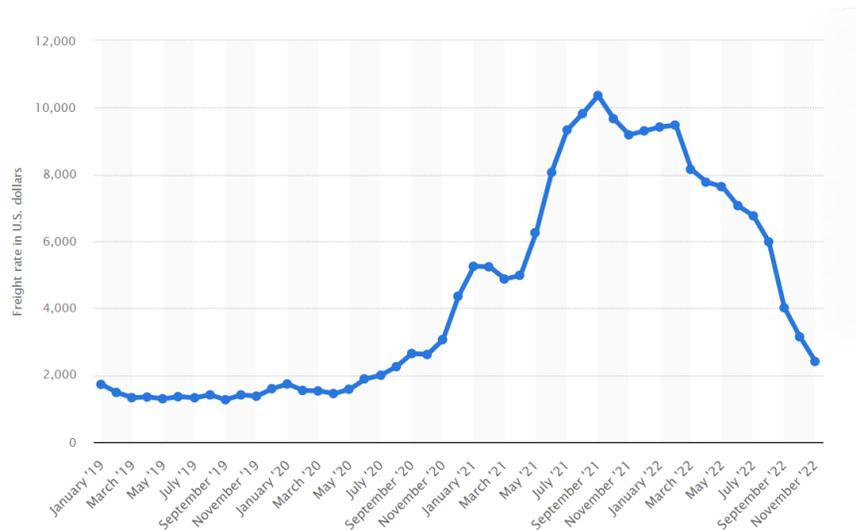


Por otra parte, la ruta aérea desde el Aeropuerto Internacional Jorge Chavez hacia los más de 10 aeropuertos internacionales existentes en Canada. Esta ruta es la menos utilizada debido a sus altos costos. Los principales aeropuertos internacionales de Canada son Toronto (YYZ), Montreal (YUL), Vancouver (YVR), Calgary (YYC), Edmonton (YEG), Halifax (YHZ) y St. Jonh's (YYT) entre otros.

¹³ Reporte sobre el transporte en Canadá: [red marítima de Canadá](#)

4.2.2 Costos logísticos aproximados

Durante los últimos 3 años, diversos elementos tuvieron un efecto significativo en la evolución de los costos logísticos del comercio internacional. La pandemia COVID-19 disminuyó la disponibilidad de mano de obra, especialmente en puerto, y afectando el flujo de contenedores.



© Statista 2023

A mediados del 2020, los costos del flete se incrementaron considerablemente. Las empresas entrevistadas para este estudio refieren haber pagado hasta 3 veces más por traer un contenedor a Canadá. Adicionalmente manifestaron que tuvieron que pagar por una carga inferior a contenedor completo (LCL), lo que se paga por una carga completa (FCL).

A diciembre de 2022, los costos logísticos se están estabilizando y se observa una reducción en los precios del flete. De manera referencial, se provee a continuación el costo referencial del flete para un contenedor de 20". (Ver anexo 5 para mayores detalles)

Ruta	Noviembre 2022	Enero 2023
Paíta – Toronto	USD 5,823	USD 4,795
Callao - Toronto	USD 6,600	USD 4,484

Fuente: Sealion Cargo

La crisis logística también tuvo un efecto en los incoterms y los términos de pago utilizados. Los importadores refieren que sus proveedores optaron por utilizar el Incoterm FOB o Exworks, así como términos de pago que permitan un pronto cobro de la factura comercial. Los empresarios entrevistados para este estudio estiman que el 2023 los costos tienden a bajar y volverán en un corto/mediano plazo a sus niveles históricos.

4.2.3 Principales agencias de transporte.

Las importaciones de alimentos procesados de Perú hacia Canadá se realizan principalmente vía marítima. La vía aérea es utilizada para productos altamente perecibles, poco volumen o si el cliente requiere pronta entrega. La vía terrestre es utilizada por empresas que abastecen el mercado canadiense desde sus centros de distribución en los Estados Unidos. A continuación, se brinda una lista de empresas que ofrecen servicios de transporte de carga.

N°	Empresa	Servicios
1	Sealand - Maersk	Marítimo
2	Mediterranean Shipping Company	Marítimo
3	Hapag-Lloyd	Marítimo
4	Canaan Transport Group Inc.	Marítimo, aéreo y terrestre
5	Alcon Logistics Inc.	Marítimo, aéreo y terrestre
6	FedEx Trade Networks Transport & Brokerage (Canada) Inc.	Marítimo, aéreo y terrestre
7	Air Canada Cargo	Aéreo
8	Sealion Cargo	Marítimo y aéreo
9	Canadian Atlantic Spedition Inc.	Marítimo, aéreo y terrestre
10	Trans-Pro Logistics	Terrestre (USA-Canadá)
11	Logistique Canamex Inc.	Terrestre (USA-Canadá)
12	Axsun Group	Terrestre (USA-Canadá)

Para acceder a una lista más amplia de proveedores de transporte visite la página web de la Canadian International Freight Forwarders Association (<https://ciffa.com/>)

4.3 Canales de comercialización.

La comercialización de alimentos al público está liderada por cinco empresas (Loblaws, Sobeys, Metro, Costco y Walmart), estas representan más del 76% de las ventas de alimentos en todo el país. Estos se están consolidando a través de la adquisición de tiendas independientes y a su vez están diversificando sus actividades que ahora incluyen servicios financieros, farmacias, prendas de vestir y ópticas entre otros:

Principales cadenas de supermercados en Canadá

GRUPO	TIENDAS	NOTAS
Loblaw Companies Limited	Loblaws, Zehrs, Independent, Provigo, Atlantic superstore, Fortinos, Dominion, Independent city market, Bloor Street Market, City Market, Valu-mart, ARZ Fine Foods, Wholesale Club, T&T, Liquorstore, Loblaw Optical, y The Affiliated independent Group	Tiene más de 1.000 tiendas en Quebec y Ontario, emplea 134.000 personas. La empresa produce 22 marcas diferentes, incluyendo las marcas blancas de alimentos President's Choice y No Name.
Sobey's	Sobey's, IGA, IGA Extra, Safeway, Thrifty Foods, Foodland, Marche Boni Choix, Les Marches Tradition, FreshCo, Needs Convenience, LAWtons Drugs y Rachele Bery (alimentos orgánicos)	Tiene más de 2,600 tiendas y emplea 124.000 personas a lo largo de Canadá. En 2013, Sobeys también adquirió Safeway para convertirse en un minorista líder en la provincia de Alberta.
Metro	Super C, Marche Richelieu, Les 5 Saisons, Food Bsics, Marche Ami, Marche Extra, Service, Servi Express & Depaneurs Gems Convenience Stores y Adonis.	Tiene 600 tiendas en Quebec y Ontario. Emplea más de 65,000 personas. Registra ventas anuales de \$12 billones.

Especial atención merecen las tiendas independientes que en total cuentan con más de 4,000 locales distribuidos en todo Canadá, y en su conjunto representan el 15% del mercado minorista. Estas tiendas independientes se enfocan en alimentos saludables/orgánicos y productos locales. Entre estas tiendas independientes destacan [Avril Supermarche Sante](#) (Québec), [Longos](#) (Ontario), [Farm Boy](#) (Ontario) y [Colemans](#) (Newfoundland and Labrador) entre otros.

Del mismo modo, es importante considerar el crecimiento de las tiendas orientadas a los consumidores de origen asiático, ya que además de ofrecer productos étnicos de dicha región, cuentan con productos demandados por el público en general (mainstream) y están incorporando productos de otros continentes. Entre las principales tiendas especializadas en productos asiáticos podemos mencionar a T&T (perteneciente al grupo Loblaws y con presencia en las provincias de Ontario, Quebec, British Columbia y Alberta), Kim Phat (especializada en productos asiáticos en Montreal. Están incluyendo productos étnicos latinoamericanos), H Mart (cadena de supermercados de los EE.UU. Cuenta con tiendas en Canada, en las provincias de British Columbia y Ontario), PAT Supermarket (cadena especializada en productos coreanos en Ontario), Galleria Supermarket (especializada en productos coreanos y asiáticos en general que opera en la ciudad de Toronto), y Yuang Ming Supermarket (Tienda especializada en productos chinos)

4.4 Precios

Uno de los temas más abordados por los consumidores canadienses en la actualidad es el costo de los alimentos. La sensación de que estos se incrementan es generalizada como refiere el [Canada's Food Price Report 2023](#) elaborado por las universidades de Dalhousie, Guelph, Saskatchewan y British Columbia. Este mismo estudio reconoce el impacto del Covid 19 (la disrupción en la cadena de suministros de alimentos), los efectos adversos del cambio climático, la guerra ruso-ucraniana, la elevada inflación y los retos en el transporte (capacidad de transporte marítimo y elevados precios del combustible) como los principales factores que están afectando significativamente los precios de los alimentos. El mencionado reporte estima que el 2023 los precios de los alimentos se incrementaran en más del 7% en todas las provincias de Canadá.

Los precios de los alimentos al consumidor en Canadá varían de acuerdo con el canal de comercialización y grado de sofisticación del producto. Las tiendas de alta gama, por lo general, establecen un precio mayor por producto (idéntico) que se puede encontrar en una tienda de descuento o un hipermercado. A continuación se presenta a modo de referencia la diferencia en precios (en CAD \$) por un mismo producto (o similar) entre un hipermercado (Costco), un supermercado de alta gama (Loblaws), una tienda especializada en productos gourmet (Pusateris), una tienda de descuentos (Rabba Fine Foods) y una tienda online (Well.ca). Para el caso del Pisco se eligieron 3 tiendas administradas por entidades provinciales SAQ (Quebec), LCBO (Ontario) y BCL (Columbia Británica).

Producto	Costco	Loblaws	Pusateris	Rabba Fine Foods	Well.ca
Aceite de Olivo extra virgen 1L	21.99 2 x 1L	16.99	29.99	8.99	20.99
Aceitunas rellenas de pimiento	8.49 1L	6.49 750mL	14.99 300 Gr	3.99 375mL	5.79 250mL
Higo seco	22.99 2Kg	8.49 454Gr	12.99 454Gr	5.99 250Gr	7.99 198Gr
Alcachofa en conserva	17.49 2 X 1L	6.99 370mL	7.99 170mL	2.49 170mL	8.99 180Gr
Nueces del Brasil	74.99 2 x 1Kg	8.99 185Gr	-	-	12.49 200Gr
Cereales (Granola)	37.99 3 x 808Gr	6.99 325Gr	13.99 250Gr	5.99 750Gr	11.99 250Gr
Pisco Quebranta (750ml)	37.25 SAQ:	49.95 LCBO	45.99 BCL		
Pisco – Chile (750ml)	70.75 SAQ	42.30 LCBO	34.99 BCL		

Se recomienda al exportador, visitar las tiendas online de estos establecimientos para verificar el precio actual de los productos que le interesen introducir en Canadá.

V. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

5.1 Perfil del consumidor

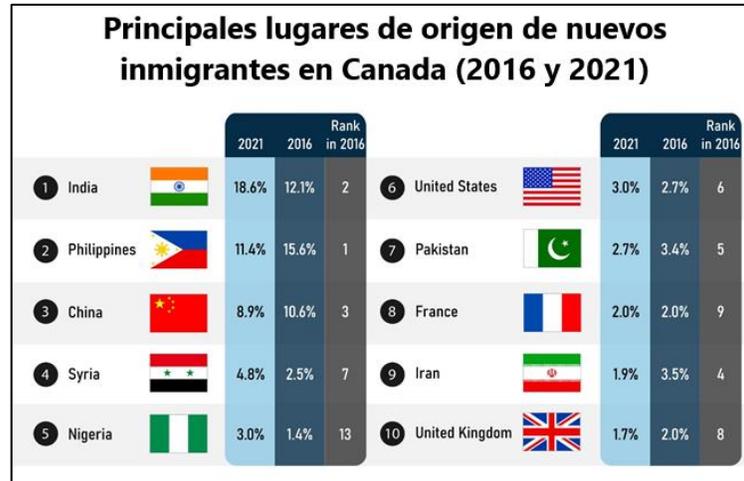
Generación Z incluye compradores que tienen entre 18 y 21 años que aún no forman completamente parte del mundo laboral. Gastan lo menos en comestibles comparado con los otros cuatro grupos. Son los segundos más propensos a utilizar una lista de compras digital. En promedio, hacen cuatro o cinco viajes al supermercado por mes.

Milenials tienen entre 22 y 36 años - Alrededor de la mitad de ellos tienen niños pequeños. Son los más propensos a utilizar apps de celular para obtener descuentos y cupones de comestibles.

Generación X se ubican entre 37 y 52 años de edad y representan la mayoría de las personas trabajadoras en la fuerza laboral canadiense. Mientras el 70% ha utilizado una app o cupón digital para compras en el supermercado en el último mes, la mayoría hace sus compras en tiendas reales, con el 60% de personas revisando o buscando nuevos artículos en el supermercado de manera regular.

Baby Boomers son la segunda generación más grande por población, detrás de los milenials, y tienen entre 53 y 71 años. Son leales a las marcas y a los supermercados, con el 93% de ellos comprando en el mismo supermercado en el cual compraron el año anterior.

Cabe resaltar que una característica importante del perfil del consumidor es el su lugar de origen. Al respecto, el censo del 2021 revela que los migrantes constituyen una parte significativa de la población canadiense (más de 8.3 millones de personas – 23% de la población). Estos impulsan nuevos hábitos de consumo y la demanda de una mayor diversidad de productos.



Dado que la población de Canadá continúa envejeciendo y la tasa de natalidad está por debajo del nivel de reemplazo de la población; actualmente la inmigración es el principal motor del crecimiento poblacional. De mantenerse estas tendencias, de acuerdo con las proyecciones de Statistics Canada, los inmigrantes podrían representar del 29,1 % al 34,0 % de la población canadiense para 2041¹⁴.

5.2 Análisis de tendencias

Los cambios generacionales y tecnológicos, la multiculturalidad, la sensibilidad por temas sociales, económicos y ambientales, así como una mayor conciencia sobre el impacto de la alimentación sobre la salud y el bienestar entre otros; están cambiando no solamente hábitos de consumo sino también como se gestionan las prácticas y procesos en toda la cadena de suministro. Las principales tendencias en el consumo de alimentos son:

- Multiculturalidad y el crecimiento de la oferta de alimentos étnicos.** Como se mencionó anteriormente, más del 23% de la población canadiense no ha nacido en dicho país. Son consumidores que demandan productos que muchas veces no se encuentran aún en el mercado. La formación de una masa crítica de consumidores con nuevas demandas sigue impulsando a que los supermercados convencionales y los étnicos oferten nuevos productos. Los canadienses nativos, van poco a poco asimilando estos productos y los incorporan en su dieta regular, ya sea porque estos aportan beneficios para su salud o se trata de sabores y texturas atractivas y agradables. Cabe destacar que esta multiculturalidad ha fortalecido la presencia de grupos étnicos y ha impulsado la demanda de determinadas certificaciones como Kosher y Halal, las mismas que garantizan que los alimentos respetan los preceptos de las religiones judía y musulmana respectivamente.



¹⁴ [Estatísticas Canada 2022-10-26](#)

- **Aumento de la demanda por alimentos de origen vegetal.** Durante los últimos años se ha visto en Canadá un “boom” en los negocios de alimentos de fuente vegetal. Esto se debe al interés de los consumidores en llevar una dieta cada vez más saludable. Es notorio el impulso que ha tenido la oferta de productos veganos. Esta demanda está también haciendo que los consumidores prefieran alimentos frescos o procesados de una manera que no altere su composición natural y no tengan elementos artificiales o preservantes. Destaca la oferta creciente de sustitutos lácteos, cárnicos y lácteos de origen vegetal.

- **Demanda creciente por alimentos saludables y orgánicos producidos mediante prácticas sostenibles:** De acuerdo con una encuesta realizada por Deloitte¹⁵, 67% de los entrevistados son más conscientes del impacto que su dieta tiene en su salud desde el inicio de la pandemia. No solamente se trata de incorporar en la dieta más productos frescos, sino también que estos hayan sido cultivados de una manera orgánica o natural, sean libres de pesticidas, etc.¹⁶ En cuanto a los alimentos procesados, el interés del consumidor es que estos contengan bajos niveles de sal, azúcar, carbohidratos y grasas. Esto refuerza la importancia de las certificaciones para garantizar buenas prácticas como (GMP, HAAACP y Global Gap) y producción orgánica (USDA, Canada Organics). De acuerdo con el Reporte del Mercado Orgánico en Canadá 2021, 66% de los canadienses compran productos orgánicos cada semana (80% son frutas y vegetales). Cabe destacar que las ventas anuales de productos orgánicos en Canadá asciende a CAD 8.1 billones, de los cuales el 80% corresponde a alimentos y bebidas (CAD 6.5 billones)



- **Demanda de información:** Los consumidores desean saber con claridad que es lo que están ingiriendo. En ese sentido, esperan información precisa sobre los ingredientes¹⁷ que contienen, sus propiedades, como se hizo y quien lo produjo. Brindar todos los detalles en un empaque puede ser todo un reto. Por esta razón, algunas empresas están incluyendo un código QR en sus empaques para brindar información adicional que satisfaga la necesidad de información del consumidor.
- **Transparencia y seguridad alimentaria:** En Canadá es constante la inspección y monitoreo relativo a la salubridad de los alimentos que se comercializan en el País. Esta práctica ha llevado al retiro total de determinados productos de los estantes en todo el país. Esta situación ha hecho que los consumidores sean más selectivos en la elección de los productos que consumen, y por ende esperan que los fabricantes sean transparentes en sus prácticas e información que brindan. Cabe destacar que un retiro total de productos puede ocasionar pérdidas cuantiosas en los negocios. Por esta razón los importadores de alimentos (productos finales o insumos) exijan altos estándares a sus proveedores.

¹⁵ Deloitte - El futuro de los alimentos: una perspectiva canadiense:

<https://www2.deloitte.com/ca/en/pages/consumer-business/articles/future-of-food-a-canadian-perspective.html>

¹⁶ Según un estudio realizado por [Mintel](#), 55% de los canadienses se han vuelto más conscientes sobre el medioambiente después de la pandemia.

¹⁷ Evolve Magazine: [Tendencias en alimentos y bebidas 2022](#)

- **Alimentos funcionales:** son aquellos que cuentan con beneficios nutricionales adicionales. Las empresas que manufacturan alimentos están buscando formas de incorporar nutrientes tales como elementos pro bióticos, grasas omega y antioxidantes entre otros. Esto con el fin de brindar al consumidor la nutrición que desean a partir de alimentos simples. Los consumidores buscan alimentos funcionales que le brindaran beneficios a su salud además de poseer un gran sabor.
- **Snacks saludables.** Según la firma Deloitte, 67% de los canadienses identificaron un incremento en sus gastos en snacks respecto al 2021. Esto es un indicador de que los canadienses están consumiendo más snacks que antes particularmente los milenials y Generación Z. Este incremento recibió un impulso cuando se flexibilizaron las restricciones de la pandemia y le gente volvió al trabajo, así como también por la vigencia del trabajo remoto.
- **Compras online.** De acuerdo con [Business Developmente Canada](#), el 50% de los consumidores realiza búsquedas online antes de realizar su compra. El 2022 se registraron en Canadá más de 27 millones de usuarios de comercio electrónico (eCommerce), lo cual represente el 75% de la población canadiense. Se estima que para el 2025 las ventas anuales online ascenderán a USD 40.3 billones de acuerdo con una investigación realizada por el International Trade Administration de los Estados Unidos.

5.3 Percepción del producto peruano

A través de las entrevistas realizadas a compradores canadienses, se pudo constatar que conocen que Perú es un importante productor y exportador de alimentos orgánicos y convencionales tales como súper alimentos (Quínoa, amaranto, cacao, maca, Sacha Inchi y chía), frutas frescas, secas y congeladas (mango, banana y arándanos), vegetales frescos y procesados (avocado, espárragos, capsicum y alcachofas). Todos estos productos son reconocidos por su calidad. Las empresas que tuvieron alguna experiencia con empresas peruanas manifestaron que la relación fue satisfactoria. Los retos más frecuentes fueron el de las comunicaciones (dificultades del exportador con el idioma inglés) y la necesidad de ser más proactivos para atender las consultas del comprador.

Existen productos que los compradores entrevistados desconocían o no sabían que Perú los producía. Tal es el caso de:

- Las aceitunas peruanas en todas sus variedades y calibres
- El aceite de olivo peruano
- El yacón, el camu camu y la lúcuma en sus diversas presentaciones
- Frutos exóticos peruanos

Esfuerzos de promoción e información permanentes son necesarios a fin de dar a conocer las ventajas y bondades de estos productos, y estimular el crecimiento de su demanda en Canada.

VI. REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO.

6.1 Medidas arancelarias

Perú y Canadá cuentan con un Tratado de Libre Comercio (TLC) vigente desde 1ro de agosto de 2009. Según este acuerdo, Canadá ofreció a Perú desgravación total de sus aranceles (en un plazo determinado), al 98,7% de sus líneas arancelarias. Según la oferta de Canadá, los productos de interés de Perú (p.ej., espárragos, alcachofas, maíz, aceitunas, cebollas, ajos, bananas, paltas, mangos, mandarinas, uvas, limones, fresas, café, páprika, quinoa, cacao, textiles, entre otros) podrían ingresar libres de arancel de manera inmediata.¹⁸ Los productos materia del presente estudio están exoneradas de aranceles para su ingreso al mercado canadiense.

6.2 Regulaciones

a) Estándares

Canadá tiene uno de los estándares de calidad alimentaria más elevados del mundo. Esto es el resultado de un marco regulatorio estricto y alta exigencia de los consumidores. El Safe Food for Canadian Act (SFCA) es el marco regulatorio establecido por el gobierno canadiense con el objetivo de que todo aquel implicado en la importación, exportación, fabricación, procesamiento, tratamiento, conservación, clasificación, envasado, empaque y etiquetado de alimentos no ponga en riesgo la seguridad de los mismos. Esta regulación tiene tres componentes principales:

- Licencias: la mayoría de empresas de alimentos requieren una licencia para importar, exportar o enviarlos a través de las provincias y territorios de Canadá.
- Trazabilidad: a la mayoría de las empresas de alimentos les será requerido realizar la trazabilidad de los alimentos que manejan, una etapa antes y una etapa después de su intervención.
- Controles preventivos: Algunas empresas necesitan preparar, conservar y mantener un Plan de Control Preventivo (PCP) escrito que demuestre como se abordan los peligros y riesgos para los alimentos dentro de la empresa.

En consecuencia, una empresa de alimentos sujeta a la SFCA es responsable de:

- Garantizar que los alimentos que preparan en el país, importan o exportan sean seguros y cumplan con los requisitos exigidos por la SFCA.
- Asegurar que los alimentos sean de una naturaleza, sustancia y calidad que cumplan con requisitos de composición y grado.
- garantizar que los alimentos se etiqueten, anuncien y presenten de una manera que no sea falsa o engañosa y que cumpla con los requisitos establecidos en la norma.

Cabe mencionar que las empresas canadienses que importan, distribuyen y comercializan alimentos son los responsables ante el gobierno ante cualquier caso adverso producto del consumo de los mismos. Para asegurar la inocuidad de los alimentos que se importan, los compradores canadienses

¹⁸ Estudio de aprovechamiento del TLC Perú – Canadá. 12° año de vigencia del TLC:
http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/En_Vigencia/Canada/Documentos/docs/EA_PeruCanada_12_periodo.pdf

generalmente exigen la certificación HAACP u otra equivalente para las plantas donde los productos hayan sido procesados, así como la documentación respectiva que brinde información sobre la seguridad de los alimentos tales como certificados de análisis y análisis de pesticidas.

En julio del 2022, el gobierno federal introdujo un [marco regulatorio para alimentos suplementados](#) a través de enmiendas a las Regulaciones de Alimentos y Medicamentos (FDR). El marco establece cantidades máximas por porción para los ingredientes suplementarios, prescribe advertencias e identificadores de precaución que deben colocarse en las etiquetas de los alimentos suplementados, y exige que se muestre una tabla de información sobre estos alimentos.¹⁹

b) Requerimientos y condiciones para la importación

La Agencia Canadiense de inspección de Alimentos (CFIA por sus siglas en inglés) tiene disponible en Internet un sistema de referencia para importaciones automatizadas (AIRS²⁰). Este sistema permite encontrar los requerimientos de importación a Canadá específicos y actualizados para las frutas y verduras frescas y procesadas en tres pasos:

- Ingresar la partida arancelaria o palabra clave del producto.
- Responder preguntas tales como (Origen, país de destino, uso final, etc.)
- El sistema le mostrará la lista de recomendaciones para la importación, documentación requerida, prohibiciones y/o referencias a leyes y reglamentaciones canadienses vigentes.

La búsqueda realizada para los productos priorizados que son materia de este estudio, muestra que dichos productos provenientes de Perú cuentan con ingreso aprobado (debe estar acompañado de los siguientes documentos/registros): Licencia Alimentos seguros para canadienses (Safe Food For Canadians License).

En cuanto a las condiciones para la importación, los importadores son responsables de asegurar que el alimento que importan para su venta en Canadá cumple con todos los requisitos de la legislación aplicable, incluyendo el Safe Food for Canadians Act, y sus regulaciones, así como el “Food and drug Act” y sus regulaciones.

¹⁹ Regulations Amending the Food and Drug Regulations and the Cannabis Regulations (Supplemented Foods): SOR/2022-169

²⁰ Automated Import Reference System (AIRS): <http://www.inspection.gc.ca/plants/imports/airs/eng/1300127512994/1300127627409>

Requerimientos y condiciones para la importación correspondiente a los productos priorizados

PARTIDA ARANCELARIA	PRODUCTO	REQUERIMIENTO Y CONDICIONES PARA LA IMPORTACIÓN
090421	Frutos del género Capsicum o del género Pimenta, secos, sin triturar ni pulverizar	<p><u>Recomendaciones para aduanas Canada (CBSA) / Requisitos de documentación y registros</u></p> <p>Aprobado (debe estar acompañado de los siguientes documentos/registros): Licencia Alimentos seguros para canadienses (Safe Food For Canadians License)</p> <p><u>Condiciones para la importación</u></p> <p>Los importadores son responsables de asegurar que el alimento que importan para su venta en Canada cumple con todos los requisitos de la legislación canadiense aplicable, incluyendo el Safe Food for Canadians Act, y sus regulaciones, así como el "Food and drug Act" y sus regulaciones.</p>
2005992000	Pimiento Piquillo	
090422 070960	Frutos del género Capsicum o del género Pimenta, triturados o pulverizados (Guajillo, ají panca, jalapeño, páprika, pastas de ajíes, chile)	
200599	Alcachofa, pimiento piquillo	
200190	Alcachofa, pimiento piquillo	
200570	Aceitunas, preparadas o conservadas sin vinagre ni ácido acético (exc. congeladas)	
071120	Aceitunas conservadas provisionalmente, p.ej., con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa ...	
200560	Espárragos, preparados o conservados sin vinagre ni ácido acético, sin congelar	
200891	Palmitos, preparados o conservados, incl. con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol ...	
200899	Mango en conserva	
150910	Aceite de oliva y sus fracciones, obtenidos de la aceituna exclusivamente por medios mecánicos	
151590	Aceite sachá inchi	
151800	Otros aceites vegetales	
130239	Mucílagos y espesativos vegetales, incl. modificados (exc. de algarroba o de su semilla o de ...	
200939	Jugo de agrios "cítricos", sin fermentar y sin adición de alcohol, incl. con adición de azúcar ...	
200981	Jugo de arándano "Vaccinium macrocarpon, Vaccinium oxycoccus, Vaccinium vitis-idaea" sin fermentar, ...	
200989	Jugo de frutas o verduras, no fermentados, con o sin adición de azúcar u otro edulcorante ...	
200990	Mezclas de jugos de frutas u otros frutos, incl. el mosto, o de hortalizas, incl. "silvestres",	
190410	Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado, p.ej. hojuelas, copos de maíz	
'0801220000	Nueces amazónicas sin cáscara	
	Barras energéticas con frutos exóticos, cacao y granos andinos	
	Mango deshidratado	
'0804200000	Higos. Frescos o secos	
0813400000	Arándano deshidratado	
'080390	Banano deshidratado	
'071420	Camote deshidratado	
2208202100	Pisco	
1106201000	Polvo de Maca	
1102909000	Harina de Quinua	
1106302000	Harina/ polvo de lúcuma	
1106209000	Harina de Yacón	
1008902900	Kiwicha	
0811.20.00 0811.20.90	Berries y otros (Purés & pastas congelados (mango, fruta de la pasión, berries, granada, lúcuma, palta, camu camu) Chunks, cubos y mitades IQF (mango, berries & aguacates)	

Fuente: Canadian Food Inspection Agency (CFIA) / Automated Import Reference System (AIRS)

<http://www.inspection.gc.ca/plants/imports/airs/eng/1300127512994/1300127627409#>

Elaboración: TFO Canada

6.3 Otras regulaciones

a) Aditivos y preservantes

Existen directrices del gobierno canadiense sobre el uso de aditivos, preservantes, antioxidantes, colorantes artificiales, plaguicidas, residuos químicos y adulteración de alimentos que tanto el importador como el exportador deben conocer. El incumplimiento de estas normas puede generar multas y decomiso de bienes. Los niveles bacterianos, tales como coliformes, salmonella y estreptococos fecales entre otros, se encuentran estrictamente limitados por las normas canadienses. Para mayor información visite la página web de Alimentos y nutrición en Canadá ([Food and nutrition](#))

b) Alimentos Orgánicos

Los alimentos orgánicos también deben cumplir los mismos requisitos estrictos de seguridad y calidad que los alimentos convencionales. En Canadá, la Junta Canadiense de Normas Generales (Canadian General Standards Board) establece la normativa para productos orgánicos. Esta es de cumplimiento voluntario. Dicha norma prohíbe el uso de radiación ionizante y alimentos genéticamente modificados, y promueve el uso máximo de reciclaje, rotación de cultivos y promoción de la biodiversidad. Los importadores canadienses exigirán la certificación orgánica vigente para verificar que el producto ofertado como orgánico lo sea realmente. La certificación orgánica de Canadá es la más reconocida por los consumidores, no obstante las certificaciones orgánicas de EEUU y de la unión Europea también son aceptadas. Para mayor información sobre productos orgánicos en el mercado canadiense, visite la página web de la Asociación Canadiense de Comercio Orgánico ([COTA](#) por sus siglas en inglés), también se puede revisar la información disponible sobre este tema en la página web de [TFO Canadá](#).

c) Etiquetado

Deberá facilitarse al consumidor, información detallada en el envase respecto a la naturaleza del producto, su contenido, peso, composición, fabricante o importador canadiense. El CFIA desarrolló una [lista de verificación](#) para ayudar a la industria a comprender los requisitos de etiquetado establecidos en la Food and Drugs Act (FDA) y el Safe Food for Canadian (SCFA). Los empaques (no individuales) deben estar etiquetados con la siguiente información:

- Nombre del producto
- Nombre de la marca
- Cantidad de productos individuales contenidos;
- Cantidad neta en el contenedor inmediato;
- Nombre y dirección del importador o fabricante.
- UPC/PLU u otro código de barras, idéntico al de cada producto individual;
- Número de lote (para identificar envíos individuales).

En el caso de los envases al por menor, existen requisitos estrictos de etiquetado. Determinada información debe figurar en todos los envases de alimentos de consumo vendidos en Canadá, en relación con áreas específicas como:

- Nombre común del producto
- Nombre y dirección del importador o fabricante.
- Cantidad neta y porciones
- Lista de ingredientes
- Advertencia sobre presencia de alérgenos
- Fechas (producción y vencimiento) e instrucciones para su almacenamiento.
- Tabla nutricional
- Alimentos irradiados
- Edulcorantes
- País de origen
- La información deberá estar en Inglés y Francés

Para mayores detalles sobre las regulaciones de etiquetado, visite la página web de la Agencia Canadiense de inspección de Alimentos ([CFIA](#))

En términos de Alergias: El CFIA está trabajando para asegurarse de que los ingredientes que puedan provocar reacciones alérgicas estén declarados en la lista de ingredientes de la etiqueta del alimento, e identificados con sus nombres comunes para que los consumidores puedan reconocerlos fácilmente. Los principales alérgenos en Canadá son nueces, semillas de sésamo, leche, huevos, mariscos, soja, trigo y sulfitos.

d) Envase y embalaje

La entrega de alimentos requiere de un manejo adecuado y seguro. Los envases y embalajes utilizados deben ser adecuados para asegurar su inocuidad, manipulación, transporte y almacenamiento. El Reglamento de alimentos seguros para los canadienses (SFCR) brinda toda la información sobre el [embalaje y etiquetado](#) de las frutas y verduras procesadas.



En cuanto al embalaje, los paquetes deben ser lo suficientemente robustos para su manejo ya que los compradores generalmente utilizan el mismo empaque para enviar productos fuera de sus instalaciones. Las cajas de madera pueden ser utilizadas, pero es necesario que sean tratadas y fumigadas para evitar la propagación de insectos dañinos y patógenos. Toda la madera utilizada para estibado, tarimas, encajonamiento o diversos materiales de embalaje deberán tratarse mediante calor, fumigación o preservantes químicos. El CFIA proporciona información detallada sobre el [uso de madera fumigada](#).



Las frutas y verduras procesadas pueden ser envasadas en recipientes de vidrio o en latas. Las regulaciones canadienses determinan que las latas deberán ser adecuadas para almacenaje de alimentos por un largo plazo y para contener alimentos que sean ácidos (como tomates y espárragos). Canadá permite un máximo de 250 ppm de estaño en las latas. Los importadores prefieren las latas de dos piezas con uniones menos expuestas



Los frascos deben contar con tapas fáciles de abrir, como por ejemplo tapas de rosca. Los tamaños de recipientes más populares son de 398 mL (14 fl. oz.) y 540 ml (18 fl. oz.) para ventas al por menor y 2.8 L (100 fl. oz.) para usos industriales y de servicios de abastecimiento.



Las frutas y verduras congeladas se comercializan generalmente en bolsas de plástico con cierre hermético. Los tamaños más frecuentes son de 500Gr, 1Kg y 1.5Kg.

6.4 Certificaciones

Como parte de las iniciativas de modernización de la regulación alimentaria en curso, el Gobierno de Canadá ha tomado medidas adicionales para fortalecer su sistema de inocuidad alimentaria con la Ley y los Reglamentos de Alimentos Seguros para los canadienses (Safe Food for Canadians Regulation).

De acuerdo con esta regulación, es responsabilidad de todas las empresas de alimentos, sin importar cuán grandes o pequeñas sea; garantizar que cualquiera que importe, exporte, fabrique, procese, trate o preserve alimentos; no comprometa la seguridad e inocuidad de estos

Existen dos tipos de certificaciones. La primera relacionada con la seguridad e inocuidad alimentaria, así como también con la trazabilidad. Estas certificaciones son obligatorias en la práctica, ya que los importadores canadienses las solicitan a sus proveedores.

La certificación HACCP (Puntos Críticos de Control y Análisis de Riesgos) se ha convertido en la certificación más demandada por los compradores canadienses a todo proveedor de alimentos. Otros sistemas de control de seguridad preventivo también son válidos, algunos de ellos son GMP (Good Manufacturing Practices) o GFSI (Global Food Safety Initiative).

GMP es la certificación mínima que cualquier empresa de alimentos debería tener. La mayor diferencia entre estas dos certificaciones es que HACCP añade requerimientos para mitigación de riesgos (para productos e ingredientes) as como requerimientos de trazabilidad. Las normas GFSI son más estrictas que el HACCP, exigen por ejemplo antecedentes médicos de los empleados y un plan de defensa de alimentos. GFSI tiene también requerimientos para los proveedores.



Existen certificaciones que confieren características especiales al producto que son valorados o buscados por los consumidores. Las más importantes son:

- Certificación orgánica
- Certificación Kosher
- Certificación Halal
- Certificación Fair Trade
- Certificación Fair for Life
- Sello Non GMO
- Sello Libre de gluten



VII. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN

7.1 FERIAS EN CANADA



La “Canadian Produce Marketing Association” (CPMA) es la feria de alimentos especializada en frutas y verduras (frescas y congeladas). Cada edición de la feria congrega a más de 3,000 participantes de todos los segmentos de la cadena de suministros de la industria. Cabe destacar que los asociados a la CPMA son responsables del 90% de las ventas de frutas frescas y verduras en Canada. Se desarrolla anualmente en forma rotativa en las ciudades de Toronto, Vancouver, Montreal y Calgary. <http://convention.cpma.ca/>



Sial Canada es la feria de alimentos más grande en Canadá. Se enfoca en alimentos en general (frescos y procesados, orgánicos y convencionales). Congrega a expositores de toda la cadena de la industria de los alimentos (Productores, procesadores, distribuidores, minoristas, servicios, etc.). De acuerdo con información de los organizadores, Sial Canada capta la participación de alrededor de 1000 exhibidores de 50 países, registra la llegada de 18,500 visitantes, y genera 350 contactos por kiosko. Sial Canada se realiza de forma rotativa entre las ciudades de Toronto y Montreal. <https://sialcanada.com/en/>



Feria especializada en la promoción de productos y servicios innovadores para las tiendas de comestibles. Se enfoca principalmente en comestibles y alimentos especializados (grocery & specialty food) orgánicos y convencionales. Cuenta con más de 320 exhibidores, más de 500 kioskos y más de 5600 asistentes. Ofrece conferencias y talleres (tendencias y buenas practicas). Sitio web: <https://groceryinnovations.com/>



El Restaurant Canada Show es una feria orientada a satisfacer las necesidades de la industria de servicios de alimentación y restaurantes. En ese sentido, es la vitrina donde se presentan los productos y servicios más novedosos. Cada año esta feria atrae a más del 84% de las principales empresas canadienses de servicios de alimentos. Sitio web: www.rcshow.com



Es una feria y conferencia que se realiza anualmente en las ciudades de Montreal, Toronto y Vancouver. Está orientada a los proveedores de la industria de la alimentación y la panadería. Sitio web: www.bakeryshowcasecanada.ca

7.2 EXHIBICIONES

Cada tienda minorista y al por mayor realiza campañas de degustación y/o promoción de acuerdo con sus planes y necesidades. Estas son desarrolladas en coordinación con el proveedor, quien es generalmente el encargado de solventar estos esfuerzos que implican la utilización de muestras, contratación del personal a cargo de la manipulación y entrega de los alimentos (muestras) entre otros. Cabe destacar que en Canada, todas las personas vinculadas a la manipulación de alimentos para consumo público deben contar con una certificación vigente expedida por las entidades de salud provinciales.¹



7.3 PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS

- **Canadian Grocer.** Fundada hace más de 130 años, es la publicación nacional de alimentos más importante de Canadá. Llega a más de 147 000 suscriptores en forma impresa y vía internet. Canadian Grocer proporciona a los minoristas información crítica sobre nuevos productos y tendencias de la industria, así como informes de categoría y análisis en profundidad de la venta minorista de comestibles en Canadá. Sitio web: www.canadiangrocer.com
- **Canadian Food Business Magazine.** Es una revista especializada en los últimos avances y desarrollos en la ciencia de los alimentos y bebidas, tendencias del consumidor, noticias sobre la industria, seguridad alimentaria e innovación. Sitio web: www.canadianfoodbusiness.com

¹ Ontario: certificación para la manipulación de alimentos
(<https://www.health.gov.on.ca/en/pro/programs/publichealth/enviro/>)

Quebec: Formación obligatoria en higiene y salubridad alimentaria
(<https://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Transformation/Qualitedesaliments/Hygienesalubrite/Pages/Hygienesalubrite.aspx>)

- **Food in Canada.** Fundada en 1938, brinda información a los actores de la industria canadiense de procesamiento de alimentos y bebidas a través de su revista, sitio web y boletín electrónico. En cada edición brindan información sobre nuevas tecnologías y procesos, nuevos equipos de procesamiento y envasado, desarrollo de ingredientes, limpieza, procesos de seguridad y saneamiento, asuntos regulatorios, prevención/gestión de problemas de retirada, prevención de riesgos, etiquetado nutricional, legislación alimentaria, HACCP, salud y nutrición, seguridad, logística y transporte, tendencias de consumo y nuevos productos entre otros. Sitio web: www.foodincanada.com
- **Wine & spirits magazine.** Esta revista está orientada hacia consumidores, productores, comercializadores y otros agentes que forman parte de la industria del vino y los licores en general. Cuenta con más de 90.000 lectores. Sitio web: www.wineandspiritsmagazine.com
- **Canadian Organic Trade association (COTA).** Es una asociación de agricultura y producción orgánica en Canadá. Entre sus miembros se incluyen productores, empacadores, transportistas, procesadores, certificadoras, asociaciones de agricultores, distribuidores, importadores y exportadores, consultores y tiendas minoristas. Brindan a sus miembros estadísticas y datos de mercado, producción; regulación, etc. Sitio web: www.canada-organic.ca
- **Inside Logistics.** Es una revista (impresa y digital) especializada en logística y cadena de suministros. Ofrece información sobre diversos temas relacionados con el transporte y logística desde actualidad, regulaciones, etc. Sitio web: www.insidelogistics.ca
- **Food Business News.** Revista especializada en la industria de los alimentos. Brinda información sobre desarrollo tecnológico relevante para la industria, aspectos logísticos, y tendencias entre otros. Tiene como público objetivo a productores y procesadores, empresas de servicios de alimentos, supermercados y proveedores en general. Sitio web: www.foodbusinessnews.net

Por otro lado, las grandes cadenas de supermercados también cuentan con sus propias revistas (online y/o impresas) tales como LCBO Foods & Drink Magazine, Sage (Loblaws) y complimentscanada.ca (Sobeys) entre otros.

VIII. CONTACTOS DE INTERÉS

8.1 Institucionales

[TFO Canada](#)

130 Slater Street, Suite 400
Ottawa, Ontario, Canadá K1P 6E2
Tel.: (613) 233-3925 En Canadá:
1-800-267-9674
E-mail: info@tfocanada.ca

[Promperu Canada](#)

372 Bay St. Suite 402, Toronto,
ON M5H 2W9
Tel: (416) 963-5561
E-mail:
ocextoronto@promperu.gob.pe

[Agriculture and Agri-Food Canada](#)

1341 Baseline Road
Ottawa, Ontario, Canadá K1A 0C5
Tel.: (613) 773-1000

[Canada Border Services Agency \(CBSA\)](#)

Lista de oficinas en cada provincia
disponible en su sitio web.
Tel.: 1-800-461-9999

[Canadian Food Inspection Agency](#)

1400 Merivale Road
Ottawa, Ontario, Canadá K1A 0Y9
Tel.: (613) 773-2342

[Canada Organic Trade Association](#)

4 Florence Street, Suite 210
Ottawa, Ontario, Canadá K2P
0W7
Tel.: (613) 482-1717

[Fairtrade Canada](#)

250 City Centre Ave #800
Ottawa, Ontario, Canadá, K1R 6K7
Tel.: (613) 563-3351

[Global Affairs Canada](#)

125 Sussex Drive
Ottawa, Ontario, Canadá K1A 0G2
Tel.: (613) 944-4000

[Health Canada](#)

70 Colombine Dr Way
Ottawa, Ontario, Canadá, K1A 0K9
Tel.: (613) 957-2983

[International Association for Standardization](#)

Chemin de Blandonnet 8, CP 401
1214 Vernier, Geneva,
Switzerland

[I.E. Canada \(Canadian Association of Importers and Exporters\)](#)

777 Bay Street, P.O. Box 149
Toronto, Ontario, Canadá M5G
2C8
Tel.: (416) 595-5333

[Innovation, Science and Economic Development Canada](#)

C.D. Howe Building, 235 Queen
Street
Ottawa, Ontario, Canadá K1A 0H5
Tel.: (613) 954-5031

[Statistics Canada](#)

150 Tunney's Pasture Driveway
Ottawa, Ontario, Canadá K1A 0T6
Tel.: 1-800-263-1136

8.2 Comerciales

A continuación, se presentan los datos de contacto correspondientes a potenciales compradores de los productos analizados en el presente estudio.

Compania	Nombre de contacto	Cargo dentro de la organizacion	E-mail corporativo	Telefono/Skype	Pagina Web
Agrocan Inc.	Mr. John Kastaniotis	Presidente	yannis@agrocanfoods.com	(+1) 514 272512	http://www.agrocanfoods.com
Apo Products Ltd.	Mr. Kenneth Ong	Vice Presidente	apoproducts@bellnet.ca	(+1) 416 3215412	http://unofoodsinc.com
Aurora Importing and Distributing Ltd.	Anthony Morello	Presidente	anthony.morello@auroraimporting.com	(+1) 905 6701855	https://www.auroraimporting.com
Brecon Foods Inc.	Pascal Seltzer	Trader	contact@brecon.ca	(+1) 514 4268140	http://www.brecon.ca
Compass Food Sales	Sean Fenwick	Vice Presidente	sean@compassfoodsales.com	(+1) 905 7130167	http://www.compassfoodsales.com
Dan-D-Pak	Amber L. Huguet	Key Account Manager	amberhuguet@dan-d-pak.com	(+1) 604 2743263	http://www.dan-d-pak.com
Fennec Foods	Claudio Guerrero	Vice Presidente de compras	claudio@fennecfoods.com	(+1) 514 3896364	https://www.fennecfoods.com/
Gia Foods	Barry Hogan	Account Sales	info@giafoods.com	(+1) 604 4417479	http://www.giafoods.com
Grace Kennedy (Ontario) Ltd.	Mr. Lucky Lankage	CEO	gracecanadaanswers@gkco.com	(+1) 905 8861002	http://www.gracefoods.com
Hector Larive Inc.	Mr. Michel Larive	Vice Presidente de compras	mlarivee@hectorlarivee.com	(+1) 514 5218331	https://hectorlarivee.com/
I-D Foods Corporation	Gilles St-Aubin	VP Marketing & compras	gstaubin@idfoods.com	(+1) 450 6872680	http://www.idfoods.com
Johnvince Foods	Joe Pulla	Presidente	jpulla@johnvince.com	(+1) 647 7762182	http://www.johnvince.com
Krinos Foods Canada Ltd.	Jane Apostolis	Gerente General	japostolis@krinos.ca	(+1) 905 6694414	http://www.krinos.ca
Mantab Inc.	Raffi Ghazalian	VP ventas & desarrollo de negocios	info@mantab.com	(+1) 514 6973550	http://www.mantab.com
Pastene Inc.	Mr. Vincent Tangredi	VP, Administracion	sales@pastene.com	(+1) 514 3537997	http://www.pastene.com
Pheonicia Products Inc.	Antoine Gholam	Director Ejecutivo	agholam@phoeniciagroup.com	(+1) 514 3896363	https://www.phoeniciagroup.com/
Produits Zinda Canada Inc.	Hatim Hammane	Jefe de proyectos	hatim@zindaproducts.com	(+1)450 6356632	http://www.zindaproducts.com
Shah Trading Company Limited	Raman Jain	Comprador	raman@shahtrading.com	(+1) 514 3362462	http://www.shahtrading.com
Tropical Trading	Luis Fernando Pardo	Gerente	lfpardob@tropicaltrading.ca	(+1) 416 232 0440	www.tropicaltrading.ca
Unico Inc.	Mr. Fabian Venier	Vice Presidente, Logística	fvenier@unico.ca	(+1) 905 6699637	http://www.unico.ca

IX. PERFIL DE COMPRADORES (RESUMEN DE LAS CONCLUSIONES DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS)

A continuación, se resumen los principales comentarios recogidos durante las entrevistas organizados según producto.

- La demanda por los pimientos, ajíes picantes frescos y en preparaciones tiene tendencia creciente. Los compradores están dispuestos a explorar nuevos proveedores siempre y cuando la calidad no sea menor a la que actualmente compran, y que su precio sea competitivo.
- La alcachofa, pimientos, palmito y aceitunas vienen mostrando son productos ya consolidados en Canadá. Existe siempre interés en explorar nuevos proveedores. Los productos enlatados registran menor demanda. Por el contrario, los formatos frescos y congelados vienen registrando una demanda creciente. La aceituna y aceite de olivo peruanos no son conocidos por los compradores entrevistados. Sin embargo, se encuentran dispuestos a probarlos y analizarlos.
- Existe interés en mango y arándanos congelados y deshidratados. Aguaymanto es demandado principalmente en fresco con creciente interés en formato deshidratado. No se conoce la oferta peruana de higos por lo cual los compradores están dispuestos a explorarlo. Los chips de banana son siempre demandados, no obstante los compradores están buscando alternativas saludables (bajos en grasas, no fritos, sin presencia de grasas saturadas)
- El aceite de Sacha Inchi es conocido por empresas productoras o importadoras de súper alimentos y productos saludables. No obstante algunos entrevistados manifiestan que la demanda no se ha incrementado significativamente desde que empezó su introducción en Canadá
- Los snacks (barras y cereales) que se comercializan en Canadá son variados y sofisticados. Existe interés en explorar nuevos productos terminados, en cuanto sean innovadores, aporten beneficios al consumidor y sobretodo respondan a los gustos y preferencias de este mercado. Una empresa asevero que hay más oportunidades para vender insumos pues hay un gran número de empresas que producen barras de energía. También existe la posibilidad de desarrollar productos de manera conjunta.
- Las nueces amazónicas tienen demanda estable a pesar de ser una de las nueces más caras en el mercado. Estas se venden solas o en mezclas de nueces. Los frutos deshidratados (mango, higo, banano y arándano) son productos de interés permanente para el importador. El camote deshidratado ya se encuentra en los supermercados canadienses.
- La demanda por pisco es impulsada por los restaurantes de comida peruana presentes en Toronto y Montreal. La importación y distribución esta monopolizada por establecimientos controlados por la autoridad provincial (LCBO y SAQ entre otros). La oferta de Pisco procedente de Perú no iguala aun a Chilena en cuanto a participación en las importaciones canadiense de esta bebida espirituosa.
- Existe una variada oferta de harinas especiales en Canadá, especialmente aquellas sin gluten y enriquecidas, y que sean versátiles para su uso en la repostería. La harina de maca es ya conocida por importadores de productos saludables. La harina de quínoa es conocida y es utilizada principalmente por la industria de procesamiento de alimentos. La harina de yacon, lúcuma y kiwicha aún no son conocidas por los compradores.
- El interés en las frutas congeladas (mango, berries, bananas y paltas) es permanente. En cuanto a los frutos exóticos como la lúcuma y el camu camu, no son aun conocidos por los compradores entrevistados.

X. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Canadá importa permanentemente todas las categorías de producto analizadas en este estudio. Sin embargo, la participación de Perú en el total importado es poco significativa como se puede observar en el análisis de la competencia.
- Pese a esta poca participación de Perú en el total de las importaciones que Canada realiza del mundo, existen categorías de productos donde Perú tiene presencia significativa tales como en las importaciones de espárragos, harinas de cereales, frutos congelados y frutos deshidratados.
- Estados Unidos, México, China, India, y países del Mediterráneo son los principales proveedores de frutas y verduras procesados en Canadá. Estos países cuentan con economías de escala que les permiten ofrecer, sobretodo, precios altamente competitivos.
- La producción local cuenta también con el liderazgo de canadienses de diversos orígenes (Italianos, griegos, libaneses, Indios y chinos entre otros). Estos han propiciado la importación de productos, inicialmente étnicos, pero que son parte de la dieta general de los canadienses tales como el aceite de olivo, las aceitunas, capsicums, especias y frutos exóticos entre otros, para satisfacer, inicialmente la demanda de sus paisanos. Cuentan con relaciones consolidadas no solamente por el tiempo sino por la afinidad cultural entre compradores y proveedores. Esto sin embargo, no impide que los compradores canadienses se interesen o exploren posibilidades de negocio con nuevos proveedores.
- Los empresarios entrevistados reconocen a Perú como un proveedor importante de frutas y verduras (frescos y procesados), así como de super alimentos. No obstante, desconocen las variedades de productos de su oferta exportable. Destaca el desconocimiento de la oferta peruana de aceitunas y aceite de olivo.
- Algunas empresas entrevistadas expresaron que, a pesar de contar con proveedores “preferidos y de confianza”, están dispuestos a explorar nuevos productos y proveedores siempre y cuando cumplan con los estándares de calidad, inocuidad y competitividad en precios. Similar caso se da con los frutos exóticos y súper alimentos (camu camu, lúcuma y yacon entre otros)
- Si ya está presente en EEUU o tiene distribuidores en ese país, vea la posibilidad de atender Canadá desde ese mercado.
- La oferta de alimentos procesados exige una constante inversión en investigación y desarrollo a fin de crear alternativas atractivas y convenientes para los consumidores. Es necesario innovar y diferenciarse para competir en el mercado canadiense de alimentos procesados. Recuerde que hay proveedores bien posicionados y que si no hay elementos diferenciadores la lucha será en precios. Piense en nichos de mercado.
- Explore la posibilidad de desarrollar productos con el cliente canadiense. Existen empresas, especialmente en las líneas de alimentos saludables, funcionales y nutraceuticos, que se encuentran dispuestas a encontrar socios estratégicos.
- Manténgase en contacto con la Oficina de Promoción Comercial de Perú en Canadá ([Promperu Canadá](#)) a fin de conocer y aprovechar los eventos que realizan (participación en feria, organización de misiones comerciales, degustaciones, etc.), solicitar información sobre el mercado y potenciales compradores entre otros.

ANEXOS

ANEXO 1: Acuerdos Comerciales

ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES	FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA
Estados Unidos de Norte América (CUFSTA)	1 ^{ro} de enero de 1989
TLCAN (Canadá – Estados Unidos – México)	1 ^{ro} de enero de 1994
Israel	1 ^{ro} de enero de 1997
Chile	5 de julio de 1997
Costa Rica	1 ^{ro} de noviembre de 2002
AELC (Islandia, el Principado de Liechtenstein, el Reino de Noruega y la Confederación Suiza)	1 ^{ro} de julio de 2009
Perú	1 ^{ro} de agosto de 2009
Colombia	15 de agosto de 2012
Jordania	1 ^{ro} de octubre de 2012
Panamá	1 ^{ro} de abril de 2013
Honduras	1 ^{ro} de octubre de 2014
Corea del Sur	1 ^{ro} de enero de 2015
Ucrania	1 ^{ro} de agosto de 2017
Unión Europea	21 de setiembre de 2017

ACUERDO EN PROCESO DE NEGOCIACIÓN	FECHA DE INICIO DE LAS NEGOCIACIONES
Acuerdo Global y Progresivo para la Asociación Transpacífico (CPTPP)	10 de noviembre del 2017
Comunidad del Caribe	1 ^{ro} de julio de 2007
República Dominicana	07 de junio de 2007
Guatemala, Nicaragua y El Salvador	21 de noviembre de 2001
República Dominicana	07 de junio de 2007
India	16 de noviembre de 2010
Japón	25 de marzo de 2012
Marruecos	27 de enero de 2011
Singapur	21 de octubre de 2001

ACUERDOS EN PROCESO DE EXPLORACIÓN	FECHA DE ANUNCIO DE INICIO DE LAS DISCUSIONES
ASEAN	8 de setiembre del 2017
China	22 de setiembre de 2016
Mercosur	24 de junio de 2011
Alianza del Pacífico	29 de junio del 2017
Filipinas	8 de mayo de 2015
Tailandia	23 de marzo de 2012
Turquía	7 de agosto de 2010

Fuente: Foreign Affairs, Trade and Development Canada

ANEXO 2: PRINCIPALES PAISES PROVEEDORES POR PRODUCTO PRIORIZADO

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA	RANKING 2021	VALOR CAD \$	PARTICIPACION
Pimientos del género capsicum o del género pimenta, frescos o refrigerados	HS: 070960	México	293,529,701.00	74%
		Estados Unidos	69,187,568.00	17%
		España	10,842,205.00	3%
		Honduras	10,057,624.00	3%
		Republica Dominicana	6,656,547.00	2%
frutos del género capsicum o del género pimenta: secos, sin triturar ni moler	HS: 090421	China	3,365,740.00	42%
		México	1,484,886.00	19%
		India	1,055,930.00	13%
		Estados Unidos	797,870.00	10%
		España	248,369.00	3%
frutos del género capsicum o del género pimenta: triturados o molidos	HS: 090422	India	13,186,846.00	30%
		España	11,735,712.00	27%
		China	6,306,093.00	14%
		Estados Unidos	4,170,943.00	9%
		México	1,937,322.00	4%

Source: Trade Data Online

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA	RANKING 2021	VALOR CAD \$	PARTICIPACION
Espárragos - preparados/conservados sin vinagre/ácido acético, no congelados	Hs 200560	Perú	1,230,142.00	97.9%
		España	9,629.00	0.8%
		Países Bajos	6,853.00	0.5%
		Estados Unidos	4,839.00	0.4%
		Italia	2,269.00	0.2%
Palmitos - preparados, incluso azucarados, edulcorados o en alcohol	Hs 200891	Ecuador	3,630,131.00	88.4%
		Bolivia	272,790.00	6.6%
		Estados Unidos	59,426.00	1.4%
		Perú	46,517.00	1.1%
		Filipinas	27,755.00	0.7%
Hortalizas, mix de hortalizas, preparadas o conservadas en vinagre, ácido acético o azúcar, sin congelar	Hs 200599	Estados Unidos	68,152,425.00	48%
		Italia	7,763,536.00	5%
		España	7,714,235.00	5%
		China	6,704,164.00	5%
		Perú	6,186,851.00	4%
Camote: frescos, refrigerados, congelados o secos	Hs 071420	Estados Unidos	69,006,860.00	89%
		Jamaica	2,697,049.00	3%
		China	1,742,329.00	2%
		Honduras	1,617,664.00	2%
		Costa Rica	586,211.00	1%

Source: Trade Data Online

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA	RANKING 2021	VALOR CAD \$	PARTICIPACION
Aceitunas (en conserva provisional, pero no aptas para el consumo inmediato)	HS: 071120	España	1,824,691.00	81%
		Marruecos	308,417.00	14%
		Etiopia	72,482.00	3%
		Italia	31,228.00	1%
		China	9,684.00	0%
Aceitunas - preparadas/conservadas sin vinagre/ácido acético, no congeladas	Hs 200570	España	34,275,740.00	42%
		Grecia	24,494,961.00	30%
		Italia	10,781,216.00	13%
		Estados Unidos	2,947,504.00	4%
		Marruecos	2,700,574.00	3%

Source: Trade Data Online

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA	RANKING 2021	VALOR CAD \$	PARTICIPACION
Frutas y demás partes comestibles de plantas - preparadas, incluso azucaradas, edulcoradas o con alcohol	Hs 200899	Estados Unidos	55,959,811.00	24%
		México	41,106,207.00	18%
		Corea del Sur	26,367,437.00	11%
		China	22,226,081.00	10%
		Tailandia	21,347,496.00	9%
verduras, frutas, nueces y partes comestibles de plantas ncop preparadas/conservadas con vinagre/ácido acético	Hs 200190	Estados Unidos	31,111,703.00	33%
		Grecia	9,704,459.00	10%
		India	7,414,205.00	8%
		México	7,395,824.00	8%
		China	6,740,066.00	7%

Source: Trade Data Online

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA	RANKING 2021	VALOR CAD \$	PARTICIPACION
Aceite de olivo - virgen	Hs 150910	Italia	82,224,892.00	38%
		España	59,258,789.00	27%
		Túnez	49,711,961.00	23%
		Grecia	11,844,837.00	5%
		Líbano	1,793,579.00	1%
grasas y aceites vegetales, y sus fracciones, refinados o no, pero sin modificar químicamente	Hs 151590	México	33,263,061.00	30%
		Estados Unidos	14,580,967.00	13%
		Reino Unido	11,166,558.00	10%
		Italia	10,003,820.00	9%
		Dinamarca	5,747,435.00	5%
Grasas o aceites vegetales y sus fracciones - hervidos, deshidratados, soplados, modificados químicamente	Hs 151800	Estados Unidos	18,931,902.00	93%
		Reino Unido	321,984.00	2%
		Francia	226,842.00	1%
		Australia	213,509.00	1%
		Alemania	117,758.00	1%

Fuente: Trade Data Online

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA	RANKING 2021	VALOR CAD \$	PARTICIPACION
Jugo de frutas cítricas (excl. mezclas) - valor brix superior a 20, incluso azucarado o edulcorado	Hs 200939	Estados Unidos	25,601,938.00	62%
		Argentina	8,603,540.00	21%
		Brasil	2,530,062.00	6%
		España	1,533,614.00	4%
		México	1,243,541.00	3%
Jugo de cualquier otra fruta o verdura (no mezcla): jugo de arándano	Hs 200981	Estados Unidos	9,173,903.00	86.44%
		Re-Import. (Canadá)	910,752.00	8.58%
		Francia	507,897.00	4.79%
		Ecuador	4,718.00	0.04%
		China	4,595.00	0.04%
Jugo de cualquier otra fruta o verdura (no mezcla): jugo de arándano: otros	Hs 200989	Estados Unidos	41,547,894.00	40.98%
		Tailandia	9,502,234.00	9.37%
		Filipinas	7,897,267.00	7.79%
		Brasil	5,827,864.00	5.75%
		China	4,811,444.00	4.75%
Mezclas de jugos - sin fermentar, sin alcohol, incluso azucarados o edulcorados	Hs 200990	Estados Unidos	58,197,262.00	92.52%
		Sudáfrica	884,595.00	1.41%
		Taiwán	516,128.00	0.82%
		España	359,935.00	0.57%
		Reino Unido	347,999.00	0.55%

Source: Trade Data Online

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA	RANKING 2021	VALOR CAD \$	PARTICIPACION
Cereales	HS: 10	Estados Unidos	1,425,837,355.00	83.67%
		Tailandia	92,581,144.00	5.43%
		India	91,252,620.00	5.35%
		Pakistán	17,653,788.00	1.04%
		Perú	10,335,359.00	0.61%
otros cereales sin moler	Hs 100890	Estados Unidos	1,909,286.00	43%
		Sudáfrica	998,056.00	23%
		India	624,535.00	14%
		Kenia	286,160.00	7%
		China	171,833.00	4%
harina de cereales	Hs 110290	Estados Unidos	28,060,553.00	71%
		India	3,879,223.00	10%
		Tailandia	3,629,939.00	9%
		Italia	895,747.00	2%
		Sudáfrica	320,116.00	1%
harina y sémola de sagú y de raíces o tubérculos con alto contenido de almidón o inulina	Hs 110620	Estados Unidos	8,037,039.00	52%
		China	1,732,011.00	11%
		Tailandia	1,428,168.00	9%
		Perú	802,332.00	5%
		Taiwán	754,528.00	5%
harinas y polvos de frutas y nueces comestibles	Hs 110630	Estados Unidos	36,726,878.00	79%
		Filipinas	1,399,331.00	3%
		China	1,036,939.00	2%
		Vietnam	756,234.00	2%
		India	729,114.00	2%
mucílagos y espesativos derivados de productos vegetales	Hs 130239	Estados Unidos	7,127,899.00	29%
		Dinamarca	4,534,219.00	19%
		China	4,517,466.00	19%
		Filipinas	2,999,864.00	12%
		España	1,827,575.00	7%
Alimentos preparados, obtenidos por inflado o tostado de cereales o productos de cereales	Hs 190410	Estados Unidos	481,633,574.00	94%
		México	12,481,771.00	2%
		Reino Unido	7,222,078.00	1%
		India	2,560,346.00	1%
		Alemania	1,888,636.00	0%

Source: Trade Data Online

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA	RANKING 2021	VALOR CAD \$	PARTICIPACION
Frutas y nueces comestibles congelados	HS: 81190	Estados Unidos	84,338,450.00	34%
		Perú	30,090,326.00	12%
		México	21,948,155.00	9%
		Costa Rica	20,327,175.00	8%
		Re-Import. (Canadá)	17,312,810.00	7%
frambuesas, moras, zarzamoras y grosellas congeladas	Hs 081120	Serbia	39,535,846.00	38%
		Estados Unidos	25,703,909.00	24%
		Chile	22,524,656.00	21%
		México	12,304,288.00	12%
		China	2,348,710.00	2%

Source: Trade Data Online

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA	RANKING 2021	VALOR CAD \$	PARTICIPACION
Frutas secas	Hs 081340	Estados Unidos	16,057,358.00	33%
		China	9,640,278.00	20%
		Vietnam	3,498,166.00	7%
		Turquía	2,390,008.00	5%
		Chile	2,031,066.00	4%
higos - frescos o secos	Hs 080420	Turquía	13,799,635.00	40%
		Estados Unidos	6,373,910.00	19%
		México	5,556,818.00	16%
		Grecia	3,532,179.00	10%
		Brasil	1,109,384.00	3%
Nueces de Brasil, sin cáscara, frescas o secas	Hs 080122	Bolivia	6,263,174.00	64%
		Estados Unidos	1,772,373.00	18%
		Brasil	824,000.00	8%
		Perú	662,174.00	7%
		Turquía	110,094.00	1%

Source: Trade Data Online

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA	RANKING 2021	VALOR CAD \$	PARTICIPACION
Aguardiente obtenido por destilación de vino de uva o de orujo de uva	Hs 220820	Francia	91,960,298.00	88.68%
		Italia	5,255,539.00	5.07%
		Estados Unidos	1,472,300.00	1.42%
		Grecia	1,046,754.00	1.01%
		España	955,332.00	0.92%
		Chile	248,696.00	0.24%
		Perú	62,702.00	0.06%

Fuente: Trade Data Online

ANEXO 3: IMPORTACIONES CANADIENSES DE PERU (en Miles de CAD \$)

Partida	Productos priorizados	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total Import. Canada 2021	Particip. Peru
HS 100890	Otros cereales sin moler	310.32	107.66	1,552.89	1,255.43	983.52	191.99	324.16	213.49	17.05	12.54	4,389.72	0.286%
HS 110290	Harina de cereales	18.75	5.24	0.96	107.85	23.44	36.06	55.07	46.87	94.93	47.05	39,685.86	0.119%
HS 110620	Harinas y sémola de sagú y de raíces o tubérculos con alto contenido de almidón o inulina	580.33	345.87	863.96	832.80	697.52	726.61	535.76	309.50	593.31	802.33	15,578.95	5.150%
HS 110630	Harinas y polvos de frutas y nueces comestibles	220.28	307.56	858.08	988.04	697.46	577.28	565.89	397.37	849.65	712.19	46,325.25	1.537%
HS 130239	mucilagos y espesativos derivados de productos vegetales	115.94	83.84	141.34	221.30	50.92	55.03	114.31	97.58	56.74	122.13	24,390.92	0.501%
HS 150910	Aceite de olivo - virgen	18.95	25.39	55.76	8.16	5.03	14.76	71.46	11.03	1.31	49.73	216,727.95	0.023%
HS 151590	Grasas y aceites vegetales, y sus fracciones, refinados o no, pero sin modificar químicamente	4.69	244.47	407.57	781.11	264.23	204.82	434.60	209.99	214.13	277.20	111,360.36	0.249%
HS 151800	Grasas o aceites vegetales y sus fracciones - hervidos, deshidratados, soplados, modificados químicamente									1.02	0.13	20,312.30	0.001%
HS 190410	Alimentos preparados, obtenidos por inflado o tostado de cereales o productos de cereales	87.19	44.16	63.83	634.38	506.59	370.17	120.51	43.64	47.66	30.52	511,556.53	0.006%
HS 200190	verduras, frutas, nueces y partes comestibles de plantas ncop preparadas/conservadas con vinagre/ácido acético	1,372.33	1,381.32	1,805.11	1,672.73	1,310.62	1,612.50	2,228.76	2,415.21	1,267.45	1,093.37	93,292.26	1.172%
HS 200560	Espárragos - preparados/conservados sin vinagre/ácido acético, no congelados	2,367.55	1,701.09	1,328.13	1,314.51	793.75	1,295.39	1,328.63	1,260.80	1,515.83	1,230.14	1,256.19	97.927%
HS 200570	Aceitunas - preparadas/conservadas sin vinagre/ácido acético, no congeladas	532.09	177.32	296.93	275.38	256.87	381.81	214.39	334.12	171.21	170.66	81,045.39	0.211%
HS 200599	Hortalizas, mix de hortalizas, preparadas o conservadas en vinagre, ácido acético o azúcar, sin congelar	4,379.88	4,104.96	4,535.14	6,590.43	6,013.65	7,261.98	6,649.71	7,074.98	6,149.04	6,186.85	141,387.86	4.376%
HS 200891	Palmitos - preparados, incluso azucarados, edulcorados o en alcohol	3.33	6.42	8.52	1.92	2.36	94.87	38.45	19.82	70.79	46.52	4,108.39	1.132%
HS 200899	Frutas y demás partes comestibles de plantas - preparadas, incluso azucaradas, edulcoradas o con alcohol	2,087.65	2,925.55	3,046.43	3,272.91	3,262.11	3,104.43	6,117.85	3,613.03	2,501.24	1,633.96	233,213.26	0.701%

Fuente: Trade Data Online

Partida	Productos priorizados	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total Import. Canada 2021	Particip. Peru
HS 200939	Jugo de frutas cítricas (excl. mezclas) - valor brix superior a 20, incluso azucarado o edulcorado		106.86	7.47	49.06	85.07	143.15	27.47	8.05	1.67	18.83	41,490.78	0.045%
HS 200981	Jugo de cualquier otra fruta o verdura (no mezcla): jugo de arándano											10,613.08	0.000%
HS 200989	Jugo de cualquier otra fruta o verdura (no mezcla): jugo de arándano: otros	13.17	255.80	346.23	143.58	81.27	152.48	294.49	785.19	448.49	1,072.14	101,398.09	1.057%
HS 200990	mezclas de jugos - sin fermentar, sin alcohol, incluso azucarados o edulcorados	0.03		0.89	2.44	1.63	0.81	0.00	4.51	1.70	7.92	62,899.97	0.013%
HS 220820	Bebidas espirituosas obtenidas por destilación de vino de uva o de orujo de uva	1.09	0.96	108.67	17.84	43.88	25.20	93.92	46.47	55.88	62.70	103,698.75	0.060%
HS 070960	Pimientos del género capsicum o del género pimenta, frescos o refrigerados	67.92	25.99	17.26	176.20	23.88	64.40	264.86	2.74	0.53	1.53	397,970.73	0.000%
HS 071120	Aceitunas (en conserva provisional, pero no aptas para el consumo inmediato)	0.07	0.25	6.50	32.25	39.25	1.28	5.44	0.01	0.18		2,265.38	0.000%
HS 071420	Camote: frescos, refrigerados, congelados o secos	137.57	252.71	201.35	370.06	680.99	379.82	250.98	138.67	143.47	85.27	77,912.69	0.109%
HS 080122	Nueces de Brasil, sin cáscara, frescas o secas	1,518.65	2,103.75	1,657.93	2,642.44	2,086.93	1,037.68	383.55	1,948.31	745.73	662.17	9,735.32	6.802%
HS 080390	HS 080390 - Bananas: Other	2,254.60	3,047.11	6,751.01	11,792.21	8,149.68	8,152.01	10,142.51	7,165.13	5,292.98	7,624.71	549,748.74	1.387%
HS 080420	Higos - frescos o secos	16.82	38.93	22.54	27.78	59.76	73.84	644.31	1,380.14	1,216.25	649.39	34,235.38	1.897%
HS 081120	Frambuesas, moras, zarzamoras y grosellas congeladas	4.35		3.44	51.99					47.97	0.94	105,418.49	0.001%
HS 081340	Frutas secas	51.59	58.01	129.75	292.74	355.62	202.05	156.74	389.08	520.67	522.65	48,915.40	1.068%
HS 090421	Frutos del género capsicum o del género pimenta: secos, sin triturar ni moler	14.09	17.80	36.74	30.73	36.71	50.57	154.62	22.15	31.64	45.82	7,957.46	0.576%
HS 090422	Frutos del género capsicum o del género pimenta: triturados o molidos	1,055.86	892.05	1,091.83	433.76	232.25	9.13	143.01	210.43	206.15	161.34	43,929.70	0.367%
Hs 081190	Frutas y nueces comestibles - congelados	4,464.00	5,391.00	3,782.00	8,290.00	12,205.00	15,857.00	15,780.00	18,904.00	31,754.00	30,090.00	249,534.95	12.058%

Fuente: Trade Data Online

Anexo 4: Distribución de la población canadiense según provincia y ciudades (top 25)

Provincia	Poblacion, 2016	Poblacion, 2021	Var. % 2016 - 2021	Part. 2021
Ontario	13,448,494	14,223,942	5.8	38.5%
Quebec	8,164,361	8,501,833	4.1	23.0%
British Columbia	4,648,055	5,000,879	7.6	13.5%
Alberta	4,067,175	4,262,635	4.8	11.5%
Manitoba	1,278,365	1,342,153	5	3.6%
Saskatchewan	1,098,352	1,132,505	3.1	3.1%
Nova Scotia	923,598	969,383	5	2.6%
New Brunswick	747,101	775,610	3.8	2.1%
Newfoundland and Labrador	519,716	510,550	-1.8	1.4%
Prince Edward Island	142,907	154,331	8	0.4%
Northwest Territories	41,786	41,070	-1.7	0.1%
Yukon	35,874	40,232	12.1	0.1%
Nunavut	35,944	36,858	2.5	0.1%
Canada Total	35,151,728	36,991,981	5.2	100%

Fuente: Statistics Canada. Table 98-10-0001-01 Population and dwelling counts: Canada, provinces and territories

N	Ciudad	Provincia	Poblacion		
			2016	2021	Var % 2016 - 2021
1	Toronto	Ontario	2,731,571	2,794,356	2.3
2	Montréal	Quebec	1,704,694	1,762,949	3.4
3	Calgary	Alberta	1,239,220	1,306,784	5.5
4	Ottawa	Ontario	934,243	1,017,449	8.9
5	Edmonton	Alberta	933,088	1,010,899	8.3
6	Winnipeg	Manitoba	705,244	749,607	6.3
7	Mississauga	Ontario	721,599	717,961	-0.5
8	Vancouver	British Columbia	631,486	662,248	4.9
9	Brampton	Ontario	593,638	656,480	10.6
10	Hamilton	Ontario	536,917	569,353	6
11	Surrey	British Columbia	517,887	568,322	9.7
12	Québec	Quebec	531,902	549,459	3.3
13	Halifax	Nova Scotia	403,131	439,819	9.1
14	Laval	Quebec	422,993	438,366	3.6
15	London	Ontario	383,822	422,324	10
16	Markham	Ontario	328,966	338,503	2.9
17	Vaughan	Ontario	306,233	323,103	5.5
18	Gatineau	Quebec	276,245	291,041	5.4
19	Saskatoon	Saskatchewan	247,201	266,141	7.7
20	Kitchener	Ontario	233,222	256,885	10.1
21	Longueuil	Quebec	239,897	254,483	6.1
22	Burnaby	British Columbia	232,755	249,125	7
23	Windsor	Ontario	217,188	229,660	5.7
24	Regina	Saskatchewan	215,106	226,404	5.3
25	Oakville	Ontario	193,832	213,759	10.3

Fuente: Statistics Canada, Census of Population.

Anexo 5: Costos referenciales de flete Paita – Toronto & Callao – Toronto

OCEAN FREIGHT QUOTATION



Account Name: ██████████
 Quotation #: Q18348

Valid from: 1-Jan-23
 Valid to: 31-Jan-23
 Origin: Callao & Paita port
 Destination: Toronto, Canada
 Type: Port-to-Door
 Commodity: General cargo, non haz

Total Gross Weight (kgs): 0.00
 Total Nr of Containers: 1.00

ESTIMATED ALL-INCLUSIVE PRICE:

Ocean Carrier	Port of Loading	Port of Destination	Routing	Frequency	Valid To	Transit-Time (Ocean)	Quantity	Basis	Total ALL-IN (USD)
Sealand	Callao	Toronto	via Balboa, New York	Weekly	1/31/2023	24 days	1.00	Per 20'GP	\$ 4,484.00
Sealand	Paita	Toronto	via Balboa, New York	Weekly	1/31/2023	24 day	1.00	Per 20'GP	\$ 4,795.00

Anexo 6: Tiendas visitadas en Toronto

1. Walmart: Dufferin Mall Supercentre, 900 Dufferin St, Toronto, ON M6H 4A9
2. Wholefoods: 87 Avenue Rd, Toronto, ON M5R 3R
3. Pusateris: 57 Yorkville Ave, Toronto, ON M5R 2B1
4. Rabba Fine Foods: 37 Charles St W #101, Toronto, ON M4Y 2R4
5. Loblaws: 60 Carlton St., Toronto, ON M5B 1J2
6. Metro: 444 Yonge St, Toronto, ON M5G 2B3
7. Farm Boy: 777 Bay St. Unit C209, Toronto, ON M5B 2H7
8. Fresh City Farms: 695 Bay St., Toronto, ON M5G 1Z4
9. Longos: 111 Elizabeth St, Toronto, ON M5G 1P7
10. Sobeys Urban Fresh: 22 Fort York Blvd, Toronto, ON M5V 3Z2
11. Costco Wholesale: 42 Overlea Blvd, Toronto, ON M4H 1B6
12. Liquor Control Board of Ontario (LCBO): 49 Spadina Ave., Toronto, ON M5V 2J1

Tiendas online:

1. Liquor Control Board of Ontario (LCBO): <https://www.lcbo.com>
2. Societe des Alcohols du Quebec (SAQ): <https://www.saq.com/>
3. Well: <https://well.ca/>