



ESTUDIO  
DE MERCADO

---

2022



# El mercado de embutido, jamón y carne de cerdo en Canadá

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Toronto

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

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

icex



ESTUDIO  
DE MERCADO

13 de diciembre de 2022  
Toronto

Este estudio ha sido realizado por  
Diego García Antón

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

<http://Canada.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-22-014-8



# Índice

1. Resumen ejecutivo	5
2. Definición del sector	8
3. Oferta – Análisis de competidores	10
3.1. Tamaño del mercado	10
3.2. Producción local	12
3.3. Importaciones	15
3.4. Importaciones de producto español	21
4. Demanda	25
4.1. Factores definitorios de las tendencias de consumo	26
4.1.1. Factores sociodemográficos y culturales <sup>22</sup>	26
4.1.2. Educación y salud	27
4.2. Análisis del comportamiento del consumidor	28
4.2.1. Tendencias de consumo	30
5. Precios	32
5.1. Embutido	32
5.2. Carne de cerdo	33
5.3. Jamón	34
6. Percepción del producto español	36
6.1. Percepción de la cocina española en Canadá	37
6.2. Percepción de los productos españoles en Canadá	38
7. Canales de distribución	39
7.1. Principales distribuidores	40
7.2. Importadores canadienses de las partidas analizadas	42
7.3. Análisis cualitativo	43
8. Acceso al mercado – Barreras	46
8.1. Acuerdos comerciales: CETA	46
8.2. Barreras arancelarias	47
8.3. Barreras no arancelarias	48
8.4. Requisitos para la importación	49
8.4.1. Requisitos generales	49
8.4.2. Normas y requisitos técnicos de fabricación y etiquetado	50
8.4.2.1. Requisitos básicos	51
8.4.2.2. Información nutricional	51



8.4.2.3. Requisitos específicos	52
8.4.2.4. Las normas de etiquetado de Health Canada	52
8.4.2.5. Productos orgánicos	53
8.4.2.6. Otros Requisitos	53
8.5. Régimen fiscal	53
9. Perspectivas del sector	54
10. Información práctica	56
10.1. Ferias	56
10.2. Asociaciones	57
10.3. Otras direcciones de interés	58
11. Anexos	59

icex



# 1. Resumen ejecutivo

El presente estudio tiene por objetivo analizar las oportunidades de mercado para los tres siguientes sectores: Embutido, jamón y carne de cerdo en Canadá, para lo que se han incluido dentro del estudio las partidas de embutido, carne de cerdo y jamón, que se encuentran agrupadas bajo distintos epígrafes. Concretamente en las siguientes partidas arancelarias del Sistema Armonizado:

- Embutido: 16.01.00 - Este código arancelario engloba a los embutidos en general, ya sean crudos, cocidos e incluso ahumados: chorizo, mortadela, fuet, salchichón, salchichas, morcilla.... No están recogidos los jamones.
- Carne de cerdo: 02.03 – En esta denominación se aglutinan las partes del cerdo que se comercializan frescas, refrigeradas o congeladas como chuletas, panceta, partes delanteras, cuartos delanteros y traseros, costillas.
- Jamón: Se han tenido en cuenta dos apartados.
  - Sin hueso: 02.10.19 – Dentro de este epígrafe se encuentra el jamón que no tenga hueso, como por ejemplo el jamón serrano en lonchas.
  - Con hueso: 02.10.11 - Bajo esta denominación se incluyen las patas y paletas de jamón enteras.

Respecto a la producción local, Canadá se sitúa como un actor relevante en el mercado global de la carne de cerdo, con unas exportaciones totales que ascendieron a 5.000 millones de dólares canadienses en 2021<sup>1</sup>., lo que supone un crecimiento del 20 % interanual.

Podría decirse que las perspectivas del mercado a futuro son alentadoras, puesto que el crecimiento en los últimos años ha sido elevadísimo. Quizás llegue un periodo de estabilización con lo que el crecimiento no llegue a cuotas tan altas, aunque si se comparan con las cifras españolas y las estadounidenses todavía queda mucho margen de crecimiento. Recordemos que España, Estados Unidos y Alemania son los tres principales exportadores de carne de cerdo a nivel mundial.

<https://oec.world/en/profile/hs/pig-meat>

Por otra parte, la firma del acuerdo CETA sienta las bases para que las relaciones económicas entre países se sigan desarrollando en el largo plazo, por lo que se puede pensar en un futuro prometedor para los productos españoles, si se sigue con la misma evolución que se ha tenido en los últimos años.



Siguiendo con el análisis del crecimiento exponencial que han experimentado los productos españoles durante los últimos cinco años, cabe destacar, de forma más acusada en los embutidos, que las cifras iniciales eran muy bajas si se comparan con el resto del mercado, por esta razón existía un gran margen de mejora, y puede ser esta una explicación a las cifras de crecimiento que se tendrán como objeto de análisis.

El producto español es cada vez más conocido por el público canadiense, al menos así se ha percibido en las ferias y eventos en los que se ha participado en ciudades como Toronto, Montreal y Vancouver donde se ha llevado a cabo promoción de productos, además de demostraciones en puntos de ventas y colaboraciones con escuelas de cocinas y prestigiosos *chefs* locales

En el apartado de importaciones se dedicará un espacio al análisis por provincia. Destaca la poca cantidad de producto que se importa en la provincia de Quebec, en embutido y carne de cerdo, dado que se suele considerar que tienen gustos más europeos por su influencia francesa. Una explicación puede ser la extensa producción local. Por otra parte, la provincia de Ontario es la que más importaciones recibe en las tres partidas estudiadas, es cierto que es la que mayor población acoge y que su producción local es sustancialmente menor.

Como se ha podido comprobar in situ en las ferias en las que se ha participado este año, una parte importante del público con el que se ha tratado asocia el embutido en general y el jamón (prosciutto) con Italia. Hay que tener en consideración que alrededor del 4,6 % de la población, según el censo de Canadá, es de origen italiano. Donde mayor presencia hay es en la provincia de Ontario en la cual residen unos 884.000 italo-canadienses, lo que supone un 6,5 % de los habitantes totales de la provincia. <http://canadaimmigrants.com/italian-immigrants-canada/>

De la información anteriormente mencionada, se puede entender que sea Italia uno de los dos líderes de importación a Canadá en segunda posición detrás de Estados Unidos, que se sitúa como líder absoluto. Esta situación tiene su razón de ser en varios factores, uno de ellos es la proximidad geográfica y el otro fundamental es la tradicional relación comercial entre ambos, fruto de la cual se ha llegado a la formación de tratados comerciales como el United States-Mexico-Canada Agreement (USMCA). El cambio en las relaciones comerciales y políticas entre ambos países mejora las expectativas españolas.

Las exportaciones de los países de la Unión Europea han experimentado un crecimiento exponencial, de hecho, son sus países junto con Estados Unidos, los que prácticamente copan el mercado en los sectores que han sido objeto de análisis en este estudio.

En lo que respecta al mercado canadiense, en Canadá hay censados unos 14 millones de cerdos, cifra que se sitúa como la mitad de los que hay en España. Las exportaciones canadienses son muy elevadas, sobre todo si las comparamos con el total de su producción. Según Canada Pork, el 71 % de la producción de carne de cerdo se exporta. Sin embargo, las exportaciones canadienses totales son menores que las de España, que se sitúa en el cuarto lugar a nivel mundial. <https://www.flipsnack.com/annualreportbrochure/canada-pork-annual-report-2020-2021/full-view.html>



Por último, en lo que respecta a los precios en general, cabe destacar que, en Canadá, y en base a las comprobaciones que se han realizado en distintos puntos de venta de las tres ciudades más pobladas de Canadá (Toronto, Vancouver y Montreal), estos se sitúan de manera considerablemente más altos que en España. Como se detallará más adelante en este estudio, esta situación se debe en gran medida al número de intermediarios necesarios para llegar al consumidor final. <http://www.canadapork.com/en/industry-information/hog-production-in-canada>

ICEX

## 2. Definición del sector

En este capítulo se detallarán las partidas que se han considerado a la hora de estudiar los datos que se analizarán más adelante, intentando describir los artículos que se incluyen en las diferentes partidas. Para ello se han tomado los epígrafes del sistema armonizado (HS/SA):

Tabla 1. EMBUTIDO

Código	Descripción del Producto
<b>CAPÍTULO 16</b>	Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos.
<b>16.01</b>	Embutidos y productos similares de carne, despojos o sangre; preparaciones alimenticias a base de estos productos.
<b>16.01.00</b>	Embutidos y Productos Similares de Carne, Despojos de Carne o Sangre; Preparaciones alimenticias de estos.

Dentro de este código se engloban todos los embutidos tanto curados como ahumados ya sean aptos para su consumo en el momento o precisen de ser cocinados como: salchichón (ibérico o no), chorizo (ibérico o no), mortadela, salchichas, morcilla, fuet, salami, butifarra, sobrasada...

Tabla 2. CARNE DE CERDO

Código	Descripción del Producto
<b>CAPÍTULO 2</b>	Carne y despojos comestibles.
<b>02.03</b>	Carne de animales de la especie porcina, fresca, refrigerada o congelada.

El epígrafe que se ha tomado para sacar los datos es 02.03, es decir, el genérico de carne de cerdo. Está incluida la carne de cerdo tanto fresca y refrigerada como congelada. En el apartado de precios, se detallarán los precios que estos productos tienen en los principales núcleos urbanos.



Tablas 3 y 4. JAMÓN

*Con hueso*

<b>Código</b>	<b>Descripción del Producto</b>
<b>CAPÍTULO 2</b>	Carne y despojos comestibles.
<b>02.10</b>	Carne y despojos comestibles, salados o en salmuera, secos o ahumados.
<b>02.10.11</b>	Jamones, paletas, y sus trozos, sin deshuesar.

*Sin hueso*

<b>Código</b>	<b>Descripción del Producto</b>
<b>CAPÍTULO 2</b>	Carne y despojos comestibles.
<b>02.10</b>	Carne y despojos comestibles, salados o en salmuera, secos o ahumados.
<b>02.10.19</b>	Los demás.



## 3. Oferta – Análisis de competidores

### 3.1. Tamaño del mercado

En primer lugar, hay que tener en cuenta que la población del país es de unos 38 millones de personas, por lo que no se trata de un mercado muy grande, si se compara por ejemplo con la de Estados Unidos, la cual suma 330 millones, y que cuenta con una extensión territorial parecida.

En 2021 había en Canadá cerca de 14 millones de cerdos, aproximadamente la mitad que, en España, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Por su parte, el número de granjas que declaran poseer cerdos es 7.423, y la población media de cerdos por granja es 1.962 cabezas; lo que refleja un aumento en la cantidad de cerdos por granja. (<https://canadapork.com/industry/market-intelligence/>). La industria cárnica es la más relevante en las provincias de Quebec, Ontario, Alberta y Columbia Británica.

Ateniéndose a las cifras de número de cerdos y producción local y comparándolos con la población de alrededor de 38 millones, se puede concluir que se trata de un mercado autosuficiente que, sin embargo, exporta en grandes cantidades. Una explicación de que no exista tan alto grado de autoabastecimiento puede ser la variedad cultural existente en el país. De acuerdo con datos de Statista, en 2021, el 21,5 % de los habitantes son inmigrantes.

A continuación, se muestra una tabla con los datos de importaciones canadienses, en kilogramos, de carne de cerdo en general, desglosada por partidas. En ella puede verse que España ocupó en el año 2021 el cuarto lugar por detrás de Estados Unidos, Alemania y Dinamarca.

Canadá importó casi 5 millones de kilogramos de carne de cerdo española en 2021. Esta cantidad representa un 2 % del total de las importaciones canadienses de este producto. Cabe destacar, que las importaciones totales sufrieron una disminución de 3,9 %; no obstante, España se coloca en los primeros puestos del ranking, a diferencia de en 2020.



Tabla 5. IMPORTACIONES TOTALES CANADIENSES PARA EL AÑO 2021 (en kilogramos)								
Tipos		Estados Unidos	Alemania	Dinamarca	España	México	Otros	TOTAL
Fresca/ Refrigeradas	Carcasas	-	-	-	-	-	25.863	25.863
	Cortes con hueso	17.320.620	-	-	1.918	206.327	14.268	17.543.134
	Cortes sin hueso	82.412.465	24.424	44.454	10.659	446.488	1.199	82.939.689
	Despojos	6.863.500	-	-	-	-	0	6.863.500
	<b>Total Fresca/ Refrigerada</b>	<b>106.596.586</b>	<b>24.424</b>	<b>44.454</b>	<b>12.577</b>	<b>652.815</b>	<b>15.467</b>	<b>107.346.323</b>
Congelada	Carcasas	4.961	-	-	2.973	-	0	7.934
	Cortes con hueso	2.247.427	7.040.574	2.340.333	3.841.027	1.402.525	5.314.461	22.186.347
	Cortes sin hueso	13.158.916	10.356.220	1.399.977	250.829	2.460.669	1.877.391	29.504.002
	Despojos	8.555.019	1.959.412	325.854	200.500	6.378	50.623	11.097.786
	<b>Total congelada</b>	<b>23.966.322</b>	<b>19.356.206</b>	<b>4.066.164</b>	<b>4.295.329</b>	<b>3.869.573</b>	<b>7.242.475</b>	<b>62.796.068</b>
Procesada	Curada	28.809.538	6.822	606.450	170.046	6.329	3.008.681	32.607.866
	Embutida-seca, salada	1.086.611	-	-	-	-	762.643	1.849.253
	Otros	40.814.129	87.359	404.247	267.594	21.597	2.083.619	43.678.545
	<b>Total procesada</b>	<b>70.710.278</b>	<b>94.181</b>	<b>1.010.697</b>	<b>437.640</b>	<b>27.926</b>	<b>5.854.943</b>	<b>78.135.664</b>
Grasa	Grasa de cerdo	183.829	46.053	-	117.283	-	86.467	433.633
	<b>Total Grasa</b>	<b>183.829</b>	<b>46.053</b>	<b>-</b>	<b>117.283</b>	<b>-</b>	<b>86.467</b>	<b>433.633</b>
<b>Total</b>		<b>201.457.014</b>	<b>19.520.864</b>	<b>5.121.315</b>	<b>4.862.829</b>	<b>4.550.314</b>	<b>13.199.352</b>	<b>248.711.689</b>

(Fuente: Agriculture and Agri-Food Canada: [http://aimis-simia.agr.gc.ca/rp/index-eng.cfm?report\\_format\\_type\\_code=31&action=gR&signature=90183ED1B6D13817C3171F6B457BB6FD&pdctc=&r=194&pTpl=1&btnDownload=View](http://aimis-simia.agr.gc.ca/rp/index-eng.cfm?report_format_type_code=31&action=gR&signature=90183ED1B6D13817C3171F6B457BB6FD&pdctc=&r=194&pTpl=1&btnDownload=View))

## 3.2. Producción local

Tabla 6. NÚMERO DE CERDOS EN GRANJAS CANADIENSES

(En unidades)

	2016	2021	2016-2021 % variación	2016 n.º granjas	2021 n.º granjas	2016-2021 % variación
<b>Jabalís para amamantar (boars)</b>	19.119	16.699	-12,7	3.117	2.298	-26,3
<b>Cerdas para amamantar (sows)</b>	1.210.031	1.253.436	3,6	3.716	3.001	-19,2
<b>Lechones, menos de 6.8 kg</b>	1.903.325	1.889.609	-0,7	2.311	1.83	-20,8
<b>Entre 6.9 kg y 22.2 kg</b>	3.341.358	3.536.426	5,8	3.142	2.875	-8,5
<b>Más que 22.3 kg</b>	7.617.670	7.872.499	3,3	5.464	4.804	-12,1
<b>Total</b>	<b>14.091.503</b>	<b>14.568.669</b>	<b>3,4</b>	<b>8.402</b>	<b>7.423</b>	<b>-11,7</b>

Fuente: Statistics Canada

En la tabla superior se expone el número de cabezas de ganado porcino presentes en las granjas canadienses, y su evolución desde 2016. La cantidad de cerdos ha aumentado un 3,4 % durante el periodo de estudio, a pesar de que el número de granjas ha disminuido un 11,7 %. Esto nos indica que el número de cerdos por granja ha aumentado indudablemente.

El 25,2 % de las ventas de comida procesada en 2021 correspondieron a productos cárnicos, de los cuales más del 70 % de la carne procesada en Canadá, como embutidos, están hechos con carne de cerdo.

Hay que mencionar en este punto la proliferación de productos denominados “Spanish Style”, principalmente chorizo, que son producidos en Canadá y con carne de cerdo canadiense. Existen otras, y son más numerosas estas, que cuentan con planta en Estados Unidos, dadas la cercanía y tamaño del mercado estadounidense.

El valor de las exportaciones canadienses de cerdo y de productos del cerdo llegó a un total de 4.180 millones de dólares canadienses en 2021, lo que supone un descenso de 3 % respecto al

año anterior. Los países que más exportaciones de cerdo y productos del cerdo canadienses reciben son China, Estados Unidos, Japón y México.

Tabla 7. SUMINISTRO Y DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO DE CARNE DE CERDO EN CANADA

Año	Producción	Exportaciones	Porcentaje de exportaciones	Importaciones
	en miles de toneladas	en miles de toneladas	%	en miles de toneladas
2017	2.130	1.290	60,6	218
2018	2.130	1.280	60,1	228
2019	2.170	1.280	59	242
2020	2.300	1.550	67,4	274
2021	2.240	1.480	66,1	263

Fuente: Canada Pork

La producción local de carne de cerdo ha crecido un 5,1 % desde 2017, aunque ha disminuido un 2,7 % en comparación con 2020. La cantidad total de exportaciones e importaciones en 2021 también muestran datos mayores que en 2017, y la balanza comercial de carne cerdo es todavía más positiva. El porcentaje de carne de cerdo que se produce localmente y es exportada se coloca en el 71 %. En resumen, la oferta de carne de cerdo en Canadá se sitúa en 1.023 miles de toneladas.

Canadá es el séptimo productor de carne de cerdo en el mundo, representando un 1,97 % del total. Existe una gran tradición exportadora, ya que se sitúa como el tercer exportador a nivel mundial con 4.180 millones (dólares canadienses), tras la Unión Europea y Estados Unidos. Las exportaciones canadienses en miles de toneladas ascienden a 1.465; siendo la mitad que las de EE. UU. y tres veces menos que las de la UE en conjunto. (<https://www.ic.gc.ca/canadatotalmeatexports2021>)

Tabla 8. Productores mundiales de carne de cerdo

<b>Principales productores carne de cerdo 2021</b>			
<b>(en miles de toneladas)</b>			
China	47.500	Unión Europea	23.720
Estados Unidos	12.559	Brasil	4.365
Rusia	3.700	Vietnam	2.590
Canadá	2.120	Korea del Sur	1.407
Japón	1.318	Filipinas	1.000
<b>Total</b>	<b>73.164</b>	Fuente: USDA Foreign Agricultural Service	

<https://www.statista.com/statistics/273232/net-pork-production-worldwide-by-country/>

(Fuente: Asociación estadounidense de carne de cerdo)

**Tabla 9. Exportaciones mundiales de cerdo en 2022**

<b>Exportaciones mundiales de carne de cerdo (en miles de toneladas)</b>	
<b>País</b>	<b>2022</b>
Unión Europea	4.750
Estados Unido	2.991
Canadá	1.465
Brasil	1.330
México	320
Reino Unido	265
Chile	250
China	100
Rusia	100
Otros	57

La provincia de Quebec es la que cuenta con mayor número de cerdos sacrificados con una diferencia notable sobre las demás. A esta le siguen Ontario y Manitoba, mientras que la provincia donde menos industria porcina existe es Nueva Escocia.

Tabla 10. CERDOS SACRIFICADOS EN PLANTAS CANADIENSES POR PROVINCIAS

Provincia	Cerdos
Columbia Británica	148.470
Alberta	1.919.001
Saskatchewan	1.410.728
Manitoba	4.172.787
Ontario	4.420.482
Quebec	5.911.354
New Brunswick	21.439
Nueva Escocia	8.418
Prince Edward Island	50.482
<b>CANADA TOTAL</b>	<b>18.063.161</b>

(Fuente: Canada Pork)

<https://agriculture.canada.ca/en/canadas-agriculture-sectors/animal-industry/red-meat-and-livestock-market-information/hogs-pork>

### 3.3. Importaciones

En este apartado se estudia la posición relativa de España frente a sus países



competidores en los distintos apartados, con el objetivo de comprender el mercado, analizando para ello sus tendencias para intentar, más adelante, intuir cómo se comportará este.

## Embutido

Tabla 11. CANADÁ: PRINCIPALES EXPORTADORES A CANADÁ DE LA PARTIDA ARANCELARIA 16.01.00 - EMBUTIDOS Y PRODUCTOS SIMILARES DE CARNE, DESPOJOS DE CARNE O SANGRE; PREPARACIONES ALIMENTICIAS DE ESTOS- (2017-2021)

Valores en dólares canadienses

País	2017	2018	2019	2020	2021	Tasa var. ( %) 2017 - 2021
EE. UU.	246.360.720	254.295.626	265.910.818	255.173.403	280.776.184	13,97
Italia	7.549.091	7.591.592	10.921.785	18.264.525	23.503.124	211,34
<b>España</b>	<b>3.995.438</b>	<b>3.375.495</b>	<b>3.550.136</b>	<b>4.271.544</b>	<b>3.564.703</b>	-10,78
Francia	1.105.719	1.740.688	1.928.187	2.818.016	2.785.248	151,89
Austria	3	62	951.011	3.013.889	1.676.703	
Alemania	1.013.572	1.174.234	2.292.692	834.025	902.596	-10,95
Hungría	549.400	449.673	670.331	807.133	260.553	-52,57
Dinamarca	1	30		532.656	228.323	
Portugal	146.330	150.085	175.074	187.014	194.708	33,06
Israel	41.949	56.914	44.152	37.939	47.859	14,09
Otros	102.946	51.888	159.942	58.906	59.843	-41,87
<b>Total</b>						
países	<b>260.865.168</b>	<b>268.886.287</b>	<b>286.604.128</b>	<b>285.999.050</b>	<b>313.999.844</b>	<b>20,37</b>

Según los últimos datos publicados, Canadá importó, en 2021, embutido por valor de 314 millones de dólares procedentes de todo el mundo. Esto supone un aumento del 20,3 % desde 2017, y del 9 % si se compara con 2020. Estados Unidos es el líder del mercado con una cuota de mercado del



89 %. Le sigue Italia, y en tercera posición España. Mientras que Italia ha aumentado sus números más de un 200 % en el periodo del estudio, España ha visto reducido los suyos casi un 11 %.

Es interesante comentar los datos de importación canadiense desde el punto de vista provincial. Ontario se sitúa como la que más recibe, si bien es cierto que es la que concentra el mayor porcentaje de población. Por su parte, la provincia que menos importa es Quebec.

**Tabla 12. CANADÁ POR PROVINCIAS: PRINCIPALES IMPORTADORES DE LA PARTIDA ARANCELARIA 16.01.00 -EMBUTIDOS Y PRODUCTOS SIMILARES DE CARNE, DESPOJOS DE CARNE O SANGRE; PREPARACIONES ALIMENTICIAS DE ESTOS- (2017-2021)**

*Valores en dólares canadienses*

Provincia	2017	2018	2019	2020	2021	Cuota de mercado (%)	Var. 17-21
Ontario	152.422.869	158.005.045	169.932.992	169.264.356	193.900.367	61,8	27
Manitoba	40.129.558	42.054.153	36.227.700	36.055.269	46.164.884	14,7	15
British Columbia	28.628.123	26.811.613	27.618.611	27.814.837	27.146.226	8,6	-5
Saskatchewan	23.118.085	24.129.040	35.308.630	34.421.756	28.370.789	8,6	23
Alberta	10.224.669	11.724.295	10.719.168	10.321.383	10.912.961	3,5	7
Quebec	6.332.946	6.127.735	6.796.763	7.764.163	7.504.617	2,4	19
<b>Total</b>	<b>232.228.127</b>	<b>268.851.881</b>	<b>286.603.864</b>	<b>285.641.764</b>	<b>313.999.844</b>	<b>100</b>	<b>35</b>

Fuente: Statistics Canada

### Carne de cerdo

**Tabla 13. CANADÁ: PRINCIPALES EXPORTADORES A CANADÁ DE LA PARTIDA ARANCELARIA 02.03 - CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE PORCINA, FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA - (2017-2021)**

*Valores en dólares canadienses*

País	2017	2018	2019	2020	2021	Variación (%) 2017 - 2021
EE. UU.	477.834.475	429.957.492	501.016.142	630.245.818	595.629.699	24,65
Alemania	17.372.485	20.559.204	22.902.874	32.989.153	90.999.856	423,82
<b>España</b>	<b>15.488.734</b>	<b>15.204.836</b>	<b>13.177.824</b>	<b>14.311.401</b>	<b>32.394.808</b>	109,15
Dinamarca	16.932.839	25.248.963	23.506.227	26.485.471	21.783.850	28,65
México	3.643.530	3.277.776	6.538.693	11.894.910	20.908.465	474
Holanda	6.965.155	10.278.138	7.956.870	9.726.032	16.673.735	139,39



Reino Unido	31	646.874	2.083.351	7.690.979	14.724.955	
Polonia	22.843.142	24.296.955	10.458.986	11.387.548	8.752.151	-62
Hungría	315		370.648	2.103.753	2.869.764	
Irlanda	7.954.443	9.140.737	4.262.161	4.259.052	2.304.642	-71,03
Otros	8.082.079	6.363.452	8.027.370	2.628.459	3.520.888	-56,44
Total países	577.117.228	544.974.427	600.301.146	753.722.576	810.562.813	40

Fuente: Statistics Canada

Las importaciones canadienses totales de carne de cerdo ascienden a 810 millones de dólares canadienses, lo que supone un aumento del 40 % desde 2017. En la partida de carne de cerdo, EE. UU. repite como el principal origen de las importaciones canadienses, seguido de Alemania y España. Como se puede observar en la tabla 13, los principales socios han incrementado sus ventas en el periodo del estudio; donde destaca el aumento de Alemania (423 %). España por su parte ha crecido un 109 %, y Polonia, que ocupaba la segunda posición hasta 2018, ha visto reducidas sus ventas un 62 %.

El crecimiento destacable se ha producido entre 2020 y 2021, cuándo las exportaciones españolas han crecido un 126 %, y las alemanas, un 175 %. Este incremento coincide con un descenso de las exportaciones estadounidenses de 35 millones de dólares o, lo que es lo mismo, un 5 %.

En relación con la distribución provincial, Ontario y Quebec son las principales provincias importadoras de la partida de carne de cerdo, seguidas de Columbia Británica. Estas provincias agrupan los mayores núcleos urbanos y poblacionales, por tanto, también son líderes en consumo de alimentos. La siguiente tabla ilustra esta situación.

**Tabla 14. CANADÁ POR PROVINCIAS: PRINCIPALES IMPORTADORES DE LA PARTIDA ARANCELARIA 02.03 - CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE PORCINA, FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA - (2017-2021)**

Valores en dólares canadienses

Provincia	2017	2018	2019	2020	2021	Cuota de mercado (%)
Ontario	362.409.549	319.395.957	365.748.318	475.407.415	493.701.106	60,9
Quebec	52.521.960	64.245.380	41.319.592	52.966.472	94.857.909	11,7
British Columbia	67.976.119	52.868.296	50.666.150	63.741.613	76.211.204	9,4
Saskatchewan	64.237.491	75.713.731	97.342.814	78.165.043	73.790.369	9,1
Manitoba	17.255.963	23.756.850	41.713.972	78.940.755	67.590.557	8,3
Alberta	8.740.424	6.791.129	3.227.666	4.180.208	4.235.303	0,5
Nueva Escocia		79.975	282.634	321.063	176.365	0,0



New Brunswick	3.975.722	2.123.109		7		0,0
<b>Total</b>	<b>577.117.228</b>	<b>544.974.427</b>	<b>600.301.146</b>	<b>753.722.576</b>	<b>810.562.813</b>	<b>100</b>

Fuente: Statistics Canada

## Jamón

Dentro de este apartado es menester diferenciar entre dos códigos arancelarios. El primero incluye carne y despojos comestibles salados o en salmuera (02.10.19), y el segundo trata jamones, paletas, y sus trozos, sin deshuesar (02.10.11). Canadá importa más cantidad del primero, y España ocupa posiciones importantes en ambas. Pasamos a analizar las respectivas situaciones.

**Tabla 15. CANADÁ: PRINCIPALES EXPORTADORES A CANADÁ DE LA PARTIDA ARANCELARIA 02.10.19 - CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES, SALADOS O EN SALMUERA, SECOS O AHUMADOS. LOS DEMÁS- (2017-2021)**

Valores en dólares canadienses

País	2017	2018	2019	2020	2021	Variación 2017 - 2021 (%)
Italia	26.676.208	31.525.270	36.242.923	40.772.355	45.784.198	72
Estados Unidos	26.664.917	28.695.178	28.172.541	33.561.127	39.480.603	48
<b>España</b>	<b>1.711.408</b>	<b>2.480.018</b>	<b>2.496.565</b>	<b>2.250.322</b>	<b>3.019.233</b>	76
Austria	196.004	199.874	370.030	32.681	212.400	8
Alemania	15.870	56.831	2	6	86.522	445
Francia	47.043	48.083	50.854	57.191	35.582	-24
Otros	258.389	88.073	89.705	38.284	25.730	-90
<b>Total</b>	<b>55.569.839</b>	<b>63.093.327</b>	<b>67.422.620</b>	<b>75.812.045</b>	<b>88.849.124</b>	<b>60</b>

Fuente: Statistics Canada

Como se puede observar, las importaciones totales de esta partida han aumentado un 60 % desde 2017, situándose en 88,6 millones de dólares canadienses. Italia y Estados Unidos lideran el mercado claramente, seguidos de España, que exportó 3 millones dólares en 2021. Los países que más han aumentado su presencia en esta partida son España y Alemania; la última ha tenido un notable crecimiento del 445 % desde 2017.

Si nos fijamos en la distribución provincial, se mantiene la tendencia de las anteriores partidas, ya que Ontario y Quebec son los principales destinos de este producto.



Tabla 16. CANADÁ POR PROVINCIAS: PRINCIPALES IMPORTADORES DE LA PARTIDA ARANCELARIA 02.10.19 - CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES, SALADOS O EN SALMUERA, SECOS O AHUMADOS. LOS DEMÁS- (2017-2021)  
Valores en dólares canadienses

Fuente: Statistics Canada

Provincia	2017	2018	2019	2020	2021	Cuota de mercado (%)
Ontario	37.967.962	43.327.552	45.121.055	54.933.145	60.143.012	67,7
Quebec	7.944.334	7.346.211	9.505.207	8.118.952	11.210.469	12,6
Saskatchewan	4.689.042	6.485.077	6.610.833	4.844.781	7.493.258	8,4
British Columbia	3.255.145	4.636.301	4.364.416	4.056.111	5.362.208	6,0
Manitoba	1.039.450	899.413	1.189.121	3.802.337	4.273.910	0,2
New Brunswick	469.050	258.099	358.637	13.868	204.856	0,2
Alberta	204.856	140.674	273.351	42.851	161.411	0,1
<b>Total</b>	<b>55.569.839</b>	<b>63.093.327</b>	<b>67.422.620</b>	<b>75.812.045</b>	<b>88.849.124</b>	<b>100</b>

A continuación, analizamos la partida de jamones, paletas y sus trozos. De las variedades analizadas, es la que presenta un valor menor en términos de importaciones canadienses. Ascendiendo estas a 65 millones de dólares canadienses en 2021.

Tabla 17. CANADÁ: PRINCIPALES IMPORTADORES DE LA PARTIDA ARANCELARIA 02.10.11 - JAMONES, PALETAS, Y SUS TROZOS, SIN DESHUESAR- (2017-2021)  
Valores en dólares canadienses

País	2017	2018	2019	2020	2021	Variación 2017 - 2021 (%)
Estados Unidos	54.038.311	69.019.058	67.588.221	68.300.911	64.467.455	19
<b>España</b>	<b>261.890</b>	<b>384.673</b>	<b>412.252</b>	<b>672.519</b>	<b>1.081.640</b>	<b>313</b>
Italia	17.360	18.133	16.453	105.496	305.434	1.659
Portugal	8.257		51.815			-
<b>Total</b>	<b>54.325.818</b>	<b>69.421.864</b>	<b>68.068.741</b>	<b>69.078.926</b>	<b>65.854.529</b>	<b>21</b>

Fuente: Statistics Canada

[https://www.ic.gc.ca/app/scr/tdst/tdo/crtr.html?grouped=INDIVIDUAL&searchType=KS\\_CS&naArea=9999&countryList=DET&toFromCountry=CDN&reportType=TI&timePeriod=5%7CComplete+Years&currency=CDN&productType=HS6&hSelectedCodes=%7C21011&runReport=true](https://www.ic.gc.ca/app/scr/tdst/tdo/crtr.html?grouped=INDIVIDUAL&searchType=KS_CS&naArea=9999&countryList=DET&toFromCountry=CDN&reportType=TI&timePeriod=5%7CComplete+Years&currency=CDN&productType=HS6&hSelectedCodes=%7C21011&runReport=true)

El mercado de los jamones y paletas ha crecido un 21 % en 5 años en Canadá. Este crecimiento se corresponde en su práctica totalidad al crecimiento de las exportaciones estadounidenses, pues éstas suponen el 98 % del total. Países como España o Italia también participan en el mercado y han aumentado en gran medida sus exportaciones a Canadá; 313 % de crecimiento para España y 1.659 % para Italia. Si bien es verdad que Italia partía de una cantidad ínfima; mientras que las exportaciones españolas, aunque todavía residuales en lo que al total del mercado se refiere, ya superan el millón de dólares canadienses en 2021.

### 3.4. Importaciones de producto español

Cómo se ha podido observar en el apartado 3.3, España ocupa posiciones relevantes como origen de las importaciones canadienses de embutidos, carne de cerdo y jamón. Teniendo en cuenta que España es un gran productor de todos estos alimentos mantiene una gran cultura de exportación, vamos a analizar la evolución de las importaciones canadienses de origen español para las partidas previamente mencionadas.

#### EMBUTIDOS

Gráfico 1. EXPORTACIONES ESPAÑOLAS A CANADÁ DE LA PARTIDA ARANCELARIA 16.01.00 - EMBUTIDOS Y PRODUCTOS SIMILARES DE CARNE, DESPOJOS DE CARNE O SANGRE; PREPARACIONES ALIMENTICIAS DE ESTOS- A CANADÁ (2017-2021)

Valor en miles dólares canadienses



Fuente: Statistics Canada

De forma gráfica se representan los valores, en términos monetarios (miles de dólares canadienses), que representan las importaciones a Canadá del producto español. España ocupa la tercera posición, por detrás de Estados Unidos e Italia, y seguido de Francia. La tendencia durante los últimos 5 años arroja resultados mixtos.

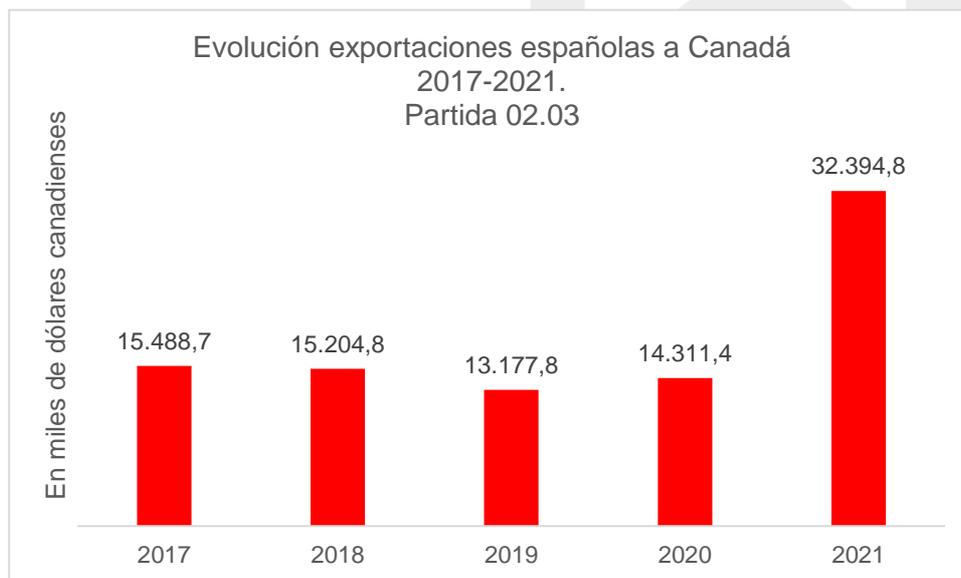
Por un lado, 2018 empeoró los resultados del año anterior; sin embargo, los años siguientes mostraron un crecimiento considerable. Así pues, entre 2018 y 2020, las importaciones canadienses de embutido español crecieron un 26 %. No obstante, con la llegada del COVID-19, el comercio internacional se vio negativamente afectado y aumentaron notablemente los costes logísticos y de transporte. Por tanto, en 2021, España exportó a Canadá 3,5 millones de dólares canadienses de embutido; o lo que es lo mismo, un 10,7 % menos que en 2017 y un 16,5 % menos que en 2020.

La cuota de mercado española en esta partida es del 1,1 % en 2021, reduciéndose desde 2017, que era del 1,5 %.

## CARNE DE CERDO

### Gráfico 2. EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LA PARTIDA ARANCELARIA 02.03 - CARNE DE ANIMALES DE LA ESPECIE PORCINA, FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA- A CANADÁ (2017-2021)

Valor en miles dólares canadienses



Fuente: Statistics Canada

Observando la tabla superior y analizando su tendencia, se aprecia que los resultados se mantuvieron constantes entre 2017 y 2020, con ligeras variaciones al alza y a la baja. Sin embargo, en 2021, España ha mejorado sus exportaciones con destino Canadá en un 126 %. Así, el crecimiento durante el periodo de estudio ha sido del 109 %.

Las importaciones canadienses totales de carne de cerdo han crecido un 40 % en 5 años, lo que significa que la cuota de mercado de carne española ha crecido desde el 2,6 %, hasta el 3,9 %. España es el tercer origen más importante de la carne de cerdo consumida en Canadá, tras Estados Unidos y Alemania. El último ha crecido más de un 400 % desde 2017, distanciándose así de

España. El crecimiento destacable se ha producido entre 2020 y 2021, cuándo las exportaciones españolas han crecido un 126 %, y las alemanas, un 175 %.

Según MAPA, España produjo en 2021, 5,2 millones de toneladas de carne de cerdo, lo que supone un aumento del 3,1 % con respecto al año anterior. España es el tercer productor más grande del mundo y el primero de la Unión Europea, seguido de Alemania. La producción española supone casi un cuarto del total producido en la UE (22,1 %), y la alemana le sigue de cerca (21,2 %). Para ilustrar mejor la predominancia española, mientras que la producción europea ha crecido tan solo un 0,3 % en 5 años, la española lo ha hecho un 24 % durante el mismo periodo.

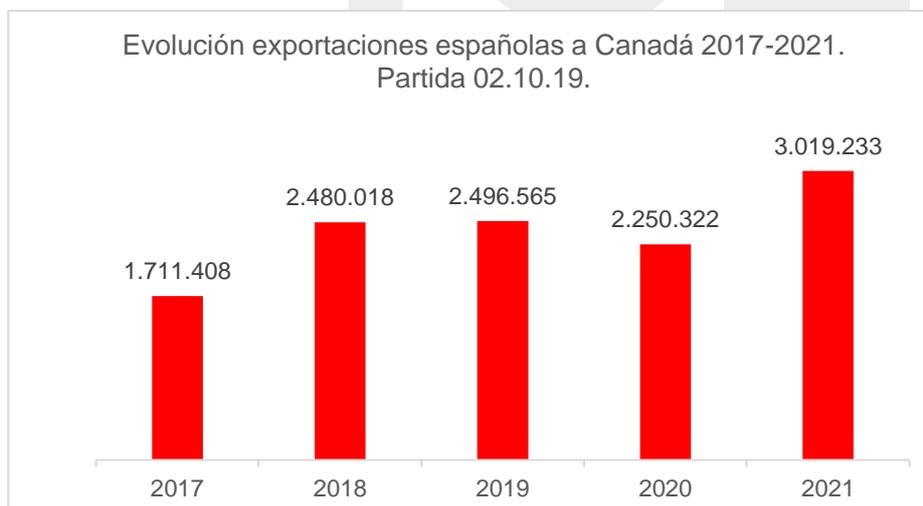
[https://www.mapa.gob.es/es/ganaderia/estadisticas/indicadoressectorporcino2021\\_tcm30-564427.pdf](https://www.mapa.gob.es/es/ganaderia/estadisticas/indicadoressectorporcino2021_tcm30-564427.pdf)

## JAMÓN

Recordemos que de jamón se están analizando dos diferentes partidas, la de carne y despojos comestibles, salados o en salmuera, deshuesado (02.10.19), y la de jamones, paletas, y sus trozos, sin deshuesar (02.10.11).

### Gráfico 3. EXPORTACIONES ESPAÑOLAS A CANADÁ DE LA PARTIDA ARANCELARIA 02.10.19 - CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES, SALADOS O EN SALMUERA, SECOS O AHUMADOS, DESHUESADO

Valor en dólares canadienses



Fuente: Statistics Canada

La evolución de las exportaciones españolas a Canadá correspondientes a esta partida muestra que éstas han crecido un 76 % en 5 años. Es un crecimiento superior al del total de importaciones canadienses de esta partida, que ha sido del 60 %. Así pues, España se consolida como el tercer exportador a Canadá más importante; no obstante, sigue estando lejos de Italia y Estados Unidos, que dominan el mercado con mucha diferencia.

Al fin y al cabo, la población de origen italiano supone el 4,6 % del total de Canadá. Es habitual que los canadienses confundan el jamón serrano o ibérico con el prosciutto, debido a que el primero es todavía novedad, y muchos consumidores no están familiarizados.

Por otro lado, en la partida de jamones y paletas (02.10.11) España supera a Italia y ocupa el segundo puesto como exportador a Canadá más grande. Por ello, pasamos a describir esta situación.

**Gráfico 4. EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LA PARTIDA ARANCELARIA 02.10.11 - JAMONES, PALETAS, Y SUS TROZOS, SIN DESHUESAR- (2017-2021)**  
Valor en dólares canadienses



Fuente: Statistics Canada

Esta es la partida con menor valor de importaciones canadienses de las 4 analizadas. Sin embargo, es de vital importancia para España por diferentes razones. En primer lugar, España es el primer país europeo, ya que solo le supera Estados Unidos; aunque este último ocupa el 98 % de un mercado de 65 millones de dólares en 2021. En segundo lugar, las exportaciones españolas han aumentado un 313 % desde 2017. Finalmente, es un producto muy concreto, en el que existen muy pocos competidores, y un mercado que ha crecido un 21 % en 5 años.

## 4. Demanda

La industria de procesamiento de carne en Canadá generó en 2021 37.600 millones de dólares canadienses, y, a falta de cifras oficiales, se estima que alcanzarán los 38.000 millones en total en 2022, debido a un crecimiento aproximado del 0,8 %. Este crecimiento puede parecer pequeño, pero según *IbisWorld*, la industria del procesado de carne crece a un ritmo superior que la media de las industrias productoras canadienses. Así, el crecimiento de esta industria desde 2017 ha sido del 2,1 %. <https://www.ibisworld.com/canada/market-size/meat-beef-poultry-processing/>

En término de ventas *retail*, éstas fueron de 14.700 millones dólares canadienses en 2021. Esto supone un crecimiento del 2,5 % desde 2017. Del total, 4.700 millones corresponden a las ventas de carne de cerdo, incluidas todas sus variedades; y se espera que alcancen los 5.100 millones de dólares en 2026. Esto significa que la carne de cerdo es la tercera categoría más vendida, muy cerca del pollo y de la carne de vacuno, que han generado 4.900 y 4.800 millones en 2021, respectivamente.

La venta *retail* de carne de cerdo es la categoría que menos ha crecido desde 2017. Las ventas de pollo han crecido un 4,2 % en 5 años, mientras que las de carne de cerdo lo han hecho solamente un 0,2 %. De hecho, la carne de cerdo era líder en cuota de mercado en 2017; no obstante, debido al ínfimo crecimiento durante el último lustro, ha bajado hasta la tercera posición. <https://agriculture.canada.ca/en/international-trade/market-intelligence/reports/customized-report-service-canadian-pork-meat-trends>

En términos de volumen, las ventas de carne procedente del cerdo han sido de 706 miles de toneladas; un 2,6 % más que en 2017. Estas representan un 25 % sobre el total de todas las categorías carne, que es de 2.808 miles de toneladas. Teniendo en cuenta el volumen en vez del valor monetario, las ventas de carne de cerdo son superiores a las de vacuno. Así pues, puede afirmarse que la carne de cerdo es más barata que la de vacuno. Una vez más, las ventas de carne de pollo lideran el mercado en términos de volumen.

El consumo de carne per cápita en Canadá alcanzó, en 2021, los 70 kilogramos anuales; lo que supone un crecimiento del 0,4 % desde 2017. De éstos, 15,9 kilogramos son de carne de cerdo, que es la tercera categoría más consumida, por detrás del pollo (35,8kg) y el vacuno (17,4kg). Además, el consumo de carne de cerdo se ha visto reducido en un 0,7 % en 5 años. No es un dato preocupante, pero teniendo en cuenta que el consumo total de carne sí que ha aumentado, aunque sea mínimamente, que el de carne de cerdo se haya reducido, es un dato destacable. Aun así, la categoría que más ha visto reducido su consumo es la carne de vacuno; y la que más ha crecido, la de pollo. Esto puede tener sus causas en la percepción de la sociedad sobre la carne roja, se analizará más adelante.

## 4.1. Factores definitorios de las tendencias de consumo

### 4.1.1. Factores sociodemográficos y culturales<sup>22</sup>

Canadá cuenta con una población de algo más de 38 millones de habitantes que se concentran principalmente en las provincias de Ontario (38,76 %), Quebec (22,50 %), British Columbia (13,63 %) y Alberta (11,61 %). La población total ha crecido un 4,6 % desde 2017.

Tabla 18. CANADÁ: Evolución poblacional por provincia (2017-2021)

Provincia	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Total</b>	<b>36,545,236</b>	<b>37,065,084</b>	<b>37,601,230</b>	<b>38,037,204</b>	<b>38,246,108</b>
<b>Isla del Príncipe Eduardo</b>	150,402	153,396	157,419	161,329	164,318
<b>Nueva Escocia</b>	950,108	958,406	970,243	981,889	992,055
<b>Nuevo Brunswick</b>	766,621	770,301	777,128	783,204	789,225
<b>Quebec</b>	8,302,063	8,401,738	8,503,483	8,578,300	8,604,495
<b>Ontario</b>	14,070,141	14,308,697	14,544,701	14,745,712	14,826,276
<b>Manitoba</b>	1,334,790	1,352,825	1,369,954	1,380,648	1,383,765
<b>Saskatchewan</b>	1,150,331	1,161,767	1,172,479	1,179,300	1,179,844
<b>Alberta</b>	4,241,100	4,298,275	4,362,576	4,420,029	4,442,879
<b>Columbia Británica</b>	4,929,384	5,010,476	5,094,796	5,158,728	5,214,805
<b>Yukon</b>	39,61	40,519	41,362	42,174	42,986
<b>Northwest Territories</b>	44,891	44,981	45,07	45,372	45,504
<b>Nunavut</b>	37,546	38,143	38,592	39,155	39,403

Fuente: Statistics Canada. <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=1710000501>

El progresivo envejecimiento poblacional de Canadá es uno de los principales factores que inciden en el consumo. El 22 % de la población canadiense tiene más de 64 años y, dada la baja tasa de natalidad (10,2 nacimientos por cada mil habitantes en 2021), se espera que este envejecimiento



siga en aumento. <https://www.macrotrends.net/countries/CAN/canada/birth-rate#:~:text=The%20birth%20rate%20for%20Canada,a%200.73%25%20decline%20from%202019>.

Por otro lado, los núcleos familiares cada vez son más reducidos: la familia media en Canadá está formada por 3 miembros y el 8,7 % de las familias son monoparentales. Además, el porcentaje de personas que viven solas es del 28 % en 2020. Esta transformación de la sociedad está provocando cambios en la oferta alimentaria: los formatos tienden a reducirse, los packs destinados al consumo familiar son más pequeños y las versiones individuales se generalizan. <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=1110001701>

La inmigración, concentrada en los grandes núcleos poblacionales, es la principal contribuyente al crecimiento demográfico y ha modificado algunos de los patrones alimentarios tradicionales. Los grupos de alemanes, italianos, chinos, indios y filipinos superan, por separado, el millón de habitantes en Canadá. Otros como holandeses y polacos se aproximan al millón. Todos estos continúan la tendencia de los últimos años, y tienen influencia en el consumo de ciertos alimentos. Alemania, Italia, Polonia y China son grandes productores y consumidores de carne de cerdo. Adicionalmente, existe, en la actualidad, un movimiento notable de personas procedentes de Ucrania, aunque esto puede deberse a una causa menos frecuente, como el conflicto militar. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/221026/dq221026b-eng.htm>

Desde la II Guerra Mundial, llegaron a Canadá grandes contingentes de inmigrantes, muchos de ellos procedentes de Europa, que gradualmente se fueron asentando en ciudades como Toronto, Montreal y Vancouver y que consiguieron, por asimilación social, influir en los gustos de las mayorías anglosajonas y francesas. Posteriormente esos mismos inmigrantes ya consolidados económicamente, se incorporaron rápidamente al tejido social canadiense convirtiéndose en ávidos consumidores de todo tipo de especialidades gastronómicas internacionales, empezando por supuesto, por las de sus respectivos países de origen.

En la actualidad, los mayores centros urbanos del país se han transformado rápidamente al multiculturalismo. En Toronto, con más del 50 % de su población compuesta de “minorías visibles”, ya no existe una mayoría que dicte los hábitos culinarios de sus habitantes, sino que la diversidad gastronómica es la norma. La comida extranjera, con sabores y variedades de todo tipo, se ha adoptado de forma muy natural en la dieta canadiense. No sólo no existe ningún tipo de rechazo hacia la producción extranjera, sino que incluso se valora muy positivamente cuando se asocia a productos de gran calidad o producción gourmet. Los productos alimenticios de gran consumo se certifican como “Kosher” o “Halal” para ampliar el espectro del público al que van dirigidos sin restringirse a grupos concretos.

#### 4.1.2. Educación y salud

En Canadá existe una relativa preocupación por los niveles de obesidad infantil y adulta. En 2021, la tasa de obesidad en adultos fue del 29,2 %, y la de personas con sobrepeso alcanzó el 35,5 %



de la población. La tasa de obesidad adulta ha aumentado de manera continuada desde 2015 (era 26,1 %). Por su parte, el 27.2 % de los jóvenes (12 a 17 años) sufren de sobrepeso u obesidad. Este porcentaje equivale a unos 568.000 jóvenes, y se espera que supere 1,1 millones en 2030. Adicionalmente, se estima que el 12 % del total de muertes en Canadá se puede atribuir a la obesidad. <https://www.statista.com/statistics/748339/share-of-canadians-overweight-or-obese-based-on-bmi/>

La concienciación de los efectos de la dieta sobre el estado de salud, particularmente entre los sectores jóvenes canadienses, establece una tendencia hacia productos cada vez menos manipulados industrialmente y cuyos valores nutritivos no solo sean mesurables en cuanto a valores nutricionales, sino evidentes al tacto, vista y sabor.

En ese sentido, los canadienses han conseguido que la legislación de etiquetado reproduzca con el mayor detalle posible los contenidos nutricionales de cada producto y buscan aún que los alimentos que consumen estén totalmente libres de residuos tóxicos y tengan el menor grado de ingredientes químicos y artificiales.

Con el objetivo de mejorar la salud alimenticia de sus ciudadanos, se han elaborado en los últimos años diversas campañas gubernamentales y privadas. Por ejemplo, la asociación Obesity Canada congrega a profesionales de la salud, investigadores, legisladores y ciudadanos, con el fin de buscar soluciones a este problema y paliar sus consecuencias. Cada año publican un informe anual dónde se incorporan consejos, artículos, nuevos descubrimientos y recursos para interesados o afectados. Así pues, su objetivo es la de educar a la población y elaborar planes de acción, tanto regulatorios como de interés personal. <https://obesitycanada.ca/>

## 4.2. Análisis del comportamiento del consumidor

En 2021, los hogares canadienses gastaron de media 936,40 dólares al mes, o lo que es lo mismo, 11.236,80 dólares anuales. Esta cantidad es 25 % más que en 2017 y puede tener su causa en diferentes razones. En primer lugar, recordemos que, desde la pandemia, muchas actividades han estado prohibidas y la gente ha viajado menos, por ello algunos gastos han desaparecido y se han sustituido por un mayor gasto en alimentación. En segundo lugar, la inflación es un fenómeno imparable que, aunque en 2022 haya sido mayor de lo habitual, lleva constante durante varias décadas, dónde los precios no han cesado de aumentar. En tercer lugar, cada vez hay más consumidores dispuestos a pagar un mayor precio por ingredientes naturales y de calidad.

Se presenta a continuación la predicción de gasto en comida por persona en 2022. Cómo se puede observar, los hombres gastan de media más que las mujeres. Además, las categorías demográficas que más gastan en comida son los niños entre 14 y 18 años (4.219,55 CAD) y las jóvenes embarazadas menores de 18 años (4.050,30 CAD). A modo de comparación con el año anterior, el

gasto ha aumentado un 6,2 % para los hombres entre 14 y 18 años; y un 5,9 % para las mujeres entre 19 y 30 años. Las demás categorías demográficas se muestran en la tabla a continuación.

Tabla 19. Gasto en alimentos per cápita, Canadá 2022

Predicción gasto en comida por persona 2022		
Demografía		Coste Total Annual (CAD)
Niño	6-11 Meses	2.706,36
	1-3 Años	2.141,08
	4-8 Años	2.793,32
	9-13 Años	3.596,34
	14-18 Años	4.219,55
Hombre	19-30 Años	3.971,15
	31-50 Años	3.779,50
	51-70 Años	3.671,14
	70+ Años	3.528,51
Niña	4-8 Años	2.675,31
	9-13 Años	3.377,20
	14-18 Años	3.506,45
Mujer	19-30 Años	3.457,74
	31-50 Años	3.391,11
	51-70 Años	3.320,36
	70+ Años	3.175,97
Joven embarazada	< 18 Años	4.050,30
Mujer embarazada	19-30 Años	3.941,80
	31-50 Años	3.900,06
Joven en lactancia	<18 Años	3.957,94
Mujer en lactancia	19-30 Años	3.941,80
	31-50 Años	3.908,75

Fuente: Price Food Report 2022

Sin embargo, existen algunos datos relevantes sobre la evolución de la alimentación de los hogares desde la pandemia. Según Statista, los canadienses han reducido en un 62 % sus salidas a restaurantes; tanto por temas sanitarios como monetarios. Mucha gente ha querido evitar las aglomeraciones de personas y los alimentos en restaurantes tienden a ser más caros que en los supermercados. Además, un 35 % de los canadienses ha reducido su consumo de carne, verduras, frutas y otros alimentos básicos. Muchos de estos son productos de importación, que han visto su precio aumentar debido a los incrementos en los precios logísticos y de transporte internacionales.



Según *Statistics Canada*, el 72 % de los negocios canadienses han sufrido dificultades relacionadas con la cadena de suministro de alimentos, en 2022. <https://reviewlution.ca/resources/average-cost-of-food-per-person-in-canada>

## 4.2.1. Tendencias de consumo

### Salud y Bienestar

Desde los años 90, la demanda de productos orgánicos prácticamente se dobla cada año. Este crecimiento se debe, en gran parte a las generaciones de *Centennials* y *Millenials* que, debido al deseo de conocer la procedencia de los alimentos que consumen, el 46 % y el 32 % de ellos, respectivamente, compra productos orgánicos con frecuencia. En 2021, el valor total del mercado de comida orgánica en Canadá supuso 6,5 miles de millones de dólares; esto muestra un descenso de 500 millones con respecto a 2020 pero un aumento de 1,1 miles de millones desde 2017. En términos de producción, ya son 6.000 establecimientos del sector primario que producen con etiquetado orgánico. <https://www.statista.com/topics/4235/organic-food-market-in-canada/#dossierKeyfigures>

La demanda de alimentos se ha transformado drásticamente gracias a la concienciación sobre la salud y su relación con la alimentación. Una de las tendencias más marcadas en los últimos años está relacionada con los “productos sin”: sin grasas trans, sin azúcar, sin gluten... son algunos ejemplos que parecen haber llegado para quedarse.

Otra tendencia con fuerza es la de las dietas a base de productos vegetales (vegetariana o vegana). De hecho, según una encuesta realizada en 2022 en torno a un 10 % de la población canadiense se identificó como vegetarianos o veganos, de los cuáles 1,7 millones son veganos y 2,8, vegetarianos. La cantidad de veganos se ha doblado desde 2018. Cabe destacar, que las ventas totales de productos elaborados a partir de plantas generaron 160 millones de dólares canadienses en 2020, y se espera que alcancen los 226,7 millones en 2022. El auge de este tipo de dietas ya no sólo está basado en la preocupación por los animales. Por una parte, el consumidor considera que los productos veganos son más sanos y también más respetuosos con el medio ambiente; también ha influido el incremento de la población extranjera, que mantienen dietas vegetarianas por motivos culturales y religiosos.

Aparte de los datos aportados anteriormente, en 2020, el 40 % de la población canadiense afirmaba estar preparada para reducir su consumo de productos cárnicos. Luego, el 18 % planeaban a reducir en el futuro cercano, y el 9 % ya estaba activamente tratando de reducir el consumo de carne. Cabe destacar que Canadá es el noveno país del mundo dónde más acceso hay a productos vegetarianos/veganos; y el gobierno hay destinado 153 millones de dólares para la investigación y desarrollo de productos alimenticios a partir de plantas, gracias a su colaboración con la organización *Plant Proteins Canada*. <https://trulyexperiences.com/blog/veganism-statistics-canada/>



### **Alimentación sostenible**

Como se introducía en el párrafo anterior, la concienciación sobre el medio ambiente también ha llegado al sector de la alimentación. El consumidor cada vez está más interesado en saber el proceso de producción de lo que consume: huella de carbón, gasto de agua, presencia de transgénicos y pesticidas, etc. y parte de sus decisiones de compra está basada en estos parámetros.

Un punto que toma más relevancia cada año es el “gasto cero”. El consumidor está preocupado por la cantidad de desechos que se producen anualmente y está decidido a reducirlo. Por una parte, se intenta aprovechar al máximo posible cada producto (*root-to-stem* de la raíz a las hojas) y, por otra, se intenta evitar la compra de envases innecesarios.





## 5. Precios

Los datos de precios que se han recabado, principalmente de los importadores y distribuidores de los productos en Canadá, han sido cotejados por las comprobaciones in situ que se han realizado en distintos establecimientos de diferentes provincias. A continuación, se analizan los precios, así como su posición relativa respecto al resto de productos de la competencia, en Longo's, Sobeys, Metro y Loblaws.

### 5.1. Embutido

Con relación a los productos de embutidos hay que destacar que el nombre con el que se comercializan en muchos casos es de salami, cuando son productos muy variados como chorizos, salchichones, fuet y demás productos. Lo que se hace es poner el nombre de salami y añadirle la variedad, por ejemplo, italiana: Genoa, Sopressata o Calabrese. También se analizan los precios para las salchichas. Hay que tener en consideración que, como se podrá ver en el apartado de *store check*, hay una influencia enorme de los productos italianos, ocurriendo lo mismo en el caso del jamón y prosciutto. \*Los precios están comprobados en noviembre de 2022 y se indican en dólares canadienses - \$.

Tabla 20. Precios para productos de Embutido

Longo's Maple Leaf Square			Sobeys Urban Fresh		
producto	precio\$/kg	marca	producto	Precio CAD/kg	marca
Salami Calabrese	43,2	Mastro	Salami de Genoa	39,9	Mastro
Salami de Genoa	36,6	Mastro	Salami Alemán sin Antibióticos	58,6	Schneiders
Salami Sopresata	43,2	Mastro	Salami de Genoa Picante	39,9	Mastro
Salami Salametti	43,2	Mastro	Salami con Prosciutto	47,9	Mastro
Pepperoni húngaro	59,9	Brandt	Salami Calabrese Picante	47,9	Mastro
Salami Piacentino DOP	57,1	Longos	Salami Sopressata	47,9	Mastro
Salami trio w/o antibiotics	67,9	Schneiders	Salami Trio sin Antibióticos	70,3	Schneiders
Mortadela	37,08	San Daniele	Salami Salametti	26,6	Mastro
Spanish Chorizo	53,28	Goikoa	Salami Spianata Picante	74,9	Farm Boy
Salchichas	13,98	Johnsonville	Mortadela	35,9	San Daniele
Salchicha dulce	17,6	Longo's	Mortadela Picante	35,9	San Daniele
			Chorizo Español	44,9	España
			Salchichón español	89,9	España
			Salchichas de Chorizo Español	14	Panache
			Chorizo Picante Español	37,5	Farm Boy



Metro			Loblaws		
producto	Precio CAD/kg	marca	producto	Precio CAD/kg	marca
salami de peperoni	30	Riserva Barolo	Salami calabrese	45,9	Mastro
Salami cacciatore picante	46,6	Mastro	Antipasto Mixto	74,9	Splendido (Loblaws)
Chorizo	31,6	Irresistibles Artisan	Salami de Genoa	36,9	Splendido (Loblaws)
Salchicha original	31,6	Irresistibles artisan	Salami de Genoa dulce	49,9	Mastro
Salchichón seco cognac	31,6	Irresistibles artisan	Salami Alemán	42,3	Pillers
Salami Parma	46,6	Marc Angelo	Salami Húngaro	42,3	Pillers
Salami Calabrese	46,6	Marc Angelo	Salami Sopressata	39,97	Mastro
Salami Casalingo	37,3	Mastro	Salami de Genoa picante	35,9	Schneider
Salami Genoa Picante	34,9	Mastro	Salami Cacciatore picante	43,3	Marc Angelo
Salami Calabrese Picante	51,1	Schneiders	Salami Paio	28,9	Borges
Salami húngaro	47,9	Piller's	Chorizo picante estilo español	32	President's Choice
Salami alemán	47,9	Piller's	Chorizo estilo español	32	President's Choice
Salami de genoa	79,9	Mastro	Chorizo Beirao	19,9	Borges
Salchicha de pepperoni	40	Schneiders	Mortadela	35,94	San Daniele

## 5.2. Carne de cerdo

Los precios de los diferentes productos de carne de cerdo se han extraído de los mismos establecimientos e incluyen, chuletas, costillas, solomillo, etc.

Tabla 21. Precios para productos de carne de cerdo

Sobeys Urban Fresh			Metro		
producto	Precio CAD/kg	marca	producto	Precio CAD/kg	marca
Cerdo Asado	13	Marc Angelo	costilla de cerdo	13,21	Metro
Chuletas de cerdo	17,61	Sobeys	corvejones de cerdo	5,93	Metro
Solomillos de cerdo	22,02	Sobeys	lomos de cerdo	17,61	Metro
Lomos de cerdo	14,97	Sobeys	Chuletas de cerdo	17,61	Metro
Costillas de cerdo	22,02	Sobeys	Solomillo de cerdo	13,21	Metro



Loblaws			Longo's Maple Leaf Square		
producto	Precio CAD/kg	marca	producto	Precio CAD/kg	marca
Filete de lomo	13,21	Loblaws	filete lomo cerdo	17,61	Longos
Costillas de cerdo	4,39	Loblaws	chuletas de cerdo	11	Longos
Salchicha de carne picada de cerdo	13	Mapple Leaf	Lomo de cerdo sin hueso	13,21	Longos
Chuletas de cerdo	9,9	President's Choice	costillas traseras	11	Longos
Chuleton de costilla de cerdo	20,92	Lethbridge	solomillo de cerdo marinado en mostaza y hierbas	24,23	Longos
Panceta de cerdo	17,59	Loblaws	chuletas de cerdo orgánicas	28,64	Dubreton
Lomo de cerdo deshuesado	20,92	Loblaws			
Cerdo para asar	11,66	Loblaws			

### 5.3. Jamón

En el caso del jamón, se han incluido productos de origen español como el jamón serrano, y de origen italiano, como el prosciutto.

Tabla 22. Precios para productos de Jamón

Longo's Maple Leaf Square			Sobeys Urban Fresh		
producto	precio CAD/kg	marca	producto	precio CAD/kg	marca
prosciutto en lonchas "naturally raised"	95,9	Longos	Prosciutto	91,5	Marc Angelo
Prosciutto con sal del Atlántico	68,72	Longo's	Prosciutto sin Antibióticos	89,9	Schneiders
Jamón "Black Forest" cocido	29,9	Longo's	Prosciutto ahumado	59,9	San Daniele
Prosciutto ahumado	89,9	San Daniele	Jamón Serrano	63,9	Farm Boy
Prosciutto doméstico	47,9	Longos	Jamón "black forest" cocido	28,3	Maple Leaf
Prosciutto 24 meses	79,9	Ruliano			
Jamón español	79,9	traveles			
Speck Prosciutto	46,9	San Daniele			
Jamón Serrano	89,9	España			



EL MERCADO DE EMBUTIDO, JAMÓN Y CARNE DE CERDO EN **CANADÁ**

Metro			Loblaws		
producto	precio CAD/kg	marca	producto	precio CAD/kg	marca
prosciutto ahumado	69,9	San Daniele	Prosciutto "Silver"	39,9	San Daniele
Prosciutto	79,9	Marc Angelo	Prosciutto	57,5	Splendido
Jamón cocido	20	Maple Leaf	Prosciutto	69,92	San Daniele
Jamón ahumado a la miel	36,9	Brandt	Prosciutto di Parma	52,9	Fini
			Prosciutto	82,9	Marc Angelo
			Jamón Serrano	49,9	España

ICEX

## 6. Percepción del producto español

Por lo que se ha podido apreciar en las distintas ferias a las que se ha asistido, existe cada vez más conocimiento de los productos españoles en general y una muy buena aceptación en el mercado; así lo respaldan los datos de importación que se han comentado con anterioridad y que hablan de un crecimiento exponencial y sostenido durante los últimos años.

Por ello, se ha comentado al principio de este estudio, que las actividades realizadas tienen como objetivo principal la de educar al consumidor. Alineadas con este objetivo están las acciones promocionales que se llevan realizando en los últimos años. El mejor ejemplo es la asistencia a ferias de alimentación como SIAL CANADA 2022, la mayor feria de alimentación del país, la celebración de demostraciones en puntos de venta o la participación conjunta con la escuela de cocina George Brown College de Toronto en distintos eventos culinarios. De los eventos realizados en 2022, destacan el World Tapas Day en colaboración con la escuela mencionada anteriormente, y el evento *pop-up* llevado a cabo en St. Lawrence Market de Toronto.

Imagen 1. World Tapas Day 2022



Imagen 2. St. Lawrence Market *pop-up* evento 2022



Un factor relevante para que el consumidor tenga cada vez un mayor conocimiento del embutido español es, como ya se ha comentado, la mayor afluencia de turistas procedentes de Canadá a España y el crecimiento constante de estas cifras.

La percepción entre los consumidores es buena, sin embargo, queda todavía camino por recorrer y es que han sido muchos los asistentes a ferias que asocian embutido y jamón con Italia. Es el caso de confundir chorizo o salchichón con salami, o jamón con *prosciutto*. Por ello, se incide en la

educación del consumidor en la que se considera muy relevante enfatizar los nombres de los diferentes tipos de embutido como chorizo, fuet, salchichón... así como sus particularidades.

## 6.1. Percepción de la cocina española en Canadá

La cocina española en Canadá es relativamente nueva. Su fama llegó de la mano de cocineros de éxito como Ferrán Adriá o Martín Berasategui, entre otros. Con reconocido prestigio en círculos de periodistas del sector, chefs e instituciones académicas, la popularidad de la cocina española todavía no es completamente de dominio general. Aun así, gracias a la gastronomía, el producto español empieza a ocupar un lugar preferente en la mente de la población canadiense.

Asimismo, la tendencia se empieza a favorecer y los restaurantes españoles y “bares de tapas” comienzan a instaurarse en las principales ciudades<sup>1</sup> del país. Sin ser una cocina tradicional, los platos que ofrecen estos establecimientos tienen una base de inspiración española, sin olvidar que el mercado canadiense es muy multicultural y tiende a valorar la cocina de fusión.

De hecho, en la sección dedicada al listado de restaurantes de *Canada's 100 Best*, el *ranking* que presenta los 100 mejores restaurantes de todo Canadá en 2022, 3 restaurantes de cocina española estuvieron presentes en la lista<sup>2</sup>: Edulis (n.º 7-Toronto), Bar Isabel (n.º 38-Toronto) y Alma Montreal (n.º 53-Montreal). Estas posiciones han sido asignadas por un jurado de expertos según sus experiencias culinarias en todos ellos. De manera adicional, existen en la actualidad 47 restaurantes de cocina española ubicados en Canadá. 15 de ellos en Montreal, 13 de ellos en Toronto, 4 en Vancouver, 4 en Ottawa, y el resto distribuidos en distintas ciudades canadienses. Además de los restaurantes, hay 19 tiendas especializadas que ofertan productos procedentes de España, la mayoría ubicados en Montreal (7). <https://www.foodswinesfromspain.com/en/restaurants-and-shops/restaurants-and-shops-map>

Esto demuestra que la cocina española tiene oportunidad de prosperar en Canadá, contribuyendo a impulsar el reconocimiento y el valor de los productos. El producto español es conocido y altamente valorado en tiendas especializadas y de gama gourmet, ya que muchos de ellos centran su distribución principalmente en este tipo de establecimientos, especialmente para productos como el aceite de oliva, el queso y los embutidos.

En resumidas cuentas, la tapa ya ha logrado hacerse su hueco en el mercado canadiense, aunque la presencia de restaurantes españoles es todavía escasa en comparación a la de otros países mediterráneos y asiáticos. Aun así, la buena acogida de la reedición anual en el país del Día Internacional de la Tapa, ofrecida en junio de 2022 en colaboración con la prestigiosa escuela

<sup>1</sup> Los restaurantes y bares españoles disponibles en Canadá se pueden consultar en la web de [Foods & Wines from Spain](https://www.foodswinesfromspain.com/en/restaurants-and-shops/restaurants-and-shops-map)

<sup>2</sup> <https://canadas100best.com/best-restaurants-2022-by-rank/>



culinaria George Brown, es una buena muestra de la tendencia positiva de la cocina española en Canadá.

## 6.2. Percepción de los productos españoles en Canadá

Estos son reconocidos por su perfil saludable y su gran variedad. No obstante, el consumidor aún presenta dificultades para identificar su procedencia española. Esto se debe, por un lado, a la alta presencia de productos procedentes de otros países mediterráneos como Italia, Grecia o Francia (esta última especialmente en la región de Quebec), los cuales están asentados en el mercado de una forma mucho más madura y se ven beneficiados por la gran influencia cultural que existe en Canadá gracias a la inmigración. Por otro, el consumidor canadiense, en general, aún no está formado en los sabores y texturas de España, por lo que es común la confusión entre los términos “latino” y “español”, lo que provoca que algunos productos se asocien con procedencia de América Latina.

A partir del *store check* y las entrevistas emprendidas por la Oficina Comercial, se puede afirmar que el producto español es conocido y altamente valorado en tiendas especializadas y de gama gourmet, pero pasa más desapercibido en los circuitos de distribución masiva. En lo que respecta al sector porcino, el jamón ibérico y serrano cada vez logra más fama como producto exquisito, pero todavía es confundido frecuentemente con el prosciutto italiano, el cual tiene una extensa presencia. Por otra parte, el chorizo también es conocido; sin embargo, el consumidor canadiense lo confunde con el chorizo picante, lo que en ocasiones dificulta su compra.

Por último, conviene señalar la buena imagen que están ganando nuestros productos entre importadores y distribuidores locales, que cada se muestran más interesados en buscar proveedores en nuestro país. En conclusión, lo anteriormente mencionado dificulta la construcción de una ‘marca España’ sólida. Sin embargo, cada vez más se está trabajando con profesionales del sector y escuelas culinarias, campañas de promoción en los puntos de venta y ferias para aumentar el reconocimiento y la notoriedad de los productos de España.

## 7. Canales de distribución

Dada la gran extensión y baja población de Canadá, la distribución de alimentos resulta bastante compleja y cara. Los centros urbanos importantes son muy distantes entre sí. Existen pocas empresas que hayan establecido centros logísticos para almacenamiento y redistribución de mercancías a lo largo de Canadá; la mayor parte de estos se sitúan en Halifax, Montreal, Toronto y Vancouver. La dificultad para llegar a las distintas regiones y las características distintivas de cada una de ellas complican la comercialización del producto.

Por otro lado, dentro del mercado agroalimentario canadiense, destaca la falta de delimitación en los tipos de establecimientos. En comparación con España, la distribución de alimentos tiene un mayor número de formatos, aunque para este informe se analizarán aquellos que atañen prioritariamente a las exportaciones españolas. La venta de productos de alimentación ha sido además adoptada por minoristas, cuya actividad primaria no es la alimentación; actualmente droguerías, gasolineras y farmacias han ido incluyendo con el paso de los años más secciones destinadas a la venta de productos alimentarios.

En la década de 1990, el mercado de distribución canadiense sufrió cambios tras la llegada de los distribuidores estadounidenses como Costco (*Cash & Carry* reservados para profesionales) y Walmart (tienda de gran distribución o *mass merchandiser*).

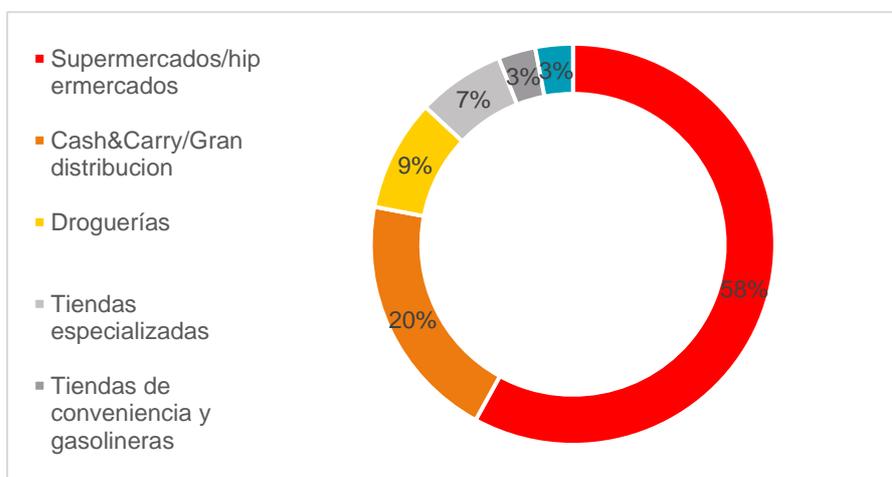
El sector del comercio de alimentos tiende a concentrarse y está dominado por unos pocos grupos de gran tamaño, especialmente nombres nacionales como Metro, Sobeys y Loblaws junto con la estadounidense Walmart.

A modo de resumen, estos serían los principales tipos de puntos de venta de los productos agroalimentarios en Canadá:

- **Supermercados:** pueden ser cadenas (4 o más establecimientos) o de carácter independiente, y cuentan con un gran surtido adaptado a las necesidades de la comunidad a la que satisfacen. Por lo general, los independientes no cuentan con marcas propias, aunque se asocian en centrales de compra. Las grandes cadenas en cambio sí disponen de marcas propias y ofrecen servicios adicionales, además de contar con un tamaño, por lo general superior. Loblaws, Metro y Empire Company (grupo al que pertenece Sobeys y Canada Safeway) son las principales cadenas que operan en Canadá.
- **Hipermercados (*mass merchandisers*):** agrupan toda la oferta de gran consumo, alimentación, menaje del hogar, droguería, ropa y electrodomésticos. Walmart es la principal cadena presente en Canadá.

- **Warehouse clubs/Cash&carry**: cuentan, por lo general, con grandes formatos, abastecen principalmente al canal Horeca y para comprar es necesario ser socio. Normalmente comercializan productos de segmentos bajos y medios (Costco).
- **Tiendas de especializas**: pequeñas tiendas que se centran en un sector alimentario concreto, como comida ecológica, gourmet...
- **Otros**: tiendas de descuento (Dollarama), tiendas de conveniencia (Alimentation Couche-Tard), *drugstores* o “droguerías” (Shoppers Drug Mart, Rexall), estaciones de servicio.

GRÁFICO 5. CUOTA DE MERCADO POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN (2021)



Fuente: [Santander Trade](#)

## 7.1. Principales distribuidores

Dentro del concepto llamado agroalimentación básica, los productos en Canadá se suministran básicamente a través de tres canales de distribución:

1. El primero, mayoritario, son las cadenas de supermercados donde destacan tres grandes compañías:

**Loblaw Companies Ltd.:** comercializa más de 5.000 tipos de productos que reflejan su imagen corporativa a través de un grupo de empresas subsidiarias y doce marcas privadas (*private label*) como President’s Choice y No Name, ampliamente conocidas por los consumidores canadienses. Esta cadena es la que ha situado la marca privada entre los productos de mayor calidad. Loblaws ha desarrollado una política de expansión a través de adquisiciones de otras cadenas.

En la actualidad el Grupo Loblaws a través de las distintas tiendas que lo forman (No Frills, Cash & Carry, Your Independant Grocer, Valu-Mart, Shoppers Drug Mart y Zehrs entre otros) controla más de 2.400 establecimientos (entre supermercados, hipermercados y Cash & Carry) en todo Canadá,



muy por delante de cualquier otro distribuidor; suministra fundamentalmente a la provincia de Ontario y a Québec y tiene un alto poder de establecimiento de precios, factor muy importante en el actual panorama deflacionista.

**Empire Company Ltd. (Sobeys Inc.):** tiene su oficina central en Nueva Escocia y opera con 1.850 establecimientos (bien como franquicias bien como parte del grupo) en las 10 provincias canadienses. Entre las cadenas o nombres comerciales con los que opera destacan Sobeys, IGA, Price Choper, Foodland, Thrifty Foods y Canada Safeway, cadena mediana que cuenta con 255 establecimientos y que tiene una gran presencia en las Praderas de Canadá. Su principal marca de distribuidor o marca privada es "Compliments".

**Metro Inc.** es el segundo grupo de distribución en Quebec tras Loblaws aunque también distribuye en menor medida en Ontario. Controla un grupo de doce cadenas entre las cuales se encuentran Gem, Estra, Metro & Metro Plus, Brunet, Food Basics y opera con 1.601 establecimientos. Sus marcas más reconocidas son: "Selection" e "Irresistible".

El resto son cadenas medianas como **Overwaitea** (145 establecimientos operantes en Columbia Británica y Alberta).

2. En segundo lugar, se encuentran dos formatos estadounidenses con gran éxito en el mercado de Canadá: el Cash & Carry (Costco) y la gran distribución (Walmart).

**CostCo:** cuenta con 108 establecimientos.

**Walmart:** cuenta con 402 establecimientos en todo Canadá.

3. Finalmente, el resto de los formatos que constituyen el tercer canal de distribución son: tiendas de descuento, tiendas de conveniencia, drugstores o "droguerías", estaciones de servicio, tiendas especializadas o tiendas gourmet y tiendas tradicionales.

**Alimentation Couche-Tard** es la cadena de tiendas de conveniencia líder de su formato y cuenta con 1.900 tiendas en Canadá. También está presente en el mercado estadounidense (4.375 establecimientos) e internacional (4.600 establecimientos). Posee las marcas propias: Sloche, Froster, La Liaisonnee y Handful.

**Shoppers Drug Mart**, es la *drugstore* o "droguería" líder de su formato y cuenta con 1.259 establecimientos; en la actualidad, pertenece al grupo Loblaws.

## 7.2. Importadores canadienses de las partidas analizadas

En la página web oficial del Gobierno canadiense, se puede encontrar la lista de empresas que actualmente importan productos cárnicos. En concreto, las listas que están disponibles son las de importadores de embutidos (16.01.00) y jamón deshuesado (02.10.19), tanto de España como del resto de países. A continuación, se presentan las tablas con los nombres y las ciudades dónde están ubicadas.

En primer lugar, los importadores de la partida de embutidos y jamón deshuesado, con origen España: <https://www.ic.gc.ca/app/scr/ic/sbms/cid/searchProduct.html?lang=eng>

<b>Tabla 23. Importadores Canadienses de producto español de las partidas analizadas 2022</b>					
<b>Embutidos (16.01.00)</b>			<b>Jamón deshuesado (02.10.19)</b>		
<b>Empresa</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Provincia</b>	<b>Empresa</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Provincia</b>
9303-9881 QUEBEC INC	Montréal	Quebec	9303-9881 QUEBEC INC	Montréal	Quebec
A. BOSA & CO. LTD.	Vancouver	British Columbia	A. BOSA & CO. LTD.	Vancouver	British Columbia
ARC IBERICO IMPORTS LTD.	Richmond	British Columbia	ARC IBERICO IMPORTS LTD.	Richmond	British Columbia
CANDISPRO CORPORATION	Ancaster	Ontario	CANADIAN RESTAURANT ANDFOODSERVICES ASSOCIATION	Toronto	Ontario
DISTRIBUTIONS MACCHI INC.	Laval	Quebec	CANDISPRO CORPORATION	Lancaster	Ontario
ESPUNA CANADA INC.	Montréal	Quebec	DISTRIBUTIONS MACCHI INC.	Laval	Quebec
FEDERAL EXPRESS CANADA CORPORATION	Mississauga	Ontario	ESPUNA CANADA INC.	Montréal	Quebec
JAN K. OVERWEEL LIMITED/JAN K. OVERWEEL LIMITEE	Woodbridge	Ontario	EUROPEAN QUALITY FOODS LTD.	Prescott	Ontario
ORGANICOS VENTURES LIMITED	Vancouver	British Columbia	JAN K. OVERWEEL LIMITED/JAN K. OVERWEEL LIMITEE	Woodbridge	Ontario
PREMIUM BRANDS OPERATING LIMITED PARTNERSHIP	Richmond	British Columbia	JESSE TREE IMPORTING LTD.	Bolton	Ontario
TASTE FOR LUXURY INC.	Kingston	Ontario	ORGANICOS VENTURES LIMITED	Vancouver	British Columbia
WOODWARD MEAT PURVEYORS INC	Oakville	Ontario	REDONDO IGLESIAS INC.	Laval	Quebec
			SOFINA FOODS INC./ALIMENTS SOFINA INC.	Brampton	Ontario
			TASTE FOR LUXURY INC.	Kingston	Ontario
			WOODWARD MEAT PURVEYORS INC	Oakville	Ontario

En segundo lugar, el resto de importadores de las mismas partidas:

<https://www.ic.gc.ca/app/scr/ic/sbms/cid/searchProduct.html?lang=eng>

**Tabla 24. Importadores Canadienses de las partidas analizadas 2022**

Embutidos (16.01.00)			Jamón deshuesado (02.10.19)		
Empresa	Ciudad	Provincia	Empresa	Ciudad	Provincia
CITTERIO U.S.A. CORPORATION	Toronto	ON	COLOMBO IMPORTING LTD.	Woodbridge	Ontario
CONCORD PREMIUM MEATS LTD.	Toronto	ON	CONCORD PREMIUM MEATS LTD.	Toronto	Ontario
COSTCO WHOLESALE CANADA LTD	Ottawa	ON	FEASTER FOODS DIVISION	Omaha	Nebraska
DOT FOODS CANADA, INC.	Brampton	ON	FRATELLI BERETTA USA, INC.	South Hackensack	New Jersey
FRESH MARK, INC.	Massillon	ON	FRESH MARK, INC.	Massillon	Ohio
HORMEL CANADA, LTD	Toronto	ON	ITALIA ALIMENTARI CANADA LTD.	Brampton	Ontario
LSI ENTERPRISES CANADA ULC	Mississauga	ON	MARTIN-BROWER OF CANADA CO/CIE MARTIN BROWER DU CANADA	Mississauga	Ontario
MARTIN-BROWER OF CANADA CO/CIE MARTIN BROWER DU CANADA	Mississauga	ON	SMITHFIELD FRESH MEATS SALES CORP.	Smithfield	Virginia
			SOFINA FOODS INC./ALIMENTS SOFINA INC.	Brampton	Ontario

### 7.3. Análisis cualitativo

#### ESTRATEGIAS DE CANAL

La competencia de la gran distribución americana (Walmart y Costco), ha motivado que las cadenas canadienses hayan apostado por la alternativa del servicio. Frente al gran poder de compra de los principales fabricantes americanos, que cuentan con economías de escala derivadas de abastecer a toda Norteamérica, las cadenas canadienses optan por ofrecer a sus clientes una mayor diversidad, conveniencia y sofisticación en cuanto a los productos ofertados. En Canadá, se tiende a agregar valor a los productos a través de la presentación, diversidad en cuanto a su origen y un cierto toque gourmet.

El mercado agroalimentario canadiense está muy segmentado, existen alternativas para las distintas tipologías de consumidor. La mayoría de los consumidores se guían por el precio y acuden a las cadenas de descuento y a la gran distribución a por grandes formatos más económicos. Aquellos que buscan calidad optan por tiendas especializadas, mercados locales y la distribución de segmento alto. Otros buscan una combinación de los dos, marca privada de calidad, a un precio ligeramente inferior a los productos de los grandes fabricantes y mucho surtido.



Por ello, las grandes compañías de distribución alimenticia cuentan con distintas marcas, cada una segmentada para servir a un tipo de consumidor diferente y para una región concreta. Esta marea de marcas y formatos de distribución también se debe en parte al proceso de concentración de la industria de la distribución que ha ido fagocitando cadenas, marcas y empresas configurando empresas mayores con competencias nacionales.

## **ESTRATEGIAS PARA EL CONTACTO COMERCIAL**

En Canadá el trato personal entre empresarios es bastante informal y amable; sin embargo, resulta muy riguroso y profesional en el cumplimiento de los compromisos contraídos.

El canadiense, en general, presenta sin rodeos su propuesta de negocio, es práctico y muy directo. En una reunión de negocios con canadienses también es preferible tener muy claros los objetivos de la reunión que, con frecuencia, serán solicitados a la hora de concertar una cita, puesto que les gusta preparar la información que se requiera y el material de apoyo necesario.

Esto no impide que el empresario canadiense sea poco protocolario y de trato cercano y afable, pero directo al punto de interés. Se recomienda aprovechar al máximo los contactos: el importador canadiense es una fuente de información valiosa sobre la situación del mercado y es abierto a la hora de compartir sus conocimientos y opiniones con sus visitas. De ahí lo conveniente de obtener información útil durante sus entrevistas para formarse una idea mucho más completa de las posibilidades de su producto en Canadá.

Aunque poco frecuentes, las comidas y desayunos de negocios suelen ser de corta duración. Los desayunos generalmente se organizan muy temprano —antes de las 8.00 de la mañana— para no interferir con el resto de la jornada laboral. Los almuerzos de trabajo se celebran normalmente antes que, en España, entre las 12.00 y las 14.00. La puntualidad en los negocios es una virtud esencial muy importante en Canadá.

Se debe ser riguroso y profesional en el cumplimiento de sus compromisos. No son aceptables la fluctuación en la calidad o el incumplimiento de las condiciones pactadas.

A su vez, es necesario contar con asesoramiento legal antes de contratar e investigar la fiabilidad comercial de los socios potenciales. La primera fuente de información es su interlocutor; por lo que será interesante averiguar su antigüedad en el negocio, obtener referencias bancarias y de financiación pública. También hay compañías especializadas que proporcionan informes financieros. En tratos iniciales con un importador canadiense es importante solicitar medios de pago seguros como cartas de crédito expedidas por bancos internacionales reconocidos. Las muestras solicitadas normalmente son pagadas a no ser que se acuerde lo contrario. También es imprescindible trabajar en estrecha coordinación con el importador canadiense, pues conoce mejor las vicisitudes del mercado y puede ser de gran ayuda a la hora de iniciar el proceso de exportación.



## **CONDICIONES DE ACCESO**

Una de las principales fuentes de consulta a la hora de analizar las condiciones de acceso al mercado canadiense de un determinado producto es el Automated Report Reference System de la Agencia Canadiense de Inspección de los Alimentos que puede consultarse por Internet. [https://airs-sari.inspection.gc.ca/airs\\_external/english/decisions-eng.aspx](https://airs-sari.inspection.gc.ca/airs_external/english/decisions-eng.aspx)

## **TENDENCIAS DE LA DISTRIBUCIÓN**

En Canadá, existe una acusada tendencia hacia la concentración en pocas manos de los canales mayoritarios de distribución.

En la historia reciente de la distribución en Canadá, se han sucedido grandes compras de cadenas de supermercados. En 2005, Metro adquirió A&P Canada por 1,7 billones de CAD. Más recientemente, en 2013 se llevó a cabo la compra de Safeway Canada por Empire Inc, empresa matriz de Sobeys, y de Shoppers Drug Mart por Loblaws. Son sólo algunos ejemplos de esta tendencia a la concentración en la distribución en Canadá.

La entrada y el crecimiento experimentado por las grandes cadenas de distribución americanas, como Walmart o Costco, con políticas muy agresivas, han aumentado los movimientos en el sector, estableciendo mayor presión en los competidores de menor tamaño.

Las cadenas y grupos independientes han comenzado a asociarse (de ahí la gran importancia que tienen las cooperativas en Canadá) y han apostado claramente por el servicio, incapaces de competir en precios con la gran distribución. Las tiendas pequeñas y más tradicionales están buscando especializarse y competir en nichos de mercado como los segmentos gourmet y orgánico, donde son más fuertes.

Otra de las tendencias relevantes es la entrada del Hard Discount en el mercado canadiense. En los últimos años, el consumidor canadiense demandó más valor por parte de los distribuidores y esto puede haber pavimentado el camino para la consolidación de este formato.

## 8. Acceso al mercado – Barreras

### 8.1. Acuerdos comerciales: CETA

Canadá es signatario de la mayoría de los acuerdos internacionales de liberalización del comercio, desde los acuerdos de reducción de barreras arancelarias y no arancelarias de la Ronda Uruguay del GATT, hasta las últimas resoluciones de la Organización Mundial de Comercio con respecto a productos residuales cárnicos. Además, ha alcanzado acuerdos a nivel regional y bilateral, como el NAFTA o los alcanzados con Costa Rica, Israel y Chile. El 1 de julio de 2009 entró en vigor un acuerdo de libre comercio con los países integrantes de EFTA (European Free Trade Association), Islandia, Noruega, Liechtenstein y Suiza, y recientemente se han firmado acuerdos de libre comercio con Perú, Colombia, Jordania y Corea del Sur.

En 2013, se firmó el Acuerdo Comercial entre Canadá y la Unión Europea, lo que sitúa a Canadá en un momento idóneo para promocionar los productos agroalimentarios. Ya ratificado, desde el 1 de agosto de 2017 el acuerdo tiene vigencia en Canadá y finalmente está siendo aplicado provisionalmente a todos los efectos desde el 21 de Septiembre de este 2017. <http://www.agr.gc.ca/eng/industry-markets-and-trade/foreign-market-information-by-region/europe/canada-european-union-comprehensive-economic-and-trade-agreement-ceta/?id=1438010928703>

Si bien todavía no se pueden calcular las repercusiones que tendrá dicho acuerdo, se considera que el PIB de la Unión Europea podría aumentar en 12.000 millones de euros. Una vez entre en vigor y se hayan cumplido todos los periodos transitorios (hasta siete años en ciertos productos), se habrán eliminado más del 99 % de los aranceles en general y de alrededor del 91 % en cuanto a los aranceles agroalimentarios por ambas partes, esto ahorrará 400 millones de euros los primeros años hasta alcanzar finalmente la cifra estimada de 500 millones. <http://ec.europa.eu/trade/policy/in-focus/ceta/>

Sobre los productos agrícolas, se eliminan casi la totalidad de los aranceles con este acuerdo. La Unión Europea se ve muy beneficiada en la exportación de vino y quesos a Canadá, mientras que el país norteamericano lo hace en la de carnes y cereales. Algunos productos como huevos o carne de pollo y pavo mantendrán sus aranceles, pero los contingentes permitidos con arancel cero podrían aumentar.

Por otro lado, cabe señalar que el acuerdo CETA también va a empezar a proteger ciertas indicaciones geográficas de productos alimentarios europeos en Canadá, de un modo similar al sistema que existe para los vinos europeos desde el correspondiente acuerdo de 2004. El actual proyecto, publicado con fecha de 26 de octubre de 2014 y pendiente de aprobación, protege por el momento 171 indicaciones geográficas, de las cuales 27 son españolas. España es el tercer país europeo con más indicaciones geográficas protegidas en el CETA, tras Francia (42) e Italia (41), y

por delante de Portugal (20), Grecia (16) y Alemania (12).

[http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2014/september/tradoc\\_152806.pdf](http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2014/september/tradoc_152806.pdf)

Inicialmente, de las 27 indicaciones geográficas protegidas españolas del sector de la alimentación, 15 son referentes a aceites de oliva, casi la mitad de las 32 aprobadas para este producto. Sin embargo, en otros productos, España ha quedado infrarrepresentada respecto a su potencial, como es el queso, con solo dos indicaciones geográficas protegidas de 55. Además, recientemente, también se han añadido nuevas Indicaciones Geográficas, como es el caso de la gallina de raza tradicional del Penedés. [europa.eu/rapid/press-release\\_IP-16-2172\\_es.pdf](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-2172_es.pdf)

**TABLA 25 - ESPAÑA: INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS EN EL BORRADOR DEL CETA DEL SECTOR CÁRNICO (2019)**

Indicación Geográfica Protegida	Tipo de producto
Sobrasada de Mallorca	Productos Cárnicos
Jamón de Huelva	Carne fresca, congelada y procesada
Jamón de Teruel	Carne fresca, congelada y procesada
Salchichón de Vic	Carne fresca, congelada y procesada
Jamón de Teruel	Carne fresca, congelada y procesada
Llonganissa de Vic	Carne fresca, congelada y procesada

Fuente: <https://www.ic.gc.ca/>

## 8.2. Barreras arancelarias

La lista actual de barreras arancelarias se puede encontrar íntegra en la página web de la aduana canadiense. Existen muchos aranceles y muy diferentes en gran cantidad de las partidas contempladas en este estudio, por lo que se trata de una fuente de la máxima relevancia.

<http://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2014/html/tblmod-eng.html>



España se encuentra bajo el tratamiento arancelario de nación más favorecida, *MFN Tariff* (“Most Favoured Nation”) como aparece en las tablas de aranceles.

### 8.3. Barreras no arancelarias

En cuanto a la carne porcina, estos productos tienen serias restricciones en la Aduana canadiense. No obstante, en septiembre de 2003, el Gobierno canadiense modificó la restricción a las importaciones de productos porcinos procedentes de España, para permitir la entrada de productos cárnicos procesados y sacrificados en plantas españolas. Estas deben estar homologadas por la agencia de inspección alimentaria canadiense (Canadian Food Inspection Agency, CFIA) mediante un protocolo negociado entre la CFIA y el Ministerio español de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPAMA).

En este Protocolo Sanitario se establecen las especificaciones y requerimientos que deben seguirse para homologar dichas plantas y por tanto exportar a Canadá. Se incluye también el procedimiento de solicitud de inclusión en las listas de establecimientos autorizados, para exportación de productos de origen animal destinado al consumo humano a terceros países. <https://www.msrebs.es/profesionales/saludPublica/sanidadExterior/docs/procedCanada.pdf>  
[https://www.msssi.gob.es/profesionales/saludPublica/sanidadExterior/docs/proced\\_solicitud\\_inclusas.pdf](https://www.msssi.gob.es/profesionales/saludPublica/sanidadExterior/docs/proced_solicitud_inclusas.pdf)

En la práctica esta modificación permitió exportar jamón serrano a Canadá. En el año 2008, se autorizó la entrada en el mercado canadiense de la carne fresca el lomo ibérico y del jamón ibérico la paleta y paletilla.

Una vez homologadas sus plantas, el nombre de estas aparecerá en el listado de establecimientos españoles que pueden exportar a Canadá. En la actualidad, 269 plantas de 186 empresas españolas ya cuentan con certificación para exportar sus productos a Canadá. La lista completa y actualizada se pueden encontrar en la página web de la CFIA. Finalmente, y contando ya con un importador canadiense, cada embarque deberá venir acompañado por el denominado Certificado de Inspección Oficial de carne. <http://inspection.gc.ca/active/netapp/meatforeign-viandeetranger/forliste.aspx> <http://www.inspection.gc.ca/food/meat-and-poultry-products/manual-of-procedures/chapter-10/annex-c1/eng/1336329243870/1336329423419>

Ahora bien, como ya se ha dicho, la entrada en vigor del AECG UE- Canadá (CETA) no exime a las importaciones provenientes de la Unión Europea de los requisitos sanitarios establecidos por la Canadian Food Inspection Agency (CFIA). Se corresponden con la homologación sanitaria de las plantas de proceso y el sacrificio ya certificadas en España. Tampoco afecta al requisito de que cada embarque de jamones españoles venga acompañado del correspondiente “Certificado Oficial de Exportación de Productos Cárnicos de Porcino a Canadá” que expide MAPAMA.



Las empresas que quieran exportar deberán por tanto realizar la solicitud a través del Ministerio de Agricultura para figurar en la lista de autorizados a través del portal CEXGAN. Se deben cumplir los demás trámites anteriormente mencionados especificados dentro de la información específica de exportación a Canadá. <https://servicio.magrama.gob.es/cexgan/Acceso.aspx>  
<http://cexgan.magrama.es/Documentos/ProcedEspecificoCanada.pdf>

## 8.4. Requisitos para la importación

### 8.4.1. Requisitos generales

Es imprescindible que las empresas españolas que consulten la Base de Datos Automatizada de Requisitos de Importación (AIRS), donde la CFIA actualiza los requisitos para cada producto. <http://inspection.gc.ca/plants/imports/airs/eng/1300127512994/1300127627409#>

Los productos alimenticios procesados están sujetos a los requisitos de las “Processed Products Regulations”. Estas regulaciones estipulan los tamaños y tipos de envases y contenedores admitidos en Canadá. <http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C., c. 291/index.html>

En general, no existe libertad de envase y los productos importados deben adecuarse a los formatos y envases estipulados en estas regulaciones. En la práctica, estas regulaciones son especialmente relevantes, ya que pueden suponer una barrera de entrada para productos importados.

Entre otros aspectos, se establecen:

- Tamaños máximos para los contenedores que varían según el producto, (p. ej. 20, 50, 200 Kg / litros). En el caso de tratarse de gránulos, es necesario una autorización expresa de la CFIA para poder incumplir dichos máximos.
- Se establecen los tipos de envases y contenedores (casuística sobre los contenedores sellados herméticamente) para los alimentos procesados de baja acidez.
- El tamaño de los envases y contenedores según el tipo de producto.
- Las especificaciones en cuanto a tamaño y otras características de los productos.
- Los importadores españoles deberán además presentar, con relación al embalaje utilizado en el transporte, uno de los siguientes documentos:
  - El sello de conformidad número 15 del ISMP en los embalajes de madera del cargamento/envío.
  - Un certificado fitosanitario, por ejemplo, “tratamiento aprobado por ISPM número 15”. En el caso de que se utilice madera manufacturada o no se utilicen embalajes de madera los importadores quedan exentos de dichos requisitos.



Existen límites a los residuos de plaguicidas o pesticidas, algunos pesticidas usados en España no están registrados o autorizados en Canadá. La importación de productos alimenticios que superen estos límites máximos (0,1 ppm) está prohibida.

Además, según el producto del que se trate, pueden existir otros requisitos adicionales, los más comunes para frutas y vegetales frescos:

- Confirmación de venta según el modelo oficial de la CFIA.
- Se exige que los productos estén libres de contaminación por partículas de cristal y metal.
- Deben estar libres de bacterias patógenas.
- No deben contener ingredientes susceptibles de generar alergias como los enumerados en el apartado anterior, que no hayan sido declarados.

#### 8.4.2. Normas y requisitos técnicos de fabricación y etiquetado

Existen en Canadá dos departamentos federales encargados del desarrollo y vigilancia de la normaría de etiquetado y envasado de productos agroalimentarios: Health Canada (Ministerio de Sanidad) y CFIA, Canadian Food Inspection Agency (Agencia Canadiense de Inspección Alimentaria).

Las competencias en la materia están repartidas entre las dos entidades. Health Canada es responsable del cumplimiento de los requisitos de seguridad alimenticia y del etiquetado relativo a salud y nutrición. La Canadian Food Inspection Agency (CFIA), por su parte, es responsable del cumplimiento de los requisitos de información fidedigna en el etiquetado con respecto a la calidad y la composición e información básica sobre identificación del producto.

La CFIA somete a los productos agroalimentarios, tanto los producidos dentro del país como los importados, a las “Food and Drugs Act and Regulations”. Esta normativa establece las condiciones que debe cumplir el etiquetado, así como algunas restricciones según ingredientes, como por ejemplo edulcorantes, conservantes, minerales y vitaminas. Entre otros establece que los productos alimenticios envasados para ser vendidos en establecimientos minoristas deben contar con el etiquetado tanto en francés como en inglés, y las denominaciones genéricas que han de tener los distintos alimentos procesados (p. ej. “pastas, jugos, zumos de tomate”). [http://www.hc-sc.gc.ca/fn-an/legislation/acts-lois/act-loi\\_reg-eng.php](http://www.hc-sc.gc.ca/fn-an/legislation/acts-lois/act-loi_reg-eng.php)

Por otro lado, los formatos también quedan regidos por la “Consumer Packaging and Labelling Act”. [http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C.,\\_c.\\_417/index.html](http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C.,_c._417/index.html)

Por último, de cara a la industria y para aglutinar todas estas regulaciones, la CFIA publica en su página web una Guía de Etiquetado, actualizada, para los productos de alimentación en Canadá.

Es de gran importancia que, en caso de duda, se consulte con el importador canadiense, ya que será él quien resulte responsable ante la administración canadiense por cualquier falta u omisión a la guía de etiquetado. <http://www.inspection.gc.ca/english/fssa/labeti/guide/toce.shtml>

### 8.4.2.1. Requisitos básicos

<https://inspection.canada.ca/food-labels/labelling/industry/eng/1383607266489/1383607344939>

En el capítulo 2 de la Guía del Etiquetado, se especifican los requisitos básicos de etiquetado que, salvo ciertas excepciones, deberán cumplir todos los productos comercializados en Canadá:

- Etiquetado en inglés y en francés
- Nombre genérico del producto
- Peso neto del producto
- Nombre y razón social de la empresa responsable (especificando el importador)
- Listado de ingredientes (incluyendo posibles alérgenos)
- Tabla de contenido nutricional
- Existencia de sabores artificiales
- Fecha de caducidad
- Descongelación previa
- Envases estandarizados
- Otra información requerida
- Etiquetado de contenedores
- Alimentos testados en el mercado
- Carta de autorización para la comercialización provisional
- Autorización para la comercialización interina



### 8.4.2.2. Información nutricional

Los capítulos 5-8 detallan qué información nutricional debe aparecer, su formato y los eslóganes o denominaciones permitidas (tales como “producto dietético, Light, energético”, etc.).

Ejemplo del Etiquetado con información nutricional impuesto por “Food & Drug Act & Regulations

(Imagen 3):

Nutrition Facts	
Per 2 tsp (10 g)	
Amount	% Daily Value
<b>Calories</b> 70	
<b>Fat</b> 8 g	<b>12 %</b>
Saturated 1 g	<b>5 %</b>
+ Trans 0 g	
<b>Cholesterol</b> 0 mg	
<b>Sodium</b> 65 mg	<b>3 %</b>
<b>Carbohydrate</b> 0 g	<b>0 %</b>
Fibre 0 g	<b>0 %</b>
Sugars 0 g	
<b>Protein</b> 0 g	
Vitamin A 10 %	Vitamin C 0 %
Calcium 0 %	Iron 0 %

### 8.4.2.3. Requisitos específicos

A los requisitos básicos hay que añadir otros específicos en función de las características y tipo de productos. Los capítulos 10 a 15 de la Guía del Etiquetado se refieren a los requisitos especiales de etiquetado para ciertos productos, como bebidas alcohólicas, frutas y vegetales procesados, miel, productos obtenidos del arce, carnes y aves de corral o pescados y sus derivados.

### 8.4.2.4. Las normas de etiquetado de Health Canada

Como se señaló anteriormente, la normativa vigente se rige por las “Food and Drug Regulations” (FDR). En estas, se requiere para la mayoría de los alimentos envasados que aparezca en el etiquetado, una lista detallada de los ingredientes e información.

Sin embargo, existen ciertas excepciones, por lo que algunos productos, aun cumpliendo la actual regulación, pueden resultar peligrosos para las personas alérgicas, celíacas o diabéticas. Por ello, Health Canada (el Ministerio de Sanidad canadiense) presentó una serie de enmiendas a la ley de etiquetado. Dichas enmiendas fueron publicadas en la página de la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos, entrando en vigor el 4 de agosto de 2012. <http://www.inspection.gc.ca/food/consumer-centre/food-safety-tips/labelling-food-packaging-and-storage/allergen/eng/1332442914456/1332442980290>

Principalmente, cubren tres áreas:

- Ingredientes sujetos a alergias, frutos secos (almendras, nueces, avellanas, cacahuetes, semillas de sésamo), trigo, huevo, leche, pescado y marisco.
- Gluten.
- Sulfatos cuando la cantidad sea igual o mayor de 10 partes por millón.

Puede ser relevante en el caso de los productos alimenticios que usen sulfatos como conservantes, así como productos que incorporen alguno de los citados componentes.

Los productores e importadores tendrán que declarar estos ingredientes bien en la lista principal de ingredientes o bajo un epígrafe llamado “Información sobre Alergias e intolerancias- Contiene...”. Esta última fórmula será obligatoria para los sulfatos, cuando la cantidad sea igual o mayor de 10 partes por millón.



#### 8.4.2.5. Productos orgánicos

El Gobierno Federal canadiense aprobó en 2009 una serie de leyes para productos orgánicos, Organic Products Regulations, haciéndose eco del interés mostrado por la prensa y los consumidores canadienses. <http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/C-0.4/>

#### 8.4.2.6. Otros Requisitos

El sistema de medidas oficial en Canadá es el sistema métrico, si bien al ser un país perteneciente a la Commonwealth y con gran influencia del mercado estadounidense, en algunos sectores se siguen utilizando el sistema anglosajón.

Con respecto al sector agroalimentario, es necesario incluir ambas medidas ya que, debido a los usos y costumbres de la industria, los envases y su contenido todavía hacen referencia al sistema anglosajón.

Cabe la posibilidad de que estos requisitos sean modificados.

### 8.5. Régimen fiscal

En el ámbito impositivo, los productos agrícolas destinados al consumo humano están sujetos al impuesto sobre el consumo canadiense. Sin embargo, la mayoría de estos productos tienen un tipo impositivo del 0 %, tanto para la venta final, como para los suministros.

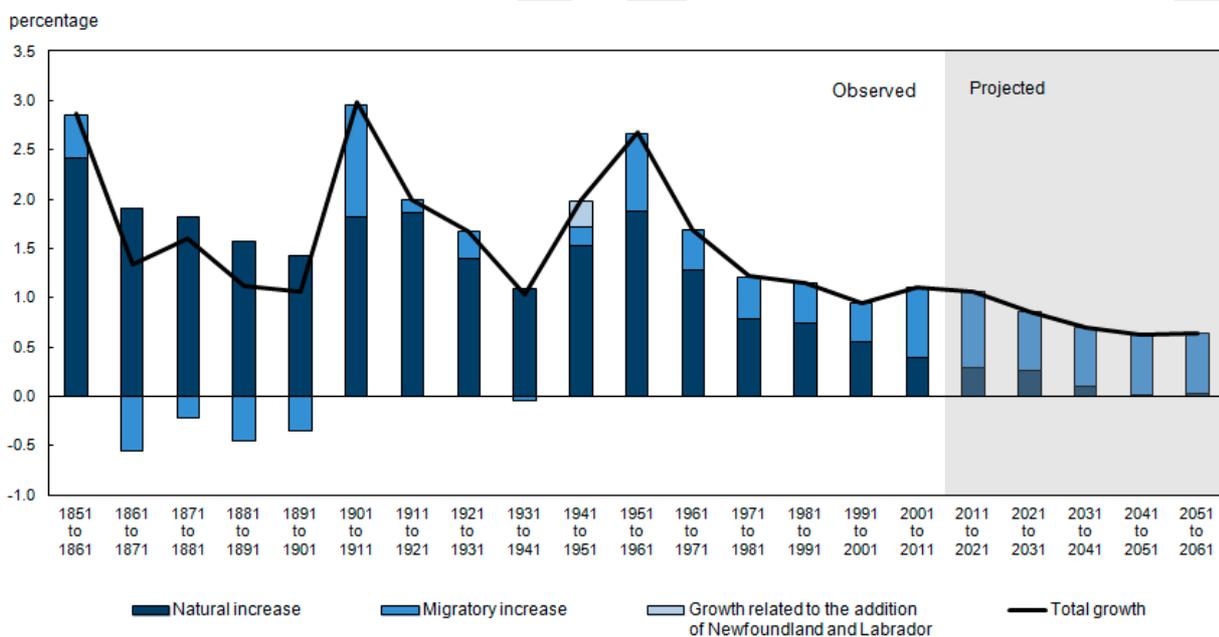
En concreto, los alimentos que conforman la dieta básica están gravados al 0 %, quedando las bebidas carbonatadas, zumos, parte de la confitería (barras de chocolate, nueces etc.), complejos vitamínicos y snacks como patatas fritas, palomitas de maíz, etc. (siempre que no se vendan como cereales para el desayuno), como las únicas categorías de alimentos gravados al 5 % (G.S.T) o 13 % (H.S.T). El P.S.T (Provincial Sales Tax) de ámbito provincial y que también grava el consumo, no se aplica tampoco a los productos alimenticios.

## 9. Perspectivas del sector

En primer lugar, en lo referente al CETA, hay que recalcar que no ha afectado a ninguna de las partidas de productos analizadas en este estudio, puesto que los aranceles antes del acuerdo CETA no afectaban a estos apartados. Así, las barreras de entradas al mercado son únicamente de tipo técnico como la homologación de los mataderos para poder comercializar los productos cárnicos en el mercado.

Por otro lado, está el crecimiento sostenido de la población canadiense, el cual se debe en su mayoría a la cantidad de emigrantes que llegan al país y que lo llevan haciendo en los últimos años. Aunque es cierto que la previsión es que este crecimiento vaya decayendo progresivamente en los próximos años. Actualmente el incremento se sitúa en el 0,92 % anual, siendo 0,62 % debido a la inmigración y el otro tercio, crecimiento natural. Ontario es la provincia que mayor cantidad de inmigrantes recibe. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/11-630-x/11-630-x2014001-eng.htm>

Gráfico 6. Crecimiento poblacional Canadá, observado y previsto



Fuente: <https://www150.statcan.gc.ca/>

Como se trata de un país con un PIB per cápita de 52.051 CAD en 2021, cuya población aumenta de forma constante y las ventas de productos españoles crecen de forma continuada, se puede considerar que las perspectivas a futuro son alentadoras.



Teniendo en cuenta los datos de importaciones analizados, tanto para España, como para los mercados en su conjunto, se puede concluir que existen oportunidades de futuro, si se continúa con la tendencia que se lleva siguiendo en los últimos cinco años. A continuación, se analizarán los diferentes mercados de forma pormenorizada, puesto que existen particularidades según los productos que se analicen.

En lo referente al mercado total de los embutidos en Canadá, el crecimiento ha llegado al 20 % entre 2017 y 2021. Sin embargo, las exportaciones españolas de esta partida han descendido un 10 % en el mismo periodo. De esto se desprenden las ideas de que estos productos son cada vez más consumidos, no obstante, España está siendo superada por competidores cercanos como Italia y Francia.

A septiembre de 2022, el número total de establecimientos españoles autorizados por la Canadian Food Inspection Agency (CFIA) para exportar carne y productos cárnicos de porcino a Canadá, es de 269 establecimientos. Incluyen mataderos, salas de despiece, tripas, establecimientos de transformación, envasado y etiquetado y almacén frigorífico.  
<https://inspection.canada.ca/active/netapp/meatforeign-viandeetranger/forliste.aspx>

Por su parte, el jamón también ha experimentado una tendencia al alza, tanto a niveles generales, como españoles concretamente. Aquí, el mercado ha crecido 3 veces más que el de embutidos, es decir un 60 %; y España ha mejorado sus exportaciones en un 76 %. Aun así, cabe recordar que el mercado es 3 veces más pequeño que el de embutidos. La competencia en este campo viene del prosciutto ya sea de origen italiano o estadounidense. Así lo dicen tanto las cifras de exportación como lo que se ha podido ver en los diferentes puntos de venta en los que se ha realizado la comprobación de precios y posicionamiento.

Respecto a la carne de cerdo, España ha doblado sus exportaciones. Sin embargo, la cuota de mercado española no alcanza el 5 %, debido a, otra vez, un dominio absoluto del mercado por parte de Estados Unidos, 73 % de cuota total. La carne de cerdo representa el mercado más grande de entre los analizados, en 5 años la importación canadiense ha ascendido un 40 % y España es el cuarto mayor productor mundial. [https://www.porcat.org/es/noticias/espana-se-consolida-como-cuarto-productor-mundial-de-carne-porcina-2625/#:~:text=El %20informe %20revela %20que %20Espa %C3 %B1a,Alemania %20\(4 %2C9 %25\).](https://www.porcat.org/es/noticias/espana-se-consolida-como-cuarto-productor-mundial-de-carne-porcina-2625/#:~:text=El%20informe%20revela%20que%20Espa%C3%B1a,Alemania%20(4%2C9%25).)

Por último, hay que recalcar que Estados Unidos se coloca como el líder indiscutible de ventas de carne de cerdo, ya sea jamón, carne de cerdo o embutido. Hay que tener en cuenta la proximidad geográfica y la tradición comercial existente entre ambos territorios. Le sigue Italia.

En resumen, Canadá es el destino n.º 25 de exportación española de productos cárnicos por facturación y el n.º 31 si lo valoramos en toneladas.

## 10. Información práctica

### 10.1. Ferias

Las ferias más importantes del sector de alimentación son:

- **SIAL Canadá.** Creada en 1964, SIAL es la feria de productos alimenticios más importante del mundo. Su internacionalización no ha dejado de aumentar desde que en 1996 se incluyera un 62 % de expositores extranjeros y el número de visitantes extranjeros aumentase aproximadamente un 20 %. Desde 2001, esta feria tiene su edición norteamericana dirigida al mercado NAFTA en Montreal y Toronto (desde 2010 ambas ciudades se alternan a la hora de celebrar el evento). SIAL Canadá sigue los mismos esquemas de las ferias celebradas en París, Buenos Aires, Singapur o Pekín, esto es, la intermediación en el sector agroalimentario (productos lácteos, pastelería, frescos, productos envasados, alimentos para mascotas, congelados, productos biológicos, alimentos para bebés, bebidas alcohólicas y refrescos). En las dos últimas ediciones de 2019 (Toronto) y 2022 (Montreal) se registraron más de 20.000 visitantes.  
Web: <http://sialcanada.com/sial/en/>
- **Grocery Innovations Canada (GIC).** Organizada por la Federación Canadiense de Supermercados Independientes (CFIG). Se muestran los productos y equipamiento a los más de 4.000 supermercados miembros de la CFIG.  
Web: <http://www.groceryinnovations.com/>
- **RC Show.** Esta feria de alimentación está organizada por la Asociación Canadiense de Restaurantes y Servicios de Alimentación (CRFA). Es el mayor evento celebrado en Canadá relacionado con el sector de la hostelería, y CRFA es la mayor asociación de hostelería del país, cuenta con más de 14.000 miembros que representan a más de 40.000 establecimientos del canal Horeca en toda Canadá. En el año 2022 la edición del RC Show atrajo a más de 20.000 visitantes profesionales de sector, creando así la oportunidad de conocer a proveedores nacionales e internacionales de los sectores de la alimentación y la bebida. Web: <http://www.crfa.ca/tradeshows/crfashow/>
- **Toronto Gourmet Food & Wine Expo.** Esta feria, más destinada al consumidor final, está centrada en los sectores de alimentación y bebidas, y permite aunar la promoción de productos alimenticios, locales e internacionales, con la de vinos, bebidas alcohólicas y otras. Su oferta se caracteriza por una gran variedad, tanto por el producto en sí como por el origen de este, se da a conocer a particulares, prensa y profesionales de la restauración, principalmente de la provincia de Ontario. Web: [www.foodandwineexpo.ca](http://www.foodandwineexpo.ca)



- **Ottawa Wine & Food Festival.** De características similares a la anterior que tiene lugar cada mayo, la asistencia ronda las 30.000 personas cada año. A diferencia de la anterior está un poco más centrada en vinos que en alimentación. Web: <http://ottawawineandfoodfestival.com/>

## 10.2. Asociaciones

- **Canada Pork International**

Establecida en 1991 es la encargada de la promoción del mercado porcino para su exportación. Surge de la mano del Canadian Pork Council y el Canadian Meat Council.

Web: <http://www.canadapork.com/en/>

- **Canadian Pork Council:**

Es una federación de 9 industrias provinciales que representa a unas 7.000 granjas.

Web: <http://www.cpc-ccp.com/default>

- **Canadian Meat Council:**

Asociación nacional del Mercado cárnico. Web: <https://www.cmc-cvc.com/en/about-us>

- **Consortio del Jamón Serrano:** según su propia descripción es una “asociación voluntaria de empresas que, desde 1990, agrupa a las más importantes compañías del sector cárnico español, todas ellas líderes en la producción y exportación de Jamón Serrano, con el objetivo de producir un Jamón Serrano exclusivo y de alta calidad para su comercialización en los mercados exteriores”. Web: <http://consorcioserrano.es/index.php/es/>

- **Asociación Nacional de Veterinarios del Porcino Ibérico:** su objetivo es “orientar y desarrollar toda clase de iniciativas que puedan redundar en el desarrollo técnico, económico y social del sector porcino Ibérico”. Web: <http://www.anvepi.com/>

- **Asociación Nacional de Cortadores de Jamón**

Web: <http://www.cortadoresdejamonasociados.es/ancj/index.php/home-3>

### 10.3. Otras direcciones de interés

- Agencia canadiense de inspección de los Alimentos (Canadian Food Inspection Agency): <http://www.inspection.gc.ca>
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente de España: <http://www.magrama.gob.es/es/>
- Base de Datos Automatizada de Requisitos de Importación (AIRS): <http://inspection.gc.ca/plants/imports/airs/eng/1300127512994/1300127627409>
- Guía actualizada del Etiquetado de la CFIA: <http://www.inspection.gc.ca/english/fssa/labeti/guide/toce.shtml>
- Canadian association of importers and Exporters: <http://www.iecanada.com>
- Canadian Association of Regulated Importers : <http://www.cariimport.org/>
- Canadian Association of Sales & Marketing Agencies (Antigua Canadian Food Brokers Association) : <http://www.capma.org>
- Canadian Society of Custom Brokers: <http://www.cscb.ca>
- Ministerio de Industria de Canadá, Base de datos de Strategis: <http://www.ic.gc.ca>
- Food Processors of Canada: <http://foodnet.fic.ca>
- Canadian Council of Grocery Distributors (CCGD): <http://www.ccgd.ca/>
- Canadian Federation of Independent Grocers (CFIG): <http://www.cfig.ca/>
- Canadian Restaurant & Foodservices Association (CRFA): <http://www.crfa.ca/>
- Food & Consumer Products Manufacturers of Canada (FCPMC): <http://www.fcPMC.com/>
- Agriculture and Agri-Food Canada: <http://www.agr.gc.ca>
- Canadian Organic Growers (COG): <http://www.cog.ca/>
- Canadian Federation of Agriculture: <http://www.cfa-fca.ca/>
- Alberta Food Processors Association: <http://www.afpa.com/>
- Manitoba Food Processors Association: <http://www.mfpa.mb.ca/>
- Saskatchewan Food Processors Association: <http://www.sfpa.sk.ca>
- Taste of Nova Scotia Quality Food: <http://www.tasteofnovascotia.com>
- Alliance of Ontario Food Processors: <http://www.aofp.ca>
- Organic Council of Ontario: [www.organiccouncil.ca](http://www.organiccouncil.ca)
- Canadian Agri-Marketing Association: <http://www.cama.org/>
- Canadian Agri-Food Trade Alliance: <http://www.cafta.org/>
- Resumen trimestral indicadores porcino. Indicadores Económicos del Porcino 2020: [https://www.mapa.gob.es/es/ganaderia/temas/produccion-y-mercados-ganaderos/indicadoreseconomicossectorporcino2020\\_tcm30-379728.pdf](https://www.mapa.gob.es/es/ganaderia/temas/produccion-y-mercados-ganaderos/indicadoreseconomicossectorporcino2020_tcm30-379728.pdf)



## 11. Anexos

Aquí se incluyen imágenes de cómo se presentan algunos productos analizados en distintas páginas web. Se trata de Salami Mastro, Chorizo Espuña, Chorizo Goikoa y Chorizo Ibérico de Spain by Fermin.

The screenshot shows the Walmart Canada website interface. At the top, there is a navigation bar with options like 'Inicio sesión', 'Sales...', 'Mis archivos', 'Nueva pestaña', 'Página de Conexión...', and a search bar. Below this is a green banner with 'Pickup at Heartland Supercentre'. A dark blue banner below that says 'Cozy up with coffee. Gear up for cold weather with cozy coffee and tasty treats.' The breadcrumb trail reads: 'Walmart.ca > Grocery > Deli & Fresh Prepared Meals > Deli Meat > Sliced Salami & Pepperoni > Mastro Mild Genoa Sliced Salami'. The main product image shows a package of 'MASTRO SALAMI GENOA DE GÈNES SALAMI'. To the right of the image is a product information panel with the following details:

- Mastro Mild Genoa Sliced Salami**
- Mastro**
- 375 g
- ★★★★☆ (20)
- \$9.97** \$2.66/100g
- Pick up as soon as **tomorrow** at Heartland Supercentre, Mississauga
- Arrives as soon as **tomorrow**
- Express available!
- Quantity: 1 (with minus and plus buttons) and an **Add to cart** button.
- Sold by **Walmart**
- Return policy

<https://www.walmart.ca/en/ip/mastro-mild-gehoa-sliced-salami/6000202895879>



## EL MERCADO DE EMBUTIDO, JAMÓN Y CARNE DE CERDO EN CANADÁ



### SPANISH CHORIZO SALAMI 60GR

España

Traditional Spanish Flavour

★★★★☆ (8)

\$3 \$5/100g ⓘ

📍 Pick up as soon as **tomorrow** at Heartland Supercentre, Mississauga

🚚 Arrives as soon as **tomorrow**

🚚 Express available!

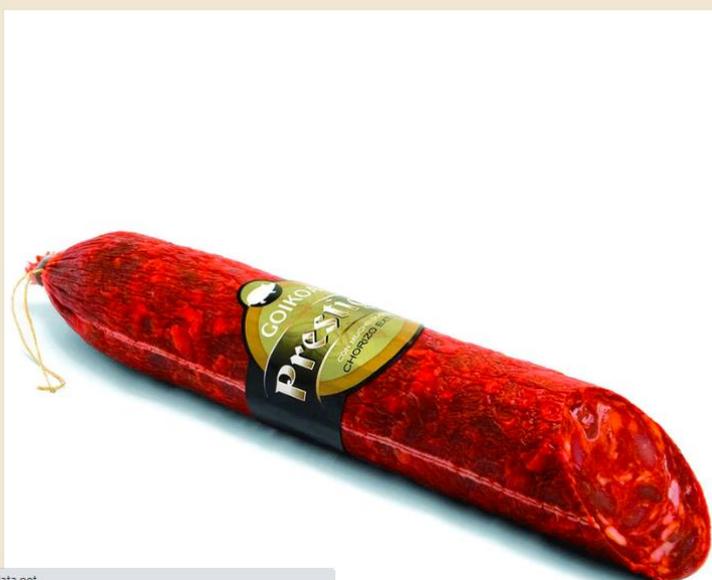
Quantity:

- 1 + [Add to cart](#)

🌟 Sold by **Walmart**

🕒 [Return policy](#)

<https://www.walmart.ca/en/ip/spanish-chorizo-salami-60gr/6000202672651>



THE SPANISH STORE

## Goikoa Chorizo Mild 1 kg bar

☆☆☆☆☆ Write Review

35.99 CAD **Sold out**

Quantity

- 1 +

**Sold out**

[Buy with shop Pay](#)

[More payment options](#)

1 kg | Vacuum Pack



<https://thespanishstore.com/products/goikoa-chorizo-mild-1-kg-bar>



Gourmet Food Store » Wagyu Beef And Specialty Meats » Chorizo » Iberico Pork Dry-Cured Chorizo Sausage



### Iberico Pork Dry-Cured Chorizo Sausage

from Spain by Fermin

★★★★★ (5.00) # of Ratings: 1 [Log in to rate this item.](#)

ITEM DESCRIPTION	TEMP	PRICE PER LB*	PRICE*	QTY	SKU
1 lb	chilled	\$27.00	\$27.00	- 0 +	20294
15 x 1 lb	chilled	\$24.30	\$364.50	- 0 +	20294

**ADD TO CART**

<https://www.gourmetfoodstore.com/fermin-iberico-pork-dry-cured-chorizo-sausage-16519>



# ICEX

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

**Ventana Global**

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

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

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

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



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones