

Presentación del PDM Canadá

Patricia Suarez Ayala

dsuarez@mincetur.gob.pe

Seminario Miércoles del Exportador - PromPerú
Lima, Perú



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Viceministerio
de Comercio Exterior

Contenido

- ❖ **INFORMACIÓN GENERAL Y ESTADÍSTICAS**
- ❖ **LOGÍSTICA, ACUERDOS COMERCIALES Y CULTURA DE NEGOCIO**
- ❖ **ANÁLISIS COMERCIAL**
- ❖ **OPORTUNIDADES COMERCIALES**
- ❖ **PRODUCTOS PRIORIZADOS**
- ❖ **PLAN DE ACCIÓN**



36,2 millones de habitantes

Moneda oficial: Dólar Canadiense (CAD)

Fuente: Fondo Monetario Internacional, World Economic Outlook Database, octubre 2017



PBI (ppp) en USD miles de millones: 1 682,5

PBI per cápita (ppp) en USD: 46 440,98

9°

Destino de las exp. peruanas

Capital Ottawa



Principales países proveedores

51,3%



12,7%



6,3%



3,2%



3,1%



Fuente: Trademap 2017

390 mil mill. exportaciones

432 mil mill. importaciones

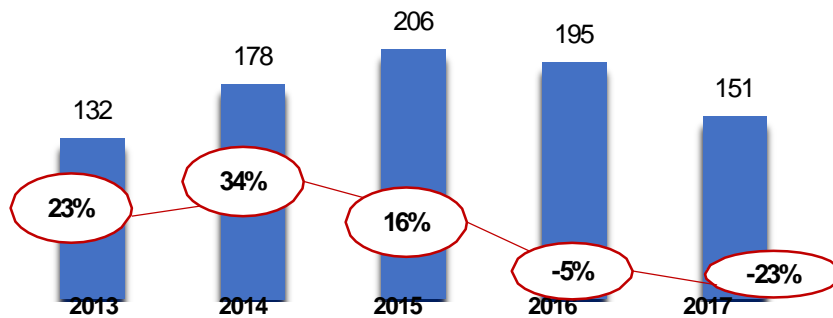
Fuente: Trademap 2017

Comercio Perú - Canadá (USD mill)

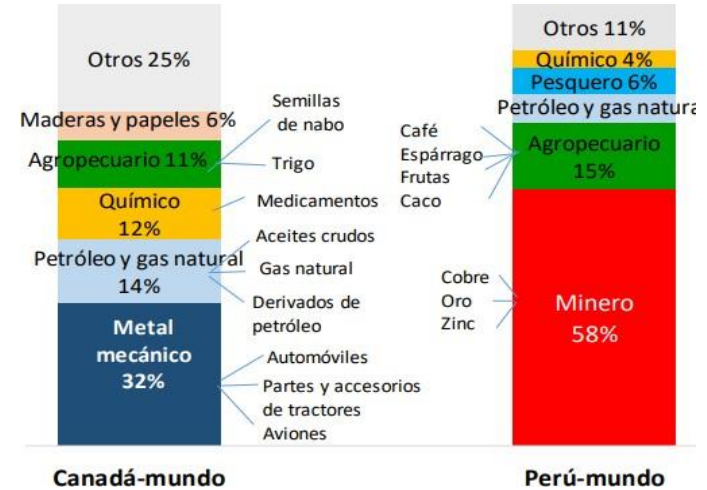
	2013	2014	2015	2016	2017
Exportaciones	2,742	2,566	2,409	1,685	1,125
Importaciones	583	793	697	623	601
Saldo Comercial	2,159	1,773	1,712	1,062	524

Fuente: Infotrade 2017

Exportaciones No Tradicionales de Perú a Canadá (USD mill)



Fuente: Infotrade 2017



Fuente: Mincetur, 2016



Fuente: Infotrade 2017



61%



16%



12%



4%

Acuerdos en vigencia con países y/o grupos de países

- | | |
|------------------|------------|
| 1. Corea del Sur | 9. Chile |
| 2. Honduras | 10. Israel |
| 3. Panamá | 11. TCLAN |
| 4. Jordania | |
| 5. Colombia | |
| 6. Perú | |
| 7. AELC | |
| 8. Costa Rica | |

En negociación con países y/o grupos de países

- | | |
|---------------------------------------|---------------|
| 1. Comunidad del Caribe | 6. Marruecos |
| 2. Guatemala, Nicaragua y El Salvador | 7. Singapur |
| 3. República Dominicana | 8. Ucrania |
| 4. India | 9. Costa Rica |
| 5. Japón | 10. Israel |

Acuerdos suscritos con países y/o grupos de países

1. Unión Europea
2. Acuerdo de Asociación Transpacífico

Fuente: Foreign Affairs, Trade and Development Canada

ACUERDOS COMERCIALES, LOGÍSTICA Y CULTURA DE NEGOCIO



Son de mentalidad abierta, evitan prejuicios, prefieren una relación directa, no desperdician tiempo en aspectos redundantes y abordan objetivos de manera precisa.



La toma de decisiones normalmente no es jerárquica. Por ende, sus decisiones se basan en datos concretos y puntuales; además, toman en consideración las opiniones de todo los participantes.



Establecer una estrategia de marketing, que muestre información relevante sobre la compañía y el producto, acompañado de brochure, muestra y catálogo del mismo.



Logistics Performance Index – LPI
puesto 14 de 160 países

Principales puertos de entrada de las importaciones de Canadá desde Perú - 2015



Montreal	9,42
Toronto	1,23
Vancouver	2,25
Barranquilla	3,37

en millones de toneladas

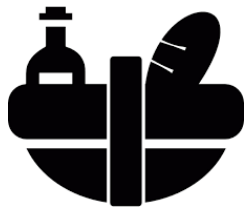
Transporte de carga por vía aérea, según destino



Doméstico	0.318
Internacional	0.872

en millones de toneladas

PUERTO ORIGEN	PUERTO DESTINO	NAVERA	FREC.	T/T	AGENTE
QLL	Montreal	CMA CGM	Semanal	21 días	CMA CGM Perú
		Hamburg Sud	Semanal	22 días	Cosmos Agencia Marítima
		Evergreen	Semanal	22 días	Greenandes
		Maersk Line	Semanal	22 días	Maersk Line Perú
		MSC (Mediterranean Shipping Company)	Semanal	22 días	MSC Perú
QLL	Vancouver	CMA CGM	Semanal	27 días	CMA CGM Perú
		Hamburg Sud	Semanal	30 días	Cosmos Agencia Marítima
		Evergreen	Semanal	30 días	Greenandes
		Maersk Line	Semanal	30 días	Maersk Line Perú
		MSC (Mediterranean Shipping Company)	Semanal	30 días	MSC Perú



Alimentos y bebidas

Demográfico:



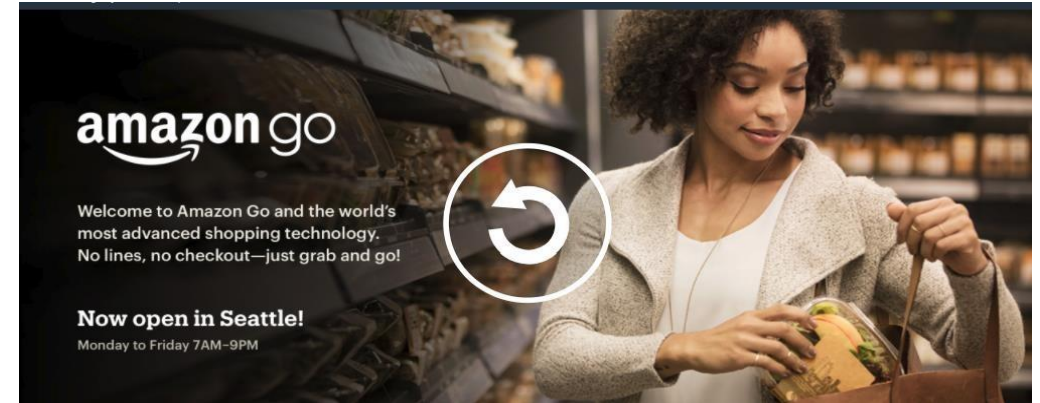
Actitudes de compra: Valores

- Descuento
- Marca blanca
- Descuentos
- Promociones
- Calidad/frescura

Comida fresca

Conveniencia

- Ready to Heat and Eat Foods
- Porciones y paquetes de comida más pequeños.
- Paquetes flexibles y portables.



Canales de distribución

- Mayoristas
- Corredores
- Cadenas de tiendas
- Minoristas
- Cooperativas de compras
- Usuarios industriales
- Online



Principales grupos

- **Loblaws Companies Ltd.**
- **Empire Company**
- **Metro Inc.**
- Jim Pattison Group
- Co-op Atlantic
- Uniprix
- PJC
- PharmEssor



Volumen de ventas



USD397 miles de millones - 2016



+3,5% con respecto al 2015



Segmento de mercado

- Productos étnicos (Halal y Kosher)
- Procesados (gourmet)
- Orgánico

- Especializados



Arándanos



Aranceles	Cero
Precios referenciales	Valor promedio USD2,62-4,49 (CAD3,49-5,99) (orgánicos)
Presentación	Empaques de 125 gramos.
Usos	Consumo directo, jugos, mermeladas, postres.
Requisitos	Certificado de análisis (del país de origen)

Frambuesas frescas y congeladas



Aranceles	Cero
Precios referenciales	Valor promedio USD2,25-3,75 (CAD3,00-5,00) (orgánicos).
Presentación	Empaques de 125 gramos.
Usos	Consumo directo, elaboración de postres, snacks, jugos.
Requisitos	Protocolo sanitario.

Chirimoya



Aranceles	Cero.
Precios referenciales	Unidad: valor promedio USD1,98 (CAD2,64)/peso aprox. 200 gramos.
Presentación	Unidad.
Usos	Consumo directo.
Requisitos	Certificado de análisis (del país de origen).

Granada



Aranceles	Cero.
Precios referenciales	Granada: valor promedio USD1,50 (CAD2,00). Granadilla: valor promedio USD2,24 (CAD2,99).
Presentación	Unidad.
Usos	Consumo directo.
Requisitos	Certificado de análisis (del país de origen).

Cacao en grano y en polvo



Aranceles	Cero.
Precios referenciales	USD3,14/ kg y USD2,66/kg, respectivamente.
Presentación	Granel.
Usos	Industria de la chocolatería y repostería.
Requisitos	Certificado de análisis (del país de origen).

Banano fresco



Aranceles	Cero.
Precios referenciales	Guineo fresco: valor promedio USD1,36 (CAN 1,82)/kg Plátano manzano: valor promedio USD 2,96 (CAN 3,95)/kg. Banana chips: valor promedio USD2.02, CAN2,69 (200 gramos).
Presentación	Fresco o seco en snacks.
Usos	Consumo directo.
Requisitos	Certificado de análisis (del país de origen).



Textil y confecciones



KIT ACE

EL ENVÍO NORTEAMERICANO ESTÁ EN LA CASA | [PARA ELLA](#) | [PARA ÉL](#)

EL GÉNERO NO SIGNIFICA NADA, EL AMOR
SIGNIFICA TODO. #KALOVE

PARA ELLA PARA ÉL

ANÁLISIS COMERCIAL



Canales de distribución

Canal minorista:

- Tienda por departamento 17%
- Tienda de lujo 3%
- Tienda de descuento 20%
- Tienda especializada 55%
- Tienda deportiva 4%



Principales grupos

- TJXCanada (Winners, HomeSense y Marshalls)
- Canadian Tire (LE, Mark's y FGLSports)
- Walmart Canada (LE, 395 establecimientos)
- Sears Canada (M, 197 tiendas)
- The bay (M)
- Reitmans (M, +900 tiendas y 7 marcas propias)
- **Harry Rosen (+minorista, hombre)**
- **Holt Renfrew**



Volumen de ventas

USD 22 058 millones en 2014

56% es ropa de mujer

3,5% con respecto al 2013



Segmento de mercado

- a. Ropa de diseño (high end)
- b. Ropa de marca (middle)
- c. Ropa de diseño genérico (low end)

68% mercado medio



Manufacturas



ANÁLISIS COMERCIAL



Canales de distribución

- Importador / distribuidor
- Fabricante
- Minorista (retail)



Principales grupos

- Home Depot Canada
- Rana (Reno Depot)
- Home Hardware
- BMR
- Castle Building Centres
- Pro Hardware
- True Value Hardware



Volumen de ventas - productos plásticos



USD 19 000 millones
Del sector ferretero



Segmento de mercado – Sector de destino

- a. Productos para la industria
- b. Productos para el consumidor final

Insumos e ingredientes cosméticos, aceites esenciales



Ventas	USD9 000 millones.
Tendencias	Los ingredientes, como la mantequilla de karité, marula, té roibos, hierbas, especias, flores y otras esencias "exóticas", como los aceites esenciales (usados como insumos e ingredientes cosméticos), que son cada vez más demandados.
Importaciones	USD110,1 millones en el año 2014
Proveedores	Estados Unidos con 57%, seguido de India con 6%, Argentina con 5%, China, Francia y Brasil con 4% cada uno, México con 3%, España, Australia e Italia con 2% cada uno

Prendas de alpaca para hombre y mujer, incluye accesorios



Aranceles	Cero
Precios referenciales	Sweater de alpaca para hombre tejido a mano: valor promedio USD418,19 (CAD558,00). Sweater de alpaca para mujer 52% alpaca, 40% nylon, 8% lana merino: valor promedio USD370,97 (CAD495,00)
Presentación	Unidades.
Requisitos	Certificado de origen (para aprovechar las preferencias TLC).

Artículos de joyería y de bisutería



Ventas	USD2 887,9 millones en el año 2014,
Importaciones	USD1 083,8 millones en el año 2014
Proveedores	Estados Unidos con 39%, Tailandia con 16%, India con 12%, China con 11%, Italia con 7%, Francia, México y Turquía con 2% cada uno; entre ellos concentraron el 92% del valor importado por Canadá; en tanto, Perú se ubicó en el puesto 32, con un valor de USD544,9 mil.

Prendas de algodón para bebés y niños



Aranceles	Cero.
Precios referenciales	Enterizo de algodón para bebe de 0 a 36 meses: valor promedio USD 13,49 (CAD 18,00). Traje de dos piezas. Vestido de algodón y leggings de algodón y elastano: valor promedio USD50,59 (CAD67,50).
Presentación	Unidad.
Requisitos	Certificado de origen (para aprovechar las preferencias TLC).

Artículos del hogar y regalos



Ventas	USD10 000 millones
Tiendas	Existen 63 000 tiendas que comercializan regalos o tienen el potencial para hacerlo.
Tendencia	Los canadienses buscan artículos que se vean atractivos, duren mucho tiempo y sean versátiles, es decir, que también ayude a servir los alimentos, realizando poco esfuerzo.

Materiales de construcción. Baldosas de mármol y travertinos



Importaciones	USD2 500 millones en el 2013.
Proveedores	Estados Unidos (56%), seguido de China (23%), Corea del Sur (4%), Italia (3%) y México (3%).
Estrategia	relaciones con los importadores y respondan a las necesidades, opiniones y comentarios que plantean sus contratistas locales.

PRODUCTOS PRIORIZADOS

Aceitunas Frescas y
Preparadas



Aguaymanto

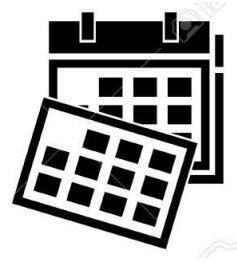
Aceite de Sacha
Inchi



Maca



Pisco



Plan de acción



Listado de ferias



Fuentes de información