

Webinar **Exportador**

**Franklin
Flores Velarde**

Profesional de la Dirección de Desarrollo
de Mercados Internacionales

Viceministerio de Comercio Exterior

Seminarios virtuales Miércoles del Exportador

Oportunidades comerciales para el mercado canadiense

Lima, 09 de junio de 2021

Tabla de Contenido

1

Canadá en cifras

2

Análisis de mercado de Canadá

3

Análisis de los sectores potenciales

4

Oportunidades comerciales

Canadá en cifras



37.54

millones de habitantes



US\$ 47 569

PBI Per cápita (PPP)



15va economía del mundo

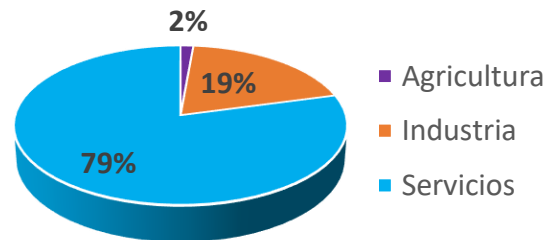
con respecto al PBI en PPP en el año 2020



Capital: Ottawa

Conformado de 10 provincias y 03 territorios. La población vive principalmente en Toronto, Montreal y Vancouver.

Empleo por sector
(en% del empleo total)



14vo en Ranking de competitividad

Retrocedió 2 puestos con respecto al 2019.



68% PBI

Representa el Sector servicios y utiliza el 79% de la fuerza laboral en 2020



US\$ 390 751

Millones en exportación en 2020

US\$ 405 001

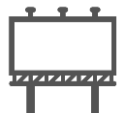
Millones en importación en 2020

Análisis del mercado de Estados Unidos

Negociación



Mentalidad abierta, evitan prejuicios, prefieren una relación directa y van a los objetivos de manera precisa.



Establecer una estrategia de marketing, que muestre información relevante sobre la compañía y el producto.



Toma de decisiones no es jerárquica, en base a datos concretos y puntuales, además, consideración las opiniones de todo los participantes.

Logística



Logistics Performance Index - LPI **20** de 160 países

Tráfico de carga estimado **300.5** millones de toneladas



77%



23%

PUERTO ORIGEN	PUERTO DESTINO	NAVIERA	FREC.	T/T	AGENTE
CLL	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
CLL	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

Acuerdos

Acuerdos en vigencia con países y/o grupos de países

- | | |
|-----------------|----------------|
| 1.Corea del Sur | 9.Chile |
| 2.Honduras | 10. Israel |
| 3.Panamá | 11.Ucrania |
| 4.Jordania | 12.Reino Unido |
| 5.Colombia | 13. UE |
| 6.Perú | 14.CPTPP |
| 7.AELC | 15.T-MEC |
| 8.Costa Rica | |

En negociación con países y/o grupos de países

- 1.Comunidad del Caribe
- 2.Guatemala, Nicaragua y El Salvador
- 3.República Dominicana
- 4.Mercosur
- 5.Singapur

Supermercados



En 2020, Los supermercados ven un crecimiento de valor debido a un aumento en la demanda de **alimentos esenciales** y **comidas listas para comer**.

Las ventas de valor aumentaron un **5%** hasta alcanzar los **CAD 43 300 millones** en 2020.

Sobeys Inc sigue dominando en el valor de ventas de supermercados, representando el **52%** en 2020. Seguido por Metro Inc (18%) y Loblaw Cos Ltd (17%).

En 2020, las marcas más vendidas en los supermercados fueron **Sobeys** (13%), **Foodland** (12%), **Safeway** (11%) y **Metro** (9%).



Impacto

Los supermercados vieron en las **ventas en línea** más del **doblo** durante los primeros tres meses de cierre.



Tendencias del mercado

Por el aumento de demanda de comidas listas para comer, se crearon **kits de comidas** similares.

Por la **alta competencia de precios** con las tiendas de descuento, que ofrecen servicio de alimentos al consumidor, los supermercados en respuesta han **creado mini-restaurantes** en la tienda para **ofrecer productos saludables** y opciones de servicios de comidas asequibles.

Han seguido **aumentando su oferta** en el canal de **comercio electrónico** y ampliar su servicio de compra de comestibles con diferentes marcas de la tienda.



Estrategias

Los supermercados tendrán **desafíos** que superar con respecto a las tiendas de descuento en los canales en línea con respecto a la **entrega de alimentos frescos**.

Tiendas de conveniencia



A pesar de permanecer **abierto** para proporcionar bienes esenciales durante la pandemia, las tiendas de conveniencia sufren una **pérdida** significativa en las ventas por el **bajo tráfico peatonal**.

Las ventas de valor disminuyen un **4%** hasta alcanzar los **CAD 1 400 millones** en 2020.

7-Eleven Canada Inc refuerza su participación de valor líder al **40%** en 2020.

En 2020, las marcas más vendidas en las tiendas por conveniencia fueron **7-Eleven** (40%), **Circle K** (9%) y **Couche-Tard** (5%).



Impacto

El **bajo flujo de tráfico peatonal**, especialmente durante la **hora del desayuno**, influyo en las **bajas de ventas** en las tiendas de conveniencia.



Tendencias del mercado

Se pronóstica una **leve recuperación** en el periodo 2021 -2022 a medida que el tráfico peatonal continúe normalizándose.

Aumento en su oferta de alimentos para llevar incluso están asignando **más espacio** en los estantes a selecciones **más saludables**, como barras de bocadillos orgánicos, bebidas nutritivas, yogur y cecina de res.



Estrategia

Es avanzar hacia la **marca de distribuidor** y desarrollar estrategias **multicanal** para estimular las compras en línea.

Otros se han centrado en ofrecer **ofertas de marcas privadas** para tener precios más competitivos y una marca más consistente.

Minoristas de alimentos tradicionales



En 2020, las ventas de valor en los minoristas de alimentos tradicionales aumentaron un **2%** hasta alcanzar los **CAD 58 200 millones**.

Liquor Control Board of Ontario lidera las ventas con una participación de valor del **9%** en 2020

Antes de la pandemia, muchos minoristas de alimentos tradicionales estaban entrando en un **fase de crecimiento estancado**, ya que el canal es muy maduro y se enfrenta a una mayor competencia.

Los minoristas de alimentos tradicionales siguen siendo un **canal muy competitivo** en Canadá, pero especialmente para especialistas en **alimentos y bebidas no alcohólicas**.



Impacto

La pandemia agrava los problemas financieros de **David's Tea**, y obliga a cerrar 84 puntos de venta y enfocarse en el **comercio electrónico** y el **suministro** otros minoristas



Tendencias del mercado

Aumento de la demanda de **bebidas alcohólicas** en el periodo de cuarentena mediante el comercio electrónico llegando a crecer en un **200%**.

Incrementa la tendencia de compra de alimentos por el canal en línea como la mayor preferencias de **recojo** de productos **en tiendas** que a través de **entrega a domicilio**.



Estrategias

Desarrollo de una estrategia **omnicanal** para ser más atractivo a la tienda y aumentar el flujo de ventas.

Centrarse en mejorar el negocio de **comercio electrónico** y en **proveer a supermercados y farmacias**.

Minoristas de ropa y calzado



En 2020, las ventas de valor disminuyen un **29%** logrando la el valor de **CAD 20 900** millones.

TJX Cos Inc mantiene el liderato con una participación de valor del **13%** en 2020.

Se proyecta que las ventas de minoristas de ropa y calzado en un valor promedio de **9%** anual de **2020 a 2025**. Además, se espera que en **2021** aumente **7%**.

En segundo lugar de participación esta **Gap Inc** con **5.3%** y **Canadian Tire Corp Ltd** **5%**.



Impacto

La pandemia **agravó** los problemas que aquejan a los minoristas con grandes redes de tiendas, provocando **más cierres**.



Tendencias del mercado

Disminución del interés de los consumidores por las **marcas** de moda rápida y de otras medianas marcas populares.

Aumento de la demanda de **ropa casual y deportiva**.

Los minoristas especializados en ropa y calzado deberían tener una **recuperación** de las ventas a niveles pre-COVID para **2023**.



Estrategia

A corto plazo **cambiaron la oferta** de ropa por artículos de cuidado de salud como **maskarillas**.

Algunos grandes minoristas de ropa y calzado **reestructuraron** sus negocios cerrando tiendas y cambiando el enfoque al **comercio electrónico**.

Productos priorizados



Aceitunas



Polvo de maca



**Insumo e
ingredientes
cosméticos**



Aguaymanto



**Paiche
congelado**



**Baldosas y
mármol
travertino**



**Aceite de Sacha
Inchi**



Pisco



**Artesanías de
cerámica**

**Franklin
Flores Velarde**

Dirección de Desarrollo de Mercados
Internacionales
Viceministerio de Comercio Exterior

ffloresv@mincetur.gob.pe

**Seminarios virtuales Miércoles
del Exportador**

Preguntas y respuestas

¿Alguna consulta?



**¡Gracias por haber sido
parte de este Webinar!**

Recuerda que puedes encontrar mayor información sobre todas nuestras actividades y webinars en nuestras redes sociales y página web.