

SERVICIOS AL  
EXPORTADOR

información

2013

Guía de Mercado

CANADÁ



*prom*  
perú

## **Contenido**

---

1. **Resumen ejecutivo**
2. **Situación económica y de coyuntura**
3. **Comercio exterior de bienes y servicios**
  - 3.1 **Intercambio comercial Canadá-Mundo**
  - 3.2 **Intercambio comercial Perú- Canadá**
4. **Acceso a mercados**
  - 4.1 **Barreras arancelarias**
  - 4.2 **Barreras no- arancelarias**
  - 4.3 **Distribución y transporte de mercaderías**
5. **Oportunidades comerciales**
6. **Tendencias del consumidor**
7. **Cultura de negocios**
8. **Acuerdos comerciales de Canadá**
9. **Links de interés**

## 1. Resumen ejecutivo

Canadá se ubicó en el puesto 10º en la relación de países importadores de prendas y complementos de vestir en 2011. Debido al aumento en el poder adquisitivo y la demanda por estos productos, el país importó un total de US\$ 4,423 millones, lo que significó un incremento de 15% en relación a 2010.

En este contexto, Perú tuvo un aumento de 5% en las exportaciones del sector confecciones en 2012<sup>1</sup> a Canadá. Sin embargo, este crecimiento fue mucho menor al registrado en 2011 (29%). El Perú ocupa el puesto 21º en el ranking como proveedor a Canadá en este sector y su principal proveedor es China. Las exportaciones peruanas a Canadá en 2012 fueron US\$20 millones, mientras que las exportaciones de China fueron US\$ 1,961 millones.

Los productos peruanos más representativos en el mercado de Canadá son t-shirt de algodón para hombre o mujer (US\$ 6 millones), polos y camisas de punto en algodón para hombres (US\$ 1 millones) y pantalones largos de punto en algodón para dama o niña (US\$ 1 millón).

## 2. Coyuntura económica

Luego de la crisis internacional en 2009, Canadá ha mantenido un crecimiento positivo. En 2010 creció más de 3% gracias a las medidas de estímulo, la recuperación del comercio exterior y la renovación de la confianza de los hogares. En 2011 y 2012 el crecimiento de Canadá ha sido irregular y esto se debe, en parte, a la escasa demanda de productos de Estados Unidos (principal destino de las exportaciones canadienses) y de los países de la zona Euro que todavía tiene problemas. A pesar de ello, las tasas de crecimiento de Canadá son más fuertes que el promedio de los 34 países de la OCDE, que incluye la mayor parte del mundo industrializado.

Cuadro Nº 1

| Indicadores Económicos     |        |        |        |            |            |
|----------------------------|--------|--------|--------|------------|------------|
| Indicadores de Crecimiento | 2009   | 2010   | 2011   | 2012       | 2013       |
| Crecimiento del PBI (%)    | -2.8   | 3.2    | 2.4    | 1.9        | 1.8(e)     |
| PBI per cápita (US\$)      | 39,719 | 46,283 | 50,345 | 50,826 (e) | 52,088 (e) |
| Tasa de inflación (%)      | 0.3    | 1.8    | 2.9    | 1.5        | 2 (e)      |
| Tasa de desempleo (%)      | 8.3    | 8.0    | 7.5    | 7.3        | 7.3 (e)    |

Fuente: FMI. Elaboración: PROMPERU

Nota: (e) Datos estimados

El Fondo Monetario Internacional (FMI) tiene perspectivas positivas para el crecimiento de la economía canadiense. Así, para 2013 prevé que la economía crecerá 1.8% y para 2014 será 2.3%. En base al PBI per cápita, Canadá es un país que goza de una buena calidad de vida. En el mercado laboral se observa que la tasa de desempleo está disminuyendo luego de la crisis financiera de 2009, aunque todavía no ha alcanzado el nivel que tenía previo a la crisis (6.0%).

Los principales sectores económicos son servicios, agrícola, pesca y minería. Canadá es uno de los principales productores de minerales como níquel, zinc y uranio. También es uno de los grandes exportadores de trigo al mundo. El sector agrícola representa un poco más del 2% del PBI y emplea casi el 2% de la población

<sup>1</sup>SUNAT

### 3. Comercio exterior de bienes y servicios

#### 3.1 Intercambio comercial Canadá- Mundo

De acuerdo con las últimas cifras oficiales, los principales productos que Canadá exportó al mundo en 2011 son los aceites crudos de petróleo con un valor exportado de US\$ 69,544 millones, automóviles de turismo (US\$ 39,738 millones), aceites de petróleo (US\$ 17,784 millones), oro (US\$ 16,972 millones) y gas de petróleo (US\$ 16,577 millones). Los tres principales destinos para sus exportaciones son Estados Unidos (74%), Reino Unido (4%), China (3%)<sup>2</sup>.

Cuadro N°2

| Intercambio Comercial Canadá-Mundo |                        |         |         |         |         |                |                |
|------------------------------------|------------------------|---------|---------|---------|---------|----------------|----------------|
| Indicadores                        | Valor en millones US\$ |         |         |         |         | Var. %<br>Prom | Var %<br>12/11 |
|                                    | 2008                   | 2009    | 2010    | 2011    | 2012    |                |                |
| Exportaciones                      | 456,509                | 316,513 | 387,467 | 452,401 | 454,855 | -0.1           | 0.5            |
| Importaciones                      | 408,909                | 321,657 | 392,108 | 451,515 | 462,218 | 3.1            | 2.4            |
| Balanza Comercial                  | 47,600                 | -5,144  | -4,641  | 886     | -7,362  | -              | -              |
| Intercambio Comercial              | 865,418                | 638,170 | 779,575 | 903,917 | 917,073 | 1.5            | 1.5            |

Fuente: Global Trade Atlas. Elaboración: PromPerú

Por el lado de las importaciones, las más significativas fueron los aceites crudos de petróleo (US\$ 28,872) millones, automóviles de turismo (US\$ 23,588 millones), las partes de automóviles (US\$ 19,415 millones), aceites de petróleo (US\$ 16,612 millones) y vehículos (US\$ 12,346 millones). Los principales proveedores de Canadá fueron Estados Unidos (50%), China (11%) y México (6%).

#### 3.2 Intercambio comercial Perú – Canadá

Los principales productos que Perú demanda a Canadá son trigo (US\$ 116 millones), máquinas y material eléctrico (US\$ 70 millones) y lentejas (US\$ 22 millones).

Cuadro N° 3

| Intercambio Comercial Perú-Canadá |                                 |       |       |       |       |                 |                |
|-----------------------------------|---------------------------------|-------|-------|-------|-------|-----------------|----------------|
| Indicadores                       | Valor en miles de millones US\$ |       |       |       |       | Var. %<br>Prom. | Var %<br>12/11 |
|                                   | 2008                            | 2009  | 2010  | 2011  | 2012  |                 |                |
| Exportaciones                     | 1,950                           | 2,311 | 3,329 | 4,232 | 3,359 | 14.6            | -20.6          |
| Importaciones                     | 387                             | 377   | 648   | 640   | 549   | 9.1             | -14.2          |
| Balanza Comercial                 | 1,562                           | 1,934 | 2,681 | 3,591 | 2,809 | -               | -              |
| Intercambio Comercial             | 2,337                           | 2,688 | 3,978 | 4,872 | 3,908 | 13.7            | -19.8          |

Fuente: SUNAT. Elaboración: PromPerú

Como se observa, las exportaciones totales hacia Canadá disminuyó 20.6% con respecto al 2011. Sin embargo, el crecimiento promedio anual (2008-2012) fue 14.6%. Además, la balanza comercial ha sido superavitaria por 5 años consecutivos.

<sup>2</sup>Global Trade

Cuadro Nº 4

| <b>Exportaciones Peruanas a Canadá por sectores</b> |               |              |              |
|---|---------------|--------------|--------------|
| SECTOR  | millones US\$ |              | VAR %        |
|   | 2011          | 2012         | 2012 / 2011  |
| <b>TRADICIONAL</b>                                  | <b>4,136</b>  | <b>3,255</b> | <b>-21.3</b> |
| <i><b>Mineros</b></i>                               | 3,673         | 3,135        | -14.7        |
| Cobre   | 22            | 25           | 15.3         |
| Plata   | 18            | 60           | 236.7        |
| Plomo   | 503           | 434          | -13.7        |
| Zinc  | 9             | 11           | 19.3         |
| Oro   | 3,121         | 2,605        | -16.6        |
| Resto   | 0             | 0            | -85.7        |
| <i><b>Pesquero</b></i>                              | 54            | 77           | 44.3         |
| Harina de Pescado                                   | 14            | 15           | 8.3          |
| Aceite de Pescado                                   | 40            | 63           | 56.7         |
| <i><b>Petróleo y Gas Natural</b></i>                | 360           | 6            | -98.2        |
| Petróleo en Derivados                               | 360           | 6            | -98.2        |
| <i><b>Agrícolas</b></i>                             | 48            | 36           | -25.9        |
| Café  | 48            | 36           | -26.0        |
| Resto   | 0             | 0            | 60.0         |
| <b>NO TRADICIONAL</b>                               | <b>96</b>     | <b>104</b>   | <b>8.1</b>   |
| Agropecuario  | 55            | 57           | 2.7          |
| Textil  | 20            | 23           | 19.7         |
| Pesquero  | 9             | 8            | -9.2         |
| Químico   | 2             | 3            | 66.8         |
| Metal-Mecánico                                      | 4             | 5            | 23.2         |
| Sidero-Metalúrgico                                  | 2             | 3            | 65.8         |
| Minería no Metálica                                 | 1             | 1            | -43.1        |
| Maderas y Papeles                                   | 2             | 1            | -32.6        |
| Varios (Incl. Joyería)                              | 1             | 2            | 61.6         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>4,232</b>  | <b>3,359</b> | <b>-20.6</b> |

Fuente: SUNAT. Elaboración: PromPerú

Las exportaciones del sector tradicional retrocedieron 21.3% en el último año. Este descenso se debe a menores exportaciones de oro que representan el 80% de las exportaciones de dicho sector. El sector Pesquero fue el único sector que presentó un avance positivo (44%) dentro de las exportaciones tradicionales. Esto se debió al crecimiento de las exportaciones de aceite de pescado en 57%.

Las exportaciones no tradicionales incrementaron 8.1%. Este avance fue impulsado por los sectores agropecuario y textil que representaron en conjunto más del 70% de las exportaciones no tradicionales en 2012.

Cuadro Nº 5

| Exportaciones peruanas a Canadá por línea de producto<br>(en miles de dólares) |        |        |        |                    |
|--|--------|--------|--------|--------------------|
| Línea/Producto   | 2010   | 2011   | 2012   | Var%.<br>2012/2011 |
| <b>Confecciones de Punto</b>   | 12,282 | 14,572 | 19,355 | 32.8               |
| T-shirt de algodón para hombre o mujer   | 3,177  | 3,047  | 4,983  | 63.5               |
| Camisas para hombres o niños de algodón  | 1,123  | 1,367  | 1,575  | 15.2               |
| Pantalón largo y shorts para mujeres o niñas                                   | 62     | 127    | 1,326  | 945.9              |
| T-shirt y camisetas interiores de materiales textiles                          | 308    | 483    | 784    | 62.2               |
| Resto  | 7,612  | 9,548  | 10,688 | 11.9               |
| <b>Confecciones de tejido plano</b>  | 552    | 556    | 778    | 40.0               |
| Camisas para hombres o niños de algodón  | 136    | 135    | 219    | 61.7               |
| Pantalones largos y pantalones con peto  | 116    | 108    | 144    | 33.6               |
| Pantalones cortos y shorts para mujeres o niñas                                | 5      | 11     | 136    | 1091.8             |
| Vestido para mujeres o niñas de algodón  | 4      | 12     | 41     | 241.9              |
| Resto  | 289    | 289    | 237    | -17.8              |
| <b>Artesanía</b>   | 312    | 309    | 314    | 1.6                |
| Mantas de las demás materias textiles (mantas y frazadas de lana de alpaca)    | 106    | 89     | 120    | 34.8               |
| Cuadros tallados a mano, estatuillas de madera, mortero chico de madera        | 58     | 80     | 76     | -5.0               |
| Bolsos de mano   | 8      | 21     | 28     | 33.3               |
| Artesanías que representan animales o seres humanos                            | 39     | 20     | 23     | 15.0               |
| Almohadas y cojines de lana de alpaca  | 1      | 9      | 20     | 122.2              |
| Los demás instrumentos musicales de viento                                     | 17     | 45     | 20     | -55.6              |
| Estatuillas y demás objetos de adorno de madera                                | 7      | 2      | 12     | 500.0              |
| Alfombras de nudo de lana o pelo fino  | 1      | 0      | 6      | -                  |
| Las demás materias minerales o vegetales para tallar (adornos burilados)       | 17     | 3      | 5      | 66.7               |
| Cofres de mate burilado  | 3      | 11     | 1      | -90.9              |
| Muñequería   | 6      | 13     | 1      | -92.3              |
| Tapicería tejida a mano  | 4      | 3      | 1      | -66.7              |
| Las demás manufacturas de cerámica (chancho alcancía, vaca alcancía)           | 2      | 0      | 1      | -                  |
| Los demás muebles de madera (esquinero de madera forrado)                      | 4      | 7      | 0      | -                  |
| Artículos de peletería de alpaca (bolsos, osos y alfombras)                    | 34     | 2      | 0      | -                  |
| Pinturas y dibujos   | 4      | 3      | 0      | -                  |
| Espejos de vidrio enmarcados   | 1      | 1      | 0      | -100.0             |
| <b>Joyería</b>   | 98     | 64     | 105    | 63.2               |
| Artículos de joyería de plata (aretes, pulseras y sortigas)                    | 98     | 64     | 105    | 63.2               |

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU

En base a las exportaciones por líneas de producto, las confecciones de tejido plano y de punto presentaron crecimiento de 40% y 32%, respectivamente. Sin embargo, las artesanías sólo crecieron 1.6%. Dentro de esta línea, destacaron productos como mantas y frazadas de lana de alpaca, estatuillas, objetos de adorno de madera y adornos burilados. Un caso especial es el rubro de joyería que ha tenido una gran recuperación en el último año.

#### 4. Acceso a mercados

##### 4.1 Barreras arancelarias

Desde el 1° de agosto de 2009 se encuentra vigente el acuerdo de libre comercio entre Canadá y Perú, que otorga grandes ventajas arancelarias a la industria peruana como se muestra en el cuadro N° 6.

**Cuadro N° 6**

| Aranceles en Canadá de los Productos del Sector Confecciones Exportados por Perú |         |  |           |          |   |
|--|---------|--|-----------|----------|---|
| Nro.   | Partida | Descripción  | Mundo (%) | Perú (%) | Competidores                                  |
| 1  | 610910  | Camisetas de punto de algodón, para mujeres o niñas                      | 18        | 0        | China (18%), Bangladesh (0%), India (18%)     |
| 2  | 611020  | Suéteres, jerséis, pullovers, cardiganes, chalecos y artículos similares | 18        | 0        | China (18%), Bangladesh (0%), Camboya (0%)    |
| 3  | 610510  | Camisas de punto de algodón, para hombres o niños                        | 18        | 0        | China (18%), Bangladesh (0%), India (18%)     |
| 4  | 611030  | Suéteres, jerséis, pullovers, cardiganes, chalecos y artículos similares | 18        | 0        | China (18%), Bangladesh (0%), Camboya (0%)    |
| 5  | 610520  | Camisas, de punto, para hombres o niños, de fibras sintéticas            | 18        | 0        | China (18%), Vietnam (18%), Camboya (0%)      |
| 6  | 610990  | Camisetas de punto de las demás materias textiles                        | 18        | 0        | China (18%), Camboya (0%), USA (0%)           |
| 7  | 611420  | Las demás prendas de vestir, de punto, de algodón.                       | 18        | 0        | China (18%), Bangladesh (0%), Camboya (0%)    |
| 8  | 610610  | Camisas, blusas, blusas camiseras y polos, de punto de algodón           | 18        | 0        | China (18%), Camboya (0%), Bangladesh (0%)    |
| 9  | 611120  | Prendas para bebé  | 18        | 0        | China (18%), Bangladesh (0%), Bangladesh (0%) |
| 9  | 611019  | Suéteres de pelo fino  | 18        | 0        | China (17%), Italia (18%), Nepal (0%)         |

Fuente: TradeMap, Market Access Map.

Elaboración: PromPerú

En el cuadro N° 7, se puede observar que los principales productos de artesanías exportados a Canadá tienen un arancel preferencial de 0%. Los principales competidores que también cuentan con esta preferencia son Estados Unidos y México.

**Cuadro N° 7**

| Artesanías - Aranceles en Canadá a principales productos peruanos |   |        |      |   |
|---|---|--------|------|---|
| Partida   | Descripción   | Mundo  | Perú | Competidores  |
| 630120  | Mantas de materias textiles                         | 17%    | 0%   | Reino Unido (17%), Estados Unidos (0%), China (12%) |
| 420222  | Bolsos de mano                                      | 10.50% | 0%   | China (7.0%), India (7.0%), Estados Unidos (0%)     |
| 950300  | Artesanías que representan animales o seres humanos | 8%     | 0%   | China (2.5%), México (0%), Estados Unidos (0%)      |

Fuente: TradeMap

Elaboración: PromPerú

Como se puede observar en el cuadro N° 8, los principales productos de la línea de joyería tienen un arancel de 0%. Estados Unidos es el país que también tiene este arancel. Los principales competidores son Tailandia, China, Estados Unidos e India.

Cuadro N° 8

| Joyería - Aranceles en Canadá a principales productos peruanos |   |       |      |   |
|--|---|-------|------|---|
| Partida  | Descripción   | Mundo | Perú | Competidores  |
| 711311   | Artículos de joyería y sus partes, <b>de plata</b> , incluso revestidos o chapados de metal precioso.         | 8.5%  | 0%   | Tailandia (2.5%), China (2.5%), Estados Unidos (0%) |
| 711319   | Artículos de joyería y sus partes, que <b>no sea plata</b> , incluso revestidos o chapados de metal precioso. | 6.5%  | 0%   | Estados Unidos (0%), India (2.5%), China (2.5%)     |

Fuente: TradeMap

Elaboración: PromPerú

## 4.2 Barreras No Arancelarias

La ley de Aduanas de Canadá regula los procedimientos para importaciones de Canadá, el cual corresponde a un modelo de liberalización de comercio internacional, por lo cual, la mayoría de los productos importados no requieren licencias.

En efecto, según el último examen de 2010 de las políticas comerciales de Canadá, efectuado por la OMC, los ajustes introducidos en sus políticas y prácticas comerciales han confirmado que su régimen comercial es uno de los más transparentes del mundo, a pesar de los obstáculos impuestos a la importación en unos pocos sectores.

Estos sectores son básicamente las industrias del trigo, la cebada, las carnes de bovino y los quesos<sup>3</sup>. El sector textil, por su parte, no tiene una fuerte regulación para su entrada al mercado.

El *Export and Imports Permits Act*<sup>4</sup> incluye una lista de control de importaciones en la que se especifican todas las mercancías cuya importación en Canadá está prohibida o sujeta a contingentes.

Las solicitudes de licencia de importación deben ir acompañadas de factura proforma. Las autoridades aduaneras pueden exigir más documentos. El período de validez de una licencia es de 30 días. Las solicitudes de licencia se pueden tramitar a través de un agente de aduanas o bien en una de las oficinas del Export and Imports Bureau (EICB).

En el caso del uso de plaguicidas y pesticidas en productos alimenticios, el límite máximo de residuos (LMR) para los compuestos químicos contemplados en estas situaciones está establecido por defecto en 0,1 ppm (partes por millón).

## 4.3 Distribución y transporte de mercaderías

- **Distribución de mercancías**

Debido a la extensa geografía que posee Canadá no existe una sola red de distribución. El gobierno canadiense presenta este mercado como la unión de varios mercados y cada uno tiene a un grupo de diferentes compradores, proveedores y transportistas, con una propia legislación. Las dificultades en acceder a las regiones y las características propias de cada mercado, dificulta la promoción de cualquier producto. Las provincias más relevantes, en

<sup>3</sup> [www.adexdatatrade.com](http://www.adexdatatrade.com)

<sup>4</sup> <http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/E-19/>

términos económicos son Ontario, Quebec, Alberta y Columbia Británica; esta última ha experimentado un notable desarrollo en los últimos años.

Canadá posee a lo largo de su vasto territorio más de mil centros comerciales en donde se vende productos textiles. En la capital, Ottawa, existen más de 6 centros comerciales siendo los más representativos Billings Bridge, Carlingwood, Rideu Center, St. Laurent, Bayshore Shopping Center y Place d'Orleance. En Montreal destacan las tiendas *outlet*<sup>5</sup> como Denim Kings, Johnson Creations, Creations Alvera. En Toronto destacan tiendas de ropa de mujer como Anthropologie, Balisi, Social Butterfly, entre otras. Similares tiendas podemos encontrar en Vancouver y Quebec.

- **Transporte de mercancías**

La red de carreteras consiste de 290,000 km de vías, de los cuales 7,820 km. son autopistas y recorren el país de Este a Oeste y conecta a todas las grandes ciudades del país. El transporte de mercadería por carretera representa más del 50% de la carga comercial. Los principales puertos marítimos son Halifax, Toronto, Montreal y Vancouver. Mientras que los principales aeropuertos son Toronto, Montreal, Calgary, Ottawa, Vancouver y Edmonton

El principal punto de entrada de los productos peruanos no tradicionales a Canadá es el puerto de Toronto (80% del total en FOB). También se destacan los puertos de Vancouver (7%) y Belledune (7%). Por otro lado, los principales departamentos que exportan a Canadá son Lima (55%), Arequipa (21%) y Pasco (6%).

Las confecciones peruanas ingresan por los puertos de Montreal (23%), Toronto (21%) y Vancouver (20%) y las principales regiones que exportan dichos productos son Lima (95%), Arequipa (2%) e Ica (2%).

**Cuadro N° 9**

| Retail según canal de distribución |                 |
|------------------------------------|-----------------|
| Canal                              | Participación % |
| Tiendas por departamento           | 22.5            |
| Tiendas de descuento               | 51.3            |
| Tiendas especializadas niños       | 16.2            |
| Otras tiendas especiales           | 4.5             |
| Otras tiendas                      | 5.5             |
| Total                              | 100             |

Fuente: Trendex North America's Canadian Fast Goods. Elaboración: PROMERU

<sup>5</sup> Tiendas que venden ropa de marca pero con descuento

## 5. Oportunidades comerciales

A continuación se presenta una tabla con los aranceles que deben pagar los principales productos no tradicionales que ingresan a Canadá. En el cuadro también se indica aparece información de los principales competidores de la oferta peruana.

**Cuadro N° 10**  
**Productos Potenciales en Canadá: Sector Confecciones**

| Partida | Descripción  | Clasificación | Importaciones Canadá (2011, miles de US\$) | Arancel Perú | Competidores                   |
|---------|--|---------------|--|--------------|--------------------------------|
| 611020  | Suéteres, pullovers y similares de punto, de algodón | Estrella      | 594,553                                    | 0.0%         | China<br>Bangladesh<br>Camboya |
| 611030  | Suéteres fibras sintéticas o artificiales            | Estrella      | 549,916                                    | 0.0%         | China<br>Bangladesh<br>Camboya |
| 611120  | Prendas de vestir de punto para bebés de algodón     | Estrella      | 140,542                                    | 0.0%         | China<br>Bangladesh<br>Camboya |
| 610120  | Abrigos y similares para hombres de algodón          | Estrella      | 68,719                                     | 0.0%         | China<br>Bangladesh<br>Camboya |
| 610443  | Vestido de punto para mujeres de fibras sintéticas   | Estrella      | 83,323                                     | 0.0%         | China<br>USA<br>Vietnam        |

Fuente: TradeMap, Market Access Map  
Elaboración: PromPerú

Según el cuadro N° 10, Perú tiene varios productos que son considerados como “estrella” en Canadá ya que tienen una alta participación en el mercado y a su vez tiene un crecimiento rápido respecto a las importaciones de Canadá al mundo. Estos productos son los suéteres y pullovers de algodón, suéteres de fibras sintéticas, prendas de vestir de punto para bebés y vestidos de punto para mujeres en fibras sintéticas.

Por su parte los productos como camisetas de punto de algodón para mujeres o niñas, tank top para mujeres, camisetas de punto de algodón para hombres o niños son considerados como “consolidados”, es decir representan una gran participación dentro de las importaciones de confecciones de punto pero ya no crecen rápidamente.

Por otro lado las camisas, blusas, blusas camiseras y polos de punto de algodón para mujeres o niñas son considerados como “estancados”, es decir, tienen una baja participación y su crecimiento está por debajo del promedio de las demás confecciones de punto.

A continuación se presentan los principales productos potenciales y prometedores en el sector artesanía en Canadá:

Cuadro Nº 11

| Productos Potenciales y Prometedores en Canadá: Sector Artesanías |  |               |                                |              |  |
|---|--|---------------|--------------------------------|--------------|--|
| Partida   | Descripción  | Clasificación | Import- Canadá (miles de US\$) | Arancel Perú | Competidores                                   |
| 7117900000  | Aretes, collares y pulseras artesanales                            | Estrella      | 156                            | 0%           | China (8.5%), EE.UU.(0%), Tailandia (8.5%)     |
| 691390  | Adornos de cerámica  | Estrella      | 76                             | 0%           | China (0%), EE.UU (0%), Vietnam (0%)           |
| 4202220000  | Bolsas de mano   | Estrella      | 28                             | 0%           | China (7.0%), India (7.0%), EE.UU (0%).        |
| 9205909000  | Antaras, flautas, zamponñas  | Estrella      | 20                             | 0%           | EE.UU (0%),Reino Unido (6.0%), China (6.0%)    |
| 4202999000  | Cojines de cuero (hecho a mano)                                    | Prometedor    | 19                             | 0%           | China (7.0%), EE.UU (0%), Taipei Chino (7.0%)  |
| 4420100000  | Estatuillas de madera y cuadros modernos tallados a mano de madera | Prometedor    | 12                             | 0%           | China (6.0%), EE.UU (0%), Indonesia (6.0%)     |
| 630120  | Mantas de lana   | Prometedor    | 11                             | 0%           | Reino Unido (17.0%), EE.UU (0%), China (12.0%) |
| 9202900000  | Guitarras de madera, charangos                                     | Prometedor    | 0.1                            | 0%           | EE.UU (0%), China (2.5%), México (0%)          |

Fuente: TradeMap, Market Access Map

Elaboración: PromPerú

Se puede observar que existen varios productos destacados como aretes, collares y pulseras artesanales, adornos de cerámica, bolsas de mano, flautas y zamponñas que pagan un arancel de 0%. Los países que compiten con nuestras principales artesanías y también tienen arancel igual a 0% son Estados Unidos y México.

En el cuadro Nº 12 se observan los productos potenciales para la línea de joyería. Los productos con calificación prometedor son los artículos de joyería elaborados con plata. En cambio, los artículos de joyería que no son elaborados con plata tienen una calificación de estrella, lo cual indica que se tiene un producto potencial que debe ser aprovechado.

Cuadro Nº 12

| Productos Potenciales en Canadá: Sector Joyería |   |               |                                |              |   |
|---|---|---------------|--------------------------------|--------------|---|
| Partida   | Descripción   | Clasificación | Import- Canadá (miles de US\$) | Arancel Perú | Competidores  |
| 711311  | Artículos de joyería y sus partes, <b>de plata</b> , incluso revestidos o chapados de metal precioso.         | Prometedor    | 230                            | 0%           | Tailandia (2.5%), China (2.5%), Estados Unidos (0%) |
| 711319  | Artículos de joyería y sus partes, que <b>no sea plata</b> , incluso revestidos o chapados de metal precioso. | Estrella      | 755                            | 0%           | Estados Unidos (0%), India (2.5%), China (2.5%)     |

Fuente: TradeMap

Elaboración: PromPerú

## 6. Tendencias del consumidor

El gasto del consumidor en el rubro vestimenta y calzado será creciente en los siguientes años, pero mostrará una menor tasa de expansión si se compara con otros rubros. Ello se debe a que el consumidor se ha vuelto más cuidadoso en sus gastos ya que luego de la crisis económica de 2008, el país sufrió una caída histórica en el crecimiento del PBI y los consumidores se vieron obligados a reducir sus gastos para hacerle frente a esta nueva situación.

El cuadro N° 10 muestra el posible comportamiento del gasto de los consumidores canadienses en cada uno de los diferentes sectores de su economía para el periodo 2015 - 2020.<sup>6</sup>

**Cuadro N° 13**

| Gasto del consumidor canadiense (2015-2020)<br>(En miles de dólares canadienses*) |                  |                  |                |
|---|------------------|------------------|----------------|
| Rubro   | 2015             | 2020             | Var. % 2020/10 |
| Alimentos y bebidas sin alcohol   | 87,836           | 91,601           | 11.6           |
| Bebidas alcohólicas y tabaco  | 39,821           | 43,677           | 22.5           |
| Vestimenta y calzado  | 37,929           | 38,233           | 4.5            |
| Vivienda  | 217,244          | 229,469          | 14.8           |
| Art. del hogar y servicios  | 90,154           | 100,279          | 27.3           |
| Art. salud y servicios médicos  | 66,475           | 79,176           | 45.8           |
| Transporte  | 143,838          | 154,586          | 19.1           |
| Comunicaciones  | 22,355           | 24,620           | 23.2           |
| Ocio y recreación   | 93,580           | 99,492           | 16             |
| Educación   | 18,750           | 22,801           | 51.1           |
| Hoteles y catering  | 64,262           | 66,669           | 10.5           |
| Otros productos y servicios   | 129,432          | 144,494          | 28.4           |
| <b>TOTAL</b>  | <b>1,011,677</b> | <b>1,095,095</b> | <b>20.2</b>    |

Fuente: Euromonitor 2010

Elaboración: PROMPERU

(\*)1USD= 1.04 CAN

Otras tendencias que se observan son:

- Para el año 2036 la tercera edad superará, por primera vez, a la población de menores de 14 años, elevando así la media total de 39 a 45 años. Por ello, el segmento de los consumidores mayores es una buena opción en el medio-largo plazo y que aún no ha sido explotado por los minoristas. Este segmento es de alto poder adquisitivo y busca ropa de calidad y estilo.
- Ventas por Internet ganan terreno. Aunque las ventas por Internet representan cerca del 2% de las ventas totales, en 2011 crecieron 12% respecto al año anterior y alcanzaron los 816 millones de dólares. Ante ello, conforme aumente el acceso a Internet en los hogares, así como el uso de teléfonos inteligentes y *tablets*, este canal será el de mayor crecimiento en los siguientes años.
- Ropa deportiva de uso diario. El interés de los canadienses de todas las edades por hacer deporte es creciente y ello está creando una nueva moda: el uso de ropa deportiva de uso cotidiano. Los exportadores interesados en aprovechar esta oportunidad deben tener una rápida reacción pues en Canadá no hay una empresa que lidere nítidamente en este segmento.

## 7. Cultura de negocios

El empresario peruano que desea incursionar en el mercado canadiense debe pensar en una estrategia de mediano y largo plazo pues este es un mercado exigente. Exportar a Canadá implica destinar esfuerzos humanos, económicos y tecnológicos para tener éxito. Dentro de los aspectos que hay que tomar en cuenta están los siguientes:

- El empresario canadiense es un empresario conservador y por lo tanto los periodos de toma de decisiones son más prolongados que lo normal. El empresario canadiense, descarta

<sup>6</sup>Euromonitor

negocios que implican tomar altos riesgos comerciales. Esto significa, entre otras cosas, que no paga por adelantado por nada.

- Es muy importante conocer bien el mercado y sus segmentos y además hay que conocer a la competencia y entender los canales de distribución. El canadiense espera obtener los mismos precios por volúmenes grandes que por volúmenes pequeños. Al inicio de las transacciones, muchas veces esperan que el vendedor absorba las diferencias en costos logísticos, como una especie de inversión.
- La puntualidad y la formalidad son elementos de suma importancia que, de no satisfacerse, pueden hacer fracasar el proyecto de exportación. El presentar excusas o problemas en vez de soluciones, son formas de destruir cualquier relación comercial con un país en donde se fomenta una cultura de negocios proactiva y la confianza entre las partes.
- La clave del éxito en un proyecto de exportación es hacer una planeación minuciosa que toque aspectos como estudios de mercado, logística y tráfico internacional, aspectos de financiamiento, planes de promoción y publicidad, negociación y ventas, y consideraciones de representación y presencia física en el mercado meta.

## **8. Acuerdos comerciales de Canadá**

Canadá tiene acuerdos comerciales con distintos países dentro de los cuales se encuentran Estados Unidos y México, dentro del denominado bloque NAFTA. A su vez, tiene TLC's vigentes con Chile, Colombia, Costa Rica, con el bloque EFTA, Israel y con Perú.

Cabe precisar que el TLC entre Canadá y Perú entró en vigencia el 1 de Agosto del 2009 lo cual representó un abanico de nuevas oportunidades para desarrollar el comercio entre ambos países.

Por último, Canadá está negociando futuros acuerdos comerciales con Jordania y Panamá y se estima que estos acuerdos entrarán en vigencia en el presente año.

## 9. Links de interés

Estadísticas de Canadá

<http://www40.statcan.ca/l01/cst01/>

Análisis comerciales y económicos

<http://www.international.gc.ca/economist-economiste/index.aspx>

Home Estadísticas Industriales por sector

<http://www.ic.gc.ca/eic/site/cis-sic.nsf/eng/home>

Etiquetado-normativa general

<http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/UpdateNotice/index.html?rp14=/en/C-38>

Consejo Canadiense de normas y estándares

<http://www.scc.ca/en/web/scc-ccn>

Oficina de facilitación y promoción del comercio.TFO (TradeFacilitation Office): sitio completo para el exportador extranjero

<http://www.tfocanada.ca/>

Aduanas de Canadá

<http://www.cbsa-asfc.gc.ca/>

Oficina de Comercio internacional y asuntos exteriores de Canadá

<http://www.international.gc.ca/international/index.aspx?view=d>

Asociación Importadores Canadienses

<http://www.importers.ca/>

Acuerdos Comerciales de Mincetur

<http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>