

SERVICIOS AL  
EXPORTADOR

información

2015

Guía de Mercado

**Canadá**

Industria de la Moda  
y Decoración

*prom*  
perú



## Contenido

---

1.	Resumen ejecutivo .....	3
2.	Información general .....	4
3.	Situación económica y de coyuntura .....	4
3.1	Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas .....	4
3.2	Evolución de los Principales Sectores Económicos .....	5
3.3	Nivel de Competitividad .....	6
4.	Comercio Exterior de Bienes .....	7
4.1	Intercambio Comercial de Bienes: Canadá con el Mundo .....	7
4.2	Intercambio Comercial de Perú con Canadá .....	7
5.	Acceso al Mercado .....	9
5.1	Medidas Arancelarias y no Arancelarias .....	9
5.2	Otros Impuestos Aplicados al Comercio .....	11
6.	Oportunidades Comerciales .....	12
6.1	Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales .....	¡Error! Marcador no definido.
6.2	Productos con Potencial Exportador .....	¡Error! Marcador no definido.
7.	Tendencias del Consumidor .....	14
8.	Cultura de Negocios .....	15
9.	Links de Interés .....	15
10.	Eventos Comerciales .....	16
11.	Bibliografía .....	17

## 1. Resumen ejecutivo

En 2014 la economía canadiense creció 2,3% y se proyecta una tasa de 2,4% en 2015, el incremento en las exportaciones dará un impulso a la economía, aliviando la dependencia en el gasto del consumidor. La inversión aún tiene que recuperarse, pero mejorará a medida que la economía estadounidense se fortalezca

Durante la crisis 2008-2009, Canadá superó al grupo de los siete países industrializados. Políticas financieras prudentes combinadas con el auge de los commodities permitió a Canadá mejorar considerablemente su situación financiera. El gasto familiar proporcionó gran parte de la ayuda a la economía, complementada con un modesto incremento en las exportaciones netas.

Respecto al intercambio comercial con el mundo, en 2014 este ascendió a US\$ 938 billones, es decir 2,1% más respecto al año anterior. Las exportaciones y las importaciones crecieron en 4,0% y 0,2% respectivamente.

Las importaciones canadienses en 2014 sumaron US\$ 463 billones y tuvo una variación promedio positiva de 4,2% en los últimos cinco años. En 2014, los principales mercados proveedores de Canadá fueron los Estados Unidos, China y México, y representaron 54%, 11% y 6%, respectivamente. Perú tuvo una participación de 0,6% del total importado.

Las exportaciones peruanas no tradicionales que incrementaron en mayor medida sus envíos a Canadá con respecto al 2013 fueron metal-mecánico (105,3%) y químico (84,0%), además los sectores con mayor valor de exportación son agropecuario (US\$ 109 millones) y textil (US\$ 21 millones). En tanto que las exportaciones del sector tradicional experimentaron una disminución de 10,6% debido a los menores envíos de cobre, plomo y oro.

Con respecto al sector Textil y Confecciones (confecciones de punto y plano), Canadá importó en 2014 un valor de US\$ 18 millones desde Perú, monto inferior en 13% respecto al año previo. Además, las exportaciones peruanas a Canadá de prendas de vestir de punto en 2013 totalizaron US\$ 17,6 millones.

Las prendas de vestir de tejido de punto con potencial de ventas en Canadá son suéteres, jerséis, pullovers, cardigans, chalecos y artículos similares, camisetas de punto de las demás materias textiles, pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de punto de algodón. En el caso de las prendas de vestir de tejido plano las oportunidades se centran en los demás anoraks, cazadoras y artículos similares para hombres o niños, los demás anoraks, cazadoras y artículos similares para mujeres o niñas y pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de fibras sintética.

Algunos de los productos peruanos con oportunidades comerciales en el sector artículos de decoración y regalo son triciclos, patinetes, coches de pedal y juguetes similares con ruedas, los demás muebles de metal y sillas y asientos metálicos, tapizados.

Por otra parte, el sector de artículos de joyería tiene como producto potencial para exportar a Joyas de plata incluso revestidos, el cual Canadá importó US\$ 264 millones en 2014.

## 2. Información general



Canadá, ubicada en el extremo norte de América del Norte, tiene una población de 35,5 millones. Se extiende desde el océano Atlántico al este, el océano Pacífico al oeste, y hacia el norte hasta el océano Ártico. Comparte frontera con los Estados Unidos al sur, y al noroeste Alaska. Es el segundo país más extenso del mundo con 9,9 millones de km<sup>2</sup> después de Rusia, y también el más septentrional. Ocupa cerca de la mitad del territorio de América del Norte. Es una nación bilingüe, con el inglés y el francés como lenguas oficiales en el ámbito federal.

Canadá es una nación industrial y tecnológicamente avanzada, ampliamente autosuficiente en energía gracias a sus extensos depósitos de combustibles fósiles y a la amplia generación de energía nuclear e hidroeléctrica. Posee una economía diversificada que la hace independiente por sus grandes yacimientos y abundantes recursos naturales, mientras que su cercanía y asociatividad con Estados Unidos y México, benefician enormemente a su comercio exterior.

A 2014, la población de Canadá tuvo una edad media de 40,2 años. Aproximadamente, el 20% de la población de Canadá es de origen extranjero y alrededor de los dos tercios de los nacidos en el extranjero viven en tres áreas metropolitanas, las más grandes de Canadá (Toronto, Montreal y Vancouver). Canadá tiene la tasa de inmigración más alta de cualquier economía importante, esta explica más del 50% del aumento de la población de Canadá y será responsable de todo el crecimiento de la mano de obra en el futuro. Como las tasas de natalidad están en declive, se espera que en el 2020 el 18,1% de la población tenga una edad superior a los 65 años. En 2013, la esperanza de vida de los hombres fue de 79,8 y de las mujeres 84 años.<sup>1</sup>

## 3. Situación económica y de coyuntura

### 3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Según el Fondo Monetario Internacional (FMI), la economía de Canadá debería crecer 2,4% en 2015. El incremento en las exportaciones dará un impulso a la economía, aliviando la dependencia en el gasto del consumidor. La inversión aún tiene que recuperarse, pero deberá mejorar a medida que la economía estadounidense se fortalezca. Además, se prevé que la inflación sea de 2,0% y el desempleo disminuya a 6,9%.

<sup>1</sup>Euromonitor

Cuadro 01

Canadá: Evolución de los Indicadores Macroeconómicos					
Indicadores Económicos	2011	2012	2013	2014	2015p
Crecimiento real del PBI (%)	2,5	1,7	2,0	2,3	2,4
PBI per cápita (US\$)	51 850,32	52 488,73	52037,15	50577,20	52 287,30
Tasa de inflación (%)	2,9	1,5	1,0	1,9	2,0
Tasa de desempleo (%)	7,4	7,3	7,1	7,0	6,9

Fuente: World Economic Outlook, FMI. Elaboración Promperú.

En general, esta economía superó al grupo de los siete países industrializados durante la recesión de 2008-2009. Políticas financieras prudentes, combinadas con el auge de los commodities, posibilitaron a Canadá mejorar considerablemente su situación financiera. El gasto familiar proporcionó gran parte de la ayuda a la economía, complementada con un modesto incremento en las exportaciones netas.

Las disparidades regionales en la economía de Canadá se han ampliado con las provincias ricas en recursos que han crecido significativamente con el resto del país.

### 3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos<sup>2</sup>

La agricultura emplea sólo el 2,2% de la fuerza de trabajo, pero las exportaciones del sector proporcionan un importante impulso a la economía. La producción de maíz, soja y aves de corral están creciendo de manera constante, sin embargo la producción de trigo se está estancando.

Las empresas están bajo presión para mejorar la productividad y así mantener la competitividad, pero muchos están sobrecargados de deudas. El gobierno tiene como objetivo proporcionar hasta US\$ 1 billón en préstamos a los agricultores entre 2011-2015 para aliviar las restricciones de crédito.

La manufactura representa el 10,3% del PBI y emplea el 10,6% de la fuerza de trabajo. Los fabricantes de alimentos y los productores de vehículos automotrices vieron algunas mejoras en los últimos años. Sin embargo, muchos exportadores han tenido dificultades debido a la creciente competencia de China, India, Corea y Brasil. El valor real del valor añadido manufacturero aumentó en un 0,5% en 2014.

En el sector minero, Canadá es el mayor productor mundial de zinc y uranio. Tiene importantes reservas de níquel, potasio, cobalto, plata y oro. La Industria del carbón de British Columbia's logró un desarrollo espectacular desde que China comenzó a importar carbón. En total, la

<sup>2</sup> Fuente: Euromonitor International

provincia cuenta con 25 mil millones de toneladas de reservas de carbón. Las empresas asiáticas están invirtiendo fuertemente en recursos minerales y energéticos de Canadá. El valor real de la producción minera cayó 6,3% en 2013.

Los servicios constituyen el 67,7% del PIB. El valor real de los ingresos por turismo creció 4,4% en 2014 y se espera que las ganancias sean de 5,6% en 2015. El comercio al por mayor y menor creció enérgicamente en la primera mitad de 2014.

### 3.3 Nivel de Competitividad

Canadá se encuentra en la posición 16 de 189 economías analizadas en el ranking de facilidad para hacer negocios, de 2015. Este país disminuyó una posición con respecto a 2014, debido principalmente a factores como manejo de permisos de construcción (bajó 3 posiciones), obtención de electricidad (bajó 3 posiciones), obtención de crédito (bajó 2 posiciones), pago de impuestos (bajó 1 posición) y comercio transfronterizo (bajo 1 posición).

**Cuadro 02: Ranking de Facilidad para hacer negocios 2014**

Criterios	Canadá	Perú	México	Reino Unido	EE.UU	Chile	Colombia
<b>Facilidad de hacer negocios</b>	<b>16</b>	<b>35</b>	<b>39</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>41</b>	<b>34</b>
Apertura de un negocio	2	89	67	45	46	59	84
Manejo permiso de construcción	118	87	108	17	41	62	61
Acceso a electricidad	150	86	116	70	61	49	92
Registro de propiedades	55	26	110	68	29	45	42
Obtención de crédito	7	12	12	17	2	71	2
Protección de los inversores	7	40	62	4	25	56	10
Pago de impuestos	9	57	105	16	47	29	146
Comercio transfronterizo	23	55	44	15	16	40	93
Cumplimiento de contratos	65	100	57	36	41	64	168
Cierre de una empresa	6	76	27	13	4	73	30

Fuente: Doing Business 2015. Banco Mundial

Elaboración Promperú

#### 4. Comercio Exterior de Bienes

##### 4.1 Intercambio Comercial de Bienes: Canadá con el Mundo

En 2014 el intercambio comercial de bienes de Canadá con el mundo ascendió a US\$ 937663 millones, es decir 2,1% más que el año anterior. Las exportaciones crecieron en 4,0% y las importaciones aumentaron en 0,2%.

**Cuadro 03**

Intercambio Comercial de bienes: Canadá-Mundo (US\$ Millones)							
Indicadores	2010	2011	2012	2013	2014	Var. %Promedio	Var. % 14/13
Exportaciones	386 580	450 430	453 381	456 395	474 844	5,3%	4,0%
Importaciones	392 109	450 580	462 369	461 800	462 819	4,2%	0,2%
Balanza Comercial	-5 529	-150	-8 988	-5 404	-12 025	-	-
Intercambio Comercial	778 689	901 010	915 750	918 195	937 663	4,8%	2,1%

Fuente: Trademap; UNCTAD. Elaboración Promperú.

Las importaciones canadienses en 2014 sumaron US\$ 462 819 millones y tuvo una variación promedio positiva de 4,2% en los últimos cinco años. El sector exterior ha aportado gran parte del impulso para el crecimiento de Canadá. En 2014 las exportaciones representaron el 26% del PBI y en el 2010 fue 24%.

##### 4.2 Intercambio Comercial de Perú con Canadá

El comercio de bienes entre Perú y Canadá en 2014 sumó US\$ 3 302 millones, 0,7% menos que el año anterior. Este comercio ha sido históricamente superavitario para nuestro país. El último año se tuvo una balanza positiva de US\$ 1717 millones.

En el último quinquenio, las exportaciones peruanas a Canadá disminuyeron a una tasa promedio anual de 6,8% y en 2014 totalizaron US\$ 2 509 millones. El 7% del total vendido a Canadá en 2014 fueron productos con valor agregado y sumaron US\$ 177 millones.

**Cuadro 05**

Intercambio comercial Perú - Canadá							
(Cifras en millones de US\$)							
Indicadores	2010	2011	2012	2013	2014	Var % Promedio	Var % 14/13
Exportaciones	3 329	4 232	3 448	2 742	2 509	-6,8%	-8,5%

Importaciones	648	640	549	583	793	5,1%	36,0%
Balanza Comercial	2681	3591	2899	2 159	1717	-	-
Intercambio Comercial	3978	4872	3997	3 324	3 302	-4,6%	-0,7%

Fuente: SUNAT. Elaboración Promperú

- Sectores Tradicionales y no tradicionales

Cuadro 06: Exportaciones por Sectores Económicos

Sector	Valor en Millones de US\$		var. %
	2013	2014	2014/2013
<b>Total Tradicional</b>	<b>2 609</b>	<b>2 332</b>	<b>-10,6%</b>
<b>Mineros</b>	<b>2521</b>	<b>2 221</b>	<b>-11,9%</b>
Cobre	53	30	-43,1%
Plata	43	55	29,8%
Plomo	370	301	-18,5%
Zinc	17	49	185,8%
Oro	2 039	1776	-12,9%
Estaño	0	10	-
<b>Pesquero</b>	<b>60</b>	<b>75</b>	<b>25,9%</b>
Harina de pescado	10	16	67,5%
Aceite de pescado	50	59	17,8%
<b>Petróleo Y Gas Natural</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>-7,0%</b>
Petróleo y Derivados	6	6	-7,0%
<b>Agrícolas</b>	<b>22</b>	<b>29</b>	<b>32,9%</b>
Café	22	29	32,9%
<b>Total No Tradicional</b>	<b>132</b>	<b>177</b>	<b>34,1%</b>
Agropecuario	72	109	51,4%
Textil	24	21	-13,3%

Pesquero	11	11	6,7%
Químico	8	14	84,0%
Metal-Mecánico	6	13	105,3%
Sidero-Metalúrgico	9	7	-20,7%
Minería No Metálica	0	0	-14,6%
Maderas Y Papeles	1	0	-55,0%
Pieles Y Cueros	0	0	25,0%
Varios (Inc. Joyería)	2	2	9,3%
<b>Total</b>	<b>2742</b>	<b>2 509</b>	<b>-8,5%</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración Promperú

Según la clasificación de SUNAT, las exportaciones peruanas no tradicionales a Canadá aumentaron en 34,1% con respecto al 2013 y los sectores con mayores ventas fueron agropecuario (US\$ 109 millones), textil (US\$ 21 millones) y pesquero (US\$ 11 millones).

Los sectores no tradicionales que incrementaron en mayor medida sus envíos a este mercado fueron metal-mecánico (105,3%), químico (84,0%) y Agropecuario (51,4%).

Sin embargo, las exportaciones del sector tradicional experimentaron una disminución de 10,6% debido a los menores envíos en cobre, plomo y oro.

## 5 Acceso al Mercado

### 5.1 Medidas Arancelarias y no Arancelarias<sup>3</sup>

- **Medidas Arancelarias**

Únicamente el Gobierno Federal puede imponer aranceles sobre los bienes y servicios que ingresan a Canadá. La constitución prohíbe que los impongan los gobiernos provinciales. Todos los productos que ingresan a Canadá deben ser declarados a la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (CBSA, CanadaBorderServices Agency), la agencia federal responsable de hacer cumplir la legislación de fronteras de Canadá.

Conforme a la Iniciativa para Acceso al Mercado, Canadá ha eliminado todos los aranceles y cuotas para la mayoría de las importaciones de 48 PMDs (países menos desarrollados) excepto para productos lácteos, avícolas y huevos, que permanecen sujetos a aranceles y cuotas. La información específica está disponible en <http://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/pub/rc4322-eng.html>

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

<sup>3</sup>[www.tfocanada.ca](http://www.tfocanada.ca)

En 1994, Canadá firmó un acuerdo con la Organización Mundial del Comercio (OMC), el cual elimina las cuotas sobre importaciones en textiles y vestimentas originarias de algunos países de bajos ingresos. Cabe precisar que el TLC entre Canadá y Perú entró en vigencia el 1 de Agosto del 2009, y ofrece un abanico de nuevas oportunidades para desarrollar el comercio entre ambos países. De los 8470 productos que exporta Perú a Canadá, el 97% ingresa sin pagar arancel, según la lista para Exportar Mercancías a Canadá que brinda MINCETUR.

**Cuadro 08: Preferencias arancelarias para los principales productos no tradicionales**

RK	Partida	Descripción	Posición del Perú como proveedor	Principales competidores	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	0806100000	Uvas frescas	4	EE.UU. (46,6%) Chile (37,1%) México (8,5%)	1,7%	0%
2	1008509000	Quinoa	3	Bolivia (62,0%) EE.UU. (19,3%) Ecuador (0,5%)	0%	0%
3	0805201000	Mandarinas frescas	4	Marruecos (33,7%) EE.UU. (18,1%) China (12,9%)	0%	0%
4	2817001000	Óxido de zinc	3	México (38,0%) EE.UU. (29,5%) Holanda (5,6%)	0%	0%
5	0804400000	Paltas frescas	3	México (78,8%) EE.UU. (15,8%) Chile (0,5%)	0%	0%
6	0307291000	Conchas de abanico	3	EE.UU. (43,4%) China (20,3%) Japón (11,2%)	2%	0%
7	1801001900	Cocoa en grano, entero o partido	8	Costa de Marfil (44,1%) Ecuador (18,4%) Nigeria (14,8%)	0%	0%
8	0804502000	Mangos frescos	2	México (62,6%) Ecuador (5,9%) Brasil (5,7%)	0%	0%
9	8411990000	Partes de las demás turbinas a gas	70	EE.UU. (46,4%) Reino Unido (19,5%) Polonia (10,0%)	0%	0%
10	6109100031	T-shirt de algodón para hombre o mujer	10	Bangladesh (23,8%) China (16,8%) México (10,3%)	18%	0%

Fuente: TradeMap Elaboración: Promperú

- **Medidas 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.

Los ajustes de las políticas y prácticas comerciales que ha efectuado Canadá confirman 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<sup>4</sup>. Estos son básicamente las industrias del trigo, la cebada, las carnes de bovino y los quesos. La regulación en el sector textil depende del país de origen del producto. Por ejemplo, se aplica un arancel de 18% para China, Corea, Italia y entre otros.

El Export and Imports Permits Act<sup>5</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).

Además, los productos y servicios que se exporten a Canadá deben cumplir con los estándares sujetos por El Consejo Canadiense de Estándares (SCC), para mantener una ventaja competitiva en la oferta que se da en el país. Cabe mencionar que el SCC también colabora con los países en desarrollo en la elaboración de su propio sistema de estandarización y a cumplir con los requerimientos adoptados en los acuerdos internacionales comerciales. Para mayor información visitar la página [www.scc.ca](http://www.scc.ca).

## 5.2 Otros Impuestos Aplicados al Comercio

El gobierno federal grava un Impuesto para Bienes y Servicios (GST, Goods and Services Tax) del 5% para casi todos los bienes y servicios vendidos en el país. Únicamente los alimentos vendidos en tiendas de comestibles, servicios médicos y dentales y unos pocos más, están exentos. Desde 2010, Ontario reemplazó el impuesto provincial sobre ventas y el federal GST con un Impuesto Armonizado de Ventas (HST). El HST se aplica a la mayoría de los suministros de bienes y servicios efectuados en Ontario a una tasa del 13% (5% para la parte federal y 8% para la provincial). Las provincias del atlántico también están afectadas por el HST.

Las importaciones están sujetas al GST o a la parte federal del HST con algunas excepciones. Por ejemplo, los bienes importados por empresas manufactureras, que deben ser procesados para no residentes y posteriormente exportados sin ser usados en Canadá, son considerados como importación no sujeta a impuestos. En algunas circunstancias también se puede solicitar un crédito por impuesto garantizado. El GST/HST se calcula sobre el valor de los artículos en

---

<sup>4</sup>OMC (2012)

<sup>5</sup>OMC (2012)

dólares canadienses, incluyendo los aranceles y el impuesto al consumo específico, y se cobra en la frontera al mismo tiempo que estos impuestos. El importador de registro es responsable de pagar el impuesto sobre artículos importados. Los detalles están disponibles por medio de la Agencia de Impuestos de Canadá en:

<http://www.cra-arc.gc.ca/tx/bsnss/tpcs/gst-tps/gnrl/txbl/mprtsxperts/mprtdgds-eng.html>

## 6. Oportunidades Comerciales

A continuación se presenta una lista de productos peruanos con oportunidades comerciales en el sector textil. Cabe mencionar que para este sector, Canadá registró importaciones desde Perú por US\$ 18 millones en 2014 (con respecto a confecciones de punto y plano), monto inferior en 13% respecto al 2013. Los aranceles de ingreso para el caso del Perú corresponden a 0%, lo cual nos otorga una ventaja frente a países competidores como China, Vietnam e Indonesia cuyos aranceles de ingreso a Canadá son de 18%, en muchos de sus productos.

**Cuadro N° 7**

Sector Textil					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Canadá 2014 (Millones US\$)	Arancel Perú	Competidores Arancel
611030	suéteres, jerséis, pullovers, cardigans, chalecos y artículos similares	Estrella	642	0%	China (18%)
					Camboya (0%)
					Bangladesh (0%)
610990	Camisetas de punto de las demás materias textiles.	Estrella	239	0%	China (18%)
					Camboya (0%)
					Bangladesh (0%)
620193	Los demás anoraks, cazadoras y artículos similares para hombres o niños	Estrella	205	0%	China (17%)
					Bangladesh (0%)
					Vietnam (17%)
620293	los demás anoraks, cazadoras y artículos similares para mujeres o niñas	Estrella	197	0%	China (18%)
					Vietnam (18%)
					Bangladesh (0%)
610462	pantalones , pantalones con peto y pantalones cortos de punto de algodón	Estrella	161	0%	China (18%)
					Camboya (0%)
					Bangladesh (0%)
620343	pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de fibras sintética	Estrella	159	0%	China (18%)
					Bangladesh (0%)
					Vietnam (18%)
620640		Estrella	155	0%	China (18%)

	camisas, blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas o artificiales				India (18%) Indonesia (18%)
610463	pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de punto de fibras	Estrella	144	0%	China (18%) Camboya (0%) Vietnam (18%)
620443	vestidos de fibras sintéticas para mujeres o niñas	Estrella	142	0%	China (18%) EEUU (0%) Vietnam (18%)
621040	las demás prendas de vestir para hombres o niños	Estrella	137	0%	China (9%) Vietnam (9%) Bangladesh (0%)

Fuente: TradeMap Elaboración: PromPerú

El siguiente cuadro presenta una lista de productos peruanos con oportunidades comerciales en el sector artículos de decoración y regalo. Para este sector, los aranceles de ingreso para el caso del Perú corresponden a 0%. Mientras que otros proveedores como China, Italia y Francia deben pagar aranceles de hasta 18%.

Cuadro N° 8

Sector Artículos de Decoración y Regalo					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Canadá 2014 (millones de US\$)	Arancel Perú	Competidores Arancel
950300	Triciclos, patinetes, coches de pedal y juguetes similares con ruedas	Estrella	1380	0%	China (2,5%) México (0%) EEUU (0%)
940320	Los demás muebles de metal	Estrella	614	0%	China (5%) EEUU (0%) México (0%)
940171	Sillas y asientos metálicos, tapizados	Estrella	214	0%	China (2,5%) EEUU (0%) México (0%)
940179	asientos con armazón de metal, sin tapizar	Estrella	212	0%	China (2,5%) EEUU (0%) Italia (4%)
940310	muebles de metal del tipo de los utilizados en las oficinas	Estrella	165	0%	EEUU (0%) China (0%) Canadá(0%)
940130	asientos giratorios de altura ajustable	Estrella	145	0%	China (2,5%) EEUU (0%) México (0%)

940330	muebles de madera para oficina	Estrella	133	0%	EEUU (0%)
					China (0%)
					Malasia (0%)
970110	cuadros, pinturas y dibujos hechos totalmente a mano	Prometedor	146	0%	Francia (2,8%)
					EEUU (0%)
					China (0%)
630392	Visillo, cortinas, guardamalletas y doseles	Prometedor	132	0%	China (18%)
					EEUU (0%)
					México (0%)
701349	Artículos de vidrio para servicio de mesa, cocina, tocador, baño, oficina y adornos de interiores	Prometedor	92	0%	EEUU (0%)
					China (0%)
					Corea (0%)

En el caso del sector joyería, los productos peruanos también tienen un arancel preferencial de 0%, mientras que los productos de origen Chino y estadounidense están afectados a un arancel del 25%.

Cuadro N° 9

## Sector Artículos de Joyería

Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Canadá 2014 (millones de US\$)	Arancel Perú	Competidores Arancel
711311	Joyas de plata incluso revestidos	Estrella	264	0%	Tailandia (0%)
					China (2,5%)
					EEUU (2,5%)

7. Tendencias del Consumidor<sup>6</sup>

Tradicionalmente, las mujeres son las más dispuestas a comprar todo tipo de prenda, mientras que los hombres están más orientados hacia lo casual y la ropa deportiva. Pero este fenómeno ha tomado un rumbo diferente en la industria textil en Canadá. Los consumidores masculinos son atraídos más que nunca por artículos de moda, y están ampliando su armario con múltiples estilos de prendas de vestir, de tal manera que miran segmentos de prendas de lujo. Por otra parte, las mujeres se ven ahora como el mercado clave de crecimiento para las marcas deportivas.

Los canadienses comparten muchos de los mismos íconos que Estados Unidos y Europa. Esto significa que los canadienses miran a Kate Middleton, David Beckham y a muchos otros como guías de moda. Los músicos también son íconos importantes, estos en su mayoría utilizan una mezcla de ropa urbana y chaquetas.

Una tendencia que se está observando en Canadá, es el uso de ropa deportiva para la vida cotidiana. El Banco de desarrollo de negocio de Canadá, ha observado esta tendencia en los

<sup>6</sup>Euromonitor

consumidores canadienses, indicando eso, las “ventas de ropa deportiva continúan levantándose mientras que algunos colocan tradicionalmente a la actividad principal del deporte, por otra parte más personas utilizan ropa para realizar deporte inspiradas para las actividades no deportivas”.

En 2014 los hombres y las mujeres canadienses miran de nuevo a los años 90 como una influencia para la moda. Elle Canadá prevé que las mujeres canadienses preferirán estilos de amaestrador, populares en los años 90, y convertirlos en cuñas para mayor versatilidad.

El 85,5% de las compras se dan en las tiendas minoristas, de éstas el 60% son en tiendas especializadas en ropa, un 20% en tiendas minoristas mixtas y el resto en tiendas especializadas en deporte y persona. Solo un 10,6% se distribuye en hipermercados.

Algunas de las principales tiendas en Canadá son Le Chateau y Elle, las cuales tuvieron como estrategia el incursionar más fuertemente en la venta por línea, dado que aparecieron marcas como Zara, las cuales realizan ventas en línea desde sitio web, lo cual resulto una fuerte competencia. Además, se ha tratado de buscar mejores categorías de productos, para mejorar el rendimiento y desarrollar más colecciones. Es así que Elle al observar la alta demanda de ropa de tallas grandes, decidió ofertar en sus tiendas ropa interior para mujeres de talla grande, como lo son los sostenes y pantis.

## 8. 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 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

## 9. Links de Interés

Entidad	Enlace
Estadísticas de Canadá	<a href="http://www40.statcan.ca/I01/cst01/">http://www40.statcan.ca/I01/cst01/</a>

<i>Análisis comerciales y económicos</i>	<a href="http://www.international.gc.ca/economist-economiste/index.aspx">http://www.international.gc.ca/economist-economiste/index.aspx</a>
<i>Consejo Canadiense de normas y estándares</i>	<a href="http://www.scc.ca/en/web/scc-ccn">http://www.scc.ca/en/web/scc-ccn</a>
<i>Oficina de facilitación y promoción del comercio. TFO (Trade Facilitation Office): sitio completo para el exportador extranjero</i>	<a href="http://www.tfocanada.ca/">http://www.tfocanada.ca/</a>
<i>Aduanas de Canadá</i>	<a href="http://www.cbsa-asfc.gc.ca/">http://www.cbsa-asfc.gc.ca/</a>
<i>Oficina de Comercio internacional y asuntos exteriores de Canadá</i>	<a href="http://www.international.gc.ca/international/index.aspx?view=d">http://www.international.gc.ca/international/index.aspx?view=d</a>
<i>Asociación Importadores Canadienses</i>	<a href="http://www.importers.ca/">http://www.importers.ca/</a>
<i>Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá</i>	<a href="http://www.cbsa-asfc.gc.ca">www.cbsa-asfc.gc.ca</a>
<i>Asuntos Externos y Comercio Internacional de Canadá (DFAIT)</i>	<a href="http://www.international.gc.ca/controls-controles/index.aspx">http://www.international.gc.ca/controls-controles/index.aspx</a>
<i>Asociación canadiense de franquicias (CFA)</i>	<a href="http://www.cfa.ca/">http://www.cfa.ca/</a>
<i>Asociación de Transporte de Canadá</i>	<a href="http://tac-atc.ca/en">http://tac-atc.ca/en</a>
<i>Autoridad Portuaria de Toronto</i>	<a href="http://www.torontoport.com">www.torontoport.com</a>

## 10. Eventos Comerciales

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Montreal Gift Show 2015: Feria de regalos Montreal, Canadá	Moda, regalo y joyería	Montreal, Place Bonaventure	Marzo 22-25, 2015	<a href="http://www.cangift.org/Giftshow/MT/Home.aspx">http://www.cangift.org/Giftshow/MT/Home.aspx</a>
Naffem: la feria	Moda	Montreal, Place Bonaventure	Marzo 8-10, 2015	<a href="http://www.stylelabmontreal.com/">http://www.stylelabmontreal.com/</a>
Mode Accessories Fall Show	Moda, accesorios, joyas, artículos de regalo y bisutería	Toronto, Canadá Airport Hotel	Agosto 9-10, 2015	<a href="http://www.mode-accessories.com">www.mode-accessories.com</a>

Canadian Furniture Show (formerly TCHFM)	Decoración de interiores, luces y muebles	Toronto, Canadá The International Centre (Mississauga)	Junio 4-7, 2015	<a href="http://www.canadianfurnitureshow.com/">www.canadianfurnitureshow.com/</a>
IIDEX (within The Buildings Show)	Decoración de interiores y muebles	Toronto, Canadá Metro Toronto Convention Centre	Diciembre 3-4, 2015	<a href="http://www.informacanada.com/">www.informacanada.com/</a>

## 11. Bibliografía

- **Fondo Monetario Internacional (FMI)**  
[www.imf.org](http://www.imf.org)
- **Euromonitor International**  
[www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)
- **Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-Perú**  
[www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)
- **Doing Business**  
[www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org)
- **CIA, TheWorldFactbook**  
[www.cia.gov](http://www.cia.gov)
- **Trading Economics**  
[es.tradingeconomics.com/](http://es.tradingeconomics.com/)
- **Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú**  
[www.rree.gob.pe](http://www.rree.gob.pe)
- **Acuerdos Comerciales del Perú**  
[www.acuerdoscomerciales.gob.pe](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe)
- **WorldTrade Atlas**  
<http://www.gtis.com/gta/>
- **Market Access Map**  
[www.macmap.org](http://www.macmap.org)

- **Mundo Ferias**  
[www.nferias.com](http://www.nferias.com)
- **Auma**  
[www.auma.de](http://www.auma.de)