

SERVICIOS AL  
EXPORTADOR

información

2013

Guía de Mercado

CANADÁ

Sector Servicios



*prom*  
perú

**Contenido**

---

- 1. Resumen ejecutivo**
- 2. Información general**
- 3. Situación económica y de coyuntura de Canadá**
- 4. Comercio exterior de Canadá**
  - 4.1 Intercambio comercial Canadá-Mundo**
    - 4.1.1. Intercambio comercial de bienes**
    - 4.1.2. Intercambio comercial de servicios**
  - 4.2. Intercambio comercial Perú- Canadá**
- 5. Acceso a mercados**
  - 5.1. Barreras arancelarias**
  - 5.2 Barreras no- arancelarias**
  - 5.3 Propiedad Intelectual y Propiedad Industrial**
  - 5.3 Distribución y transporte de mercaderías**
- 6. Cultura de negocios**
- 7. Oportunidades Comerciales**
  - 7.1. Oportunidades en la línea de editoriales**
  - 7.2. Oportunidades en la línea de software**
  - 7.3. Oportunidades en la línea de servicios de arquitectura**
  - 7.4. Oportunidades en la línea de logística**
  - 7.5. Oportunidades en la línea de franquicias**
- 8. Nivel de competitividad**
- 9. Tendencia en consumo y servicio**
  - 9.1. Consumo en Canadá por línea de producto**
  - 9.2. Tendencia en servicios**
- 10. Acuerdos comerciales de Canadá**
- 11. Links de interés**

## 1. Resumen ejecutivo

En abril de 2013, el Banco Central redujo el crecimiento del PBI para el presente año 2013 a 1.5%<sup>1</sup> debido a una desaceleración de la demanda interna. En ese mismo mes, se registró una caída de la confianza del consumidor en 4,9 puntos respecto a marzo de 2013 para llegar a su nivel más bajo en ocho meses. El débil desempeño del mercado laboral incrementó el pesimismo entre las familias durante dicho mes, teniendo un impacto negativo sobre las expectativas de ingreso y empleo futuro.

La tasa de desempleo se elevó hasta 7.2% en marzo de 2013 desde el 7.0% registrado en el mes anterior. El incremento se debió a la pérdida de empleos en el sector de hostelería, manufactura y sectores de administración pública, reflejando la desaceleración de la demanda doméstica y externa y los esfuerzos por parte del gobierno canadiense por mantener un presupuesto equilibrado.

Con respecto al sector monetario, en marzo de 2013 la oferta monetaria se expandió un 10.2% sobre su base anual. El Banco Central canadiense trata de mantener el mismo ritmo de flexibilización monetaria que la FED.

Por otro lado, la balanza comercial en 2012 fue superavitaria. Las exportaciones sumaron US\$ 14, 323 billones. Los principales destinos de las exportaciones fueron China, con una participación de 14% en el total de exportaciones canadienses. Le sigue Alemania (10%), Estados Unidos (11%) y Japón (6%). Por su parte, las importaciones en 2012 ascendieron a US\$ 462 billones lo cual significó un aumento de 2.4% con respecto a 2011. Los principales proveedores de productos a Canadá fueron Estados Unidos con una participación de 51%, seguido de China (11%), México (6%) y Japón (3%).

Con respecto al mercado de servicios en Canadá, las oportunidades encontradas están referidas a la industria de software, editoriales, logística y franquicias. En la primera existe una oportunidad importante para la industria de videojuegos, en particular los juegos de los celulares. La demanda de celulares, así como *tablets*, está en aumento en Canadá.

Así mismo, Canadá no sólo apuesta al entretenimiento sino también a la aplicación digital en programas de educación, entrenamiento, simulaciones médicas, aplicaciones de negocios, web marketing, e-learning, entre otras. Con respecto al sector de editoriales, existe una creciente demanda en libros electrónicos. Desde hace 5 años, en las bibliotecas de las universidades públicas y privadas se está comenzando a usar los *e-books*.

En el tema de franquicias, Canadá se ha convertido en uno de los paraísos de la franquicia. Casi la mitad de los comercios minoristas que se abren en la actualidad son empresas franquiciadas. Esto ha generado que Canadá se mantenga a la vanguardia en este tipo de sistemas de comercialización. En el tema de logística, para el 2013 existen numerosos proyectos entre ellos puentes, principalmente en Québec y St. Lawrence, y carreteras los cuales son, en su mayoría, inversiones públicas.

---

<sup>1</sup> Su pronóstico anterior para este año era de 2.0%.

## 2. Información general de Canadá

Canadá es una monarquía parlamentaria federal de América, ubicada en el extremo norte de América del Norte. 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 con su estado Alaska. Es el segundo país más extenso del mundo después de Rusia, y también el más septentrional. Ocupa cerca de la mitad del territorio de América del Norte.



La federación canadiense consta de diez provincias y 3 territorios. Está gobernada como una democracia parlamentaria y monarquía constitucional con Isabel II como jefe de estado. Es una nación bilingüe con el inglés y el francés como lenguas oficiales en el ámbito federal. Canadá es una nación industrial y tecnológicamente pionera y avanzada, ampliamente autosuficiente en energía gracias a sus relativamente extensos depósitos de combustibles fósiles y a la amplia generación de energía nuclear y energía hidroeléctrica. Siendo uno de los países más desarrollados, tiene una economía diversificada, que la hace independiente por sus grandes yacimientos y abundantes recursos naturales así como del comercio, particularmente con los Estados Unidos y México. Actualmente es miembro de la OEA, G-8, el G-20, la OTAN, la OCDE, la OMC, la APEC, la Mancomunidad de Naciones, la Francofonía y de la Organización de las Naciones Unidas. Es considerado uno de los países con mejor calidad de vida.

## 3. Situación económica y de coyuntura de Canadá

La economía canadiense tuvo un buen desempeño durante más de una década. Políticas financieras prudentes combinado con un auge del precio de los commodities permitieron a Canadá realizar una de las posiciones presupuestarias más fuertes entre los países industrializados.

El ritmo de crecimiento se desaceleró en 2008 y la economía comenzó a contraerse en el cuarto trimestre. Recesión de Canadá en 2009 fue quizás el peor desde la década de 1930, aunque la demanda de las exportaciones y las inversiones nacionales habían comenzado a recuperarse antes de que finalice el año. En general, Canadá ha resistido la crisis mejor que la mayoría de las grandes economías.

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 débil y esto se debe, en parte, a la desaceleración de las compras de Estados Unidos (principal destino de las exportaciones canadienses) y de los países de la zona Euro. A

pesar de ello, las tasas de crecimiento de Canadá son más altas que el promedio de los 34 países de la OCDE, que incluye la mayor parte del mundo industrializado.

Cuadro N° 01

<b>Canadá: Indicadores Macroeconómicos</b>					
<b>Indicadores de Crecimiento</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
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	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 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%).

Respecto a la estructura de su economía, 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

Con respecto al comercio internacional, Canadá ha firmado una serie de acuerdos de libre comercio (TLC) con los países de Europa, América Latina y Oriente Medio. Se preparan nuevos acuerdos de libre comercio con Jordania y Panamá que pronto serán implementadas. El acuerdo de libre comercio con la India podría estar finalizado en 2013. Ottawa también está en conversaciones sobre un acuerdo de libre comercio global con la Unión Europea. El acuerdo debería impulsar el comercio bilateral en un 20%, según fuentes gubernamentales.

Maquinaria y equipo de transporte hicieron un 23,9% de las exportaciones de Canadá en 2012. El petróleo también ha ganado predominio de las exportaciones de Canadá, a raíz de la explotación de las reservas de arenas petrolíferas en las provincias occidentales. Combustibles minerales representaron el 26,1% de las exportaciones totales del país en 2012.

#### **4. Comercio exterior de Canadá**

##### **4.1 Intercambio comercial Canadá- Mundo**

##### **4.1.1. Intercambio comercial de bienes**

Cuadro N° 02

Intercambio Comercial de bienes (miles de millones de US\$)							
Indicadores	2008	2009	2010	2011	2012	Var. % Prom	Var % 12/11
Exportaciones	457	317	387	452	455	-0.1	0.5
Importaciones	409	322	392	452	462	2.5	2.4
Balanza Comercial	48	-5	-5	1	-7	-	-
Intercambio Comercial	865	638	780	904	917	1.2	1.5

Fuente: Global Trade Atlas. Elaboración: PromPerú

Los principales productos exportados por Canadá en 2012 fueron los aceites minerales (US\$ 116 billones), automóviles y demás vehículos terrestres (US\$ 61 billones) y máquinas, reactores nucleares y aparatos mecánicos (US\$ 33 billones). Los tres principales destinos para sus exportaciones son Estados Unidos (74%), Reino Unido (4%), China (3%)<sup>2</sup>. 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%)<sup>3</sup>.

A continuación se presentan los principales productos importados, por capítulos, de Canadá al mundo

Canadá: principales productos importados a nivel mundial (miles de millones de US\$)								
Capítulo	Descripción	2008	2009	2010	2011	2012	Var.% prom	Var.% 12/11
87	Vehículos, automóviles, tractores y demás vehículos terrestres	60	43	59	64	71	3.5	10.1
84	Máquinas y reactores nucleares	60	46	55	64	68	2.4	5.0
27	Combustibles minerales y aceites minerales	51	30	40	53	51	0.3	-3.4
85	Máquinas y material eléctrico	40	34	41	45	45	2.6	-0.2
71	Perlas finas y piedras preciosas	9	8	13	18	15	12.4	-13.1
90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía y cinematografía	11	10	11	13	13	4.2	6.8
30	Productos farmacéuticos	11	12	12	12	12	2.8	-1.6
73	Manufacturas de fundición de hierro o de acero	10	7	9	11	12	3.7	10.3
94	Muebles y mobiliario médicoquirúrgico	8	6	8	8	9	2.9	9.5
72	Hierro y acero fundido	9	5	7	9	9	-0.6	-0.9
	Resto	142	119	137	153	156	2.0	2.4
	<b>TOTAL</b>	<b>409</b>	<b>321</b>	<b>392</b>	<b>451</b>	<b>462</b>	<b>2.5</b>	<b>2.6</b>

Fuente: TradeMap

Elaboración: PromPerú

#### 4.1.2. Intercambio comercial de servicios

De acuerdo, a las últimas cifras oficiales de 2011, las exportaciones de servicios de Canadá aumentaron 10.1% con respecto al 2010. Por su parte, las importaciones crecieron por encima que las exportaciones (10.9%).

Los principales servicios exportados son los servicios empresariales (US\$ 21 billones) y los principales servicios importados son viajes (US\$ 33 billones) y transportes (US\$ 23 billones).

<sup>2</sup>Fuente: TradeMap<sup>3</sup> Fuente: Global Trade Atlas.

Cuadro N° 03

Intercambio Comercial de servicios (miles de millones de US\$)							
Indicadores	2007	2008	2009	2010	2011	Var. % Prom	Var % 12/11
Exportaciones	65	68	60	69	76	3.2	10.1
Importaciones	82	88	79	91	101	4.2	10.9
Balanza Comercial	-17	-20	-19	-22	-25	-	-
Intercambio Comercial	147	156	139	160	177	3.8	10.5

Fuente: TradeMap. Elaboración: PromPerú

#### 4.2 Intercambio comercial Perú-Canadá

Los principales productos que Perú demanda a Canadá son trigo (US\$ 136 millones), máquinas y material eléctrico (US\$ 70 millones) y lentejas (US\$ 22 millones). De acuerdo al cuadro N° 04, 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

Cuadro N° 04

Balanza Comercial Perú-Canadá (miles de millones de US\$)							
Indicadores	2008	2009	2010	2011	2012	Var. % Prom	Var % 12/11
Exportaciones	1,950	2,311	3,329	4,232	3,445	12.1	-18.6
Importaciones	387	377	648	640	549	7.2	-14.2
Balanza Comercial	1,562	1,934	2,681	3,591	2,896	-	-
Intercambio Comercial	2,337	2,688	3,978	4,872	3,995	11.3	-18.0

Fuente: SUNAT. Elaboración: PromPerú

superavitaria por 5 años consecutivos.

Analizando las exportaciones por sectores económicos, se observa que las exportaciones del sector tradicional retrocedieron 19.2% en el último año. Este descenso se debe a menores exportaciones de oro (-15.2%) que representan el 80% de las exportaciones de dicho sector. El sector pesquero fue el único sector que presentó un avance positivo (44.3%) dentro de las exportaciones tradicionales. Esto se debió al crecimiento de las exportaciones de aceite de pescado en 56.7%.

Las exportaciones no tradicionales incrementaron en 9.0%. 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 N° 05

Exportaciones a Canadá por sectores económicos (millones de US\$)			
SECTOR	2011	2012	Var.% 12/11
<b>TOTAL TRADICIONAL</b>	<b>4,136</b>	<b>3,341</b>	<b>-19.2</b>
<b>MINEROS</b>	<b>3,673</b>	<b>3,221</b>	<b>-12.3</b>
Cobre	22	44	102.3
Plata	18	60	236.7
Plomo	503	459	-8.7
Zinc	9	11	13.8
Oro	3,121	2,647	-15.2
Resto	0.1	0.01	-85.7
<b>PESQUERO</b>	<b>54</b>	<b>77</b>	<b>44.3</b>
Harina de pescado	14	15	8.3
Aceite de pescado	40	63	56.7
<b>PETRÓLEO Y GAS NATURAL</b>	<b>360</b>	<b>6</b>	<b>-98.2</b>
Petróleo derivados	360	6	-98.2
<b>AGRÍCOLAS</b>	<b>48</b>	<b>36</b>	<b>-25.1</b>
Café	48	36	-25.2
Resto	0.1	0.1	60.0
<b>TOTAL NO TRADICIONAL</b>	<b>96</b>	<b>105</b>	<b>9.0</b>
Agropecuario	55	57	3.5
Textil	20	24	20.0
Pesquero	9	8	-6.6
Químico	2	3	66.8
Metal-Mecánico	4	6	24.1
Sidero metalúrgico	2	3	65.8
Minería no metálica	1	1	-43.1
Maderas y papeles	2	1	-32.6
Varios (inc. joyería)	1	2	62.3
<b>TOTAL</b>	<b>4,232</b>	<b>3,445</b>	<b>-18.6</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PromPerú

.En el cuadro N° 06 se observa los principales productos NT exportados a Canadá. Entre los más dinámicos en los últimos 5 años destacan las uvas frescas, con un valor exportado en 2012 de US\$ 6 millones, las barras de cobre refinado (US\$ 2 millones) y las conchas de abanico (US\$ 2 millones). En 2012, el principal producto NT exportado a Canadá fueron las mandarinas frescas (US\$ 11 millones) con un incremento de

Cuadro N° 06

Principales productos NT exportados a Canadá (millones de US\$)								
Partida	Descripción	2008	2009	2010	2011	2012	Var.% prom.	Var.% 12/11
0805201000	Mandarinas frescas	4	5	6	8	11	20.3	35.1
0806100000	Uvas frescas	1	1	3	6	6	42.9	-11.3
6109100031	T-shirt de algodón para hombre o mujer	2	2	3	3	5	21.2	64.1
0804502000	Mangos frescos	3	1	3	4	5	12.7	15.4
0804400000	Paltas frescas	1	3	2	6	3	30.6	-42.0
0709200000	Espárragos frescos	1	1	1	3	3	31.6	-7.7
0811909100	Mango congelado	1	1	2	2	3	14.3	7.1
2005600000	Espárragos en conserva	2	2	1	2	2	9.3	50.0
7407100000	Barras de cobre refinado	0	0	1	1	2	47.0	111.9
0710801000	Espárrago congelado	0	0	1	1	2	66.4	46.6
0307291000	Conchas de abanico	0	0	0.4	3	2	103.2	-33.5
	Resto	38	43	44	57	62	10.5	8.5
	<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>58</b>	<b>69</b>	<b>96</b>	<b>105</b>	<b>14.9</b>	<b>9.0</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PromPerú

35.1% con respecto al 2011.

## 5. Acceso a mercados

### 5.1 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° 07.

Cuadro N° 07

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° 08, 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° 08

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° 09, los principales productos de la línea de joyería tienen un arancel de 0%, al igual que Estados Unidos. Los principales competidores son Tailandia, China, Estados Unidos e India.

Cuadro N° 09

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

## 5.2 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.

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 sectores son básicamente las industrias del trigo, la cebada, las carnes de bovino y los quesos<sup>5</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).

### 5.3 Propiedad Intelectual y Propiedad Industrial<sup>6</sup>

#### Patentes

El sistema canadiense de registro de patentes está basado en la primacía de la solicitud. En caso de haber dos o más solicitudes para patentar el mismo invento o proceso, la patente se otorgará al primero que haya solicitado la tramitación de la misma

La patente sólo puede ser solicitada por el inventor de la misma o por sus representantes legales. Cuando el solicitante sea un no residente, tendrá que designar un representante, persona jurídica o física, con residencia en Canadá. De acuerdo con las cláusulas del Convenio de París, toda patente ya registrada por un fabricante en su país, si éste es signatario del Convenio, puede servir para tramitar la inscripción en Canadá dentro de los doce meses siguientes a la solicitud de registro en el país de origen. El período de disfrute para las patentes nuevas es de 20 años, y de momento no existe la posibilidad de obtener una extensión del plazo, como sucede en la Unión Europea, EE.UU. o Japón, en donde la extensión se concede en determinados casos para alargar la vida efectiva de la patente.<sup>7</sup>

#### Copyright

El *Copyright Act* establece que el Copyright caduca 50 años después de la muerte del autor. Siempre se atribuye la propiedad de una obra a su autor, salvo si la obra fue creada dentro del marco de una relación laboral. En ese caso, quien es dueño de la obra es la parte contratante. El autor goza automáticamente de la protección Copyright si es ciudadano canadiense, residente canadiense, o ciudadano o residente de alguno de los países que han suscrito la Convención Copyright de Berna, la Convención Universal del Copyright, la Convención de Roma o la Organización Mundial de Comercio (OMC). Por tanto, en general no es necesario registrar las obras, aunque puede resultar útil en caso de que surja alguna querrela sobre la propiedad de un

---

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

<sup>5</sup> [www.adexdatatrade.com](http://www.adexdatatrade.com)

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

<sup>6</sup> Para mayor información <http://www.cipo.ic.gc.ca>

<sup>7</sup> ICEX

escrito. Las publicaciones tampoco requieren ser estampadas para preservar los derechos de autor, pero es costumbre ponerles el símbolo © junto al nombre del propietario y el año de la primera imprenta.

#### **Marca Registrada (“Trademark”)**

Respecto a las marcas registradas, el *Trade Marks Act* establece que el registro de una marca otorga al titular de la misma la exclusividad del uso de la misma por 15 años, prorrogables por períodos de 15 años, indefinidamente. Se desautorizan ciertas marcas en el área de los negocios, las banderas nacionales inclusive. Los requisitos para registrar una marca son los siguientes:

- La marca está en uso en Canadá.
- La marca es conocida en Canadá.
- La marca está registrada en el país de origen del titular y está en uso en cualquier otro país, o se prevé su uso en Canadá. El derecho sobre una marca está asegurado desde el momento que se adopta una marca, lo cual se da por hecho en el momento que se usa la marca o se deposita una solicitud de registro de la misma, o se da a conocer en Canadá.

#### **5.4 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 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%).

---

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

## 6. 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.

## 7. Oportunidades comerciales

### 7.1 Oportunidades en la línea de editoriales

Un estudio llevado a cabo por las bibliotecas canadienses indica que el uso de libros electrónicos está creciendo rápidamente, y que su adopción en las bibliotecas es aún lenta. Existe en Canadá una etapa de exploración de oportunidades para distribuir libros de manera electrónica. Actualmente, los editores canadienses utilizan principalmente proveedores con sede en Estados Unidos para distribuir sus libros electrónicos a las bibliotecas de Canadá.

Por otro lado, el uso de libros de manera física es todavía demandado por los estudiantes de escuela y universidades. Una condición importante para la entrada de libros al mercado canadiense es que deben estar escritos en francés o inglés. En los últimos años, debido al mayor ingreso de hispanos, también se ha comenzado a demandar libros en español. El precio promedio de un libro en Canadá oscila entre CAD 20 (US\$ 19.5) y CAD 30 (US\$ 29).

### 7.2 Oportunidades en la línea de software

Dentro de la línea de software, existe una oportunidad importante para la industria de videojuegos, en particular los juegos de los celulares. La demanda de celulares, así como *tablets*, está en aumento en Canadá.

Por otro lado, Canadá no sólo apuesta al entretenimiento sino también a la aplicación digital en programas de educación, entrenamiento, simulaciones médicas, aplicaciones de negocios, web marketing, e-learning, entre otras. Esto debido a una política gubernamental que busca fortalecer el sector de animación digital en Canadá así como también los demás sectores de través de aplicaciones digitales.

### 7.3 Oportunidades en la línea de servicios de arquitectura

El sector privado empresarial canadiense es el principal cliente de las empresas de arquitectura, ingeniería y construcción en Canadá. Las empresas de arquitectura e ingeniería canadienses tienden a ser bastante conservadoras y prefieren hacer negocios con otras empresas de la región con las que ya han mantenido algún contacto comercial previo.

Sólo están dispuestas a relacionarse con empresas ajenas a su entorno, si se les ofrece innovación o algún producto del que ellos no disponen. En cuanto a diferencias territoriales, las empresas que se encuentran en las grandes ciudades como Toronto o Montreal tienden a ser más emprendedoras y tienen más presencia en los mercados internacionales<sup>9</sup>.

En Canadá existen grandes proyectos no sólo para este año sino también para los años siguientes. En 2010 y 2011, Montreal alcanzó récords de proyectos nunca antes experimentados desde 1976. Para el caso de los apartamentos, por ejemplo, los chinos y los árabes son los que más demanda estos servicios.

Para el 2013, se tienen los siguientes proyectos<sup>10</sup>:

- Puentes: Nuevo puente para el St. Lawrence.
- Puertos: Puerto Mann
- Aeropuertos: Aeropuerto internacional Calgary, Aeropuerto internacional de Vancouver
- Carretera: Turcot (en Quebec), la ruta Windsor-Essex (en Ontario)

### 7.4 Oportunidades en la línea de logística

Uno de los retos internos a los que se deben enfrentar los diversos actores del mercado es el envejecimiento de las infraestructuras (principalmente en el sector ferroviario). Los retos externos estarían encabezados, en cambio, por la creciente competencia de las empresas pertenecientes a economías en desarrollo.

Sin embargo, el mercado del transporte y la logística en Canadá se encuentra bastante liberalizado. Las barreras de entrada son altas, debido a que se trata de un sector maduro, donde no abundan las nuevas oportunidades (tanto en transporte, como en almacenamiento como en tecnologías de la información aplicadas a logística).

A continuación se presenta los tiempos promedios del puerto del Callao a los principales puertos de Canadá (vía marítima)

- Puerto de Vancouver: 29 días 9 horas.
- Puerto de Toronto: 29 días 16 horas
- Puerto de St. Lawrence: 28 días 13 horas
- Puerto de Montreal: 28 días 19 horas

### 7.5 Oportunidades en la línea de franquicias

Canadá se ha convertido en uno de los paraísos de la franquicia. Casi la mitad de los comercios minoristas que se abren en la actualidad son empresas franquiciadas. Esto ha generado que Canadá se mantenga a la vanguardia en este tipo de sistemas de comercialización.

---

<sup>9</sup> ICEX 2012

<sup>10</sup> <http://top100projects.ca>

Además del sólido entorno económico actual, Canadá tiene un marco jurídico muy atractivo para las franquicias extranjeras. Con más de 78.000 franquicias en Canadá, esta industria representa el 10% del producto interior bruto, generando más de 90.000 millones de dólares en ventas cada año y empleando a más de un millón de canadienses<sup>11</sup>.

La franquicia en Canadá cuenta con el apoyo de Canadian Franchise Association, (Asociación canadiense de la franquicia, CFA), que representa más de 400 redes. Su objetivo es promover y dar un impulso a una franquicia ética en Canadá. Por otro lado, en caso de que surjan controversias entre el franquiciador y los franquiciados, los implicados pueden dirigirse al Ombudsman, un organismo independiente y neutral que provee de consejos y ayuda. Este organismo, promovido por la CFA y fundado gracias a las donaciones de la Comunidad de la Franquicia, ofrece servicios gratuitos.

Existen, además, dos citas claves para la franquicia canadiense, el Franchise Show, que tiene lugar dos veces al año, en febrero y en octubre y representa el lugar ideal para los emprendedores que comienzan la búsqueda de una franquicia y en los que se celebran numerosos seminarios y conferencias.

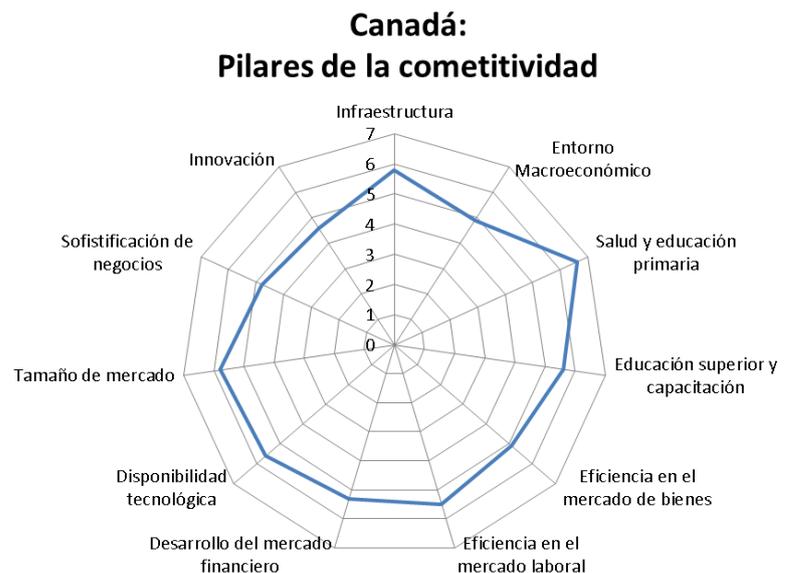
El 64% de las franquicias peruanas corresponden al rubro de la gastronomía. En este sentido, la única empresa gastronómica peruana que tienen interés por el mercado canadiense es el restaurant: Las Brujas de Cachiche.

### 8. Nivel de competitividad

De acuerdo al índice de competitividad, Canadá esta ubicado en el puesto número 14. El PBI de Canadá es aproximadamente el 2% del PBI mundial y su población se estima en 36 millones de habitantes.

Los factores que hacen que este país sea más competitivo son el tamaño de mercado, la infraestructura, la salud y educación primaria, principalmente. Sin embargo, el entorno macroeconómico desfavorece su competitividad.

Por otro lado, los factores más problemáticos para hacer negocios en Canadá son la ineficiencia de la burocracia gubernamental y la insuficiencia de la incapacidad por innovar.



Fuente: *The Global Competitiveness Report 2012-2013*  
Elaboración: PromPerú

<sup>11</sup> Canadian Franchise Association (CFA).

**9. Tendencia en consumo y servicio****8.1. Consumo en Canadá por línea de producto**

En 2012, el mayor gasto de total privado se destinó principalmente a vivienda (US\$ 238 mil / +4.1%) y transporte (US\$ 137 mil / + 2.6%). El gasto total en 2012 se incrementó 3.0% y se espera que para el 2013 el gasto aumente a 3.3%. Este último crecimiento se debe al repunte del gasto en las categorías de productos de salud y servicios médicos, con un crecimiento esperado de 4.9%, y el gasto en comunicaciones (4.5%).

<b>Consumo en Canadá (miles de US\$)</b>					
<b>Categoría</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013 *</b>
Vivienda	207	216	228	238	247
Transporte	116	126	130	133	137
Bienes y servicios varios	109	115	120	124	129
Recreación y ocio	86	89	93	96	99
Alimentos y bebidas no alcohólicas	84	87	91	94	96
Hoteles y catering	59	62	64	66	68
Artículos y servicios para el hogar	55	56	59	60	62
Productos de salud y servicios médicos	41	43	46	48	51
Ropa y Calzado	38	40	40	40	41
Bebidas alcohólicas y tabaco	31	32	33	33	33
Comunicaciones	21	22	23	24	25
Educación	12	13	13	14	14
<b>Consumo privado</b>	<b>858</b>	<b>900</b>	<b>940</b>	<b>969</b>	<b>1,001</b>

Fuente: Euromonitor

Elaboración: PromPerú

(\*) Estimación

**8.2. Tendencia en servicios**

El mercado de software de juegos en Canadá ha experimentado un gran crecimiento durante los últimos años, se prevé una desaceleración en el próximo lustro. En animación digital Canadá posee una excelente reputación y ocupa el puesto número 3 luego de E.E.U.U. y Japón en materia de video Juegos. Existe gran oportunidad para la animación digital en juegos de consola puesto que el tamaño de este mercado representa un 90,3% del software de juegos.

Otro nicho potencial de crecimiento lo representan los juegos en los dispositivos móviles cuya demanda está en aumento. Por otro lado Canadá no sólo le apuesta al entretenimiento sino también a la aplicación digital en programas de educación, entrenamiento, simulaciones médicas, aplicaciones de negocios, web marketing, e-learning, entre otras. Esto debido a una política gubernamental que busca fortalecer el sector de animación digital en Canadá así como también los demás sectores de través de aplicaciones digitales.

Con respecto al sector de servicios de arquitectura, la tendencia se concentrará más en la renovación de edificios existentes, que en el diseño y construcción de nuevos edificios. Así mismo, los edificios con energía NetZero (autosuficientes en energía) serán cada vez más comunes en el sector residencial y comercial. La utilización de la energía solar en la construcción seguirá creciendo, gracias a las normas estatales cada vez más agresivas que estimulan los planes de energía renovable para el año 2020.

## 10. 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.

## 11. 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>

Asociacion Importadores Canadienses

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

Acuerdos Comerciales de Mincetur

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