

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Oportunidades Comerciales

Canadá



Tabla de Contenido

- 1. Datos generales 3
- 2. Indicadores Macroeconómicos 3
- 3. Exportaciones Perú - Canadá (FOB US\$ millones)..... 3
- 4. Preferencias obtenidas en Acuerdos Comerciales 3
- 5. Oportunidades Comerciales 3
- 6. Tendencias del Consumidor 6
- 7. OCEX 6

Canadá

1. Datos generales

Nombre oficial	Canadá
Capital	Ottawa
Idioma	Inglés y francés
Moneda	Dólar canadiense
Población (2016)	36 millones

Fuente: World FactBook Elaboración: Promperú

2. Indicadores Macroeconómicos

Año	2014	2015	2016*
Crecimiento PBI (%)	2,4%	1,0%	1,7%
PBI Per cápita (US\$)	44 967	45 489	46 388
Tasa de Inflación (%)	1,9%	1,0%	1,6%

Fuente: FMI Elaboración: Promperú / Nota: *Proyectado

3. Exportaciones Perú – Canadá (FOB US\$ millones)

Sector	2011	2012	2013	2014	2015	Var.% 15/14	TCP. % 15/11
Tradicional	1	3	3	8	14	72,7	81,9
No Tradicional	17	23	20	22	23	1,2	7,0
Total	19	26	23	31	37	20,2	18,5

Fuente: SUNAT / Elaboración: Promperú

4. Preferencias obtenidas en Acuerdos Comerciales

- Tratado de Libre Comercio Perú – Canadá (Vigente): En el marco del ACE N°08, puesto en funcionamiento desde febrero de 2012, México ofrecer acceso preferencial a más de 12 mil productos. De esta forma, productos de alto interés para el Perú, como langostinos, flores, conservas de pescado, galletas, dulces y vinos, ingresan el mercado mexicano libres de pago de arancel. Así también, algunas exportaciones peruanas del rubro textil y confecciones, cuya tasa aplicable era de 15% antes de la entrada en vigencia del acuerdo, pueden ingresar exentas de aranceles a México.

- Acuerdo de Asociación Transpacífico – TPP (Por entrar en vigencia): Perú y Canadá son partes firmantes del TPP, el cual permitirá un relacionamiento preferencial entre doce economías de la cuenca del Pacífico. Para mayor información acerca de la desgravación arancelaria aplicada por Canadá a productos originarios de países TPP visitar: [Lista para exportar a Canadá.](#)

5. Oportunidades Comerciales ¹

¹ A través de la metodología CEPAL (Comisión Económica para América Latina) se ha podido identificar oportunidades para productos clasificados en dos grandes grupos: "Estrella" y "Prometedor". En primer lugar, los productos "Estrella" hacen referencia a aquellos que han mostrado un fuerte dinamismo en sus compras de los últimos cinco años y que cuentan con una participación destacable sobre las importaciones totales. En otras palabras, son aquellos productos que mayor potencial de éxito tienen en la actualidad en el mercado de destino. En segundo lugar, se encuentran los productos "Prometedores", cuyas importaciones crecen a tasas superiores al promedio pero que aún no tienen una participación relevante sobre las compras totales. Estos productos son los que mejores perspectivas de éxito tienen a futuro de mantenerse la tendencia y que podrían ser aprovechados por los exportadores nacionales.

Alimentos

RK	Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 Millones de US\$	Arancel Perú	Participación Proveedor
1	'070960	Pimientos del género capsicum frescos	Estrella	236	0%	México - 57% EEUU - 27%
2	'080520	Mandarinas, clementinas e híbridos similares, frescos	Estrella	207	0%	Marruecos - 41% EEUU - 16%
3	'200899	Frutas preparadas o en conserva, al natural o en almíbar	Estrella	169	0%	EEUU - 45% México - 11%
4	'080440	Paltas frescas	Estrella	156	0%	México - 89% EEUU - 7%
5	'080550	Limas y limones frescos	Estrella	115	0%	EEUU - 42% México - 23%
6	'200599	Demás hortalizas preparadas o conservadas	Estrella	115	0%	EEUU - 58% España - 6%
7	'200799	Compotas, jaleas, mermeladas, purés y pastas de frutas	Estrella	89	0%	EEUU - 73% Francia - 7%
8	'081110	Fresas congeladas	Prometedor	53	0%	México - 46% EEUU - 18%
9	'071333	Alubia común, seca y/o desvainada	Prometedor	39	0%	EEUU - 90% China - 5%
10	'070320	Ajos frescos	Prometedor	33	0%	China - 59% EEUU - 24%

Fuente: Trademap Elaboración: Promperú

Vestimenta y Decoración

RK	Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 Millones de US\$	Arancel Perú	Participación Proveedor
1	'611030	Suéteres, jerséis, cardiganes y similares de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	638	0%	China - 47% Camboya - 12%
2	'621210	Sostenes	Estrella	231	0%	China - 57% Sri Lanka - 7%
3	'620640	Camisas y blusas de fibras sintéticas o artificiales	Estrella	166	0%	China - 58% India - 9%
4	'611011	Suéteres, jerséis, cardiganes y similares, de punto, de lana o pelo fino	Estrella	79	0%	China - 62% Italia - 13%

5	'610821	Bragas de punto de algodón para mujeres o niñas	Estrella	66	0%	Bangladesh - 23% Sri Lanka - 20%
6	'621600	Guantes y similares	Prometedor	58	0%	China - 76% Vietnam - 12%
7	'610832	Camisas y pijamas de fibras sintéticas o artificiales	Prometedor	57	0%	China - 54% Camboya - 28%
8	'620331	Chaquetas de lana o pelo fino, para hombres o niños	Prometedor	42	0%	China - 20% Italia - 20%
9	'611710	Chales, pañuelos para el cuello, pasamontañas, bufandas y mantillas	Prometedor	35	0%	China - 82% Indonesia - 5%
10	'621420	Chales, pañuelos para el cuello y bufandas de lana o pelo fino	Prometedor	19	0%	India - 27% Italia - 22%

Fuente: Trademap Elaboración: Promperú

Manufacturas Diversas

RK	Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 Millones de US\$	Arancel Perú	Participación Proveedor
1	'870899	Demás partes y accesorios de vehículos automóviles	Estrella	3 665	0%	EEUU - 64% Japón - 14%
2	'848180	Artículos de grifería y órganos similares	Estrella	2 239	0%	EEUU - 54% China - 15%
3	'848340	Engranajes y ruedas de fricción, excepto las simple ruedas dentadas	Estrella	1 685	0%	EEUU - 43% Japón - 40%
4	'401120	Neumáticos nuevos de caucho del tipo utilizado en autobuses y camiones	Estrella	970	0%	EEUU - 52% China - 17%
5	'732690	Demás manufacturas de hierro o acero	Estrella	949	0%	EEUU - 58% China - 20%
6	'841370	Demás bombas centrífugas	Estrella	505	0%	EEUU - 60% Italia - 7%
7	'392321	Sacos, bolsas y cucuruchos de polímeros de etileno	Estrella	442	0%	EEUU - 66% China - 25%
8	'392410	Vajilla y demás artículos para el servicio de mesa de plástico	Estrella	395	0%	China - 49% EEUU - 38%
9	'701090	Bombonas, damajuanas, botellas, frascos y envases tubulares, de vidrio	Prometedor	311	0%	EEUU - 58% China - 17%
10	'392020	Placas, hojas, películas, bandas y láminas de polímeros de propileno	Prometedor	281	0%	EEUU - 77% México - 5%

Fuente: Trademap Elaboración: Promperú

6. Tendencias del consumidor

- ✓ INCREMENTO DE LOS NIVELES DE INGRESOS Y GASTOS. Los niveles de ingresos y gastos en Canadá aumentaron a un ritmo superior al promedio mostrado por los países del OECD durante el periodo 2009 – 2014 como consecuencia de la recuperación económica. Es así que los ingresos anuales disponibles por hogar alcanzaron US\$ 74 126 al cierre de 2015.
- ✓ LA CONSCIENCIA POR EL CUIDADO DE LA SALUD SIGUE CRECIENDO ENTRE LOS CONSUMIDORES. Los consumidores canadienses han comenzado a demandar fuertemente una gama más amplia de productos naturales, libres de ingredientes artificiales y de alérgenos. En respuesta, los principales fabricantes han comenzado a introducir nuevos insumos funcionales buscando así fortalecer sus ofertas para atender necesidades específicas de sus consumidores, ello explica la popularidad adquirida por los “superjugos” elaborados a base de frutas exóticas como granada, mango, papaya, guayaba y lichi, así como el éxito en ventas que vienen mostrando los granos ancestrales como la quinua, la chía y el trigo sarraceno.
- ✓ LA DEMANDA DE PRODUCTOS ARTESANALES Y/O GOURMET OFRECE OPORTUNIDADES PARA MARCAS PEQUEÑAS. La demanda de productos artesanales y/o de especialidad (specialties) con un enfoque natural ha propiciado la innovación en diversas categorías de consumo. Es así que productos relativamente nuevos como los jugos naturales endulzados con edulcorante, la comida orgánica para bebés, las mermeladas elaboradas a base de frutas exóticas, los chocolates funcionales, entre otros están teniendo importante acogida en este mercado.
- ✓ LAS TIENDAS DE DESCUENTO (DISCOUNTERS) SE VUELVEN POPULARES. En los últimos años, los consumidores canadienses han comenzado a preocuparse más por el factor precio al momento de compra lo cual se ha visto reflejado en una masificación de las tiendas de descuento e hipermercados, las cuales ofrecen mejores ofertas y promociones en relación a los supermercados convencionales. Es así que marcas como Walmart Supercenter y The Real Superstore han logrado expandirse agresivamente en 2015.
- ✓ CANADÁ DEMANDA PROTEÍNAS DE CALIDAD. Los consumidores canadienses ponen cada vez mayor interés en su nutrición, lo cual se verá reflejado en un sólido desempeño de las ventas de pescados y mariscos procesados, las cuales se incrementarán en más de 8% para el periodo 2015 – 2020. Asimismo, las certificaciones de pesca sostenible se están convirtiendo en un motivador de compra importante.
- ✓ MODA DEPORTIVA – CASUAL Y FAST FASHION EXPLICAN EL DINAMISMO DEL MERCADO. Las ventas de prendas de vestir en Canadá se mantuvo estable en 2015, experimentando un crecimiento moderado impulsado por el entusiasmo de los consumidores como consecuencia de la recuperación económica y los cambios en la dinámica del mercado que ha aumentado la competencia entre los minoristas. El consumidor medio canadiense de hoy es más sensible a las tendencias de moda, lo cual se ve reflejado en un alejamiento de los patrones tradicionales y una mayor preferencia por prendas deportivas trendy, denominadas comúnmente “athleisure” .

7. OCEX

Oficina Comercial de Perú - Consejero	José Luis Peroni Cantuarias
Dirección	10 St. Mary St., Suite 202, Toronto, Ontario, Canadá
E-Mail	jperoni@mincetur.gob.pe