



EL VALOR DE LOS ENVÍOS CRECIÓ EN PROMEDIO 25% ENTRE EL 2013 Y 2015

SECTOR NO TRADICIONAL PERUANO CON OPORTUNIDADES EN MERCADO CANADIENSE

Los principales productos de exportación del sector no tradicional se concentran en frutas y hortalizas.



Dr. Carlos Posada
Director ejecutivo
Instituto de Investigación y
Desarrollo de Comercio Exterior
Cámara de Comercio
cposada@camaralima.org.pe

E

l mercado canadiense ha mostrado ser una de las plazas más importantes para nuestras exportaciones, principalmente para las no tradicionales. Así, conforme se puede apreciar (cuadro N°1), las exportaciones no tradicionales han mostrado un promedio de crecimiento interanual del orden del 25% en cuanto al valor y de un 18%

respecto al volumen en el periodo 2013-2015.

Entre los 10 primeros productos no tradicionales que el Perú exporta al mundo se encuentran principalmente las uvas frescas, los espárragos frescos o refrigerados, los fosfatos de calcio naturales, las paltas, mangos, cacao crudo, entre otros, que registran



consumidor canadiense y los medios usuales de ingreso y transporte, utilizando como fuente la publicación del Trade Facilitation Office Canada, "Manual para exportar a Canadá 2015".

Canadá es un país fuertemente dependiente de las importaciones. Para finales del año 2014, las importaciones alcanzaron los CAD\$511.000 millones, posicionándolo en el puesto 13 de los mercados de importación en el mundo. Debido a su gran diversidad étnica, las importaciones que ingresan a dicho mercado corresponden a lo que se suele exportar a los continentes asiático, europeo y americano. Esto, combinado con la política de apertura comercial que rige en dicho mercado (ha suscrito acuerdos comerciales con 43 países, que representan la mitad de la economía mundial), hace que se deba tener muy en cuenta dicho mercado, máxime si tomamos en cuenta su política de acceso a países en desarrollo, con el otorgamiento de acceso libre al mercado y contingentes para los países menos desarrollados.

El mercado minorista canadiense ha sido responsable

Cuadro 1 EXPORTACIONES PERUANAS A CANADÁ (PERIODO 2013 AL 2015)

Año	Número de partidas	Número de empresas	Valor FOB U\$D	Peso neto Kg.
2013	844	520	132'363.641	47'804.417
2014	751	527	177'725.692	64'767.855
2015	788	533	205'320.754	65'313.956

Fuente: Sunat

Elaboración: Idexcam

del movimiento de más de CAD\$505.000 millones, de los cuales al menos CAD\$111.000 millones corresponden a la venta de alimentos y bebidas.

Siguiendo la tendencia de consumo de los grupos etarios canadiense, podemos señalar que:

- Los millenials (cuyas edades fluctúan entre los 18 y 34 años) buscan precio, comodidad, tendencias, respetuosos del medio ambiente, comercio justo;
- Los Baby Boomers (cuyas edades fluctúan entre los 50 y 69 años), consumidores dominantes el día de hoy, buscan calidad, nicho/especialidad orgánicos, ingredientes naturales; y,
- Los de la Tercera Edad

(mayores de 65 años) buscan salud, comodidad, seguridad y facilidad de uso.

En cuanto al consumo de alimentos, un alto porcentaje de canadienses buscan alimentos saludables y están dispuestos a pagar más por alimentos que le den beneficio a su salud (aproximadamente el 41%). En tal sentido, la información nutricional de los alimentos es un punto altamente exigido, existiendo regulaciones que exigen detalles sobre el contenido de los alimentos, tanto en idioma inglés como francés si los productos están destinados a Quebec. Otro hecho a resaltar es que debido a que las familias canadienses tienden a ser más pequeñas, los alimentos que compran están

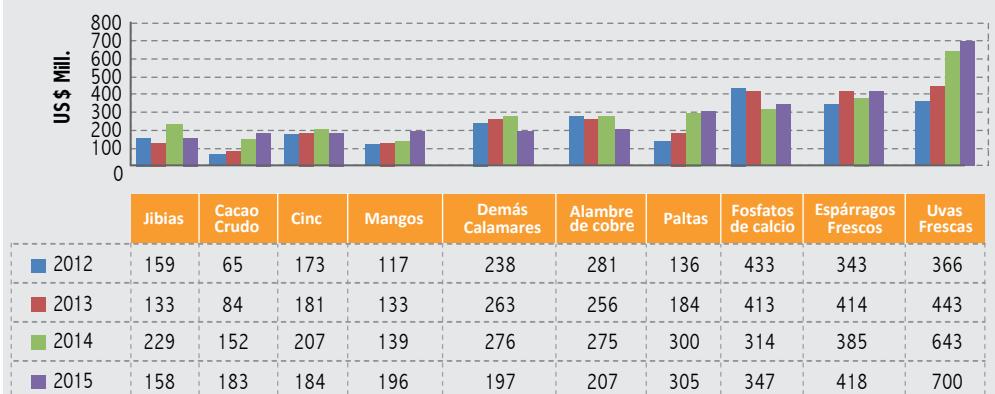
crecimientos variados entre los años 2012 y 2015. (Ver Cuadro N°2).

Y de estos productos, al menos tres de ellos se encuentran en la lista de los 10 primeros productos exportados por el Perú con destino a Canadá (ver cuadro N°3) y, observando los valores exportados, en cinco de ellos verificamos una evolución positiva desde el año 2012.

Esto nos permite afirmar que el mercado canadiense resulta ser una plaza con capacidad para absorber una mayor oferta de nuestros productos no tradicionales, a pesar de la distancia y la natural forma de abastecimiento vía los brókeres en Estados Unidos.

Sobre el particular, se analizaron las condiciones de ingreso de productos no tradicionales, con énfasis en las características del

Cuadro 2 EXPORTACIONES TOTALES DE PERÚ (PARTIDAS SELECCIONADAS - US\$ MILL.)



Fuente: Sunat

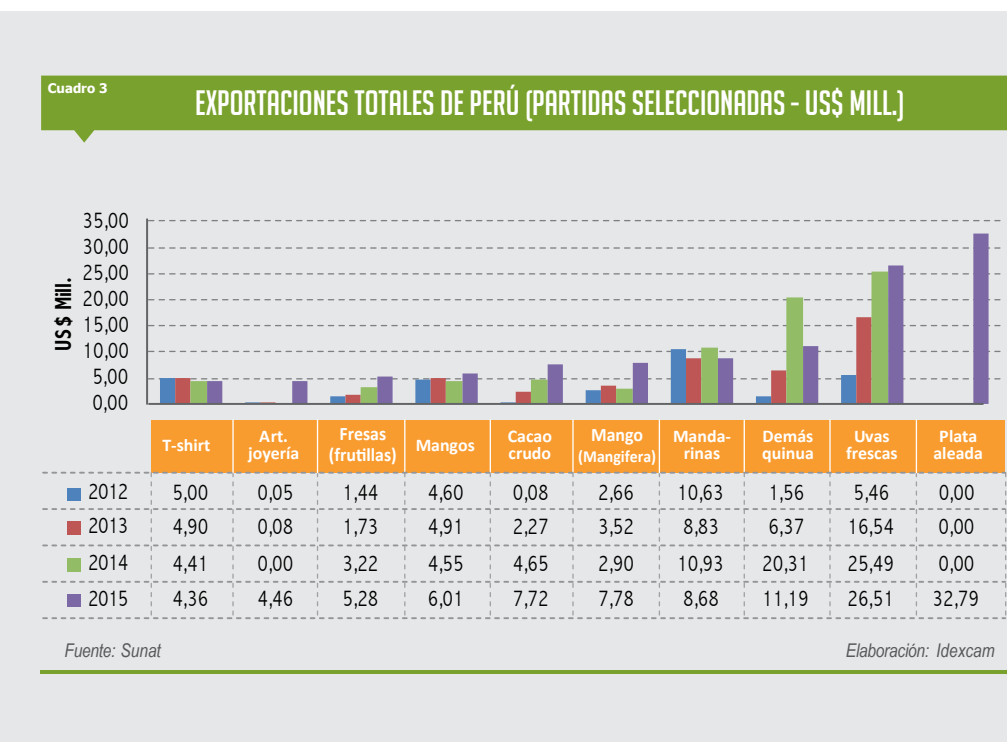
Elaboración: Idexcam

en empaques individuales y cada vez más los alimentos preparados.

Es de destacar que el mercado canadiense es altamente ecológico y orgánico, buscando el balance entre alimentación saludable y producción menos dañina al planeta; dispuesto a pagar más por productos obtenidos de manera responsable y ética.

Aunado a ello, los exportadores deben estar en la disposición de demostrar a sus potenciales compradores que los productos o servicios que ofrecen a dicho mercado son producidos con responsabilidad social y ambiental, incluyendo el impacto ambiental de su producción, y los derechos de salud y seguridad de los trabajadores. Además de cumplir con las leyes y reglamentos canadienses para el ingreso de los productos a dicho mercado, los exportadores pueden además obtener otras certificaciones de terceros. Estas certificaciones voluntarias pueden dar aún más confianza sobre la calidad del producto. Casi un tercio de los consumidores canadienses buscan este tipo de certificaciones en los productos.

Sin embargo, son consumidores acostumbrados a hacer compras con presupuestos limitados y dispuestos a buscar el mejor precio, visitando varias tiendas para lograrlo. El sector de alimentos es uno en el que el ofrecimiento de promociones es muy frecuente y esperado por los consumidores. La presencia de grandes cadenas minoristas de descuentos como Food Basics, No Frills, FresCo y Price Chopper, que fomentan las campañas de descuentos en el mercado alimenticio, es un



factor a considerar.

El ingreso de los productos al mercado canadiense puede darse directamente hasta el importador, distribuidor o minorista o bien usando intermediarios (distribuidores, corredores y agentes o casas comerciales).

Las principales puertas de entrada a Canadá son Ontario y Quebec, así como Vancouver en la costa del Pacífico. La mayor parte de los bienes ingresan a Canadá por aire (el país cuenta con 13 aeropuertos internacionales) o por vía marítima (los cuatro puertos principales son Puerto de Halifax, Puerto Montreal, Puerto Príncipe Rupert y Puerto Metro Vancouver) y posteriormente son transportados al interior del país, por vía terrestre o ferroviaria.

La información aquí resumida se puede encontrar en la página web del Trade Facilitation Office de Canadá, www.tfocanada.ca.

Correos Master Courier saluda a la Cámara de Comercio de Lima por sus **128 años** promoviendo el desarrollo de la libre empresa.

▪ Rapidez Seguridad y Garantía en sus envíos ▪

Av. Mariategui 543 - Jesús María
Teléfonos: 7334129 / 7334135 / 2656711
Informes: at.cliente@correosmc.com

CORREOS MASTER COURIER S.A.C.
Miembro de Messageries World's Network