

EXPORTANDO A CANADÁ - NOTICIAS

INFORMACIÓN · ASESORÍA · CONTACTO

EL COMERCIO SI IMPORTA

EN ÉSTE NÚMERO:

1. Bienvenido Mark Mensing
2. TFO Canada: Su socio para la investigación de mercado
3. Acceso a Canadá: Guía para Exportar a Canadá
4. Mercado canadiense de productos Halal
5. El mercado del mueble en Canadá
6. Actividades de TFO Canada
7. Empresa etíope de artículos textiles artesanales finos preserva la cultura y genera empleos



ACCESO A CANADÁ: GUÍA PARA EXPORTAR A CANADÁ

¿Está interesado en exportar a Canadá?

Exportar a un nuevo mercado puede ser abrumador, incluso para empresas con experiencia. Esta guía le ofrece orientaciones detalladas sobre todos los aspectos a tomar en cuenta para exportar a Canadá. En ella encontrará enlaces a información amplia sobre el mercado canadiense, datos comerciales, informes sectoriales, y mucho más para ayudarle a elaborar su plan de entrada al mercado de exportación. *Continúa en la página 3*

PRÓXIMAS WEBINARS

Servicios en línea de TFO Canada

[En Inglés](#) - 29 de octubre 2015 a las 10 h 00 (EDT)

[En español](#) - 26, 2015 at 13 h 00 (EDT)

[En francés](#) - 15 diciembre 2015 a las 8 h 00 (EDT)

www.tfocanada.ca/webinars

Grabaciones de Webinars

- [Grocery Innovations Canada: An Entry into the Canadian Grocery Market](#)
- [Como Exportadores pueden beneficiarse de La Corporación de Solución de Controversias sobre Frutas y Hortalizas \(DRC\) en Canadá](#)

ACCESO A CANADÁ

Mientras miro por la ventana de mi oficina y observo cómo las hojas de los árboles comienzan a cambiar de color – presagiando que la temporada de invierno pronto se nos vendrá encima acá en el hemisferio norte – pienso en el trabajo que TFO Canada ha venido realizando con la entrega de información valiosa para ayudar a nuestros socios con sus estrategias de negocio, como es el caso de uno de nuestros documentos originarios, nuestra “Guía para la Exportación a Canadá”.

Tras un par de años exitosos, decidimos actualizar la Guía y llamarla “Acceso a Canadá: Guía para Exportar a Canadá”. La razón fundamental del cambio de nombre gira en torno a que nuestro interés es suministrar información práctica que sirva tanto a los individuos como a las organizaciones interesadas en acceder al mercado canadiense.

La guía estará disponible en tres idiomas (inglés, francés y español), “Acceso a Canadá” ofrece a los usuarios registrados en nuestro sitio web información sobre diversos temas como las tendencias de consumo canadiense, el mercado y los requisitos de importación, responsabilidad social empresarial, estrategias de entrada al mercado, transporte y logística, así como ideas de planes de entrada al mercado.

Esperamos que esta Guía siga siendo una herramienta útil para los exportadores que exploran oportunidades de exportación a Canadá. ¡Disfrute la lectura!

Steve Tipman

Director Ejecutivo
TFO Canada



BIENVENIDO MARK MENSING

Mark Mensing es el nuevo representante regional de TFO Canada en la provincia de la Columbia Británica. Su función consiste en establecer lazos con los representantes de países clientes de TFO radicados en Vancouver y con importadores de esa provincia para contribuir al desarrollo de relaciones comerciales entre importadores canadienses y exportadores de países en desarrollo.

Mark comenzó su carrera en comercio internacional en el negocio familiar de ventas internacionales con operaciones en Canadá, los EE.UU. y Asia, especializándose principalmente en equipos industriales y materiales de construcción.

Mark trabajó en proyectos de la Agencia Canadiense para el Desarrollo Internacional -ACDI en países en desarrollo y ha facilitado la inversión extranjera directa en países como China, Tailandia, Laos, Vietnam, Filipinas y África Occidental. En 2008, el Sr. Mensing fue reconocido como uno de los 40 profesionales más importantes menores de 40 años en Vancouver.

Mark Mensing
Representante Regional
Columbia Británica



Tel.: 604-685-7823

Cell: 778-895-7823

Email: mark.mensing@tfocanadaca

TFO CANADA: SU SOCIO PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La investigación de mercado es el proceso de recolección de información, análisis y elaboración de informes para ayudar en la toma de decisiones de negocio. TFO Canada ofrece una gama de servicios de información en línea para ayudar a los exportadores a realizar investigaciones de mercado y planificar sus estrategias de entrada al mercado de Canadá.

Usted deberá iniciar una sesión con su cuenta para tener acceso completo a nuestros materiales, incluyendo la edición 2015 de [Acceso a Canadá: Guía para Exportar a Canadá](#), más de [22 estudios de mercado](#) sobre sectores clave canadienses, [presentaciones \(webinars\) grabadas](#), y mucho más.

Ventajas de la investigación de mercado:

- Determinar el potencial importador del mercado para sus productos o servicios
- Identificar a los competidores en el mercado

El dato comercial de Tipman

“Antes de decidir embarcarse en una estrategia exportadora, es importante hacer un trabajo de investigación previa. Hacer un estudio de mercado es esencial para conocer mejor acerca de la cultura, prácticas comerciales, asuntos legales, los competidores, los consumidores y acerca del mercado de importación que existe en Canadá para su producto.”

- Evaluar las oportunidades y riesgos que representa el mercado
- Conocer las normas y prácticas comerciales que caracterizan al mercado



Promoviendo el desarrollo económico sostenible a través de comercio con Canadá
TFO Canada contribuye a que el comercio entre 1,400 exportadores de países en desarrollo, 1,200 instituciones de apoyo al comercio y 1,600 importadores canadienses se haga realidad.



ACCESO A CANADÁ: GUÍA PARA EXPORTAR A CANADÁ

Viene de la página 1

TFO Canada se complace en lanzar la edición 2015 de [Acceso a Canadá: Guía para Exportar a Canadá](#).

Selección de información que ofrece la Guía :

- Canadá es un mercado orientado hacia la importación. Las importaciones alcanzaron su punto más alto en cinco años con \$411 mil millones de dólares en 2014 (con excepción de los minerales), lo que hizo de Canadá el 13er mayor mercado de importación del mundo.
- La inmigración está impulsando un mercado étnico en apogeo y una mayor diversidad de preferencias entre los consumidores. Los minoristas están luchando para satisfacer esta demanda, lo que apunta a mayores oportunidades para los productos importados.
- Canadá ofrece acceso a mercados libre de derechos y exentos de cuotas a los países menos desarrollados así como tasas arancelarias más bajas de lo normal a más de 100 países en desarrollo.

mercados de consumo de Canadá ayuda al exportador a orientar mejor sus productos en este país.

CONOZCA LA VÍA PARA LLEGAR AL MERCADO

La segunda parte de la Guía ofrece información, asesoramiento y contactos necesarios para poder hacer llegar sus productos al mercado canadiense. ¿Qué estrategias de entrada al mercado le darán una ventaja competitiva? ¿Cómo buscar compradores? ¿Qué regulaciones de importación deberá tener en cuenta? Conozca lo que los compradores canadienses buscan, cómo evitar errores comunes, y tome consejos que le ayudarán a conseguir contratos de suministro duraderos. Reduzca los riesgos de incumplimiento mediante un mejor conocimiento de las normas medioambientales y de las regulaciones de inspección fronteriza de Canadá. Averigüe si su producto es elegible para tratos arancelarios preferenciales y la ruta de transporte que mejor se ajuste a sus necesidades. La Guía también proporciona acceso a los servicios en línea de TFO Canada para apoyar su investigación de mercado.

Tabla de contenidos :

- Primera parte: Acerca de las características demográficas de Canadá
- Segunda parte: El mercado canadiense
- Tercera parte: Información para entrar al mercado canadiense
- Cuarta parte: TFO Canada – su socio en el comercio

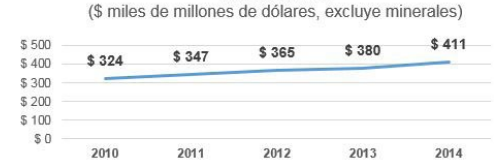
Esta Guía está disponible gratis a los miembros inscritos de TFO Canada. La guía está disponible en Inglés y estará pronto disponible en español.

[Presione aquí](#) para descargar su copia.

CONOZCA ACERCA DEL MERCADO CANADIENSE

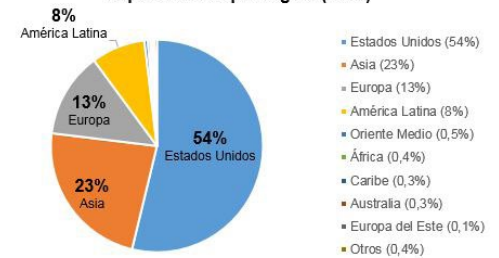
La primera parte de la Guía ofrece información sobre el mercado canadiense desde el punto de vista del exportador. ¿Qué partes de la economía están creciendo? ¿Cuáles son los principales grupos de consumidores, sus gustos y preferencias? ¿En qué medida los cambios demográficos y las tendencias del mercado inciden en los hábitos canadienses de consumo? Según reflejan las tendencias de inmigración, existen amplias oportunidades en el creciente mercado étnico en Canadá. También se recogen datos de importación por sector y país de origen, lo cual da una visión clara del panorama competitivo. La inclusión de perfiles regionales de los principales

Las importaciones canadienses de bienes de consumo



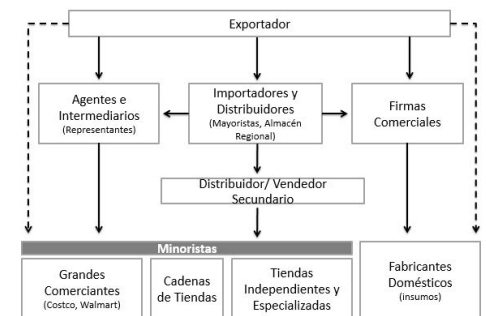
excluye minerales (HS Codes 26–27 and 71–80)
 Source: Industry Canada, Trade Data Online

Importaciones por región (2014)



Fuente: Industry Canada, Trade Data Online, 2014

Canales de distribución



MERCADO CANADIENSE DE PRODUCTOS HALAL



Los productos Halal empiezan a tener una relevancia cada vez mayor con un crecimiento potencial en el heterogéneo mercado étnico de

Canadá. Según Nourish Food Marketing, el mercado canadiense de comida Halal se estima actualmente en mil millones de dólares CAD con una tasa de crecimiento del 13% anual.

Se calcula que hay un millón de musulmanes que viven en Canadá, la mitad de los cuales reside en Ontario, con una mayor concentración en el Área Metropolitana de Toronto (GTA). La inmigración está teniendo una influencia en el sector minorista, con pasillos enteros dedicados a los productos Halal, especialmente carnes. En encuestas con compradores asistentes al Festival de alimentos Halal el año pasado en Toronto, los organizadores Halal & Co Media pudieron conocer lo siguiente:

- el 40% gasta más de \$100 a la semana en alimentos
- el 80% compra en tiendas especializadas Halal 3 veces a la semana
- el 25% se interesa en caramelos y refrigerios Halal
- el 70% prefiere tiendas locales en lugar de los grandes mercados

Clarecia Christie, Gerente de Proyectos, Servicios de Información Comercial, de TFO Canada, visitó la edición 2015 del festival y observó al respecto:

Segmentos de mercado: Productos lácteos, carnes, alimentos procesados, chocolates y confiterías, té, productos apícolas, productos de panadería, alimentos prácticos listos para comer, alimentos nutracéuticos, cosméticos (protector de labios), servicios de comida, restaurantes (para quedarse y para llevar), perfumes.

Participantes en el mercado: Certificadores, mayoristas, minoristas,

exportadores (medio oriente), compañías de servicios de comida.

Servicios al mercado: Entrega a domicilio, revistas Halal, compañías de comida rápida que ofrecen productos Halal, por ejemplo, pizzas panago certificadas Halal, empresas FMCG (empresas de bienes de consumo de alta rotación) que ofrecen productos Halal, por ejemplo, los cubos de caldos de Knorr.

Certificadores: Consejo Canadiense de Imanes, Grupo Asesor Halal, Halal Monitoring Authority.

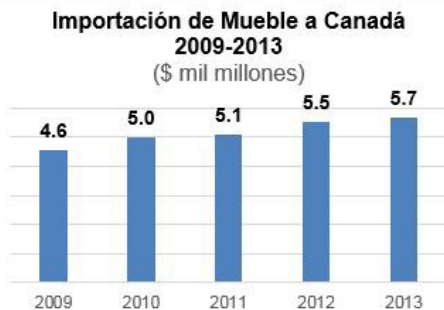
Posibles oportunidades para exportadores socios de TFO Canada

(1) Suministrar a los fabricantes canadiense de productos Halal aditivos de alimento Halal, como gelatina para yogurts y nutracéuticos (suplementos nutricionales), preservativos.

(2) Productos naturales de salud como artículos de tocador y cosméticos.

EL MERCADO DEL MUEBLE

El mercado del mueble en Canadá se estimó en 10,1 miles de millones de dólares en 2014, con un crecimiento esperado del 2,1% anual en los próximos cinco años (2014-2018). Al igual que otros bienes de consumo, las ventas de muebles sufrieron una caída durante la recesión de 2008, pero se han venido mostrando un crecimiento positivo gracias al alza de la demanda y de los ingresos disponibles de los canadienses.



Fuente: Industry Canada, Trade Data Online

IMPORTACIONES

El mercado de muebles de Canadá está muy globalizado y más de la mitad de la demanda se satisface por medio de importaciones. Las importaciones de muebles alcanzaron su punto más alto en cinco años con \$5,7 mil millones en 2013, encabezadas por estantería (con

\$1,9 millones), muebles tapizados (con \$92,000), y muebles de madera (con \$929,00). Este influjo de importaciones extranjeras, especialmente de China, ha intensificado la competencia de precios entre las 3,500 tiendas de muebles que existen en todo Canadá.

SEGMENTOS DE MERCADO

Las ventas de muebles domésticos para el dormitorio, la sala y el comedor representaron casi el 70% de las ventas en 2014, seguidas de muebles de oficinas (27%) y muebles de exteriores (4%). Como es de esperar, los canadienses en edad laboral (entre 25 y 44 años) son el mayor grupo de consumidores de muebles, quienes representan el 40% de las ventas. Los baby boomers (individuos entre 46 y 64 años de edad) representan el 27% de las ventas de muebles, seguidos de la generación del milenio (de 24 años o menor), con el 10%.

TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR

En general, los canadienses valoran la durabilidad y piezas de larga vida, si bien existen pequeños nichos de mercado para muebles de lujo en los centros de diseño de Toronto y Montreal. Los consumidores a menudo

buscan muebles de calidad con diseños más baratos en tiendas más económicas con el fin de modificar sus opciones de estilo con mayor frecuencia. La innovación de la industria está siendo impulsada por el auge de los condominios en Canadá, con nuevas líneas de muebles compactos y de usos múltiples, así como materiales ecológicos que apelan a la generación del milenio.

EN LA RUTA AL MERCADO

Los exportadores deben cumplir con las estrictas normas canadienses de inflamabilidad y en algunos casos tienen que presentar un certificado fitosanitario para probar que ciertos artículos de madera han sido fumigados adecuadamente. La vía de distribución de muebles para el hogar en Canadá se hace generalmente mediante entrega directa del fabricante al agente del expedidor al importador, quien en algunos casos es el propio vendedor minorista.

Esta información ha sido extraída del estudio de mercado de TFO Canada titulado "Muebles". Los miembros inscritos pueden descargar el documento completo en www.tfoCanada.ca/mjp.php.

ACTIVIDADES DE TFO CANADA

DELEGACIÓN DE PRODUCTORES DE ROSAS DE ECUADOR EN CANADÁ

14 DE JULIO DE 2015

El representante regional de TFO Canada para Quebec, Marc Germain, en colaboración con la Oficina Comercial de Ecuador en Canadá, recibieron a doce exportadores de rosas ecuatorianos en misión comercial en Canadá. El Sr. Germain ofreció una presentación al grupo acerca del mercado canadiense para rosas cortadas, sus dinámicas, los principales actores que intervienen en el mismo, así como consejos prácticos para el desarrollo de estrategias de entrada. Los exportadores recibieron una gira de negocio en Montreal y pudieron realizar encuentros con importadores canadienses. Como parte de la visita, la delegación también visitó la ciudad de Toronto.



Productores de Rosas del Ecuador en su primera misión comercial a Canadá

VICEMINISTRA SALVADOREÑA VISITA CANADÁ

DEL 9 AL 12 DE SEPTIEMBRE DE 2015

La viceministra para Salvadoreños en el Exterior, Liduvina Magarín, visitó este pasado septiembre las tres ciudades canadienses de Toronto, Montreal y Ottawa.



Alma Fariás de TFO Canadá, se reúne con el Viceministro Sra. Magarín

Durante su visita a Toronto, la representante regional de TFO Canada para Ontario, Alma Fariás, le habló acerca de los servicios que brinda TFO Canada de apoyo tanto para exportadores como importadores. La Sra. Magarín pudo conocer además sobre los proyectos que TFO Canada lleva a cabo en el país y los

acuerdos de colaboración que tiene con COEXPORT y PROESA. La Sra. Magarín ofreció apoyo y posible participación en proyectos futuros con estas organizaciones locales.

PORTAL DEL EXPORTADOR AL MERCADO CANADIENSE

TFO Canada ha realizado con éxito las dos primeras sesiones de este programa de Gira de Familiarización de Mercado y Capacitación en materia comercial en Toronto y Montreal. Cada sesión de capacitación cuenta de cinco días en los que se persigue fortalecer las capacidades de nuestras organizaciones socias para que a su vez ellas puedan apoyar a los exportadores de sus respectivos países a penetrar el mercado canadiense.

Los participantes recibieron información detallada y herramientas en variados temas, por ejemplo sobre normas de importación, el transporte de mercancías y en materia de preparación para exportar. El programa incluyó presentaciones de expertos canadienses del sector, visitas a centros de importación y distribución y giras de familiarización con el mercado.

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DEL PRIMER GRUPO

DEL 14 AL 18 DE SEPTIEMBRE DE 2015

En la primera sesión de capacitación asistieron representantes de instituciones de apoyo al comercio de Santa Lucía, Granada, la Organización de Estados del Caribe Oriental (OECO), Kenia y Ghana.



Representantes de Comercio Exterior de Santa Lucía trabajando en su Plan de Acción



El tour por tiendas al por menor en Montreal, lleva a los participantes a través de todos los niveles del mercado de comestibles

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DEL SEGUNDO GRUPO

DEL 21 AL 25 DE SEPTIEMBRE DE 2015

En la segunda sesión de capacitación asistieron representantes de instituciones de apoyo al comercio de Indonesia, Sri Lanka, Jordania y Vietnam.



Zaki Munshi de TFO Canadá, presentando en la Preparación Exportador



Gerente de la tienda explica productos y precios al por menor en Montreal

SEMINARIO EN CHILE "EXPORTAR A CANADÁ"

29 DE SEPTIEMBRE DE 2015

El representante regional de TFO Canada para Quebec, Marc Germain, en colaboración con ProChile organizó un Seminario sobre cómo exportar a Canadá en Santiago el 29 de septiembre de 2015. A la presentación asistieron representantes de pequeñas y medianas empresas en Chile así como personal de ProChile. El Sr. Germain brindó información y consejos prácticos sobre cómo acceder el mercado canadiense. Los participantes también pudieron conocer acerca de los servicios y herramientas en línea con que cuenta TFO Canada.

EMPRESA ETÍOPE DE ARTÍCULOS TEXTILES ARTESANALES FINOS PRESERVA LA CULTURA Y GENERA EMPLEOS

Sammy Abdella fundó *Negist* en 2005 junto con su madre, hermana y dos artesanas en su propia casa en Etiopía. *Negist* es una empresa que logra combinar el gusto contemporáneo con tradiciones milenarias y logra resaltar la vitalidad del rico patrimonio cultural de Etiopía. La empresa emplea a diseñadores, bordadoras, tejedoras e hilanderas de algodón locales en la elaboración de artículos textiles de alta calidad hechos a mano y con materiales naturales.

A dos años de su creación, *Negist* fue seleccionada como una de las seis empresas etíopes para participar en el programa *Design Africa* de TFO Canada. Por medio de *Design Africa*, *Negist* recibió ayuda en cuanto al desarrollo de diseños de productos, mercadeo y promoción. Con la asistencia de expertos técnicos de TFO Canada, *Negist* logró desarrollar una marca comercial visible y duradera por medio de catálogos de productos y un logotipo que la empresa aún utiliza hoy día. Las artesanas de la empresa también aprendieron nuevas técnicas de bordado y costura.

Sammy tuvo la oportunidad de visitar Canadá y asistir a la Feria comercial *SIDIM Design Show* 2008 en Montreal. TFO Canada también organizó reuniones de negocio para *Negist* con compradores potenciales en Toronto. Para Sammy esta experiencia directa con el mercado y los contactos realizados dieron un mayor auge y propagación a la marca de los productos de su empresa.

Hoy día, *Negist* cuenta con más de 47 artesanos permanentes y exporta sus productos a todos los rincones del



Una tejedora entrelaza hilo de urdimbre en un telar manual. *Negist* trabaja con más de 47 artesanas permanentes que incluyen tejedoras, bordadoras e hilanderas de algodón.

mundo, desde Europa, hasta Japón, Australia, África, el Medio Oriente y, por supuesto, a Canadá. Durante los últimos cinco años, *Negist* ha estado trabajando con *IA:MM Inc.*, un salón de exhibición de diseño en Toronto, que actúa como la distribuidora canadiense de la empresa. A través de esta relación de trabajo, *Negist* ha logrado ventas con algunos de los principales minoristas de Canadá, como el *H Project* de Holt Renfrew para marcas socialmente responsables.

“A las tiendas les encanta contar la historia de los productos que venden”, dice Anne Izumi, Presidenta de *IA:MM Inc.* Sammy concuerda con que los canadienses estiman el producto no solo por ser único, sino también por el trabajo que hay detrás de él: “Ellos comprenden el valor de trabajar con los artesanos para preservar su cultura

y el talento que entrañan los artículos hechos a mano”.

La creación de empleo sostenible es parte de la esencia del modelo de negocio de *Negist*. Sammy recuerda cuando empezó hace 10 años como los artesanos en el grupo deseaban que sus hijos nunca siguieran su oficio y como trabajaban duro para enviar a sus hijos a la escuela y así poder tener un futuro mejor que la vida que ellos tuvieron. Pero esta realidad ha ido cambiando. “Lo más importante que la gente quiere es trabajar”, dice Sammy. “Nadie quiere limosna. Si uno es capaz de crear el entorno apropiado y encontrar los mercados adecuados, los artesanos empiezan a verse a sí mismos como trabajadores independientes y a sentirse orgullosos de lo que hacen”.

TFO Canada confronta el desafío de la pobreza global promoviendo el desarrollo económico sostenible a través de la información, consejo y contacto en exportación. Facilitamos el acceso al mercado canadiense y compartimos experiencia en comercio a favor de pequeñas empresas y medianas empresas exportadoras y de los hombres y mujeres que trabajan para ellas. Fundada en 1980, TFO Canada es una organización no gubernamental y sin fines de lucro.

Este boletín ha sido preparado con el apoyo financiero del Gobierno de Canadá a través de Relaciones Exteriores, Comercio y Desarrollo Canadá

© Trade Facilitation Office Canada / Bureau de promotion du commerce Canada 2015



Experts in trade for developing countries
Experts en commerce au service des pays en développement
Expertos en comercio al servicio de los países en desarrollo

130 Slater Street, Suite 1025 Ottawa, ON
Canada K1P 6E2
1.613.233.3925 (tel.)
1.613.233.7860 (fax.)
1.800.267.9674 (toll-free)
E-mail: newsletter@tfoCanada.ca