¿Qué oportunidades comerciales tienen las exportaciones peruanas en Canadá?

Este 2021 se cumplen 12 años desde la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio Perú – Canadá. Desde entonces, las oportunidades comerciales para los exportadores peruanos se han incrementado, al contar con preferencias arancelarias para ingresar a este mercado norteamericano y un marco normativo previsible para la exportación de bienes y servicios.

El TLC con Canadá entró en vigor el 1 de agosto del 2009, y cuenta con 23 capítulos, incluyendo acceso a mercados, reglas de origen, facilitación del comercio, medidas sanitarias y fitosanitarias, defensa comercial, contratación pública, disposiciones laborales, entre otros, indicó el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur).

Gracias a este aceurdo, se han exportado 961 productos nuevos a Canadá. Además, se han registrado 1.706 nuevas empresas exportadoras a dicho mercado, donde el 74,7% han sido micro y pequeñas empresas, las cuales generan mayores puestos de trabajo.

Economía peruana creció 58,49% en abril de este año

Ejecución de proyectos de inversión reducirá brechas de

desarrollo regional

▶️ Arequipa recibió más de S/ 192 millones por minería entre enero y abril

Crecimiento

Por otro lado, **las exportaciones peruanas a Canadá han crecido a un promedio anual de 2%,** donde las exportaciones no tradicionales, las cuales tienen mayor valor agregado, han superado dicho promedio, alcanzado un crecimiento promedio anual de 18,9%.

En el 2020, Canadá fue el cuarto socio comercial más importante de Perú con una participación del 6% de las exportaciones peruanas, después de China, Estados Unidos y la Unión Europea. Por segundo año consecutivo, y pese a la pandemia de la COVID-19, el comercio bilateral creció en 2%.

Por el lado de las exportaciones, estas crecieron 2% en 2020, en comparación al 2019, donde destacan productos agrícolas. **Entre enero y abril de 2021, las exportaciones han crecido 18% en comparación con el mismo periodo de 2020.**

Productos

Dentro de los principales productos no tradicionales que el Perú exporta a Canadá se encuentran productos agropecuarios, en especial, frutas como arándanos, uvas, fresas, mangos y mandarinas. Asimismo, se encuentran productos pesqueros y textiles.

En el caso de exportaciones tradicionales, sobresalen las del sector minero: oro, zinc, cobre y plata (Canadá es el segundo principal mercado de destino de las exportaciones peruanas de minerales, después de China).

Oportunidades

Las oportunidades comerciales para los productos peruanos son diversas. Para el sector agronegocios, se resaltó el potencial de compradores en supermercados, los cuales duplicaron sus ventas en línea durante los primeros meses de cuarentena en Canadá.

Por ello, el comercio electrónico para alimentos frescos se ha convertido en una oportunidad por explorar.

A ello se suma que los mercados minoristas están dando mayor cabida a productos saludables, orgánicos y nutritivos, para lo

cual el Perú cuenta con una vasta canasta exportable, liderada por nuestros super alimentos o Superfoods.

Por otro lado, para el sector de textil y calzado, en el mercado canadiense se espera un aumento de 7% en este año. **En este rubro, se ve potencial en ropa casual y deportiva**, las cuales cuentan con preferencia de los consumidores frente a marcas de moda rápida y otras populares.

Durante la sesión del «Miércoles del Exportador», organizada en conjunto por Promperú y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), se presentó la ponencia "Canadá: TLC y oportunidades comerciales". Esta presentación estuvo a cargo de funcionarios del sector, donde se destacaron los resultados del comercio bilateral entre ambos países.

Estrategias

La ponencia incluyó la presentación del análisis realizado por el Mincetur para el mercado de Canadá, en temas como productos priorizados, situación de los sectores, cómo realizar la negociación con compradores internacionales, y la logística para el envío de productos.

Además, se resaltó la mentalidad abierta, relación directa y precisa de los compradores canadienses, para lo cual los exportadores peruanos interesados en generar negocios deben establecer una estrategia de marketing que muestre información relevante sobre su producto.

El Mincetur, como parte de la estrategia de desarrollo de mercados internacionales, publicó el Plan de Desarrollo de Mercado – Canadá, donde también se identificó el potencial de las aceitunas, polvo de maca, aguaymanto, paiche congelado, aceite de sacha inchi, pisco, insumos e ingredientes cosméticos, baldosas y mármol travertino, y artesanías.