

Abecé del



TLC

COLOMBIA-CANADÁ



Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo
República de Colombia

Prosperidad
para todos



PROEXPORT
COLOMBIA

PROMOCIÓN DE TURISMO, INVERSIÓN Y EXPORTACIONES

CONTENIDO

4

Abecé del Tratado de Libre Comercio suscrito entre Colombia y Canadá.

10

Oportunidades de negocio con Canadá:

- Uchuvas.
- Frutas y hortalizas frescas.
- Preparaciones alimenticias.
- Materiales de construcción.
- Autopartes.
- Animación digital.
- Uniformes.
- Ropa deportiva.

14

Colombia, cuna de inversión para múltiples sectores.

16

Naturaleza y Sol y playa, productos preferidos por los canadienses.

D

Desde el día de en que entró en vigencia el Tratado de Libre Comercio con Canadá, el 15 de agosto de 2011, el 98 por ciento de los productos colombianos puede ingresar con arancel cero a esa economía, la décima del mundo, con un mercado de 34 millones de consumidores de alto poder adquisitivo.

Las oportunidades de negocio se amplían para nuestras empresas, pero para llegar a ese país de alta exigencia, que valora los productos amigables con el medioambiente y el comercio justo, nuestros empresarios tienen como tarea y desafío producir una oferta más sofisticada.

Tener abiertas las puertas comerciales de una economía desarrollada es un desafío para Colombia en su propósito de diversificar la oferta y los mercados, sobre todo en un territorio de gran extensión y que por su ubicación geográfica y características climáticas ofrece nuevos y diferentes nichos.

De acuerdo con simulaciones del Departamento Nacional de Planeación (DPN), el acuerdo comercial dinamizará la economía colombiana con un incremento real del PIB, así como de los flujos comerciales con el resto del mundo.

Las oportunidades en estos mercados son siempre incontables, un universo para explorar, pero de entrada ya hay identificadas posibilidades en sectores como frutas y hortalizas frescas, preparaciones alimenticias, materiales de construcción, autopartes, animación digital, uniformes y ropa deportiva podrán expandir sus negocios en este país, uno de los mayores importadores de bienes en el mundo.

Con calidad, innovación y valor agregado y respondiendo con pertinencia y prontitud al comprador canadiense, ajustando los procesos de nuestras empresas a los mejores estándares internacionales y avanzando en la sofisticación de la cultura exportadora, tendremos mejores resultados y nos prepararemos para los nuevos retos que se avecinan: la entrada en vigor de otros acuerdos comerciales como con Estados Unidos, la Unión Europea y países asiáticos.



Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo
República de Colombia

Libertad y Orden

Prosperidad
para todos



PROMOCIÓN DE TURISMO, INVERSIÓN Y EXPORTACIONES

TRATADO DE LIBRE COMERCIO SUSCRITO ENTRE **COLOMBIA Y CANADÁ**

Fuente Ministerio de Comercio, Industria y Turismo www.mincomercio.gov.co



¿Por qué es importante para Colombia el TLC con Canadá?

Porque es el segundo país desarrollado con el que Colombia logra poner en vigencia un Tratado de Libre Comercio, lo cual es un buen precedente para los demás acuerdos que el país viene negociando.

Porque Canadá es una de las grandes economías desarrolladas: genera el 2,6% del PIB mundial y es un país con un alto poder de compra; cuenta con un ingreso per cápita (precios de paridad de poder adquisitivo) de US\$39.057, cerca de 4 veces el registrado por Colombia en 2010.



Porque tiene suscritos acuerdos de libre comercio con Chile (1996), Israel (1996), México y EEUU (1992), Costa Rica (2001), Perú (2008) y EFTA (2008), Panamá y Jordania, mientras que negocia otros adicionales.

Porque Canadá ocupa un lugar destacado a nivel mundial tanto en el intercambio comercial de bienes y servicios, como en los flujos de inversión.

Porque según un estudio realizado por la Oficina Canadiense de Facilitación del Comercio (TFO), Canadá es uno de los países del mundo con la más alta importación per cápita.

¿Qué caracteriza la economía canadiense?

Canadá es una de las naciones más ricas del mundo, es el quinto país importador mundial y supera en casi dos veces la importación per cápita de Estados Unidos. Ocupa el lugar 11 en el ranking de flujos de inversión en el extranjero y el décimo a nivel doméstico, pues mantiene reglas claras y permanentes sobre inversión.

Canadá es miembro del G8 y de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico –OCDE–.

Su desempeño económico se fundamenta

en el sector servicios (78%), seguido por industria (20%) y agricultura (2%).

Ocupa el segundo lugar en reservas petroleras mundiales, después de Arabia Saudita.

Es el tercer productor de gas natural y el tercer exportador de madera y el quinto importador mundial.

¿Cuál es la importancia del mercado canadiense para Colombia?

El mercado de Canadá ofrece oportunidades que contribuirán a aumentar el crecimiento potencial de la economía colombiana y a generar mayor desarrollo.

Una de las ventajas de la mayor integración con este país, es tener acceso preferencial a un mercado de 34 millones de consumidores con alto nivel de ingresos.

¿Qué impactos tendrá el acuerdo en la economía?

Según las simulaciones del DNP, el Acuerdo va a tener un efecto positivo sobre la economía colombiana: se presentará un incremento del PIB real y de los flujos comerciales que tiene Colombia con el resto del mundo.

El PIB tendría un aumento adicional de 0,06%; y las exportaciones e importaciones crecerían 0,21% y 0,08%, respectivamente, con respecto al escenario base.

Así mismo, se evidenciará un incremento de 0,06% en la remuneración del trabajo calificado y no calificado, y de 0,07% en la remuneración del capital.

¿En dónde estarán los impactos positivos en las exportaciones?

Con la entrada en vigor del ALC entre Colombia y Canadá se prevén impactos positivos en: azúcar, arroz procesado, textiles, otros cereales, aceites y grasas vegetales, y vestidos y confecciones, entre otros.

¿En dónde estarán los impactos positivos en la producción?

Las simulaciones indican que sectores beneficiados con la entrada en vigor del ALC serán: azúcar; textiles; vestidos y confecciones; aceites y grasas vegetales; bras vegetales y arroz procesado.

¿Qué pasará con las importaciones?

Los mayores crecimientos se presentarán en: trigo, cebada, vegetales, frutas no tropicales como manzanas, duraznos, frutos secos, trigo, carne de res y cerdo.

Las ventas canadienses a Colombia tendrán mayor competitividad también en productos industriales como el papel, maquinaria y equipo equipos de transmisión hidráulica y camiones todo terreno.

¿Se beneficiará Colombia con esas importaciones?

Algunos productos agrícolas importados se verán beneficiados con la entrada en vigor del acuerdo, en atención a la eliminación arancelaria, como es el caso del trigo y la cebada. Para el trigo que actualmente se importa de los EE.UU., las cifras empiezan a mostrar un traslado de las compras que se hacían de ese país a otros productores. Es así como en 2008 se compraron US\$382 millones a EE.UU., US\$95 millones a Canadá y US\$53 millones a Argentina; y en 2009 la distribución cambió a US\$157 millones comprados a EE.UU., US\$112 millones a Canadá y US\$71 millones a Argentina. Al cierre de 2011 se habían importado US\$246 millones de EE.UU., US\$208 de Canadá y US\$65 de Argentina. Muchas industrias alimenticias utilizan el trigo como su principal insumo.

¿Cuáles productos agrícolas ingresarán a Canadá sin pagar impuestos?

Con el Tratado se logró acceso libre de aranceles de manera inmediata para la oferta exportable actual y potencial agropecuaria colombiana: se consolidó libre acceso al mercado de Canadá para el 98% de las importaciones agrícolas provenientes de Colombia en:

- Café en grano y soluble
- Azúcar blanco: Colombia alcanzará libre acceso al mercado de Canadá mediante desgravación arancelaria lineal en 17 años.
- Flores, esquejes y follajes.
- Frutas y hortalizas: libre acceso para casi todas las líneas arancelarias, corresponde principalmente a piña, guanábana, papaya, mango y fresa.
- Confitería, cacao y sus derivados: tiene un gran potencial.
- Productos alimenticios y preparaciones de frutas y hortalizas.
- Sector tabacalero.
- Etanol y licores: acceso inmediato con trato nacional a nivel de las provincias que tienen un importante potencial.



¿Cómo quedaron los productos que tenían acceso preferencial, por el Sistema Generalizado de Preferencias –SGP- que nos brindaba Canadá?

Se consolidaron las preferencias del SGP en el Acuerdo: en especial para café y azúcar crudo; con tería, cacao y sus derivados; y tabaco; y se logró una profundización en frutas y hortalizas.

¿Cómo queda Colombia, en relación con otros países que comercian con Canadá?

El acceso preferencial logrado, a partir del Tratado, pondrá en igualdad de condiciones comerciales la comercialización de bienes y servicios con otros países como Chile, Costa Rica y Perú, con quienes Canadá ya tiene vigente Tratados de Libre Comercio.

¿Qué pasó con la Franja de Precios?

Se obtuvo una amplia asimetría en las modalidades de desgravación a favor de Colombia y se tuvo en cuenta, de manera especial, el impacto sobre la producción colombiana sensible, manteniendo el Sistema de Franja de Precios para productos específicos.

¿Habrá acceso real?

Sí, por cuanto se estableció no solamente la eliminación de barreras arancelarias, restricciones cuantitativas, sino también el desmonte de cualquier barrera no arancelaria, para asegurar las condiciones de acceso real de la oferta agropecuaria colombiana.

Además, se tuvo en cuenta la aplicación de la “Cláusula de Preferencia” del TLC de Colombia – EE.UU., como referencia de la negociación, así como las disposiciones de Nación más favorecida –NMF- de otros acuerdos comerciales.

¿Se incluyó en el Acuerdo alguna salvaguardia?

En efecto, se incorporó una salvaguardia especial agrícola para regular las importaciones de algunos productos sensibles del sector agropecuario, como carne de bovino, porcino y fríjol. También se pactaron reglas especiales para la aplicación bilateral de salvaguardias a productos industriales.

Además, se eliminó toda forma de subsi-



dio a la exportación y cualquier posibilidad de reintroducción.

¿Qué pasa con los aranceles para nuestras exportaciones?

A partir del 15 de agosto de 2011, fecha en la cual entro entre en vigor el Tratado, el 98% de las exportaciones colombianas a Canadá pueden entrar libres de arancel a ese mercado. De ese 98%, el 99.8% del comercio de bienes industriales quedó libre de aranceles de manera inmediata, mientras que el 97.6% de los bienes agrícolas recibió el mismo tratamiento.

¿Cuál es el impacto del Tratado para la generación de empleo?

Importante, por cuanto entre los sectores grandes generadores de empleo que se beneficiarán especialmente de la negociación se

encuentran los textiles y confecciones, que tienen acceso inmediato libre de aranceles.

Se abren también importantes posibilidades para las exportaciones colombianas de biocombustibles, que serán igualmente beneficiados por la reducción a cero de los aranceles en el momento de la entrada en vigor del Tratado.

El sector azucarero también será uno de los grandes beneficiados: Colombia obtuvo, en esta materia, los mejores resultados que hayamos alcanzando en cualquier negociación previa.

Las flores colombianas, que son un sector de enorme importancia no solamente por sus volúmenes de exportación, sino por su muy importante generación de empleo, también se beneficiarán de cero arancel, una vez que entre en vigor el Tratado.

¿Se excluyeron de la negociación algunos sectores?

El sector lácteo avícola, margarinas, embutidos de carne, trozos de pollo, algunos derivados del azúcar de caña (sucedáneos de la miel, azúcar y melaza caramelizados, con adición de aromatizante), vino de uvas, aguardientes, ron, ginebra, preparaciones forrajeras y pre mezclas y ovoalbúminas fueron excluidos de la negociación.

¿Cómo estamos en materia de inversión?

Ya hoy en día Canadá es un importante inversionista en Colombia, al registrar inversiones cercanas a los mil doscientos millones de dólares acumulados durante el período 2000-2010.

Los resultados en materia de inversión permiten ofrecer a las empresas canadienses unas muy atractivas condiciones, que se suman a la que ya ofrece la economía colombiana.

Se espera que, gracias al Tratado, puedan concretarse nuevas inversiones canadienses en sectores estratégicos y de alto valor agregado, especialmente en los sectores de telecomunicaciones, servicios financieros y minería. De concretarse estas inversiones, los consumidores colombianos también se beneficiarán.

¿Se abrieron mercados para nuestros servicios?

Sí. Las empresas colombianas del sector financiero, particularmente aquellas que manejan portafolios tales como los fondos de pensiones, obtuvieron acceso al mercado de 9 provincias canadienses, que representan alrededor de 700 mil millones de dólares.

Este es el mayor acceso otorgado por Canadá a sus socios comerciales, aún más grande que la apertura concedida en el NAFTA.

¿Tendremos acceso a las compras públicas?

En materia de Compras Públicas, gracias a esta negociación, los productores colombianos tendrán la posibilidad de ofrecer sus bienes y servicios a casi la totalidad de las entidades del gobierno canadiense, que representan un mercado anual superior a los 17 mil millones de dólares.

Con este Tratado Colombia pasa a ser



parte de un muy reducido grupo de países entre los que se cuentan Chile, México y Perú, que pueden aprovechar las oportunidades de dicho mercado.

¿Cómo quedaron los temas de protección laboral y ambiental?

Los sectores que se oponen a la apertura de mercados y al libre comercio suelen argumentar que estos mayores ajustes comerciales siempre se realizan sacrificando el bienestar de los trabajadores y afectando los recursos naturales y el medio ambiente.

En esta negociación, muy por el contrario, se incluyeron estrictas reglas que asegurarán la debida protección a los derechos del trabajador y la obligación de mantener unos altos niveles de protección ambiental.

Este importante compromiso se alcanzó a través de la negociación de dos Acuerdos paralelos que establecen tanto estas obligaciones, como robustos mecanismos de cooperación

para contribuir al fortalecimiento de nuestras instituciones y programas en estas materias.

¿Se tuvo en cuenta a las Pymes?

También se tuvo en cuenta el interés de Colombia por asegurar que sus negociaciones comerciales internacionales beneficien a la pequeña y mediana empresa –pyme-. La Comisión del Tratado deberá revisar periódicamente el impacto del acuerdo sobre las pymes y buscar, según sea del caso, las acciones que permitan su mejor aprovechamiento.

¿Habrá cooperación?

Por primera vez, Canadá acepta incluir en el marco de una negociación de este tipo, un Capítulo dedicado exclusivamente a los temas de cooperación relativos al comercio, con lo que se busca poder, a futuro, desarrollar proyectos y acciones que contribuyan al mejor aprovechamiento de este Tratado.

¿Con qué plazos se producirá la desgravación de productos agrícolas en Colombia?

En tres categorías:

Categoría A (acceso inmediato): animales vivos, carne de bovino, yogur, huevos fértiles, aves, hortalizas, frutas, embutidos de carne, azúcar de caña crudo, confitería, derivados de cacao, productos a base de cereales, preparaciones de frutas y hortalizas, preparaciones para sopas, alcohol etílico, aguardientes, preparaciones alimenticias para animales, tabaco y cigarrillos, manitol y aceites esenciales. Cabe mencionar que Canadá tiene libre acceso (free) al mundo para productos de la oferta exportadora de Colombia como café, banano, aceite de palma, cacao y algunas preparaciones de hortalizas.

Categoría B (hasta 5 años): carne de gallo o gallina sin trocear.

Categoría C (hasta 10 años): carne y trozos de pollo, pavo, tocino, carne en salmuera, demás preparaciones de carne, azúcar blanco de remolacha, glucosa, extracto de malta, preparaciones alimenticias, alimento para animales y ovoalbúmina. La mayoría de estos productos la preferencia es sobre el contingente OMC.

Categoría D (más de 10 años): los demás azúcares de caña.

¿Y los industriales?

Categoría A (acceso inmediato): Comprende productos químicos, farmacéuticos, minería, joyas, la mayoría del ámbito textil, confecciones y calzado, maquinaria y equipo, vidrio, plástico y caucho y sus manufacturas y vehículos y autopartes.

Categoría B (3 años): Incluye algunos artículos de calzado, en particular botas de invierno para esquiar y de uso industrial.

Categoría de desgravación C (7 años): Comprende guantes para cirugía, algunas mercancías textiles, de confecciones, calzado y cascos de uso industrial, fibra de vidrio y sus manufacturas, sillas para avión, sacos (bolsas) de dormir, almohadas, cierres de cremallera, cintas y tampones.

¿Qué oportunidades concretas de exportación de bienes tiene Colombia?

Proexport ha identificado oportunidades concretas de exportación de aceites y grasas,

alimentos, azúcar, bebidas no alcohólicas, cacao, cigarrillos, confitería, flores, frutas frescas, proteínas concentradas, productos de panadería y vegetales frescos, manufacturas asociadas a autopartes, baterías para automóviles, pastillas para freno, plásticos, productos de cerámica, preparaciones de aseo personal, pisos cerámicos, mármoles y piedra, fibra de vidrio y aisladores eléctricos, hilados y bras sintéticas, trajes para hombre, ropa interior, vestidos de punto, vestidos de baño, y artículos de cuero, productos para el hogar, la decoración, la limpieza, el cuidado personal, juguetes, entre otros.

¿Y en servicios?

En el área de Servicios se establecieron condiciones de certidumbre y transparencia para los proveedores de servicios de ambas partes, con el fin de generar oportunidades que permitan que Colombia se convierta en una plataforma exportadora de servicios hacia el mercado de Canadá, ya sea mediante el desplazamiento físico del prestador o consumidor, o sin necesidad de desplazarse (servicios de consultoría, “CALLCENTERS”, tra-

ducción en línea, telemedicina, telecomunicaciones, servicios de procesamiento de datos, servicios de informática y otros servicios relacionados con software y servicios de diseño, entre otros). Lo anterior abre una ventana de oportunidades para aumentar el potencial exportador colombiano de servicios profesionales.

¿Se importarán bienes remanufacturados?

Sí, aunque en un ámbito reducido. En este caso, como en el del Acuerdo con los Países EFTA, la ganancia se centra en la posibilidad de que Colombia pueda también exportar bienes de capital y metalmecánica remanufacturados en el país.

¿Se logró defender la figura de las Zonas Francas?

Sí. Colombia mantiene el uso de regímenes especiales de importación y exportación y Zonas Francas para obtener los beneficios del Acuerdo.

Más información en WWW.MINCOMERCIO.GOV.CO





OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

AGROINDUSTRIA

Uchuvas

Tendencia

Se requieren uchuvas de sabores dulces, por encima de 15° Brix, que sean limpias y sin manchas, pues son muy exigentes con la apariencia. Se buscan productos que tengan muy buena calidad, precio y presentación. Prefieren un capacho color crema (no muy

ácida), a diferencia de las amarillas o verdes. Usualmente se requieren cantidades pequeñas durante todo el año.

El empaque debe contener a granel 1,8 kg. Los consumidores las prefieren en canastillas de 100 gramos con hoja incluida, pelada de 250 ó 227 gramos por canasta, empacada en una caja máster de 12 ó 16 canastillas. A los compradores les gusta ver la uchuva “peinada” en la caja (troncos organizados en un sentido). Debido a que uno de los factores más relevan-

tes es el precio, el cambio de proveedores es altamente influenciado por esta variable.

Orgánico: los consumidores canadienses son muy conscientes de los alimentos que consumen, por ello buscan productos que traigan beneficios para la salud como vitaminas y nutrientes.

Una página web que contenga fotos de los productos ofrecidos, ficha técnica de los mismos, disponibilidad, beneficios y certificaciones son clave a la hora de llegar a un nuevo

cliente. Es recomendable ir a la Feria Canadian Produce Market Association para las frutas y verduras frescas, también es recomendable que la empresa vaya por primera vez como observador y después, cuando asista como expositor, lo haga por lo menos cinco veces seguidas. Mayor información en www.cpm.ca. Es necesario que en la compañía exista personal bilingüe responsable de las comunicaciones con los compradores, así mismo, todos los documentos deben tener una versión en inglés y, de ser posible, otra en francés.

Puntualidad: este factor es de vital importancia y aplica para entregas, muestras, correos electrónicos, llamadas, reuniones y cualquier tipo de comunicación.

Por otra parte, la ganancia promedio para los importadores/distribuidores se ubica entre 10 y 15% mientras que el margen para los supermercados es de 35%. Los importadores suelen hacer pedidos durante todo el año, comúnmente con dos días de anticipación para garantizar la organización.

Frutas y hortalizas frescas

Tendencia

Los consumidores buscan productos saludables. Es importante tener en cuenta que la población canadiense está envejeciendo, ha aumentado sus niveles de ingreso y ha vivido un cambio demográfico al recibir a inmigrantes de países de África, Asia y Latinoamérica que generan un aumento en la demanda.

Las frutas orgánicas tienen gran acogida y las favoritas son fresas, plátanos, kiwis, naranjas y manzanas. En cuanto a las hortalizas, las principales presentaciones son minizanahorias peladas, zanahorias, corazones de lechuga romana, brócoli y la mezcla de hortalizas frescas. También tienen espacio el mango, la guayaba y la piña. Llama la atención la presentación del producto en porciones individuales, fáciles de llevar o preparar.

Se estima que tres de cada cuatro productos frescos vendidos son importados; sin embargo, en otoño y verano hay una gran competencia con los productos locales debido a los precios.



Canal de distribución

Es necesario que el exportador haga parte de una cooperativa y en lo posible sea directamente el productor, de esa forma podrá llegar al intermediario, que es el encargado de tocar las puertas del importador o agente. Una vez se ha completado esta tarea, llegará hasta el mayorista o usuario industrial, que le abrirá las puertas del sector de servicios de alimentos e institucional, donde están los hoteles, por ejemplo. También es posible

llegar en estas instancias a las cadenas de supermercados, tiendas especializadas e independientes.

Preparaciones alimenticias

Tendencia

Los núcleos familiares pequeños han incentivado la compra de porciones individuales de alimentos naturales y saludables. Existe una mayor preferencia por productos pre-

viamente preparados, porque permiten ahorrar tiempo y son fáciles de consumir. Hay gran aceptación por productos tipo 'gourmet', lo que genera oportunidades para alimentos orgánicos que sean prácticos y de fácil asimilación. La variedad cultural abre paso a productos exóticos y étnicos.

Mientras que el consumo de frutas procesadas ha aumentado, el de hortalizas procesadas se ha mantenido estable. Las conservas colombianas tienen gran potencial, así como los arándanos, las frambuesas y frutillas congeladas, las verduras frescas preempaquetadas, las ensaladas refrigeradas que incluyan verduras frescas de hoja ancha y con valor agregado. El consumo de este tipo de productos ha aumentado gracias a programas como "5 a 10 al día", que crean conciencia entre los compradores sobre los beneficios asociados a incluir frutas y verduras en su dieta.

Canal de distribución

El exportador tendrá que contar, como en las otras oportunidades comerciales, con un intermediario que empezará a construir la cadena en la que aparecerán los agentes importadores, los mayoristas o usuarios industriales, hasta llegar al sector de servicios de alimentos y al institucional donde están las cadenas de supermercados y las tiendas de nicho.

MANUFACTURAS

■ Materiales de construcción

Tendencia

El cemento fue el producto más lucrativo en 2009, seguido por el ladrillo, la arena, la gravilla y los agregados. Existen grandes

oportunidades en arcilla, mármol y otros productos de piedras naturales, metálicos ferrosos y no ferrosos y productos de concreto para la industria de la construcción y de la remodelación incluyendo azulejos de arcilla y piedra para pisos, paredes y bloques de cemento.

También hay potencial en revestimientos de pisos, paredes y techos, tubos y ductos, en donde la participación de Colombia ha sido menor. Las principales áreas de mercado en Canadá son Toronto, Montreal y Vancouver.

Canal de distribución

El exportador, tras el contacto con el agente importador, pondrá sus productos en manos de los mayoristas y éstos los conducirán a los minoristas, llegando de esa forma al consumidor final.



Autopartes

Tendencia

Existe gran oportunidad para equipos electrónicos, pintura, asientos, acabados interiores, transmisión, pastillas para frenos y forros. Es una industria muy dinámica, responsable del 17% de la producción automotriz en Norteamérica.

Por cada ensambladora se establecen aproximadamente 19 proveedores de autopartes. Se espera un mayor crecimiento y mejoramiento del sector debido a estímulos que el Gobierno está dando a pequeñas empresas de autopartes que en conjunto componen el 98% de la industria canadiense, a la vez que muchos proveedores de autopartes han diversificado sus ventas con ensambladoras y productores de autos fuera de Norteamérica.

Canal de distribución

Se conserva el mismo esquema, donde aparece el agente importador, el mayorista y el minorista. Este último será el encargado de poner los productos en las ensambladoras y las productoras de autos, además del consumidor ocasional.

Animación digital

Tendencia

El mercado de software de juegos en Canadá ha experimentado un gran crecimiento durante los últimos años. En animación digital, Canadá posee una excelente reputación y ocupa el puesto número tres luego de EE.UU. y Japón en la materia.

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 las aplicaciones. Otro nicho potencial de crecimiento lo representan 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 al sector digital y los demás sectores de la economía a través de aplicaciones digitales.



Canal de distribución

Por el modelo de negocio en el que opera la tecnología, el productor, que es el exportador, debe ponerse en contacto directo con el cliente o comprador del producto o servicio.

PRENDAS DE VESTIR

Uniformes

En Canadá, los uniformes institucionales, deportivos, escolares y de avanzada son los que mayor acogida tienen en el mercado. Las materias primas las define el comprador y un factor muy importante para cerrar el negocio es el precio. Para uniformes de avanzada (militares, policías, bomberos) es primordial el énfasis en la tecnología y la re-

sistencia en condiciones extremas.

La etiqueta debe estar en inglés y francés y debe ser legible por lo menos hasta la décima lavada, deberá estar adherida permanentemente a la prenda. Además debe tener el número de CA (certificación), país de origen, instrucciones sobre el cuidado y la talla.

Los principales proveedores de uniformes en Canadá son China y Bangladesh, que ofrecen bajos costos de transporte, bajos precios en las prendas y una rápida y eficiente producción.

Los compradores de Canadá son fieles con el proveedor si cumple con los requisitos y con la calidad. Se puede generar relaciones a largo plazo.

¿A dónde ir?

- National Restaurant Association, Chicago, mayo 19-22, feria de proveedores para restaurantes, incluyendo uniformes, manteles, toallas, etc. www.restaurant.org/events/
- Marine Hotel Association, Orlando, abril 15-17, 2012. Feria de suministros directamente para cruceros, incluyendo uniformes, toallas, manteles, etc. <http://www.mhawebo.org>

Tener en cuenta que:

- Es mejor tener un representante en el país que pueda hacer labor de campo, participar en eventos y búsquedas en bases de datos.
- Para tener una buena relación comercial es necesario el dominio del idioma inglés.
- El cliente final es muy conservador; prefiere empresas conables y precios atractivos.
- Una buena página web es decisiva para cerrar el negocio. Debe tener información en inglés y fotografías de los productos.
- El contacto directo con el cliente es trascendental. Para el comprador canadiense es muy importante la palabra. Se recomien-

da siempre cumplir lo que se dice y con-
testar cualquier comunicación, vía correo
electrónico o telefónica.

- Hay dos temporadas de compras al año (mayo- julio y diciembre-enero).
- Usualmente los tiempos de entrega, 'lead times, son de 60 días.

¿Qué se recomienda?

Tener stock en Canadá para poder despachar con rapidez. El costo lo asume la compañía en Colombia. Cumpliendo los requisitos técnicos para la producción de uniformes de seguridad, el exportador colombiano se puede evitar el pago del impuesto de 18% y garantizar la entrega en menor tiempo. Es de vital importancia y aplica para entregas, muestras, correos electrónicos, llamadas, reuniones y cualquier tipo de comunicación. Contestar siempre los correos electrónicos. Si se compromete a algo, hay que cumplirlo; si no es viable, también es importante decirlo. El cumplimiento de los anteriores puntos determina la conanza necesaria para construir una relación comercial de largo plazo.

Ropa deportiva

Tendencia

Los empresarios creativos que puedan pro-
veer productos innovadores y originales
tienen oportunidades en el mercado cana-
diense de prendas de vestir. Algunos mino-
ristas y productores han concentrado sus es-
fuerzos en el segmento de los jóvenes debido
a su tendencia a gastar más, lo que permite
ofrecerles diseños acordes con su edad. La
ropa para equipos deportivos con telas que
ofrezcan tratamientos antimicrobianos y an-
tiolor, regulación de la temperatura, protec-
ción UV y administración de la humedad,
representan una buena oportunidad. En el
diseño hay que tener en cuenta las tenden-
cias internacionales de moda para cada una
de las diferentes temporadas.

Canal de distribución

Una vez se tiene definida la propuesta co-
mercial, el fabricante contacta al importador
para que sea él quien llegue directamente
hasta los minoristas.



PRINCIPALES EXPORTACIONES DE COLOMBIA A CANADÁ

2009 –2011 (VALORES EN US\$ FOB)
 Datos organizados por valor US\$ FOB 2010

| GERENCIA/ SUBSECTOR (TOP 3) | AÑOS COMPLETOS | | | | | Enero a Diciembre | | | | | |
|-----------------------------|---|------------|------------|--------|--------|-------------------|------------|------------|--------|--------|--------|
| | US\$ FOB | | PART % | | VAR % | US\$ FOB | | PART % | | VAR % | |
| | 2009 | 2010 | 2009 | 2010 | 2010 | 2010 | 2011 | 2010 | 2011 | 2011 | |
| AGROINDUSTRIA | FLORES FRESCAS | 18.903.519 | 27.199.528 | 35,1% | 50,0% | 43,9% | 27.199.528 | 28.497.444 | 50,0% | 36,6% | 4,8% |
| | AZUCARES Y MIELES | 20.150.049 | 12.631.995 | 37,4% | 23,2% | -37,3% | 12.631.995 | 35.617.502 | 23,2% | 45,7% | 182,0% |
| | LOS DEMÁS (Agroindustrial) | 3.075.675 | 2.384.303 | 5,7% | 4,4% | -22,5% | 2.384.303 | 979.600 | 4,4% | 1,3% | -58,9% |
| | Otros | 11.764.011 | 12.206.108 | 21,8% | 22,4% | 3,8% | 12.206.108 | 12.854.531 | 22,4% | 16,5% | 5,3% |
| | Total agroindustria | 53.893.254 | 54.421.934 | 100,0% | 100,0% | 1,0% | 54.421.934 | 77.949.077 | 100,0% | 100,0% | 43,2% |
| MANUFACTURAS | APARATOS ELÉCTRICOS | 1.216.888 | 7.901.155 | 4,3% | 28,5% | 549,3% | 7.901.155 | 1.143.257 | 28,5% | 4,4% | -85,5% |
| | PRODUCTOS DIVERSOS DE LAS INDUSTRIAS QUÍMICAS | 5.893.820 | 5.049.524 | 20,7% | 18,2% | -14,3% | 5.049.524 | 3.437.581 | 18,2% | 13,3% | -31,9% |
| | PRODUCTOS FARMACÉUTICOS | 2.737.185 | 1.920.060 | 9,6% | 6,9% | -29,9% | 1.920.060 | 3.397.390 | 6,9% | 13,1% | 76,9% |
| | Otros | 18.671.720 | 12.832.498 | 65,5% | 46,3% | -31,3% | 12.832.498 | 17.890.930 | 46,3% | 69,2% | 39,4% |
| | Total manufacturas | 28.519.613 | 27.703.237 | 100,0% | 100,0% | -2,9% | 27.703.237 | 25.869.158 | 100,0% | 100,0% | -6,6% |
| PRENDAS DE VESTIR | CONFECCIONES | 2.804.284 | 3.865.317 | 47,1% | 57,4% | 37,8% | 3.865.317 | 4.343.735 | 57,4% | 62,4% | 12,4% |
| | TEXTILES | 1.891.664 | 1.270.976 | 31,7% | 18,9% | -32,8% | 1.270.976 | 518.378 | 18,9% | 7,4% | -59,2% |
| | CUEROS EN BRUTO Y PREPARADOS | 517.651 | 696.986 | 8,7% | 10,4% | 34,6% | 696.986 | 593.604 | 10,4% | 8,5% | -14,8% |
| | Otros | 745.311 | 897.614 | 12,5% | 13,3% | 20,4% | 897.614 | 1.503.917 | 13,3% | 21,6% | 67,5% |
| | Total prendas de vestir | 5.958.910 | 6.730.893 | 100,0% | 100,0% | 13,0% | 6.730.893 | 6.959.634 | 100,0% | 100,0% | 3,4% |
| SERVICIOS | PIEDRAS PRECIOSAS | 219.023 | 855.252 | 84,8% | 93,3% | 290,5% | 855.252 | 595.874 | 93,3% | 86,8% | -30,3% |
| | OTROS PAPELES Y CARTONES | 22.930 | 41.065 | 8,9% | 4,5% | 79,1% | 41.065 | 43.360 | 4,5% | 6,3% | 5,6% |
| | EDITORIAL | 16.283 | 10.761 | 6,3% | 1,2% | -33,9% | 10.761 | 5.000 | 1,2% | 0,7% | -53,5% |
| | Otros | 50 | 9.817 | 0,0% | 1,1% | 19534,7% | 9.817 | 42.363 | 1,1% | 6,2% | 331,5% |
| | Total servicios | 258.285 | 916.895 | 100,0% | 100,0% | 255,0% | 916.895 | 686.598 | 100,0% | 100,0% | -25,1% |

Fuente: DANE.

COLOMBIA, DESTINO DE INVERSIÓN PARA MÚLTIPLES SECTORES



Con US\$1.369 millones acumulados entre el año 2000 y el tercer trimestre de 2011, Canadá se ubica como la octava fuente de Inversión Extranjera Directa en el país. El sector financiero, el minero y el comercio concentran los destinos de la IED con el 27% 24% y 18%, respectivamente.

Para Canadá, Colombia ofrece grandes posibilidades de inversión en los sectores de BPO, software y servicios IT, alimentos procesados, automotriz, servicios petroleros, telecomunicaciones y turismo. El posicionamiento que ha obtenido el país en los últimos años, el reconocimiento del Doing Business, la posición estratégica y los incentivos tributarios a los inversionistas extranjeros ubican a Colombia como uno de los mercados más atractivos en América Latina.

Canadá ha sabido sacarle provecho al potencial de Colombia para la inversión y en los últimos tres años ha aumentado considerablemente la llegada de recursos al país. Entre el año 2000 y 2007, los flujos anuales de IED tuvieron un promedio de US\$129 millones, teniendo su pico más alto en el 2000 con US\$663,9 millones, sin embargo a partir del 2008 la tendencia sigue en ascenso.

Del total de proyectos de inversión de Canadá, Latinoamérica concentra el 15% al sumar 471 entre 2003 y 2011. Los proyectos han estado dirigidos principalmente a México, Brasil, Perú, Argentina, Chile y Colombia en los sectores de alimentos y tabaco, bebidas, software y servicios TI, y productos de consumo.

En Colombia, las inversiones más importantes han surgido por parte de empresas como Scotiabank y la adquisición que hizo en 2011 del 51% de las acciones del banco Colpatria con una inversión estimada de US\$1.000 millones; la minera Gran Colombia Gold con inversiones por US\$19,5 en infraestructura y tecnología y US\$2,5 en exploración.

Otras inversiones importantes han venido por parte de Pacific Rubiales Energy que destinó US\$100 millones en pruebas de tecnología para mejorar la extracción de petróleo y la empresa de extracción minera Greystar Resources, que planea la inversión de US\$600 millones en nuevos proyectos mineros en el país.

Así mismo, la multinacional canadiense de alimentos procesados McCain, realizó



la apertura de una planta de procesamiento de productos congelados en Bogotá y la empresa de logística y software, Sinergex ha consolidado a Bogotá como su base de operaciones para el mercado andino, con una inversión de US\$600.000.

La inversión en fondos de capital inmobiliario también ha sido positiva para el país, muestra de ello es la destinación de US\$50 millones por parte del PSP Investments al

fondo de capital inmobiliario de Fiduciaria Bancolombia, con proyectos en la Costa Atlántica y en ciudades del interior.

Oportunidades de inversión para empresarios canadienses en Colombia

De acuerdo con las tendencias de inversión de Canadá en el mundo, los sectores con mayor potencial de éxito para el inversionista canadiense en Colombia son:



Agroindustria: alimentos procesados

Es uno de los sectores más dinámicos puesto que está directamente relacionado con una necesidad básica de la población y el interés de Canadá por invertir en Latinoamérica. En este sentido, Colombia puede convertirse en el mercado de entrada gracias a los planes de desarrollo que lidera el Gobierno a través del Programa de Transformación Productiva. Los subsectores que hacen parte de la iniciativa son: Palma de aceites, grasas vegetales y biocombustibles; chocolatería, contera y sus materias primas; carne bovina, camaronicultura; lácteos y hortofrutícola.

Software y tecnologías de la información

Colombia tiene una alta disponibilidad de recurso humano calificado a costos competitivos, un régimen laboral flexible y una infraestructura tecnológica de talla mundial. Adicionalmente, está ubicada en el centro de cinco zonas horarias que permiten atender a las principales ciudades del continente sin necesidad de pagar horas extras. El país cuenta con costos de operación competitivos y una ubicación estratégica donde la zona horaria se vuelve una ventaja para prestar servicios *NEARSHORE* y *OFFSHORE*.

El país tiene un amplio conocimiento y experiencia en el desarrollo de software gracias al alto número de graduados de ingeniería de sistemas, así mismo y gracias a la infraestructura tecnológica, Colombia puede prestar servicios de telecomunicaciones en cualquier lugar del país.

Servicios Financieros: limited partners, bancas de inversión y fondos de capital.

Colombia ofrece un atractivo marco regulatorio para la creación de Fondos de Capital, cuenta con políticas liberales y pocas barreras para las inversiones en portafolio. Adicionalmente, este sector tiene un fuerte apoyo gubernamental a través de Bancóldex, un banco de segundo piso que ofrece programas de inversión y apoyo financiero.

En la actualidad este sector está presentando un excelente comportamiento y se proyecta un alto crecimiento relacionado al sector de infraestructura. Además, están en marcha políticas encaminadas al fortalecimiento del Gobierno corporativo, como una estrategia para la transparencia y la autorregulación.

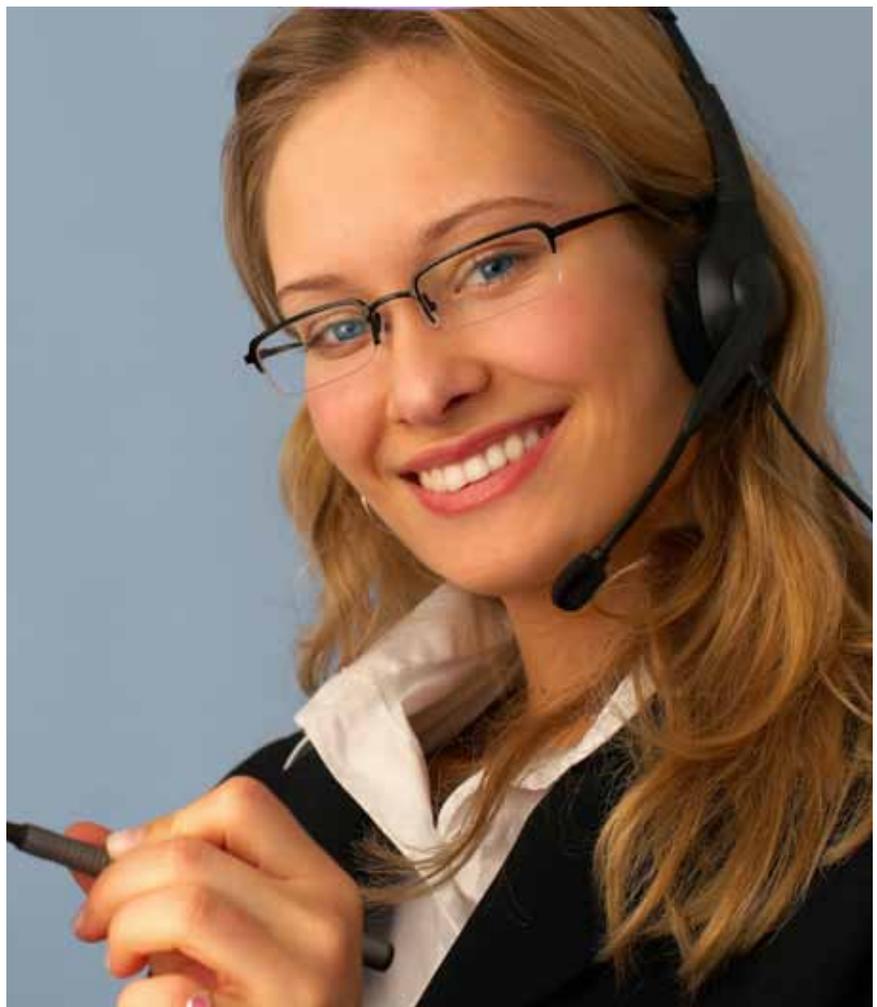


Carbón, petróleo y gas

El auge de la actividad de extracción petrolera ha captado el interés de empresas en los servicios asociados, es así como en el sector de servicios y bienes conexos, Colombia abre oportunidades a empresas de metales y a más. Es el cuarto sector en el mundo al que se ha dirigido la IED canadiense, con un 33,6% del total.

BPO

Colombia cuenta con múltiples ventajas para el desarrollo del sector, entre ellas están la alta disponibilidad de recurso humano calificado, oportunidades para la creación de Centros de Servicios Compartidos para Latinoamérica, oportunidades para compañías de Outsourcing que proveen servicios de Customer Care, ESO, FAO, HRO, Telemedicina y R&D.



NATURALEZA Y SOL Y PLAYA, PRODUCTOS PREFERIDOS POR LOS CANADIENSES

Con una población de 34 millones de habitantes y cerca de 30 millones de salidas al exterior al año, Canadá se posiciona como el sexto mayor emisor de turismo en el mundo. El gusto por la naturaleza y los destinos que ofrecen sol y playa son las mejores ofertas para los canadienses que desde 2010 han venido retomando la conciencia a la hora de viajar, gracias a la recuperación económica de su país.

Destinos como San Andrés o el Parque Tayrona son excelentes opciones para los turistas que también han incrementado sus vuelos por vía aérea debido a la entrada en operación de aerolíneas de nuevas rutas, mayores frecuencias y mejoras en la conectividad.

Así mismo, el interés por las comunidades locales hace que destinos que ofrecen historia y cultura y ferias y fiestas como Bogotá, el Triángulo del Café y el Amazonas aparezcan dentro del abanico de posibilidades para los ciudadanos canadienses que en más del 80%, dedican sus viajes a las vacaciones.

En cuanto a turismo corporativo, el interés en Colombia está asociado a la realización de convenciones, especialmente en el sector minero. Sin embargo, también ha venido creciendo el gusto por el producto golf y la oferta del país para la práctica de este deporte en Cartagena, Medellín y Bogotá.

Al observar las tendencias a la hora de viajar, hay que decir que los viajeros canadienses tienden a hacerlo solos, sin embargo, recientemente se ha percibido un incremento en los viajes en parejas, amigos y familia para reducir costos en acomodación y alquiler de vehículos. Los meses de enero, febrero y diciembre, son los preferi-

dos para visitar Colombia.

Actualmente, la aerolínea Air Canadá cuenta con cuatro vuelos semanales Toronto – Bogotá – Toronto y vuelos chárter que facilitan aún más la conectividad con destinos de gran interés como Cartagena.

Con crecimientos anuales cercanos al 17%, en 2011 Canadá participó con el 2,4% del total de llegadas de viajeros extranjeros al país. Hasta ahora los destinos más frecuentados son Bogotá con 45% seguida por Cartagena con 20%, Medellín con 10,6% y San Andrés con 10,1%.

De acuerdo con Euromonitor International entre 2011 y 2015 los viajes de los canadienses tendrán un crecimiento previsto de 3% anual al alcanzar 32 millones de salidas al exterior.

| Productos de preferencia canadiense | Destino en Colombia |
|-------------------------------------|---|
| Sol y playa | San Andrés y Santa Marta |
| Cultura | Bogotá y Medellín (ciudad capital) |
| Ferías y fiestas | Barranquilla (Carnaval de Barranquilla) |
| Historia y cultura | Cartagena |
| Naturaleza | Amazonas Santa Marta (Parque Nacional Tayrona) Triangulo del Café (Agroturismo) |

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Calle 28 No. 13 A – 15 Piso 7 – Bogotá

Tel. + 57 (1) 6067676

<http://www.mincomercio.gov.co>

Proexport Colombia

Dirección: Calle 28 No. 13^a-15 Piso 35, Bogotá

Tel: + 57 (1) 5600100

Fax: + 57 (1) 560 0104

Oficina Comercial en Canadá

Correo electrónico: toronto@proexport.com.co

Dirección: 2 Bloor Street West, Suite 1005, Toronto, Ontario, M4W 3E2.

Tel.: + 1 (416) 363 9225

Fax: + 1 (416) 363 0808



Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo
República de Colombia

Prosperidad
para todos



**PROEXPORT
COLOMBIA**

PROMOCIÓN DE TURISMO, INVERSIÓN Y EXPORTACIONES