



ECONOMÍA
SECRETARÍA DE ECONOMÍA

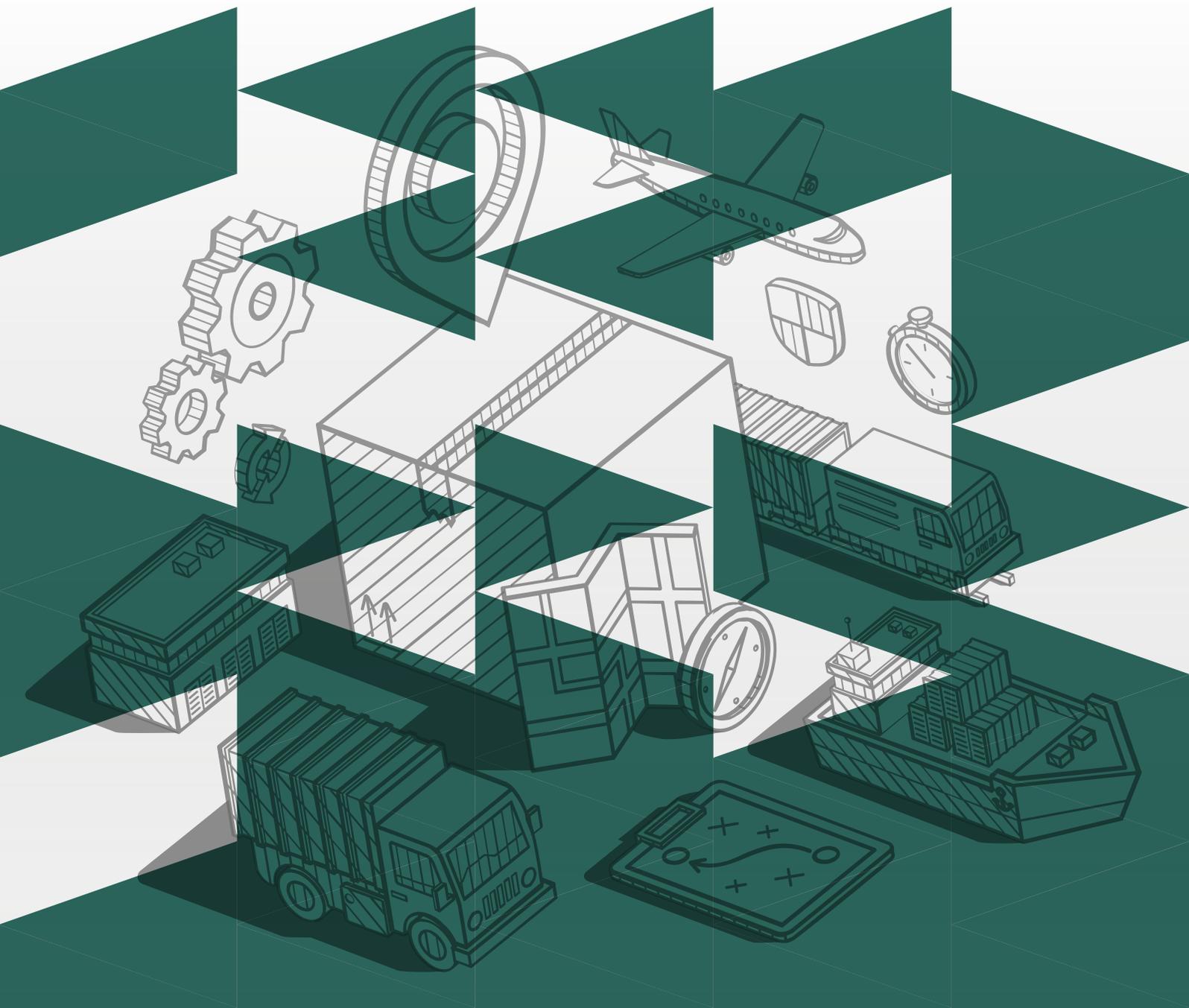
Producto
T-MEC.
Integración comercial y productiva para el biemisor

CAF BANCO DE DESARROLLO
DE AMÉRICA LATINA

50
años

T-MEC

MÉXICO EXPORTA A CANADÁ





Índice



Resumen ejecutivo	p. 4
Glosario	p. 9
1. El mercado potencial. ¿Por qué exportar a Canadá?	p. 12
1.1 Relaciones bilaterales México - Canadá	p. 13
1.2 Tamaño y atractivo del mercado	p. 15
1.3 Identificación de compradores	p. 20
2. Sectores y Productos Prioritarios Identificados	p. 23
¿Qué importan los Canadienses?	p. 24
2.1 Manufactura	p. 25
2.2 Agropecuario	p. 27
2.3 Textil	p. 29
2.4 Industria Naranja	p. 31
2.5 Otros productos	p. 31
2.6 Servicios	p. 34
3. Oportunidades para el Sur-Sureste	p. 35
3.1 Manufactura	p. 38
3.2 Agricultura	p. 39
3.3 Textil	p. 40
4. El T-MEC. Seguimiento a la agenda	p. 41
4.1 Beneficios y oportunidades del T-MEC	p. 42
5. Proceso de exportación. ¿Cómo exportar?	p. 50
5.1 Cultura y perfil del consumidor canadiense	p. 51
5.2 Factores y técnicas de la venta con canadienses	p. 53
5.3 Envío de Muestras o pequeños embarques de prueba	p. 53
5.4 Consideraciones del producto	p. 59
5.5 Determinación del precio de venta	p. 61
5.6 Canales de distribución y ecosistema de venta	p. 64





5.7 Distribución y logística	p. 66
Empaque y etiquetado	p. 67
Embalaje	p. 68
Principales puertos, servicios y rutas logísticas	p. 69
5.8 Aduanas, regulaciones arancelarias y no arancelarias	p. 70
5.9 Contratos y financiamiento a la exportación	p. 78
5.10 Agencias y organizaciones de interés para Exportar	p. 79
5.11 Eventos relevantes	p. 81
6. Internacionalización a Canadá	p. 88
6.1 Razones para establecer un negocio en Canadá	p. 89
6.2 Cómo establecer un negocio	p. 90
6.3 Aspectos legales y fiscales	p. 93
6.4 Costos de una operación en Canadá	p. 94
Nota metodológica	p. 95





Resumen ejecutivo



Resumen ejecutivo

Caracterizado por una diversidad sorprendente, Canadá es el segundo país con la mayor extensión territorial en el mundo, dividido en 3 territorios y 10 provincias, es gracias a sus abundantes recursos naturales y el comercio, la décima economía del mundo. Además de trabajar con México de manera coordinada en áreas como la educación, cultura, comercio, cuidado del medio ambiente, ciencia y tecnología, Canadá hoy en día representa una oportunidad importante para nuestro país en la diversificación de sus exportaciones.

A través de los años, las relaciones bilaterales entre México y Canadá se han fortalecido y transformado, para facilitar las opciones de negocio e incrementar la exportación. La modernización del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) responde a una nueva etapa de la integración regional. El T-MEC entra en vigor el 1 de julio del 2020, en él se robustece el compromiso para eliminar subsidios a la exportación y aranceles; estableciendo mecanismos y procedimientos que agilicen el despacho de mercancías y control de la cadena logística; así como una mejora en la equivalencia de medidas fitosanitarias, auditorías y certificaciones que facilitarán el acceso de productos mexicanos a Canadá y EE. UU.

En el T-MEC se han considerado aspectos para el desarrollo de las PYMES en los que se pretende apoyarlas e impulsarlas, beneficiándolas con la generación de un mercado de oportunidades similares a las empresas multinacionales.

En cuanto a las nuevas reglas de origen automotrices del T-MEC estas contribuirán a fortalecer la integración productiva de América del Norte. Asimismo, se amplía la cobertura a las mercancías textiles folclóricas que podrán ser elegibles de tratamiento de libre arancel.

En 2020, Canadá fue el quinto socio comercial de México, siendo el segundo destino de las exportaciones mexicanas, por lo que, como un soporte al comercio bilateral, la Secretaría de Economía y la Secretaría de Relaciones Exteriores cuentan con puntos de apoyo y de contacto para exportadores, dispuestos tanto en oficinas centrales como en las principales regiones de Canadá: Ottawa, Toronto, Montreal, Vancouver, Calgary y Leamington, así como consulados honorarios en Manitoba, Quebec, Nueva Escocia, Terranova y Labrador.

Para entrar a este mercado de alrededor de 38 millones de consumidores potenciales hay varios factores a considerar, como son la regionalidad y segmentación de mercados, ya que cada provincia tiene hábitos de consumo y canales de distribución específicos. Es importante ubicar el mercado meta, segmentar adecuadamente los posibles compradores, así como recopilar toda la información del mercado que el producto requiere, lo que generará, una estrategia de distribución eficiente.

Al definir el perfil del comprador, la región y los hábitos de consumo, el exportador podrá optar , dependiendo de su capital disponible y el tipo de producto, por el canal de distribución que más le convenga, ya sea mayoristas, tiendas de cadena y/o comercio electrónico.

Es importante enfatizar, que existen canales de comunicación donde el exportador logra contactar a sus futuros clientes en Canadá: ruedas de negocio o misiones comerciales, en las que podrá reunirse con sus potenciales compradores.

Entre los principales productos de importación encontramos las manufacturas, agropecuarios, textiles así como los servicios. Aunque existen rubros que no figuran entre los principales intercambios comerciales, a través de un mayor análisis de información se podrá definir el potencial para entrar al mercado canadiense.

Entre las principales exportaciones mexicanas dirigidas a Canadá destacan los productos de la industria automotriz como son automóviles y sus motores, así como materiales para el ensamble de aeronaves, además de equipos electrónicos, los que contribuyeron con el 17.3% del PIB del país en 2019. Cabe destacar que las disposiciones del T-MEC integran a las PYMES dándoles la oportunidad de convertirse en proveedoras de empresas tractoras.

Dentro del mismo marco observamos que el sector agroalimentario está dentro de los capítulos más relevantes del T-MEC, las exportaciones agrícolas mexicanas seguirán gozando del acceso preferencial, exentos del pago de arancel, lo que permite que los consumidores canadienses tengan a precios accesibles, una opción más amplia de productos frescos, proteínas animales y alimentos procesados durante todo el año. La importación de productos agrícolas en 2020, según *Global Affairs Canada*, se incrementó un 4% en comparación con el primer trimestre del 2019¹. El T-MEC fortaleció el compromiso para la eliminación de subsidios, mejor equivalencia de medidas fitosanitarias, revisiones a la importación y certificaciones que facilitarán el acceso de productos agropecuarios mexicanos a Canadá. De igual forma se establece un Comité Agrícola para dar seguimiento a la implementación de los compromisos asumidos, fomentando mayor transparencia y cooperación.

Cabe destacar otra oportunidad para el exportador, la cual se presenta en la industria textil, donde los principales envíos mexicanos dirigidos a Canadá fueron las telas de punto de fibras artificiales o sintéticas; hilados de mezcla y telas de

¹ Global Affairs, Canada's State of Trade 2020. Recuperado de: <https://www.international.gc.ca/gac-amc/publications/economist-economiste/state-of-trade-commerce-international-2020.aspx?lang=eng>

mezclilla de algodón, destacando las prendas y accesorios. También está previsto el acceso preferencial para las mercancías folclóricas producidas por indígenas.

De la misma forma encontramos que dentro de la rama de servicios los principales rubros de exportación de México fueron los derivados de regalías y derechos de licencia, consultoría profesional y de gestión; de viaje de turismo y de negocios; de transporte, los servicios comerciales y los relacionados con las mercancías.

En este sector, las oportunidades más relevantes para exportar se encuentran en los servicios de viaje. Además, a través de las disposiciones sobre servicios transfronterizos se fomenta la proveeduría de servicios de tecnologías de la información, programación, desarrollo de videojuegos y soporte técnico. Otra oportunidad notable se encuentra en la industria creativa o industria naranja, que consisten en la transformación de ideas a bienes o servicios de carácter cultural como son los productos audiovisuales, artesanales o de producciones culturales organizadas por medio de participación voluntaria de la población.

Un análisis y estudio del consumidor canadiense, permitirá reconocer la forma de compra y el gasto destinado del segmento al que pertenece.

Por otra parte, los estados del Sur-Sureste de México poseen una gran riqueza natural, debido a su enorme diversidad y capacidad productora de alimentos. Es una zona de la República Mexicana que cuenta con un excelente potencial agropecuario para exportación, particularmente de productos frescos y orgánicos, para los que ya hay una gran demanda canadiense, destacando las exportaciones de frutas y hortalizas, así como los productos de confitería y panadería.

Hay que considerar ampliamente los hábitos de compra del consumidor canadiense, ya que siendo un país multicultural se encuentra abierto a la gama de productos exóticos y étnicos, en el que la conciencia sobre el consumo sostenible es importante, con una gran preferencia en la adquisición de mercancías orgánicas en envase ecológico. Es importante señalar que los recursos que facilita el gobierno para sus trámites y procesos están disponibles en inglés y en francés, por lo que se recomienda tener conocimiento de alguno de estos dos idiomas, para así desarrollar una estrategia adecuada a su mercado.

En cuanto a las preferencias del comprador canadiense, será más importante la calidad y producción ética del producto que el precio de compra, lo que los convierte en un consumidor exigente en el servicio al cliente y postventa, siendo significativo para ellos el cumplimiento de los acuerdos en órdenes y tiempos de entrega, envío de cotizaciones, muestras, respuestas o información, principalmente.

En lo que respecta al envío de muestras por parte del empresario al comprador, se puede hacer mediante el uso del programa CLVS (Courier Low Value Shipment) o como una compraventa regular entre las empresas de ambos países, todo dependerá si el producto no está sujeto a restricciones que se mencionan en el listado D9 – *Prohibited Importations* y el D19 – *Acts and Regulations of other Government Departments*. Es importante cumplir con los requisitos solicitados por su contraparte canadiense, de lo contrario su mercancía se verá detenida en la aduana canadiense e incluso perderla en un embargo.

Por otro lado, la internacionalización de su empresa le permitirá acceder y ampliar sus mercados y, por lo tanto, crecer y aumentar su competitividad, lo que le ayudará a mejorar la inversión en el mercado canadiense. Es necesario considerar si la empresa tiene la capacidad financiera necesaria, ya que la operación implica una inversión a mediano o largo plazo; para ello, Canadá cuenta con diversas iniciativas, incentivos y programas dirigidos al inversionista extranjero que podrían ser de su interés.

Los acuerdos interprovinciales y los beneficios con los que Canadá cuenta para las empresas que buscan internacionalizarse son diversos. El proceso de incorporación puede ser simple; no obstante, se deberá revisar detalladamente normas y reglamentos a cumplir; por ejemplo, una empresa unipersonal, una asociación conjunta o una corporación, deberán obtener el registro a nivel federal, donde el negocio podrá operar bajo el mismo nombre en todas las provincias y territorios, o a nivel provincial en donde solamente se podrá operar en la provincia para donde se realizó el registro.

El mercado canadiense es extremadamente competitivo, el incumplimiento con la reglamentación o cualquier otro en el que incurra el exportador podría hacer que su reputación no sea confiable, generando que su cliente busque otro proveedor o derivar en multas e incluso hasta en el decomiso de los productos importados; por ello, es necesario prestar atención a la fabricación y a la calidad de los detalles.

T-MEC
MÉXICO
EXPORTA A
CANADÁ



Glosario



Glosario

- **CBSA:** *Canada Border Services Agency*. La Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá.
- **CAD\$:** Dólares canadienses
- **CSA:** *Canadian Standards Association*. Asociación Canadiense de Normalización.
- **DataMÉXICO:** Herramienta desarrollada por la Secretaría de Economía en conjunto con Datawheel. Para más información véase: <https://datamexico.org>
- **De minimis para envíos de entrega rápida:** Monto fijo sobre el cual no se fijarán aranceles e impuestos a las mercancías procedentes de América del Norte, realizados por paquetería.
- **G.A.P.:** *Global Good Agricultural Practices*. Normas para las Buenas Prácticas Agrícolas.
- **GMP:** *Good Manufacturing Practices*. Certificado de Buenas Prácticas Manufactureras.
- **HACCP:** *Hazard Analysis and Critical Control Point*. Análisis de Riesgo y Puntos Críticos de Control.
- **INCOTERMS:** Términos de Comercio Internacional. Se refiere al conjunto de términos internacionalmente reconocidos, utilizados en contratos internacionales y domésticos para la entrega de bienes.
- **MCE:** Metros Cuadrados Equivalentes. Unidad de medida que resulta de la aplicación de los factores de conversión establecidos en el Anexo 6-B del capítulo 6. Mercancías Textiles y del Vestido del T-MEC (Factores de Conversión) a una unidad de medida primaria como unidad, docena o kilogramo.
- **mdd:** Millones de dólares estadounidenses.
- **Mercado Potencial:** Se le denomina mercado potencial a aquel público que no consume un producto específico, pero que está en condiciones de adquirirlo y que podría llegar a tener una necesidad por él.
- **mmdd:** Miles de millones de dólares estadounidenses.
- **Programa CLVS:** *Courier Low Value Shipment*. Es un tipo de envío (programa) canadiense para mercancías que se despachan a través de la CBSA, por un servicio de mensajería autorizado.
- **Región Sur-Sureste:** Región de México conformada por nueve estados Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán

- **T-MEC:** Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá.
- **Trade Map:** Herramienta desarrollada por el Centro Internacional de Comercio. Para más información, véase: <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- **USD:** Dólares estadounidenses.
- **Ventaja Comparativa Revelada: o Índice Balassa** permite conocer la especialización exportadora de un país. Descrito como el resultado de la división de la participación de un producto en las exportaciones de un país y la participación de ese mismo producto en las exportaciones mundiales.

T-MEC
MÉXICO
EXPORTA A
CANADÁ



1

El mercado potencial.
¿Por qué exportar a Canadá?



1.1 Relaciones bilaterales México - Canadá

Canadá y México establecieron relaciones diplomáticas el 29 de enero de 1944, desde entonces las relaciones se han fortalecido con instrumentos como el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC), el Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (TIPAT) y la Alianza México-Canadá, principalmente.

Al ser miembro del T-MEC, y por su cercanía geográfica, Canadá representa una oportunidad importante para México en la diversificación de las exportaciones.

La relación estrecha entre México y Canadá es resultado de 26 años de vigencia del TLCAN, que incrementó el intercambio comercial, los flujos de inversión y la cooperación.

México trabaja con Canadá de manera coordinada en áreas de educación, cultura y arte, el cuidado del medio ambiente, comercio, ciencia y tecnología y materia fiscal, a través de varios instrumentos bilaterales.

Programa de Trabajadores Agrícolas Temporales

Convenio para evitar la doble imposición y prevenir la evasión fiscal en materia de impuestos sobre la renta

Memorándum de cooperación entre administraciones aduaneras

Acuerdo de Asistencia Mutua en Aduanas

Carta de intención de innovación y emprendimiento para cooperación de comunidades indígenas

Memorándum de Entendimiento sobre cooperación en inocuidad alimentaria, inspección, sanidad animal y vegetal

Arreglo de reconocimiento mutuo de programas de operadores económicos autorizados

Memorándum de Entendimiento de Cooperación para el avance de buenas prácticas regulatorias

El gobierno mexicano ofrece varios puntos de contacto y apoyo en Canadá para los exportadores a través de representaciones de la Secretaría de Economía y de la Secretaría de Relaciones Exteriores.

La representación de la Secretaría de Economía en Canadá se encuentra en la agregaduría comercial en la Embajada Mexicana en Canadá, en Ottawa, la capital. Asimismo, la Embajada de México y los consulados cuentan con áreas de promoción comercial y de inversión, ubicándose en Ottawa, Montreal Toronto, Vancouver, Calgary y Leamington. También México dispone de consulados honorarios en Quebec, Manitoba, Nueva Escocia; y, Terranova y Labrador.

1. El mercado potencial. ¿Por qué exportar a Canadá?



De acuerdo con datos de la Secretaría de Economía, en 2020 Canadá fue el quinto socio comercial de México y el segundo destino de las exportaciones².

Comercio Bilateral con las provincias Canadienses

Comercio Bilateral con las provincias Canadienses (2020 ³)			
Ontario	Quebec	Columbia Británica	Alberta
72.27%	8.53%	6.41%	6.10%

En 2020, las provincias de Quebec, Alberta, Columbia Británica y Ontario concentraron el 93.31% del comercio bilateral entre México y Canadá, registrando esta última el mayor intercambio comercial del sector automotor con Canadá.⁴

Las principales importaciones de Canadá desde México en 2020, se concentraron en vehículos de motor y sus partes, equipos y piezas electrónicos y eléctricos, bienes de consumo, productos agrícolas, pesqueros y alimenticios intermedios, maquinaria, equipo y piezas industriales, productos minerales, metálicos y no metálicos, aeronaves y otros equipos y piezas de transporte.

² México es el onceavo exportador a nivel mundial y el primero en América Latina. Dispone de una red de 14 Tratados de Libre Comercio con 50 países que nos conectan con más de 1,300 millones de consumidores potenciales.

³ Report - Trade Data Online, Gobierno de Canadá, Recuperado de: <https://www.ic.gc.ca/app/scr/tdst/tdo/crtr.html?grouped=GROUPED&searchType=All&areaCodes=874&naArea=9998&countryList=specific&toFromCountry=CDN&reportType=TB&timePeriod=24%7CMonthly+Trends¤cy=US&productType=HS6&runReport=true>

⁴ Elaboración propia con datos de Statistics Canada.

1.2 Tamaño y atractivo del mercado



Previo a la pandemia, la economía canadiense presentaba un crecimiento promedio anual de 2.27% en el periodo de 2017-2019.

Indicadores de Crecimiento de Canadá, 2017-2019

Indicadores de Crecimiento	2017	2018	2019	2020
PIB (mdd)	1,649.26	1,721.82	1,741.576	1,643.40
PIB (Crecimiento anual en %)	3.04	2.43	1.86	-5.40
PIB per cápita (USD)	45,1916	46,532	46,399	43,278
Tasa de inflación (%)	1.59	2.26	1.94	0.17
Tasa de Paro (tasa de desempleo en relación a la población activa- %)	6.38	5.90	5.73	9.60

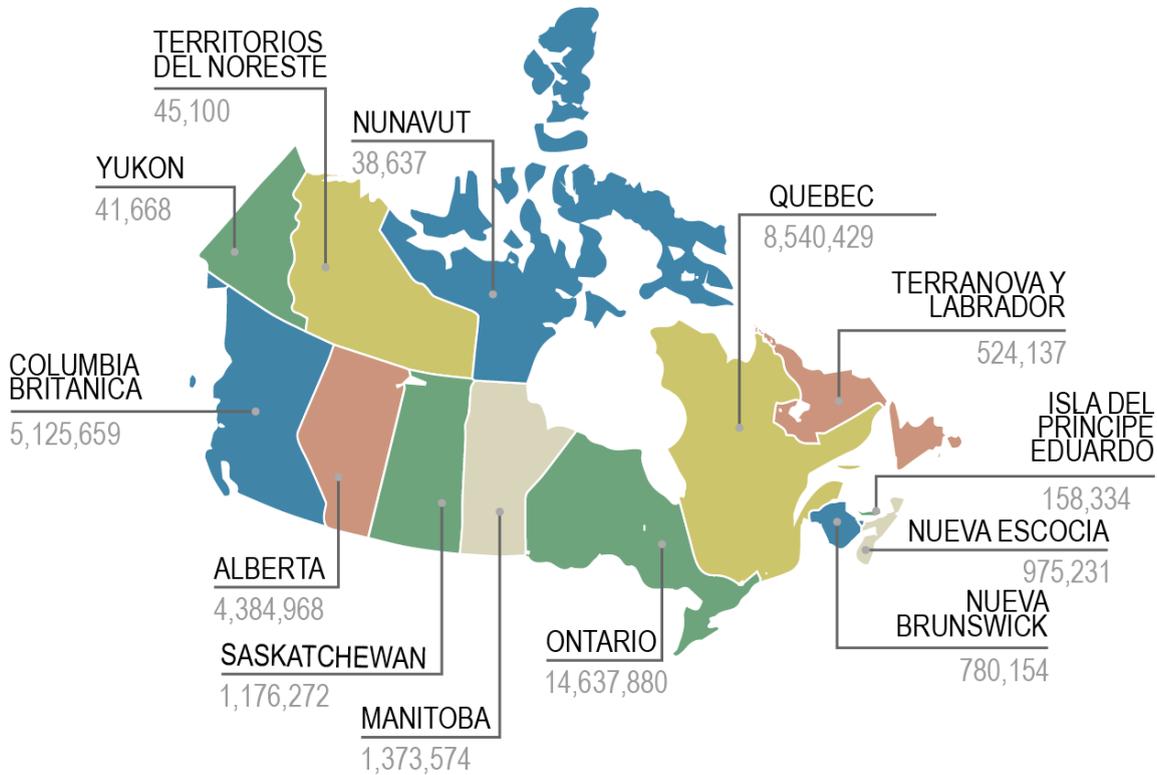
Fuente: Fondo Monetario Internacional - World Economic Outlook Database (April 2021⁵)

⁵ Fondo Monetario Internacional, World Economic Outlook Database. Recuperado de: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2021/April>

1. El mercado potencial. ¿Por qué exportar a Canadá?

Tamaño del mercado Candiense

<p>43,872.628 PIB per capita 2020* (dólares estadounidenses)</p>	<p>66% de la población canadiense vive a menos de 100 kilómetros de la frontera sur de Canadá - Estados Unidos (Censo 2016)</p>
---	---



Elaboración propia con datos de Statistics Canada.
 Table 17-10-0009-01 Population estimates, Quarterly.
 *Fuente: Canada GDP per Capita, CEIC⁶

Canadá es un gobierno federal con diez provincias (el equivalente a los estados mexicanos) y tres territorios, los cuales se dividen en 5 mercados regionales:

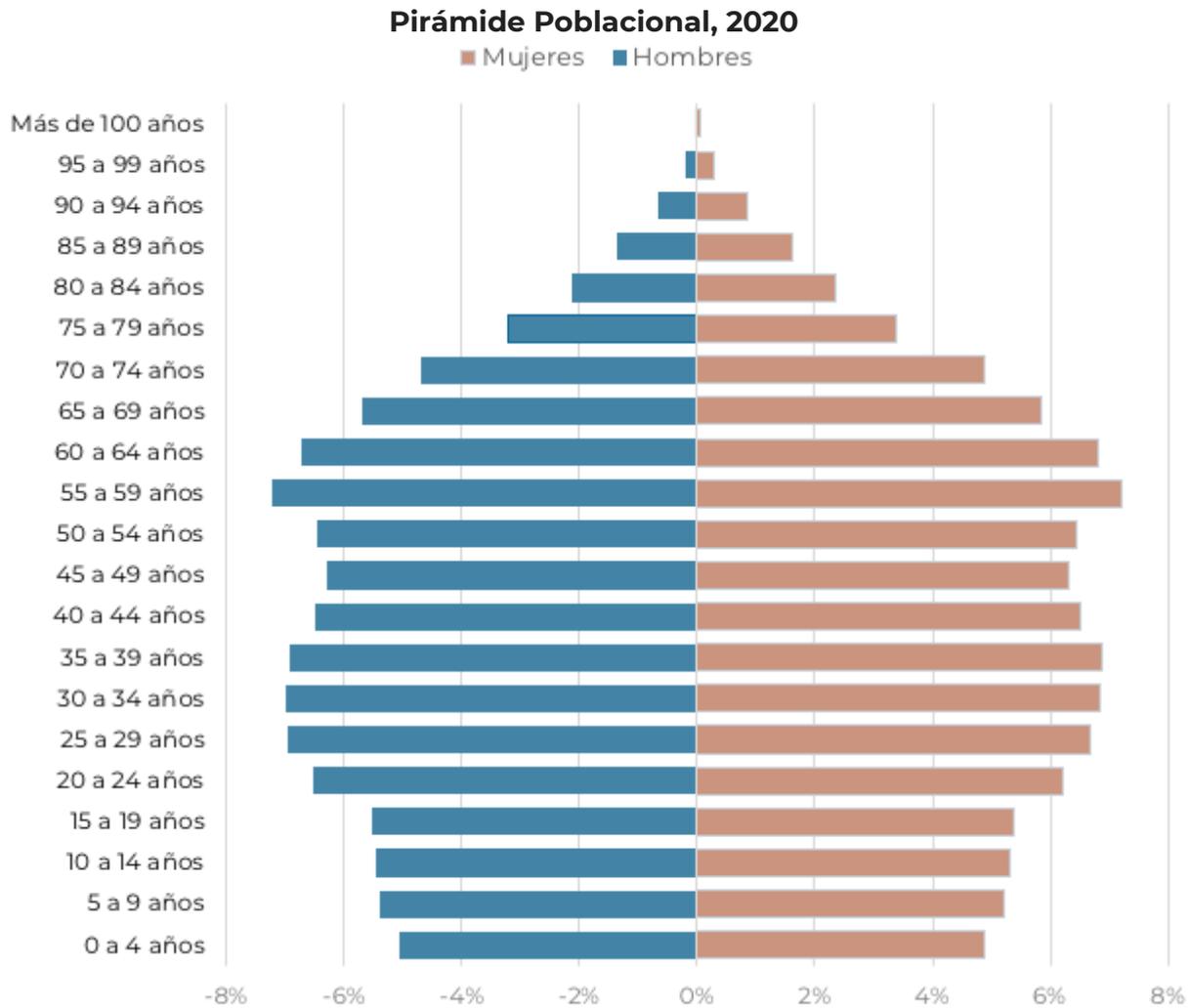
Mercados Regionales				
Canadá Central	Costa Este	Las Praderas	Oeste de Canadá	Canadá Septentrional
Ontario y Quebec (62% de la población total de Canadá)	Nueva Brunswick, Terranova y Labrador, Nueva Escocia e Isla del Príncipe Eduardo	Manitoba y Saskatchewan	Alberta y Columbia Británica	Los territorios de Yukón, Nunavut y Territorios del Noreste
La mayoría de la concentración de la población se encuentra en las provincias más cercanas a la frontera Canadá-E.U.A.				Representan el 40% del área terrestre, contienen 3% de la población total

⁶ Datos: <https://www.ceicdata.com/en/indicator/canada/gdp-per-capita>

1. El mercado potencial. ¿Por qué exportar a Canadá?

Es importante tomar en cuenta que, cada mercado regional y provincial tiene hábitos de consumo y canales de distribución específicos a esa región. Particularmente, se deben de considerar los requisitos interprovinciales⁷ e identificar debidamente la demanda por segmentos de compradores, los requisitos específicos y adecuaciones necesarias para su producto, así como la competencia existente para generar una estrategia de distribución eficiente.

Los siguientes datos presentan las características más importantes de la población canadiense a tomar en cuenta en su plan de exportación:



Fuente: Statistics Canada, Population estimates on July 1st, by age and gender (Julio 2020)⁸

⁷ No hay una sola fuente de información para estos requisitos. El exportador y/o distribuidor deberá de consultar las páginas de los gobiernos interprovinciales para encontrar información específica de los requisitos de cada provincia.

⁸ Statistics Canada, Population estimates on July 1st, by age and gender. Recuperado de: <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=1710000501>

1. El mercado potencial. ¿Por qué exportar a Canadá?

Datos relevantes para la exportación

Distribución de la población por generación ⁹				
6 a 24 años	25 a 40 años	41 a 56 años	57 a 75 años	76 años en adelante
27.95 %	20.89 %	19.22 %	24.36 %	7.58 %
Consumo por generación (Total de transacciones anuales)				
358	330	306	269	202
Consumo por generación (Gasto promedio por transacción, datos en USD) ^{10 11}				
\$58.30	\$54.91	\$60.36	\$61.69	\$60.38
Distribución de migrantes por provincia				
Toronto	Montreal	Vancouver	Calgary	Ottawa
39.90 %	12.40 %	13.10 %	5.40 %	3.40 %
Distribución de migrantes por origen, Censo 2016				
Asia	Medio Oriente y África	Europa	Estados Unidos	Latinoamérica y el Caribe
53 %	26 %	10 %	3 %	8 %
Principales socios comerciales de Canadá (Top 5) 2020				
1. Estados Unidos	2. China	3. México	4. Reino Unido	5. Japón

Origen de migrantes (Top 5), clasificados por provincia, 2016¹²

Alberta				
Filipinas	India	Reino Unido	China	Estados Unidos
14.7%	10.8%	7%	6.8%	3.6%
Columbia Británica				
China	India	Reino Unido	Filipinas	Hong Kong
15.5%	12.6%	9.6%	8.7%	5.7%
Ontario				
India	China	Reino Unido	Filipinas	Italia
9.4%	8.2%	6.9%	6%	4.1%
Quebec				
Francia	Haití	Marruecos	Algeria	Italia
7.4%	7.4%	5.6%	5.4%	4.7%

⁹ Statistics Canada, Population estimates on July 1st, by age and sex Recuperado de: <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl/en/tv.action?pid=1710000501&pickMembers%5B0%5D=1.15&pickMembers%5B1%5D=2.1>

¹⁰ Datos obtenidos de la guía Access Canadá, A guide to exporting to Canada. Datos de Business 2 Community, Consumer Shopping Trends and Statistics by the Generation: Gen Z, Millennials, Gen X, Boomers and the Silents, Julio 2019. Recuperado de: <https://www.business2community.com/trends-news/consumer-shopping-trends-and-statistics-by-the-generation-gen-z-millennials-gen-x-boomers-and-the-silents-02220370>

¹¹ Gasto promedio de cada transacción que realiza una persona clasificada por generación.

¹² Statistics Canada, Focus on Geography Series 2016. Recuperado de: <https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/as-sa/fogs-spg/index-eng.cfm>

Consumo del canadiense

Distribución anual del consumo de los hogares en Canadá, 2019¹³

Gasto total promedio anual de hogares de un integrante: \$ 188,646.01 (USD)	
Educación	1.02 %
Comunicación	2.74 %
Ropa y calzado	2.8 %
Bebidas alcohólicas y tabaco	4.47 %
Mobiliario, enseres domésticos y otros bienes y servicios relacionados con la vivienda y la propiedad	4.81 %
Salud	5.45 %
Bienes y servicios diversos	5.75 %
Servicios de alimentación, bebidas y alojamiento	6.09 %
Recreación y cultura	7.22 %
Servicios financieros y de seguros	7.36 %
Alimentos y bebidas no alcohólicas	8.73 %
Transporte	13.52 %
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	30.04 %
Gasto total anual promedio de hogares de más de un integrante: \$ 1,051,455 (USD)	
Educación	1.6 %
Comunicación	2.63 %
Bebidas alcohólicas y tabaco	3.55 %
Salud	4.11 %
Ropa y calzado	4.25 %
Bienes y servicios diversos	5.11 %
Mobiliario, enseres domésticos y otros bienes y servicios relacionados con la vivienda y la propiedad	5.48 %
Servicios de alimentación, bebidas y alojamiento	7.65 %
Recreación y cultura	8.2 %
Alimentos y bebidas no alcohólicas	9.09 %
Servicios financieros y de seguros	9.38 %
Transporte	16.21 %
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	22.75 %

¹³ Statistics Canada, Distributions of household economic accounts, income, consumption and saving, by characteristic. Recuperado de: <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/cv.action?pid=3610058701>

Mercados de lujo, belleza y mueblería en Canadá, 2021

Mercado de lujo ¹⁴		Mercado de belleza y cuidado personal ¹⁵		Mercado de muebles ¹⁶	
Valor en 2021	Segmento más grande en 2021	Valor en 2021	Segmento más grande en 2021	Valor en 2021	Segmento más grande en 2021
\$ 5,395 mdd	Moda de Lujo con \$1,748 mdd	\$7,208 mdd	Cuidado personal con \$3,543 mdd	\$29,509 mdd	Muebles para sala y comedor con \$8,879 mdd

Número de empresas, por tamaño, en Canadá, Junio 2020¹⁷

Pequeñas empresas (1 a 99 empleados)		Empresas medianas (100-499 empleados)		Empresas grandes (500+ empleados)	
Número	%	Número	%	Número	%
1,294,062	98.02	23,153	1.75	2,992	0.23

A lo largo de la guía se presentarán las herramientas necesarias para que pueda identificar los requisitos para exportar, generar estrategias de contacto de compradores y la adecuación de su mercancía, precio y distribución.

1.3 Identificación de compradores

El proceso de identificación de compradores es un elemento fundamental para posicionar su producto en el mercado canadiense. Hay que definir el perfil del comprador para su identificación con base en la selección de los canales de distribución que estratégicamente convenga al exportador. Esto es, venta directa a través de agentes o distribuidores mayoristas; tiendas de cadena o comercio electrónico.

La selección estratégica de los canales de distribución dependerá del tamaño de la empresa del exportador, ya sea por el capital de trabajo disponible y el tipo de producto. Resulta diferente trabajar con una cadena de supermercados con grandes costos de promoción del producto y manejo de posibles devoluciones, que a través de un distribuidor mayorista que asume los riesgos de distribución. Ambas acciones requieren inversión, pero el monto de cada una es diferente. Para mayor información, consulte el capítulo 5. Los recursos disponibles son:

¹⁴ Statista, Luxury Goods, 2021. Recuperado de: <https://www.statista.com/outlook/21000000/108/luxury-goods/canada> Este mercado se refiere a prendas de vestir, calzado y accesorios de cuero, gafas, así como relojes y joyas, y cosméticos.

¹⁵ Statista, Beauty and Personal Care, 2021. Recuperado de: <https://www.statista.com/outlook/70000000/108/beauty-personal-care/canada>

¹⁶ Statista, Furniture, 2021. Recuperado de: <https://www.statista.com/outlook/17000000/108/furniture/canada>

¹⁷ Canadian Business Counts, with employees, June 2020. Recuperado de: <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/cv.action?pid=3310026701>

1. El mercado potencial. ¿Por qué exportar a Canadá?



* <https://www.ic.gc.ca/eic/site/cid-dic.nsf/eng/home>

La Secretaría de Economía impulsa diversos eventos de capacitación que se dirigen a las PYMES. Puede consultar estos eventos a través de la plataforma MIPyMES.MX:

Página web:

<https://mipymes.economia.gob.mx/>

Adicionalmente, como exportadores pueden participar en ruedas de negocios o misiones comerciales en donde tendrá la oportunidad de formar parte de:

- B2B (*Business to Business*): Reuniones de empresa a empresa. La empresa exportadora presenta sus productos o servicios a un posible importador/distribuidor.
- B2C (*Business to Client*): Reuniones de empresa con clientes potenciales directos. La empresa exportadora presenta sus productos o servicios directamente al potencial cliente.
- B2G (*Business to Government*): La empresa exportadora presenta productos o servicios que puede ofrecer a entes gubernamentales.

La Secretaría de Economía en conjunto con diversas autoridades celebra eventos virtuales, en los que se puede participar y agendar reuniones para presentar sus productos. Asimismo, las empresas pueden identificar eventos para participar en este tipo de reuniones. Es importante tomar en cuenta que pueden pasar varios meses entre el contacto inicial con el cliente y la primera orden o pedido. Se debe de dar un seguimiento adecuado por medio del intercambio de información, el envío de muestras de sus productos y la aclaración de dudas y preguntas. Todo ello debe de entregarse en tiempo y forma.

Al momento de buscar compradores potenciales en Canadá, es importante tomar en cuenta la necesidad de contar con las certificaciones internacionales como *Global Good Agricultural Practice* (G.A.P.) para agroindustria o ISO 9001 para industria automotriz, entre otras. Los compradores en diversas ocasiones cuentan con estas certificaciones en su operación, por lo que requieren de proveedores que les garanticen los mismos estándares de calidad y sanidad con los que ellos cuentan.

Además, hay que considerar que en la identificación de compradores de diferentes provincias hay requisitos de comercio Inter-Provinciales¹⁸ que el exportador deberá cumplir. Estos se basan en leyes territoriales, como es el caso de la provincia de Quebec, donde se exige a los proveedores etiquetas donde se resalte el idioma francés.

¹⁸ El exportador debe consultar las páginas gubernamentales de cada Provincia para encontrar información referente a dichas regulaciones, ya que no hay una sola fuente de información sobre las consideraciones. La siguiente liga contiene un listado de las páginas web provinciales:
<https://www.canada.ca/en/revenue-agency/services/tax/businesses/related-provincial-territorial-government-sites.html>

T-MEC
MÉXICO
EXPORTA A
CANADÁ



2

Sectores y Productos
Prioritarios Identificados



2. Sectores y Productos Prioritarios Identificados

En esta sección, se presentan algunos de los sectores más atractivos a nivel macro y las oportunidades por subsector en cuatro cuadrantes. También abordamos el tema de metodologías de investigación para poder validar y buscar específicamente las oportunidades a nivel micro, así como información para que los exportadores puedan planear y determinar la viabilidad de mercado en su plan de exportación. A través del análisis de flujos comerciales se identificó una muestra de productos con potencial de exportación que se presenta a continuación.

Para más detalle, consulte el Anexo T-MEC México Exporta a Canadá - Nota Metodológica.

La metodología clasifica las oportunidades de la siguiente manera:

- **Productos Competitivos:** aquellos donde México es un importante proveedor de Canadá (participación de mercado superior a la media) y el mercado de importaciones crece por arriba de la media.
- **Productos de Oportunidad:** aquellos donde las importaciones de Canadá crecen por encima de la media, pero México tiene una participación por debajo de la media.
- **Productos Consolidados:** aquellos donde México es un importante proveedor de Canadá, pero el crecimiento del mercado es lento.
- **Productos Decrecientes:** aquellos donde México tiene poca participación de mercado en Canadá y el mercado crece lentamente.

Posteriormente, presentamos un análisis preliminar del sector servicios, el cual se ha identificado como un mercado potencial.

¿Qué importan los Canadienses?

Importaciones Canadienses 2019¹⁹

Producto	Valor (Miles de millones de dólares canadienses ²⁰)
Bienes de consumo (alimentos, textiles, accesorios, productos de belleza, diseño interior)	125
Vehículos de motor y repuestos	115
Equipos y repuestos electrónicos y eléctricos	72
Maquinaria, equipo y repuestos industriales	69
Productos químicos básicos e industriales, plásticos y caucho	45

¹⁹ Global Affairs, Canada's State of Trade 2020. Recuperado de <https://www.international.gc.ca/qac-amc/publications/economist-economiste/state-of-trade-commerce-international-2020.aspx?lang=eng>

²⁰ Tasa de Cambio entre el dólar canadiense y el peso mexicano al 12 de abril 2021: \$16.08 pesos mexicanos = 1 dólar canadiense.

De acuerdo con el reporte de *Global Affairs, Canada's State of Trade 2020*,²¹ en marzo de ese año hubo un aumento de 8.2% en la importación de productos agrícolas -particularmente de frutas, nueces y carne- y en general un incremento del 4% de las importaciones totales. Adicionalmente, México fue el tercer socio comercial de Canadá durante el primer trimestre de 2020, después de China y Estados Unidos (segundo lugar en sector alimentos).

2.1 Manufactura

Es aquel sector que se dedica a la transformación mecánica, física o química de materiales o sustancias a fin de obtener un producto nuevo. Este sector es de especial importancia para México, al haber aportado 17.3%²² del PIB total del país en 2019.

Entre las principales exportaciones mexicanas dirigidas a Canadá destacan productos como automóviles y sus motores; materiales para el ensamblaje de aeronaves y máquinas; equipos electrónicos, como grabadoras y monitores; plásticos y sus manufacturas.

Productos de oportunidad

Las nuevas reglas de origen para el sector automotor de acero y aluminio contenidas en el T-MEC promueven la integración de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) a las cadenas de valor regionales. Con los nuevos mínimos de valor de contenido regional en el sector automotor las PYMES tienen mayor oportunidad de convertirse en proveedoras de empresas automotrices.

Estas son empresas grandes, que al establecerse en un país fomentan el crecimiento y desarrollo económico de su entorno, por medio de la compra de productos y contratación de servicios locales. Un ejemplo son las Fabricantes de Equipamiento Original (OEM) de la industria automotriz que se han establecido en México.

²¹ Global Affairs, Canada's State of Trade 2020. Recuperado de: <https://www.international.gc.ca/gac-amc/publications/economist-economiste/state-of-trade-commerce-international-2020.aspx?lang=eng>

²² Statista, México: participación del sector manufacturero en el PIB 2007-2019. Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/596877/participacion-del-sector-manufacturero-en-pib-mexico/>

2. Sectores y Productos Prioritarios Identificados

Sectores y productos prioritarios identificados - Matriz Manufactura²³

Participación del Mercado de importaciones de Canadá

ALTO		←		BAJO				
A. PARTIDA ARANCELARIA			B. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO			C. TASA DE CRECIMIENTO 2015-2019		
Producto competitivo			Productos de oportunidad					
A	B	C	A	B	C			
3810	Preparaciones para el decapado de metal; flujos y demás preparaciones auxiliares para soldar...	7%	6905	Tejas, elementos de chimenea, conductos de humo, ornamentos arquitectónicos u artículos simil...	12%			
7003	Placas, hojas o perfiles de vidrio colado o laminado, incl. con capa absorbente, reflectante ...	7%	8545	Electrodos y escobillas de carbón para lámparas o pilas y demás artículos de grafito...	10%			
8531	Tímbreres, sirenas, tableros indicadores, avisadores de protección contra robo o incendio y demás...	5%	8507	Acumuladores eléctricos, incl. los separadores, aunque sean cuadrados o rectangulares: sus...	10%			
8516	Calentadores eléctricos de agua de calentamiento instantáneo o acumulación y calentadores eléctricos...	4%	4402	Carbón vegetal, incl. el de cáscaras o de huesos "carozos" de frutas, aunque esté agomerado...	8%			
9021	Artículos y aparatos de ortopedia, incl. las fajas y vendajes medicoquirúrgicos y las muletas...	3%	6217	Complementos "accesorios" de vestir confeccionados, así como partes de prendas o de complementos...	7%			
9018	Instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria, incl. los de escintigrafía...	3%	3801	Grafito artificial; grafito coloidal o semicoloidal; preparaciones a base de grafito u otros...	6%			
5911	Productos y artículos textiles para usos técnicos mencionados en la nota 7 del cap. 59	3%	2833	Sulfatos; alumbres; peroxosulfatos "persulfatos"	6%			
7320	Muelles "resortes", ballestas y sus hojas, de hierro o acero (exc. muelles de relojería, muelles...	3%	8503	Partes identificables como destinadas, exclusiva o principalmente, a motores y generadores...	5%			
8467	Herramientas neumáticas, hidráulicas o con motor incorporado, incl. eléctrico, de uso manual;...	3%	8487	Partes de la maquinaria, n.c.o.p. de la clase 84 (exc. partes que contengan conectores eléctricos...)	6%			
8301	Candados, cerraduras y cerrojos "de llave, de combinación o eléctricos", de metal común; cierres...	3%	8431	Partes identificables como destinadas, exclusiva o principalmente, a las máquinas o aparatos...	5%			
8451	Máquinas y aparatos (exc. las máquinas de la partida 8450) para lavar, limpiar, escurrir, secar, ...	2%	7311	Recipientes de fundición, hierro o acero, para gas comprimido o licuado (exc. contenedores...	5%			
4016	Manufacturas de caucho vulcanizado sin endurecer, n.c.o.p.	2%	7010	Bombonas "damajuanas", botellas, frascos, bicales, tarros, envases tubulares, ampollas y demás...	4%			
<i>Se identificaron más productos de esta categoría que se presentan en el anexo.</i>			<i>Se identificaron más productos de esta categoría que se presentan en el anexo.</i>					
Productos consolidados			Productos decrecientes					
A	B	C	A	B	C			
8544	Hilos, cables, incl. los coaxiales y demás conductores aislados para electricidad...	1%	8479	Máquinas y aparatos mecánicos con función propia, no expresados ni comprendidos en otra parte...	1%			
8537	Cuadros, paneles, consolas, armarios y demás soportes equipados con varios aparatos de...	1%	8529	Partes identificables como destinadas, exclusiva o principalmente, a emisores y a receptores...	1%			
9029	Cuentarrevoluciones, contadores de producción, taxímetros, cuentakilómetros, podómetros y demás...	1%	8481	Artículos de grifería y órganos simil, para tuberías, calderas, depósitos, cubas y continentes...	0%			
8409	Partes identificables como destinadas exclusiva o principalmente a los motores de émbolo "pistón"...	0%	9001	Fibras ópticas y haces de fibras ópticas, cables de fibras ópticas, hojas y placas de materia...	0%			
8470	Máquinas de calcular y máquinas de bolsillo "dimensiones <= 170 mm x 100 mm x 45 mm" registradoras...	1%	8201	Layas, palas, azadaspicos, binaderas, horcas de labranza, rastrillos y raederas; hachas, ...	0%			
<i>Se identificaron más productos de esta categoría que se presentan en el anexo.</i>			<i>Se identificaron más productos de esta categoría que se presentan en el anexo.</i>					

Crecimiento de las importaciones en Canadá

²³ Matriz elaborada utilizando datos de Data México y Trade Maps. Para mayor referencia consulte el Anexo T-MEC-Nota Metodológica.

2.2 Agropecuario

El sector agropecuario es aquel que se dedica a la producción, transformación y comercialización de productos de cultivos agrícolas y otros recursos naturales biológicos. Estados Unidos es el principal mercado para el sector agropecuario de nuestro país; no obstante, México tiene la capacidad de diversificarse.

De acuerdo con datos de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER),²⁴ en el periodo de enero-diciembre de 2020, las exportaciones agroalimentarias sumaron \$39,525 mdd (5.19% más que en 2019). En cuanto a productos agroindustriales, las exportaciones sumaron \$20,842 mdd, generando un aumento de 5.60%.

Productos de oportunidad

Con el nuevo Tratado, se ha fortalecido el compromiso de eliminación de subsidios a la exportación y aranceles, así como el establecimiento de mecanismos y procedimientos para el análisis de riesgo, regionalización, equivalencia de medidas sanitarias y fitosanitarias, auditorías, revisiones a la importación y certificaciones que facilitarán el acceso de productos agropecuarios mexicanos a Canadá y Estados Unidos.

Estas medidas tienen como objetivo evitar los obstáculos al comercio y fomentar la cooperación en relación con la implementación del Tratado por medio del establecimiento de un Comité de Comercio Agropecuario. Este último será un foro de consulta para mejorar el acceso a los respectivos mercados. Asimismo, el capítulo de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF) prevé un Comité MSF como foro consultivo para las autoridades de los países.

Adicionalmente, debido a la pandemia, el mercado de alimentos canadiense ha visto las siguientes tendencias:

- Fuerte consumo de: ajo, lima, limón, naranja, zanahoria, entre otras verduras y frutas.
- Incremento sustancial en el mercado minorista y disminución en el mercado de servicios de alimentos; ajustar el embalaje.
- Aumento de la demanda de productos enlatados y congelados.
- Las empresas de exportación e importación requieren sólidas capacidades digitales para manejar el marketing, las ventas y logística.
- Las certificaciones alimentarias son más importantes que nunca: *Global G.A.P.*, *Fair Trade*, *Organic*, entre otras.
- Las importaciones de productos agrícolas totales aumentaron en el primer trimestre de 2020: 8.2%, respaldado por aumentos en las importaciones de frutas, nueces (14%) y carne (34%). Las importaciones totales aumentaron 4.1% durante el primer trimestre de 2020 en comparación con el primer trimestre de 2019.²⁵

²⁴ Cluster Industrial, El superávit agroalimentario de México rompe récord, 2021. Recuperado de: <https://www.clusterindustrial.com.mx/noticia/3047/el-superavit-agroalimentario-de-mexico-rompe-record-con-mas-de-12-mmd>

²⁵ Government of Canada, Canada's State of Trade 2020. Recuperado de: <https://www.international.gc.ca/gac-amc/publications/economist-economiste/state-of-trade-commerce-international-2020.aspx?lang=eng>

2. Sectores y Productos Prioritarios Identificados

Sectores y productos prioritarios identificados - Matriz Agroalimentos²⁶

Participación del Mercado de importaciones de Canadá

		← ALTO			BAJO		
		A. PARTIDA ARANCELARIA	B. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	C. TASA DE CRECIMIENTO 2015-2019			
Crecimiento de las importaciones en Canadá	Producto competitivo			Productos de oportunidad			
	A	B	C	A	B	C	
	0710	Hortalizas, incl. "silvestres", aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas	12%	0405	Mantequilla "manteca", incl. mantequilla deshidratada y "ghee", y demás materias grasas de...	20%	
	0804	Dátiles, higos, piñas "amanás", aguacates "paitas", guayabas, mangos y mangostanios, frescos...	7%	1404	Productos vegetales n.c.o.p.	13%	
	0703	Cebollas, chalotes, ajos, puerros y demás hortalizas aliáceas, incl. "silvestres", frescos...	6%	0713	Hortaliza de vaina secas desvainadas, incl. "silvestres", aunque estén mondadas o partidas	9%	
	0811	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incl. con adición de...	5%	1005	Maíz	9%	
	0810	Fresas, frambuesas, zarzamoras, grosellas y demás frutos comestibles, frescos (exc. frutos...	4%	0302	Pescado comestible, fresco o refrigerado (exc. filetes y demás carne de pescado de la partida...	8%	
	0709	Hortalizas, incl. "silvestres", frescas o refrigeradas (exc. patatas "papas", tomates, hortalizas...	4%	2106	Preparaciones alimenticias, n.c.o.p.	5%	
	0704	Coles, incl. los repollos, y coliflores, coles rizadas, colinabos y productos comestibles simil...	4%	2208	Alcohol etílico sin desnaturalizar con un grado alcohólico volumétrico <80% vol; aguardientes...	5%	
	1515	Grasas y aceites vegetales fijols, incl. el aceite de dejoba, y sus fracciones, incl. refinados...	4%	2201	Agua, incl. el agua mineral natural o artificial y la gaseada, sin adición de azúcar u otro...	5%	
	0707	Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados	3%	1102	Harina de otros cereales (exc. trigo y morcajo "tranquillón")	4%	
	0708	Hortalizas de vaina, incl. "silvestres", aunque estén desvainadas, frescas o refrigeradas	3%	1901	Extractos de malta, así como preparaciones alimenticias de harina, grañones, sémola, almidón...	5%	
	1701	Azúcar de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura, en estado sólido	2%	2102	Levaduras, vivas o muertas; los demás microorganismos monocelulares muertos; polvos de levantar	3%	
				1905	Productos de panadería, pastelería o galletería, incl. con adición de cacao; hostias, sellos...	3%	
				1202	Cacahuates "cacañetes, maníes" sin tostar ni cocer de otro modo, incl. sin cáscara o quebrantados	4%	
				1704	Artículos de confitería sin cacao, incl. el chocolate blanco	2%	
				2006	Frutas y otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro...	2%	
		Productos consolidados			Productos decrecientes		
	A	B	C	A	B	C	
	2203	Cerveza de malta	-1%	1211	Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en...	1%	
			1806	Chocolates y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao	1%		
0807	Melones, sandías y papayas, frescos	-1%	0805	Agrios "cítricos", frescos o secos	1%		
			0706	Zanahorias, nabos, remolachas para ensalada, salsifios, apionabos, rábanos y raíces comestibles...	1%		
0702	Tomates frescos o refrigerados	-1%	0803	Plátanos, incl. plátanos, frescos o secos	1%		
			<i>Se identificaron más productos de esta categoría que se presentan en el anexo.</i>				

²⁶ Matriz elaborada utilizando datos de DataMéxico y Trade Maps. Para mayor referencia consulte el Anexo T-MEC-Nota Metodológica.

2.3 Textil

La industria textil y de confección tiene una participación importante en el sector manufacturero de México. De acuerdo con un reporte publicado por el INEGI y la Cámara Nacional de la Industria Textil, este sector se posicionó en el décimo puesto entre las actividades económicas más importantes en 2019, aportando 3.2% del PIB de las industrias manufactureras.²⁷

Según datos de la Encuesta Mensual de la Industria Manufacturera (EMIM), 33.6% de la producción del ramo textil refiere a ocho productos: telas de punto de fibras artificiales o sintéticas de poliéster; hilados de mezcla de fibras blandas principalmente de fibras artificiales o sintéticas y telas de mezclilla de algodón, entre otros²⁸. El 43% de la producción del ramo de la confección fue aportada por los siguientes productos: playeras de tejido de punto; blusas, playeras deportivas y pantalones.

Entre las principales exportaciones mexicanas dirigidas a Canadá destacan productos como guata, fieltro y tela sin tejer; hilados especiales y filamentos e hilados sintéticos; prendas y complementos (accesorios).

Productos de oportunidad

En el T-MEC se preservan los niveles de preferencia arancelaria necesarios para poder exportar prendas de vestir y bienes textiles manufacturados con materiales de países no miembros del Tratado, hasta cierto límite (se mantienen los mismos montos, sólo se ajustó el de telas e hilos). Además, la adición de disposiciones para el acceso de bienes folclóricos producidos de manera artesanal, busca favorecer la producción textil en Norteamérica.

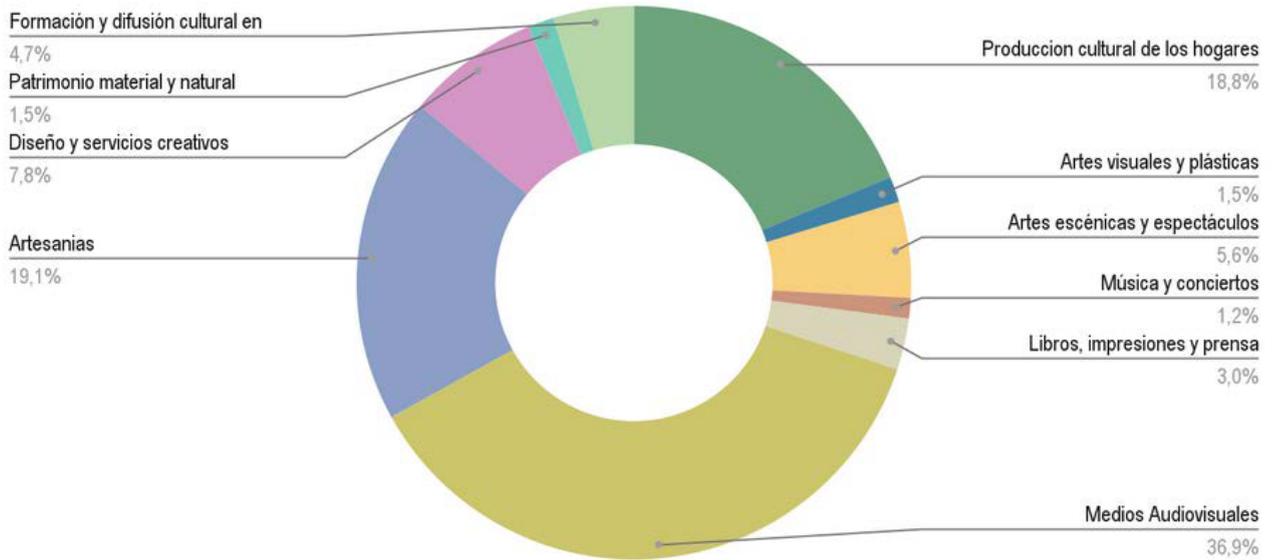
²⁷ Conociendo la Industria Textil y de la Confección, 5 mayo 2020. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/Indtiatextil2020.pdf>

²⁸ Colección de estudios sectoriales y regionales, Conociendo la Industria Textil y de la Confección, Marzo 2020.

Recuperado de: https://www.inegi.org.mx/contenido/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825195649.pdf

2.4 Industria Naranja

La industria creativa o industria naranja³⁰ consiste en la transformación de ideas a bienes o servicios de carácter cultural, como productos audiovisuales, artesanales o de entretenimiento. Este sector representó 3.1% del PIB mexicano en 2019, la mayoría del PIB del sector fue generado por medios audiovisuales, seguido de artesanías y producciones culturales organizadas por medio de la participación voluntaria de la población.³¹



2.5 Otros productos

Los productos no identificados son aquellos que no se encontraron dentro de los principales intercambios comerciales entre México y Canadá, pero mediante una investigación integral, se puede llevar a cabo la recopilación de información que conduzca a la correcta toma de decisiones.



³⁰ Al ser México un importante exportador de bienes creativos, es necesario reconocer el potencial de este sector. Sin embargo, los bienes o servicios creativos como los medio audiovisuales están incluidos en grupos muy amplios o inespecíficos. Es por esto que no se ha utilizado la metodología usada para las matrices de bienes de los sectores manufactura, agroalimentario y textil.

³¹ INEGI, Cultura, 2018. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/temas/cultura/>

2. Sectores y Productos Prioritarios Identificados

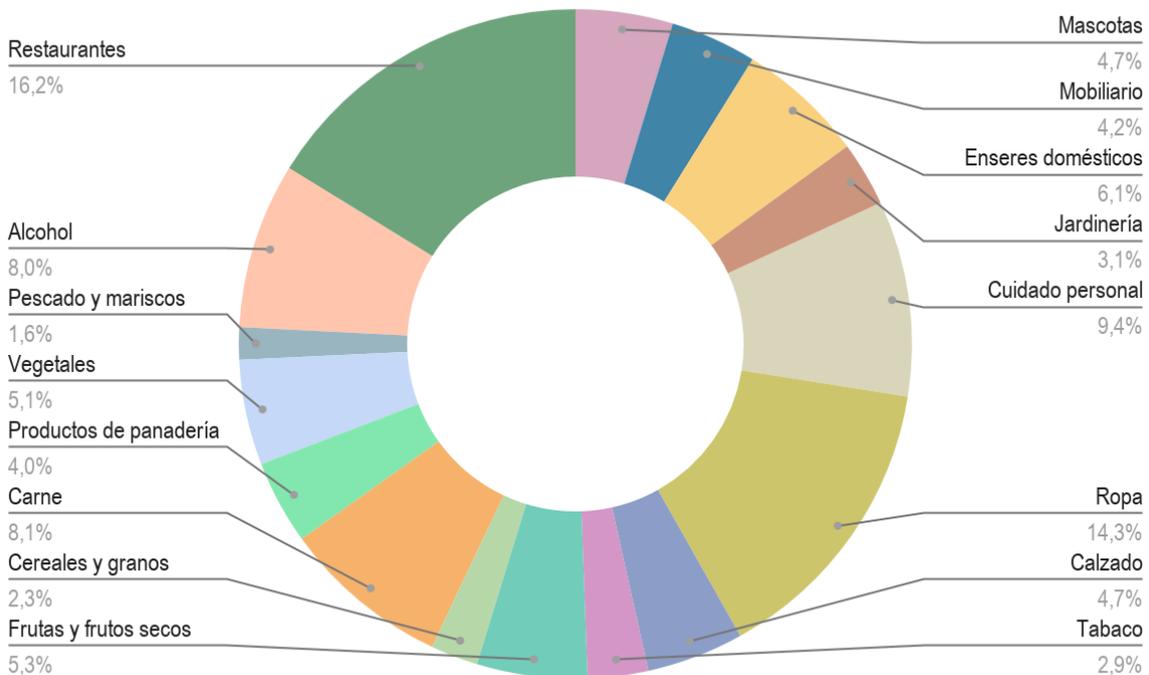
Para proceder al estudio de mercado se debe tener claro el mercado al que se está dirigiendo, ya que cada uno se estudia mediante diferente metodología.



Análisis y estudio del consumidor, esto permitirá conocer las tendencias, las preferencias, forma de consumo y gasto destinado al segmento al que pertenece el producto.

Según datos obtenidos de *Statistics Canada*, estas son las preferencias de compras de los ciudadanos canadienses y la distribución porcentual del gasto:

Gasto destinado



2. Sectores y Productos Prioritarios Identificados

La información se complementa con datos obtenidos de reportes publicados por organismos nacionales, información de compañías internacionales, asociaciones especializadas o empresas privadas que ya realizaron una investigación con anterioridad. También se puede obtener de manera primaria por medio de:



Para analizar el mercado industrial en el que se busque posicionarse en cuestión del ámbito gubernamental, se llevan a cabo diferentes estrategias , ya que no se tiene como mercado meta al consumidor final, sino a intermediarios.



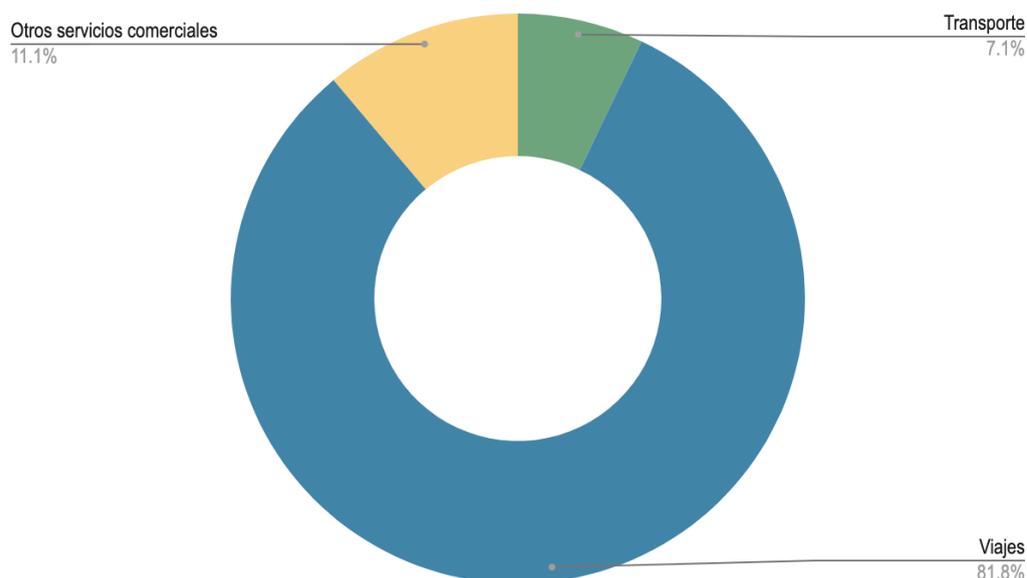
Con la información recopilada por medio de estas herramientas, se puede conocer si el producto o servicio cuenta con el potencial para entrar al mercado, a pesar de no estar entre los considerados clave en el intercambio comercial.

2.6 Servicios

De acuerdo con datos de la Organización Mundial del Comercio, en 2019 México exportó servicios por un valor de \$36,132 mdd³².

La mayoría de las exportaciones mexicanas de servicios en 2019 fueron por servicios de viaje, con un valor de \$24,563 mdd. Seguido por los de transporte (\$2,148 mdd), servicios comerciales (\$3,341 mdd) y los relacionados con las mercancías (\$10 mdd).³³

Distribución del porcentaje por categoría de servicios³⁴ (2019)



Un reporte del parlamento de Canadá establece que entre los servicios que más se importan se encuentran: servicios comerciales (regalías y derechos de licencia, de consultoría profesional y de gestión); de viaje (personal y de negocios) y servicios de transporte y gubernamentales.³⁵

En este sector, las oportunidades más relevantes se encuentran en la exportación de servicios de viaje. Además, debido a las nuevas disposiciones sobre los servicios transfronterizos, se fomenta la proveeduría de servicios de tecnologías de la información, programación, desarrollo de videojuegos y soporte técnico.

³² Organización Mundial del Comercio, Mexico Trade Profile, 2019. Recuperado de: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/daily_update_e/trade_profiles/MX_s.pdf

³³ Datos de la Organización Mundial del Comercio y el Banco Mundial.

³⁴ Organización Mundial del Comercio, Mexico Trade Profile, 2019. Recuperado de: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/daily_update_e/trade_profiles/MX_s.pdf

³⁵ Library of Parliament, Canada's Services Trade With the World, 2017. Recuperado de: https://lop.parl.ca/sites/PublicWebsite/default/en_CA/ResearchPublications/TradeAndInvestment/2018502E#show/hide

T-MEC
MÉXICO
EXPORTA A
CANADÁ



3

Oportunidades para el Sur-Sureste



En esta sección se presentan en cuatro cuadrantes, las oportunidades de exportación (productos representativos de sectores estratégicos) de la región Sur-Sureste de México a Canadá. Con base en estos productos el exportador podrá planear y determinar las acciones de su plan de exportación.

De acuerdo con el Fideicomiso para el Desarrollo Regional del Sur-Sureste³⁶, es la segunda región más poblada de México, con una extensión territorial de más de 500,000 km² y casi el 30% de la población mexicana. Cuenta con una gran riqueza natural, por lo que tiene un enorme potencial agropecuario.

Según un reporte de INEGI en 2018, cuatro estados del sureste experimentaron el mayor crecimiento anual en su PIB en comparación con 2017: Quintana Roo (5.1%), Oaxaca (4.7%), Yucatán (3.2%) y Guerrero (3%).³⁷

Los estados del sureste con mayor contribución al PIB en actividades primarias³⁸ fueron: Veracruz (7.4%), Puebla (3.6%) y Chiapas (3.1%).

En cuanto a las actividades secundarias³⁹ los estados de la región Sur-Sureste con mayor contribución fueron Campeche (6.1%) y Veracruz (4.3%); mientras que en cuanto a actividades terciarias⁴⁰ principalmente se encuentran Veracruz (4.5%) y Puebla (3.1%).

Desarrollo Económico del Sur-Sureste

La región Sur-Sureste de México siempre ha representado una importante contribución a la economía del país, particularmente a través de la derrama económica producto del turismo que atraen destinos como Chichén Itzá en Yucatán; Cancún, Isla Mujeres, Playa del Carmen, Tulum en Quintana Roo; Herve el agua en Oaxaca; Palenque en Chiapas y Arrecife Veracruzano en Veracruz, por mencionar algunos sitios.

El desarrollo de esta región es una prioridad de la administración actual con proyectos de infraestructura de enlace interurbano e integración rural-urbana. En el Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF) 2021⁴¹ destacan importantes proyectos de inversión ubicados en el Sur-Sureste, como el Corredor Interoceánico del Istmo de Tehuantepec y el Tren Maya, por sólo referir algunos.

Estos proyectos buscan eliminar la brecha económica que existe con el norte a través de proyectos de construcción y rehabilitación de distintos proyectos de

³⁶ Fideicomiso para el Desarrollo Regional del Sur-Sureste, 2020. Recuperado de: <http://www.sursureste.org.mx/es>

³⁷ INEGI, Comunicado de Prensa, Producto Interno Bruto por Entidad Federativa 2018. Publicado en Diciembre 2019. Recuperado de:

<https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/OtrTemEcon/PIBEntFed2018.pdf>

³⁸ Actividades Primarias: agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza.

³⁹ Actividades Secundarias: Minería, las industrias manufactureras, la construcción y la generación, transmisión y distribución de energía eléctrica y suministro de gas por ductos al consumidor final.

⁴⁰ Actividades Terciarias: Comercio y Servicios

⁴¹ Para mayor información, veáse: <https://www.pef.hacienda.gob.mx/><https://www.pef.hacienda.gob.mx>

infraestructura como: la modernización del puerto de Salina Cruz, Oaxaca y Coatzacoalcos, Veracruz; la expansión del Sistema de Transporte y Almacenamiento Nacional Integral (proyecto de suministro de gas natural) y la construcción de la refinería de Dos Bocas, ubicada en Tabasco.⁴²

El potencial exportador en el sector agropecuario destaca; sin embargo, la región tiene un potencial exportador importante en industrias manufactureras con importante capacidad de desarrollo.

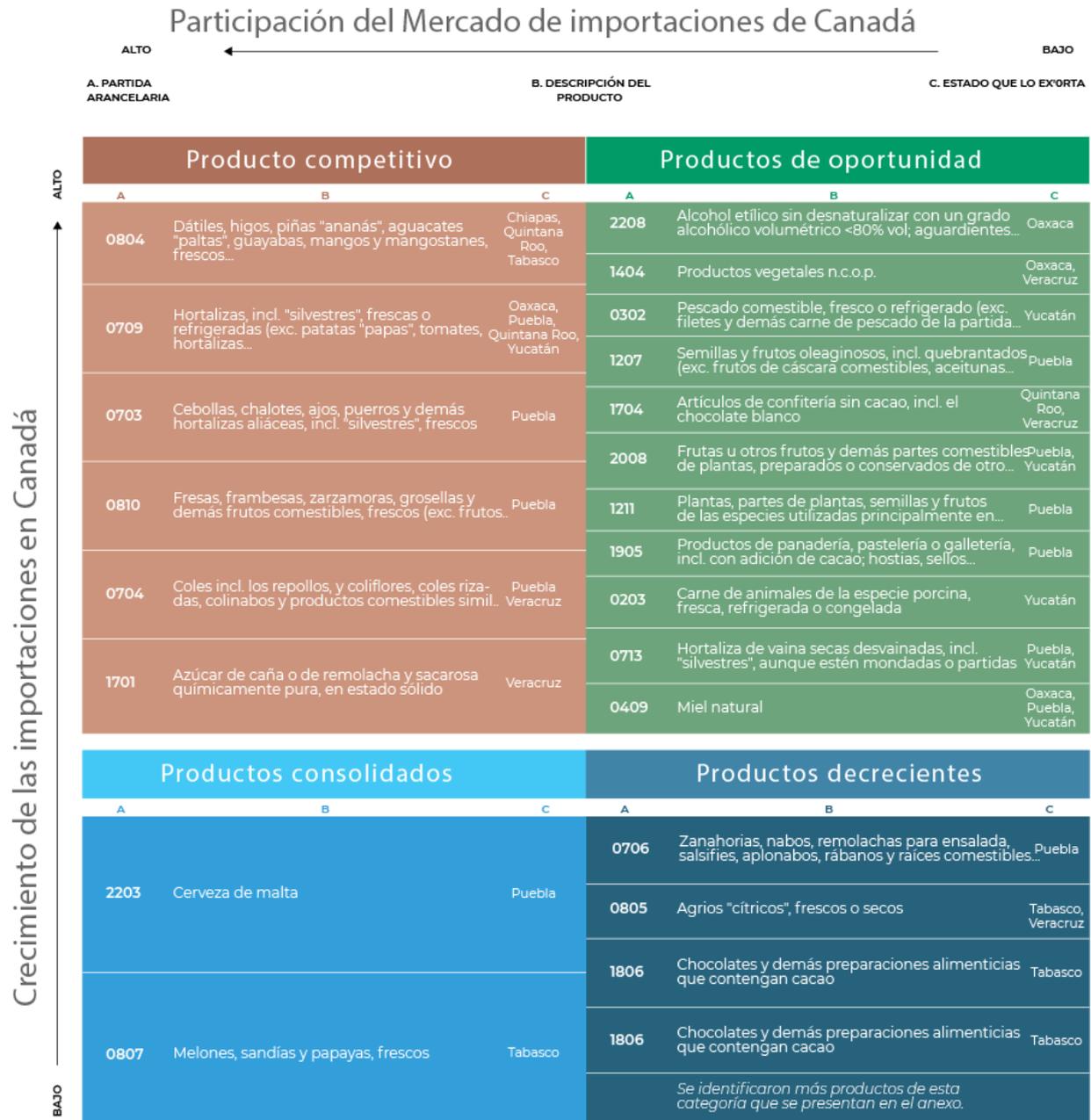
A través del análisis de flujos comerciales se identificó una muestra de productos con potencial de exportación que se presenta a continuación.

Para más información, consulte el Anexo T-MEC México Exporta a Canadá - Nota Metodológica.

⁴² Para mayor información, veáse: <https://www.concamin.org.mx/pacto-oaxaca>

3.2 Agricultura

Debido a la gran diversidad y riqueza natural de la región Sur-Sureste, esta tiene una gran capacidad de producción de alimentos, particularmente de productos frescos, orgánicos, para los que ya existe una gran demanda en Canadá⁴⁴.



Particularmente destacan productos como frutas y hortalizas, así como los productos de confitería y panadería.

⁴⁴ Matriz elaborada utilizando datos de Data México y Trade Maps. Para mayor referencia consulte el Anexo T-MEC- Note Metodológica.

3.3 Textil

Aunque este no es un sector que destaca en esta región (con excepción de Puebla, estado que dispone de una industria textil importante), es evidente que el Sur-Sureste tiene un gran potencial a desarrollar como exportador de productos textiles. DataMéxico indica que varios de los productos demandados por Canadá en este sector, ya están siendo producidos y exportados por los Estados del Sur-Sureste de México⁴⁵.

Participación del Mercado de importaciones de Canadá

		← ALTO			BAJO					
		A. PARTIDA ARANCELARIA			B. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO			C. ESTADO QUE LO EXPORTA		
Crecimiento de las importaciones en Canadá	ALTO	Producto competitivo			Productos de oportunidad					
		A	B	C	A	B	C			
		6211	Conjuntos de abrigo para entrenamiento de deporte "chandalés", monos "overoles y conjuntos de..."	Campeche, Puebla, Yucatán	6217	Complementos "accesorios" de vestir confeccionados, así como partes de prendas o de complementos...	Puebla			
		9404	Somieres, colchones, cubrepiés, edredones, cojines, pufes, almohadas y demás artículos de cama...	Quintana Roo	6201	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil, para hombres o niños (exc...	Puebla			
		5911	Productos y artículos textiles para usos técnicos mencionados en la nota 7 del capítulo 59	Veracruz	6115	Calzas, "panty-medias", leotardos, medias, calcetines y demás artículos de calcetería, incl...	Puebla, Yucatán			
		5515	Tejidos de fibras sintéticas discontinuas, con un alto contenido de fibras sintéticas discontinuas...	Puebla	6110	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos simil., de punto (exc. chalecos...	Puebla, Yucatán			
		6109	T-shirts y camisetas, de punto	Campeche, Puebla, Quintana Roo	6204	Trajes sastrre, conjuntos, chaqueta "sacos", vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones...	Puebla, Yucatán			
		6307	Artículos de materia textil, confeccionados, incl. los patrones para prendas de vestir, n.c.o.p.	Quintana Roo, Yucatán	6301	Mantas de todo tipo de materia textil (exc. manteles y colchas, así como artículos de cama...	Puebla			
	6203	Trajes "ambos o ternos", conjuntos, chaquetas "sacos", pantalones largos, pantalones con peto...	Puebla, Yucatán	6505	Sombreros y demás tocados, de punto o confeccionados con encaje, fieltro u otro producto textil...	Puebla				
				6105	Camisas de punto, para hombres o niños (exc. camisones, "T-shirts" y camisetas)	Puebla, Veracruz				
	BAJO	Productos consolidados			Productos decrecientes					
		A	B	C	A	B	C			
		6504	Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia...	Puebla, Yucatán	6205	Camisas para hombres o niños (exc. de punto, así como camisones y camisetas)	Yucatán			
	6303	Visilos y cortinas; guardamalletas y rodapiés. de camá, de todo tipo de materia textil (exc.	Quintana Roo	6106	Camisas, blusas y blusas camiseras de punto, para mujeres o niñas (exc. "T-shirts" y camisetas)	Puebla				
			5609	Artículos de hilados, tiras o formas simil, de las partidas 5404 o 5405, o de cordeles, cuerdas	Veracruz, Yucatán					
			<i>Se identificaron más productos de esta categoría que se presentan en el anexo.</i>							

Particularmente destacan productos como trajes, camisas, blusas y camisetas.

⁴⁵ Matriz elaborada utilizando datos de Data México y Trade Maps. Para mayor referencia consulte el Anexo T-MEC- Nota Metodológica.

T-MEC
MÉXICO
EXPORTA A
CANADÁ



4

EL T-MEC.
Seguimiento a la agenda



4.1 Beneficios y oportunidades del T-MEC

El T-MEC, resultado de la modernización del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), entró en vigor el 1 de julio de 2020 contiene diversos aspectos, entre los que destacan:

- **Capítulo 4, Reglas de origen.** Se actualizaron disposiciones y adecuaciones al régimen de origen para hacerlas compatibles con disciplinas actualizadas, ya negociadas por los tres países en acuerdos comerciales más recientes. Principalmente en disposiciones relacionadas a la inclusión de bienes remanufacturados, *de minimis* y juegos o surtidos. Asimismo, se modificaron las reglas de origen de diversos sectores, para reflejar las necesidades de proveeduría en el desarrollo de la plataforma productiva regional, entre las cuales destacan: productos químicos, manufacturas de vidrio, acero y electrónicas, así como el sector automotriz.
- **Capítulo 7, Aduanas y facilitación del comercio.** Se incorpora un nuevo capítulo que contiene disposiciones para facilitar y agilizar el despacho de las mercancías, a través de una rápida circulación en las fronteras, facilitando el control de la cadena logística. Se establecieron compromisos de coordinación entre los organismos que intervienen en los cruces fronterizos y se incorporan disposiciones sobre cooperación y cumplimiento aduanero. Se crean dos grupos de trabajo, uno a cargo de la discusión de medidas para la facilitación del comercio, y otro grupo para abordar cooperación en asuntos relacionados con delitos aduaneros.
- **Capítulo 19, Comercio Digital.** El capítulo reconoce al comercio digital como una fuente para el crecimiento económico y una vía para generar mejores oportunidades de desarrollo especialmente para las PYMES, ya que pueden acceder a múltiples beneficios, como la reducción de los costos de transacción y de comunicación, que aumentan la disponibilidad de productos y servicios.
- **Capítulo 20, Propiedad Intelectual.** Incluye compromisos en diferentes ámbitos de los derechos de propiedad intelectual con el objetivo de fortalecer la efectividad de la protección a los titulares de derechos, al tiempo que se fomenta la innovación y el acceso a los beneficios derivados de ella, por parte de sus usuarios.
- **Capítulo 23, Laboral.** Se incorporan obligaciones para la efectiva aplicación a los derechos laborales de conformidad con lo establecido en la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo y su Seguimiento (1998). Asimismo, se establecen compromisos para combatir el trabajo

forzoso u obligatorio, incluido el trabajo infantil, proteger a los trabajadores migrantes y prevenir la discriminación en el empleo. Este capítulo se sujeta al mecanismo general de solución de controversias del T-MEC, así como a un Mecanismo Laboral de Respuesta Rápida para salvaguardar la aplicación de los derechos laborales en instalaciones específicas.

- **Capítulo 24, Medio Ambiente.** Los objetivos principales del capítulo son promover altos niveles de protección ambiental y una aplicación efectiva de las leyes, así como mejorar la cooperación de manera que fortalezca las políticas comerciales que promueven la protección ambiental. El capítulo incluye compromisos relativos a la conservación de especies de flora y fauna silvestre; la evaluación de impacto ambiental; el cumplimiento de diversos acuerdos multilaterales de medio ambiente; así como disposiciones relativas a la sostenibilidad de la pesca (incluyendo el combate a la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada); entre otros. Este capítulo se sujeta al mecanismo general de solución de controversias del T-MEC.
- **Capítulo 25, PYMES.** Se consolida la creación de un comité de PYMES dando un marco legal que promueva la cooperación y asistencia a las PYMES exportadoras. De igual forma se crea un portal web para cada miembro del tratado que fomente el intercambio constante de información relativa al T-MEC: <https://miPYMES.economia.gob.mx/>. El capítulo queda exento de la aplicación por lo dispuesto en el capítulo 31⁴⁶ de solución de controversias.
- **Capítulo 27, Anticorrupción.** Se establece que los Estados miembros se comprometen a promover la transparencia, el acceso a la información, la integridad de las instituciones públicas y de sus funcionarios, fortalecer el estado de derecho y eliminar todo hecho de corrupción.

Es importante destacar que en los capítulos 2 y 3 del nuevo Tratado, las exportaciones mexicanas de productos originarios se mantienen libres de arancel a los mercados estadounidense y canadiense, limitándose la aplicación de restricciones a la importación y a la exportación. Además, se mantiene el libre acceso de productos agrícolas y agroindustriales mexicanos al mercado estadounidense.

⁴⁶ Ninguna Parte podrá recurrir al panel de solución de controversias, según lo dispuesto en el capítulo 25 del T-MEC.

A continuación, se detallan las disposiciones actualizadas del T-MEC; por ejemplo, las nuevas reglas y procedimientos de origen que fomenten una mayor integración productiva en la región. También incluyen las disposiciones enfocadas a las PYMES para incentivar su desarrollo y mayor integración a la cadena de valor regional. Algunas de las iniciativas acordadas para lograrlo son:

SECTOR AUTOMOTRIZ

Las nuevas reglas de origen automotrices del T-MEC contribuirán al fortalecimiento de la integración productiva de América del Norte.

SECTOR AGROALIMENTARIO

Preservar el acceso libre de arancel que los productos mexicanos ya gozan, en conjunto con una simplificación y equivalencia de medidas fitosanitarias, lo cual acelerará los procesos aduaneros de verificación para productos que en muchos casos son perecederos.

SECTOR TEXTIL

Se preservan las reglas de origen de "hilo en adelante", que fortalecen las cadenas de suministro de la región de América del Norte, al requerir la utilización de insumos de la región. Se amplía la cobertura de las mercancías textiles folclóricas o tradicionales que podrán ser elegibles de tratamiento libre de arancel.

COMERCIO DIGITAL

La prohibición de la imposición de aranceles sobre productos digitales es de vital importancia para las PyMES cuyo giro comercial principal sea la distribución o creación de este tipo de mercancías (software, videojuegos, audio y video) y se han establecido sanciones dirigidas a la apropiación indebida de secretos comerciales o industriales.

Herramientas del T-MEC dirigidas a PYMES

Con el T-MEC, se han creado consideraciones específicamente enfocadas al desarrollo de las PYMES. El capítulo 25 contiene disposiciones que buscan apoyarlas e impulsarlas de forma decidida, ante los desafíos digitales e industriales por medio de su integración a las cadenas de suministro. Algunas de las iniciativas acordadas para lograrlo son:

Plataforma MIPYMES MX	Comité de Asuntos PYMES	Diálogo trilateral PYME
Herramienta diseñada para procesos de exportación de PYMES e información sobre oportunidades de comercio para las PYMES mexicanas en Estados Unidos y Canadá. Contiene los textos y reportes sobre el T-MEC. Diálogo Trilateral PyME: https://miPYMES.economia.gob.mx/	Identificación de medidas de ayuda para las PYMES y el aprovechamiento de oportunidades comerciales, capacitación e intercambio de información bajo el T-MEC.	Reuniones anuales con participantes del sector privado, académico y ONGs. Proporcionarán información para generar recomendaciones referentes al T-MEC. Los participantes en el Diálogo PYME podrán proporcionar sus puntos de vista al Comité sobre cualquier cuestión dentro del ámbito de aplicación del T-MEC y sobre la instrumentación y modernización complementaria del Tratado.

Implicaciones del T-MEC para las PYMES mexicanas – ¿Por qué exportar?

El T-MEC elimina el requisito de presencia local en el país en el cual la empresa sea proveedor de servicios; (para algunos servicios sí será necesario establecerse como una formalidad especial), beneficiando a las PYMES con la generación de un mercado con oportunidades similares a las de empresas multinacionales, se busca que las PYMES tengan una mayor contribución en el valor agregado regional:

- **Capítulo 7, Administración Aduanera y Facilitación del Comercio.**
Elemento clave: Desarrollar procedimientos que requieran menos formalidades aduaneras que aquellas aplicadas conforme a los procedimientos formales de entrada.
El capítulo incluye nuevas disposiciones que ayudarán a reducir los costos y brindarán mayor facilidad y previsibilidad a las transacciones transfronterizas. Cada Parte adoptará o mantendrá procedimientos aduaneros expeditos y específicos para los envíos de entrega rápida, manteniendo a la vez controles aduaneros apropiados. Con esto, el capítulo de Aduanas y Facilitación del Comercio también ayudará a reducir la burocracia y facilitar el comercio internacional para las PYMES mediante disposiciones que exigen la publicación en línea de leyes, reglamentos, información de contacto, aranceles, impuestos y otras tarifas; documentación requerida para el despacho de aduanas; y, procedimientos para corregir errores.
- **Capítulo 13, Contratación Pública.**
Elemento clave: Ejecutar la participación de las PYMES en la contratación pública.
México reconoce la importante contribución que las PYMES pueden tener sobre el crecimiento económico y el empleo, así como la importancia de facilitar la participación de PYMES en la contratación pública. Ante esto, el capítulo invita a *stakeholders* a presentar una solicitud de participación,

una oferta y a mantener trato preferencial a las PYMES en la contratación pública.

- **Capítulo 15, Comercio Transfronterizo de Servicios.**

Elemento clave: Apoyar el comercio transfronterizo de servicios para las PYMES.

Se incluyen los principios aplicables al comercio de servicios, Trato Nacional, Trato de Nación Más Favorecida, Acceso a Mercados (disposición que prohíbe la imposición de limitaciones cuantitativas, de pruebas de necesidad económica), y Presencia Local (disposición que evita la obligación de establecer o mantener una oficina de representación o una empresa en un respectivo territorio como condición para el suministro transfronterizo de un servicio). Las PyMEs mexicanas podrán involucrarse en mayor medida en el sector y generar modelos de negocios regionales que les permitan tomar ventaja del comercio de servicios.

- **Capítulo 19, Comercio Digital.**

Elemento clave: Motivar el apoyo a la economía del siglo XXI.

El T-MEC incluye un nuevo capítulo sobre comercio digital que contiene disposiciones que decididamente fortalecerán la cooperación en América del Norte, a través de mecanismos y lineamientos enfocados a elevar la competitividad del entorno digital regional. Genera oportunidades de desarrollo, especialmente para la pequeña y mediana empresa.

- **Capítulo 20, Derechos de Propiedad Intelectual.**

Elemento clave: Proteger la propiedad intelectual de las PYMES innovadoras.

El capítulo proporciona eficacia a los derechos de propiedad intelectual para impulsar la innovación, crear crecimiento económico y respaldar los esfuerzos de las PYMES mexicanas. A su vez, el capítulo crea un Comité de Derechos de Propiedad Intelectual que se encarga explícitamente, entre otras cosas, de “cuestiones de propiedad intelectual particularmente relevantes para las pequeñas y medianas empresas”. Esto, con el fin de reducir los costos de transacción que a menudo son una barrera particular para la entrada al mercado de las PYMES.

- **Capítulo 26, Competitividad.**

Elemento clave: Desarrollar la cooperación en un entorno en apoyo a las PYMES.

El capítulo enfoca esfuerzos a mejorar nuevas formas de integrar en mayor medida la competitividad de la economía de América del Norte, incluidas recomendaciones dirigidas a mejorar la participación de las PYMES, de las empresas propiedad de grupos sub-representados, incluidas mujeres, pueblos indígenas, jóvenes y minorías.

- **Capítulo 28, Buenas Prácticas Regulatorias**

Elemento clave: Apoyar a las PYMES mediante buenas prácticas regulatorias

Este capítulo se refiere a los procedimientos de buen gobierno que las Partes aplican para promover la transparencia y la rendición de cuentas, al desarrollar e implementar regulaciones; asimismo, se considera la evaluación del impacto regulatorio, en donde se pone a consideración si una regulación propuesta puede tener efectos económicos adversos significativos, en un número considerable de pequeñas empresas, de ser así, la Parte deberá considerar posibles medidas para minimizar dichos impactos, al tiempo que permite que la Parte cumpla sus objetivos.

Sector Agroalimentario

La diferencia de los ecosistemas y climas ha permitido que los consumidores mexicanos y canadienses tengan una opción más amplia de productos frescos de alta calidad, proteínas animales y alimentos procesados durante todo el año, a precios accesibles.

El sector agroalimentario está dentro de los capítulos más relevantes en el T-MEC, las exportaciones agrícolas mexicanas seguirán gozando del acceso preferencial, exentos del pago de arancel (con excepción de productos del sector avícola, lácteo y azúcar en el comercio con Canadá). De igual forma se establece un Comité Agrícola para dar seguimiento a la implementación de los compromisos asumidos por las Partes, fomentando mayor transparencia y cooperación.

Se preserva el acceso de productos agrícolas libre de arancel

Se preserva el acceso de productos agroalimentarios al mercado canadiense libres de arancel (considerando las excepciones previamente mencionadas).

Se reafirma el compromiso de eliminar los subsidios a las exportaciones agrícolas; la no aplicación de restricciones no arancelarias; y se determinan áreas de colaboración y consultas en temas tales como competencia a las exportaciones, apoyos internos, entre otras medidas relacionadas con el comercio de productos agroalimentarios.

Se han establecido mecanismos de compatibilidad de medidas sanitarias y fitosanitarias

Los países miembros podrán recurrir a procedimientos simplificados para validar la equivalencia de las medidas

Anexos Sectoriales

Dentro del capítulo de agricultura se encuentran los anexos sectoriales C y D. El anexo C relativo a bebidas destiladas, vino, cerveza y otras bebidas alcohólicas contiene disposiciones referentes a la venta y distribución, reconocimiento de productos distintivos y acuerdos en materia de etiquetado.

Por otro lado, el anexo D busca proteger las fórmulas patentadas para alimentos pre-envasados y aditivos alimentarios, a través de disposiciones de confidencialidad.

Excepciones en el comercio con Canadá

Azúcar, lácteos y el sector avícola están excluidos de tratamientos arancelarios preferenciales.

Fuente: Secretaría de Economía, Septiembre 2020, Reporte T-MEC No. 62. Recuperado de: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/580771/Reporte-TMEC_n62-esp_20200928_b.pdf

Sector Manufacturero

El mercado mexicano es ideal para las operaciones de manufactura industrial, debido a la infraestructura que ha desarrollado en las últimas décadas; la calidad de mano de obra calificada; la apertura económica y comercial creada a través de una importante red de tratados de libre comercio vigentes.

El T-MEC consolida el libre comercio de todo el sector industrial en la región de América del Norte y moderniza las disciplinas comerciales que darán certeza y transparencia al operador comercial.

Adicionalmente, contiene cambios en las reglas de origen, entre los sectores destacados están: el químico, automotor y ciertas manufacturas eléctricas.

Para ciertos productos intensivos en acero, las reglas de origen se modificaron y se requiere que la materia prima (acero) deba ser originaria de la región de América del Norte; como alternativa se incluye el cumplir con un valor de contenido regional. Asimismo, para dichos productos, se establecieron periodos de transición para su implementación, que van de 2 a 5 años, dependiendo del tipo de producto.

Adicionalmente, reconociendo nuevos modelos de negocio basados en el reciclado, con el propósito de facilitar las oportunidades en una industria amigable con el medio ambiente, se incorpora una disposición (artículo 4.4.) específicamente para mercancías remanufacturadas, se reconoce el carácter de originario a los materiales, partes o componentes que fueron recuperados y sometidos a desensamble para su posterior remanufactura.

Sector Textil

Bajo el nuevo acuerdo, se han incluido distintas disposiciones para que un producto textil sea considerado como originario y sea susceptible para acceder al trato arancelario preferencial.

Adicionalmente, se podrán llevar a cabo auditorías y verificaciones (visitas sorpresa), para comprobar el cumplimiento de las disposiciones.

Cabe resaltar que los niveles de preferencia arancelaria para la exportación a Canadá de bienes textiles y prendas de vestir no originarias sujetas a preferencias arancelarias son los siguientes: prendas de vestir de algodón/fibras artificiales o sintéticas: 6 millones de MCE, prendas de vestir de lana: 250,000 MCE, telas y mercancías textiles confeccionadas: 7 millones MCE, hilos de algodón o de fibras artificiales o sintéticas: un millón de kilos.

Para más información consulte el acuerdo por medio del cual se dan a conocer los cupos de exportación e importación:

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5595788&fecha=29/06/2020

Bienes Textiles Folclóricos o Artesanales

El artículo 6.2 del capítulo 6 respecto a Mercancías Textiles y Prendas de Vestir, establece que las mercancías hechas a mano, folclóricas, tradicionales o artesanales indígenas que se identifiquen conjuntamente podrán ser elegibles de tratamiento libre de arancel, siempre que se cumplan con los requisitos mutuamente acordados por el país importador y exportador.

Preservación de las reglas " De hilo en adelante"

El proceso de cortado y ensamble de un bien debe realizarse con tela tejida con hilo producido en la región de Norteamérica, para que un bien sea considerado originario. Se han añadido requisitos adicionales: el hilo de coser, la tela de los bolsillos, los elásticos y recubrimientos deben ser formadas en el territorio de alguna de las partes del T-MEC.

Bienes Textiles Confeccionados

Las telas impregnadas o recubiertas deben ser formadas y acabadas en la región de Norteamérica para ser consideradas originarias.

Juegos y Surtidos

La incorporación de mercancías no originarias, siempre y cuando no exceda el 10% del valor del juego, no afectará la calificación del juego como mercancía originaria.

De Minimis

La cantidad de materiales no originarios que tenga un producto textil clasificado dentro de los capítulos 50 al 63 ahora no puede exceder el 10% (anteriormente 7%) del peso total a fin de ser considerado un bien originario, aunque se mantiene el límite de 7% si se utilizan elastómeros.

T-MEC
MÉXICO
EXPORTA A
CANADÁ



5

Proceso de exportación.
¿Cómo exportar?



5.1 Cultura y perfil del consumidor canadiense

¿Cómo exportar?

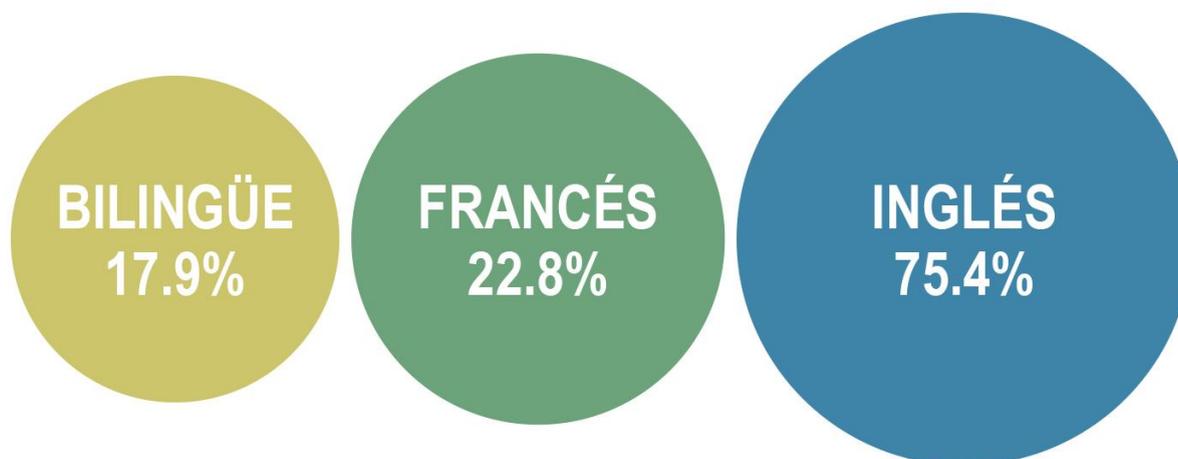
Objetivo: Sensibilizar en su estrategia sobre "ser canadiense" para la combinación mercadológica exitosa = Precio + Producto + Promoción.

Cultura y perfil del consumidor canadiense

De acuerdo con el Censo de 2016,⁴⁷ el origen étnico multicultural de los canadienses está distribuido de la siguiente manera (algunas personas pertenecen a más de una categoría):

Europeo: 57.12%		
Norteamericano (Canadá y Estados Unidos): 33.74%		Asiático 17.69%
Africano: 3.1%	Caribeño: 2.17%	Latinoamericano: 1.96%

Idiomas Oficiales⁴⁸



⁴⁷ Statistics Canada, Data tables, 2016 Census (Actualizado en 2018). Recuperado de: <https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/dp-pd/dt-td/Rp-eng.cfm?TABID=2&Lang=E&APATH=3&DETAILED=0&DIM=0&FL=A&FREE=0&GC=0&GID=1341679&GK=0&GRP=1&PID=110528&PRID=10&PTYPE=109445&S=0&SHOWALL=0&SUB=0&Temporal=2017&THEME=120&VID=0&VNAMEE=&VNAMEF=&D1=0&D2=0&D3=0&D4=0&D5=0&D6=0>

⁴⁸ Statistics Canada, Statistics on official languages in Canada, 2019 (Datos más actuales). Recuperado de: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/official-languages-bilingualism/publications/statistics.html>

Todos los recursos del gobierno canadiense se encuentran disponibles en inglés y francés. Es importante tener conocimiento de alguno de los dos idiomas para los trámites y procesos.

Hábitos de consumo y compra del consumidor canadiense

- Si la calidad es garantizable, el precio no es un elemento determinante al momento de realizar la compra.
- Consciencia sobre consumo sostenible y compra de productos orgánicos en envase ecológico.
- Exigente en servicio al cliente y post-venta.
- Elementos de responsabilidad social, producción ética y sostenible es importante en la compra.
- Debido al multiculturalismo, el mercado está abierto a productos étnicos y exóticos.

Consejos para el exportador

- La Secretaría de Economía ha desarrollado diversas plataformas y recursos diseñados para apoyar y orientar en el proceso para exportar:

Ruta para Exportar: Es una guía de pasos básicos para las PYMES mexicanas que buscan exportar.

Página web:

https://mipymes.economia.gob.mx/wp-content/uploads/2020/06/ruta_para_la_exportacion-6.pdf

DataMÉXICO: Es una plataforma que permite la integración, visualización y análisis de datos públicos.

Página web:

<https://datamexico.org/>

Exportar MX: Es una plataforma cuyo objetivo es orientar las decisiones de exportación de las empresas mexicanas, así como el diseño de políticas de las instituciones mexicanas con funciones de promoción de exportaciones.

Página web:

<https://exportamx.economia.gob.mx/>

Comercia MX: Es una plataforma digital gratuita que busca conectar a las PYMES mexicanas con clientes, proveedores, socios e inversionistas de todo el mundo.

Página web:

<https://comerciamx.economia.gob.mx/>

- Invierta en una página web profesional de su empresa. El comprador querrá conocer sus instalaciones virtualmente, así como saber más acerca de con quién está haciendo negocios.
- Envíe las cotizaciones, muestras, respuestas o información en el tiempo acordado, tomando en cuenta la ubicación y los diferentes husos horarios.
- El cumplimiento de órdenes y los tiempos de entrega, son muy relevantes.

5.2 Factores y técnicas de la venta con canadienses

En Canadá los acuerdos se pueden cerrar con bastante rapidez, pero deben tenerse en cuenta las regulaciones provinciales, especialmente en Quebec, que tiene el francés como idioma oficial, hay que considerar que la gran mayoría de los habitantes son bilingües.

Algunos sectores tradicionalmente se abordan a través de distribuidores o mayoristas. Este suele ser el caso de bienes de consumo masivo o alimentos y bebidas; en otros, como el farmacéutico, se facilita mediante un arreglo directo con las cadenas minoristas.

En caso de venta a gobierno, se siguen los procesos de licitación a través de las plataformas federales o de cada provincia. En la siguiente liga puede consultar las convocatorias para licitaciones del Gobierno de Canadá:

Página web:

<https://buyandsell.gc.ca/procurement-data/tenders>

5.3 Envío de muestras o pequeños embarques de prueba

El empresario tiene dos opciones cuando se trata de enviar mercancías a su comprador en Canadá que sirvan como muestras para toma de pedidos.

La primer opción es que su comprador haga uso del programa CLVS (*Courier Low Value Shipment*), siempre y cuando su producto no esté sujeto a restricciones

que se mencionan en el listado D9 – Importaciones prohibidas y el D19 – Leyes y Reglamentos de otros departamentos gubernamentales (véase pág. 59).

Si el producto del empresario cae en alguno de estos dos listados no quiere decir que su producto no pueda ser exportado a Canadá, significa que su embarque debe ser tratado como una compraventa regular entre una empresa mexicana y una canadiense. Es decir, la empresa canadiense tendrá que compartir con la empresa mexicana todos los requisitos a cumplir e incluso realizar la tramitología relacionada. La empresa mexicana tendrá que cumplir con los requisitos en origen como pueden ser pruebas de laboratorio, certificados de libre venta, certificados de origen, cumplimiento de los requisitos fito y zoo sanitarios antes de comenzar con el transporte internacional.

De no cumplir cabalmente con los requisitos solicitados por su contraparte canadiense, su mercancía se verá detenida en la aduana canadiense e incluso podría perderla en un embargo.

Envíos elegibles a través del programa CLVS

Se aplican restricciones específicas a todos los envíos importados a través del programa *Courier Low Value Shipment* (CLVS), ya sea para uso comercial o personal. Su envío puede ser parte del programa CLVS de CBSA (*Canada Border Services Agency*) si:

- Todo el envío tiene un valor de CAD\$2,500 o menos;
- La empresa que a cargo del envío participa actualmente en el Programa CLVS;
- Las mercancías no están reguladas, controladas ni prohibidas;
- Para obtener más detalles sobre qué bienes se consideran regulados, controlados o prohibidos, consulte los memorandos departamentales: D9 - Importaciones prohibidas y D19 - Leyes y reglamentos de otros departamentos gubernamentales.

¿Cómo funciona el Programa de envíos de Courier Low Value?

El exportador proporciona a la empresa Courier (UPS, FEDEX) el valor, el país de origen y una descripción detallada de la mercancía.

- Solo los envíos elegibles se procesan a través del programa *Courier Low Value Shipment* (CLVS).
- La CBSA revisa cada envío y puede optar por examinar el envío para confirmar la elegibilidad de las mercancías para ingresar a Canadá.
- Una vez que la CBSA está convencida de que el envío cumple con todas las regulaciones de importación, se proporciona a la empresa courier para su entrega.

El Memorandum D17-4-0 describe los requisitos para la presentación de informes, el despacho y la contabilidad de mercancías en el marco del programa Courier Low Value Shipment (CLVS).

También describe las condiciones bajo las cuales, los couriers que obtengan la liberación de aduana de mercancías ocasionales bajo la subsección 32(4) de la Ley de Aduanas de Canadá, pueden ser autorizados a contabilizar estas mercancías en lugar del importador (obligación de registro de importaciones por 4 años).

Directrices e información general:

1. El Programa CLVS es un programa rápido/acelerado diseñado para el despacho de envíos urgentes. Fue creado para satisfacer las necesidades pertinentes del entorno empresarial internacional, está dedicado a entidades que operan en cualquier modo o que mueven carga intermodal mediante un servicio comercial expreso especial. El programa está dirigido a bienes aprobados por *Courier Imports Remission Order* (CIRO) (CAD\$ 0.01 a CAD\$20) y bienes LVS (CAD\$ 20.01 aCAD\$ 2,500).
2. El Programa CLVS agiliza los procedimientos de reporte, liberación y contabilidad para ciertos bienes que se transportan por mensajería. Los mensajeros autorizados por la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (CBSA) para participar en el programa, pueden hacer que se entreguen mercancías calificadas presentando una lista de carga/liberación a la CBSA. Para calificar bajo este programa, los productos deben:
 - a. tener un impuesto o arancel de importación que no exceda los CAD\$ 2,500 ;y
 - b. no estar controlados, prohibidos o regulados por una ley del Parlamento. La serie D19 Memoranda - Leyes y reglamentos de otros departamentos gubernamentales contiene información sobre bienes que están controlados, prohibidos o regulados.

Alimentos, plantas, animales y productos relacionados

Memorandum D19-1-1

Este memorando contiene las pautas que se aplican a las importaciones comerciales y no comerciales de alimentos, plantas, animales (FPA) y productos relacionados según lo regulado por la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA), que incluyen:

- Productos para la alimentación animal, patógenos animales y vegetales, incluidos microorganismos y material biológico
- Fertilizantes y pesticidas, suplementos para el suelo y sustratos de cultivo
- Pescados, mariscos y productos pesqueros
- Frutas y verduras frescas
- Granos, semillas y nueces
- Animales vivos, incluidos: semen y embriones de animales, huevos para incubar, abejas de miel
- Alimentos y golosinas para mascotas
- Plantas y productos vegetales
- Frutas y verduras procesadas y productos de arce
- Productos y subproductos de origen animal, incluidos:
 - carne y productos cárnicos, incluidas glándulas y órganos (comestibles y no comestibles), huevos y productos de huevo, leche y productos lácteos, miel, cera de abejas y propóleo, cueros, pieles, plumas, lanas y trofeos, estiércol, harinas animales extraídas y grasas animales extraídas, restos de animales, partes y derivados, restos de animales acuáticos, partes de restos y despojos, muestras de animales (tejidos, sangre, heces, etc.)
- Raíces, bulbos y tubérculos y otras materias vegetales para propagación
- Suelo y materias afines
- Madera y productos de madera

Administración de la Ley de control y seguridad nuclear

Memorandum D19-2-1

Este memorando describe los requisitos y procedimientos con respecto a la importación y exportación de sustancias nucleares, equipo prescrito, así como el movimiento en tránsito de sustancias nucleares a través de Canadá.

Exportación e Importación de Bienes Culturales

Memorandum D19-4-1

Proporciona información sobre bienes culturales que pueden estar sujetos a controles de importación.

Copyright, marcas registradas e indicaciones geográficas

Memorandum D19-4-3

Este memorando refleja las enmiendas hechas a la Ley de Marcas Registradas con respecto a las solicitudes para la detención de mercancías de marcas comerciales, que pueden ser similares que se importan a Canadá, y las enmiendas realizadas a la Ley de Marcas Registradas y la Ley de Derechos de Autor, que expandieron la Propiedad Intelectual de la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (CBSA) Programa de derechos de propiedad intelectual (DPI) con respecto a la presunta falsificación de marcas comerciales, indicaciones geográficas falsificadas y bienes de propiedad intelectual falsificados que se encuentran en tránsito por Canadá. Estas enmiendas las ha realizado Canadá como parte de la implementación del Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (TIPAT) y el Acuerdo Canadá-Estados Unidos-México (T-MEC/CUSMA).

Importación de productos que utilizan energía

Memorandum D19-6-3

Requisitos de informes de importación para los siguientes productos nuevos: hornos eléctricos, ventiladores de recuperación de calor y energía, calderas de gas comerciales, calderas de aceite comerciales, calentadores de agua eléctricos comerciales, calentadores de agua de almacenamiento de gas comerciales, calentadores de agua de aceite comerciales, domésticos y comerciales calentadores de agua instantáneos a gas, productos de refrigeración diversos, acondicionadores de aire portátiles y bombas de agua limpia.

Interpretación de la Ley de Protección de Animales y Plantas Silvestres y Regulación del Comercio Internacional e Interprovincial (WAPPRIITA) y la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES)

Memorandum D19-7-1

La Convención (CITES) es un acuerdo internacional entre gobiernos; su propósito es asegurar que el comercio internacional de especímenes de animales y plantas silvestres no amenace su supervivencia. Como parte de la CITES, Canadá tiene la obligación internacional de regular el comercio de animales y plantas silvestres incluidos en la CITES. WAPPRIITA es el vehículo legislativo a través del cual Canadá cumple con sus obligaciones en virtud de la Convención. La Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (CBSA) ayuda a Environment Canada con la administración de la Convención mediante la aplicación de controles en los puertos de entrada de CBSA.

Las leyes y reglamentos de la Administración de Salud de Canadá relacionados con ciertos bienes controlados, prohibidos o regulados

Memorandum D19-9-1

Este memorando incluye políticas y procedimientos fronterizos relacionados con la importación de fármacos, productos de salud natural, dispositivos médicos, productos de consumo, cosméticos, dispositivos emisores de radiación, productos peligrosos y productos de control de plagas.

5. Proceso de exportación. ¿Cómo exportar?

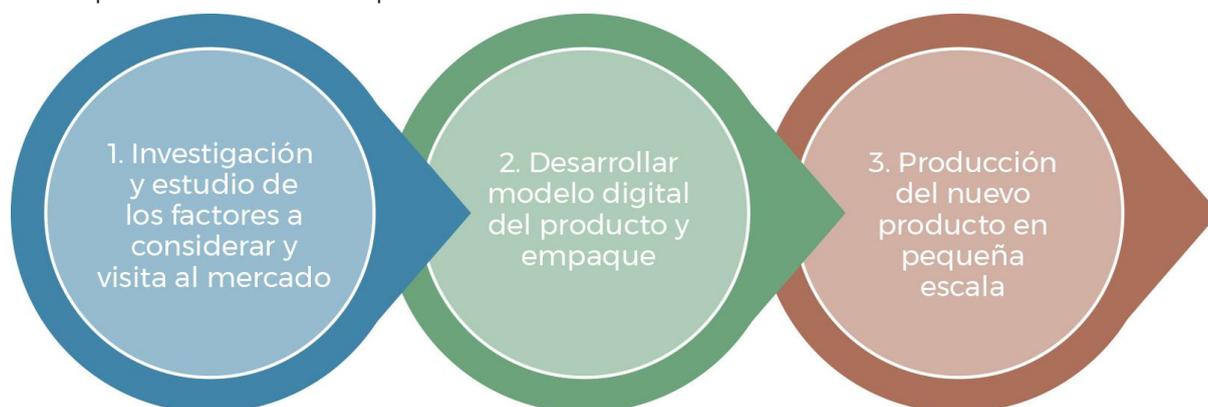
Otras Leyes y Regulaciones que el exportador debe verificar antes de hacer su envío a Canadá.

D19-6-4	Proceso Kimberley – Exportación e importación de diamantes en bruto
D19-7-2	Requisitos relativos a la importación y exportación de sustancias que agotan la capa de ozono y alternativas de halocarburos y ciertos productos que contienen o están diseñados para contener estas sustancias
D19-7-3	Exportación e importación de residuos peligrosos y material reciclable peligroso
D19-7-4	Importación de vehículos, motores, embarcaciones y máquinas
D19-8-5	Prohibiciones y requisitos de importación para los importadores comerciales de especies acuáticas y para los viajeros en virtud del Reglamento sobre especies acuáticas invasoras
D19-9-1	Las leyes y reglamentos de la Administración de Salud de Canadá relacionados con ciertos bienes controlados, prohibidos o regulados
D19-9-2	Importación y exportación de cannabis, sustancias controladas y precursoras
D19-9-3	Importación y exportación de restos humanos y otros tejidos humanos
D19-10-2	Ley de permisos de exportación e importación (Importaciones)
D19-10-3	Administración de la Ley de Permisos de Exportación e Importación (Exportaciones)
D19-11-1	Sanciones económicas canadienses
D19-12-1	Importación de vehículos
D19-12-2	Importación de neumáticos
D19-13-2	Importación y exportación de armas de fuego, armas y dispositivos
D19-13-5	Transporte de mercancías peligrosas
D19-14-1	Información sobre divisas e instrumentos monetarios transfronterizos

5.4 Consideraciones del producto

Es importante contar con un plan estratégico para desarrollar y adecuar estos productos al mercado canadiense.

La adaptación y desarrollo para cumplir con los gustos y necesidades de los clientes en el mercado canadiense, así como el cumplimiento de las regulaciones de su producto lleva tres pasos:



1. Investigación y estudio de los factores a considerar y visita al mercado

Visita presencial al mercado si es posible, o de forma virtual, para verificar la presentación de los productos que ya se ofrecen en tiendas: revisar su empaque, presentación, tamaño, colores y competencia.

Factores a considerar en la adaptación y desarrollo de productos para el mercado Canadienses son:

Demografía

Existen dos grupos de consumidores de gran influencia en el mercado que impactará el desarrollo de productos:

- La generación de 55-75 años representa un segmento relevante de consumidores de productos de la salud, también de electrodomésticos, artículos de decoración, vinos, autos y productos gourmet entre otros. En los productos para este segmento es importante demostrar el contenido nutricional de las fórmulas, así como los artículos y equipos deben ser de fácil operación.
- Por otra parte, hay que tomar nota que *Statistics Canada* reportó que en 2019 la generación de 39-54 años, tuvo la tasa más alta ingreso-deuda, lo que los hizo los consumidores más grandes en casi todas las categorías de productos. Esta generación está más vulnerable al ver reducido su ingreso

para consumo en los próximos años por la crisis de la pandemia, situación que no se verá con los consumidores *de la generación 55-75 años*.

- El segundo grupo de consumidores con gran influencia son los inmigrantes. Este grupo multicultural y sus descendientes consumen productos étnicos de variados atractivos colores, presentaciones y sabores. Hace algunos años el consumo de especias y frutas exóticas no era popular en Canadá como lo es hoy.

Regulaciones y normas sanitarias

La elaboración de los productos, alimentos y no alimentos; el uso de ciertos ingredientes y materiales en sus fórmulas y procesos deben cumplir las normas de seguridad, sanitaria y de inocuidad que establece el ministerio de Salud de Canadá (*Health Canada*). Los productos con certificaciones internacionales como *Global Good Agricultural Producer (G.A.P.)*, *Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP)*, *Good Manufacturing Practice (GMP)*, *International Standard Organization (ISO)* y *Canadians Standards Association (CSA)* son reconocidas en Canadá lo que facilita la entrada al mercado. Estas certificaciones no son requeridas por ley en Canadá; sin embargo, los compradores canadienses las solicitan como garantía de la calidad de los productos.

Cuidado del medio ambiente

Los consumidores canadienses están más dispuestos a comprar productos fabricados bajo un proceso de producción con cuidado al medio ambiente a través la reducción de contaminantes, manejo responsable de residuos y cuidado del agua. El uso en la fabricación de empaque con material ecológico y reciclable es altamente apreciado, en algunos casos obligatorio.

Responsabilidad social y sociedad inclusiva

Los valores de orgullo, igualdad, diversidad y respeto a todos los individuos, son practicados por los consumidores canadienses. Apoyan empresas éticas y el consumo de sus productos, por lo que es importante mostrar en las etiquetas y empaques los programas de ayuda a empleados, a la comunidad, así como la historia de mujeres y hombres emprendedores que hay detrás de cada empresa.

2. Desarrollar modelo digital del producto y empaque

El costo de desarrollar o adaptar un producto y su empaque para el mercado canadiense puede representar una gran inversión; por ello, se recomienda hacer los cambios a nivel concepto: ilustración digitalizada y discutir el modelo a detalle con el potencial importador antes de iniciar la fabricación del nuevo producto.

3. Producción del nuevo producto en pequeña escala

Una vez aprobado el modelo por el potencial importador, se recomienda hacer programación de volúmenes bajos de la producción e ir aumentando en función de la demanda.

5.5 Determinación del precio de venta

Primer paso: Defina el costo y el precio de venta.

El costo responde a la pregunta: ¿cuánto cuesta producir su producto? Debe tomar en cuenta costos fijos, variables y de producción. Una vez que ha definido el costo de su producto, elabore su estrategia de venta y defina el porcentaje de utilidad que desea obtener para la continuidad de su negocio.

Para definir exitosamente el precio de venta de su producto en Canadá, es recomendable hacer un estudio de mercado sobre la provincia en la que desea posicionarse, productos similares, rango de precios y clientes potenciales.

Segundo paso: Identifique el *INCOTERM* que mejor se enfoque a sus necesidades comerciales.

Los *INCOTERMS*, *International Commerce Terms* o Términos de Comercio Internacional, son conjuntos de términos y sus reglas aprobadas por la Cámara de Comercio Internacional de París, que establece las condiciones de compraventa internacional⁴⁹. Son utilizados para definir las responsabilidades, costos y riesgos involucrados en operaciones de compra-venta internacional. Son empleados en los diferentes medios de transporte que existen: marítimo, ferroviario, aéreo y terrestre. Son asignados de acuerdo al tipo de vía(s) por las que transitan las mercancías.

Enseguida se describe un panorama general sobre los *INCOTERMS* más comúnmente utilizados:

⁴⁹ Bancomext. Recuperado de: <https://www.bancomext.com/glosario/incoterms-international-commercial-terms>

FOB

- Mercancía sale de almacén en Guadalajara (GDL) para embarque en Veracruz (VCZ) destino Montreal (MTL).
- Precio total de las mercancías: $\$120,000 \times 45 \times 6 \times 2 = \$64,800.00$ MXN / 3,086 USD
- Transporte terrestre (GDL - VCZ): $\$12,000.00$ MXN / 572 USD
- Despacho aduanal: $\$6,300.00$ MXN / 300 USD (más impuestos y/o tarifas de exportación según fracción arancelaria)
- Maniobras en Puerto de Origen (VCZ): $\$7,200.00$ MXN / 343 USD
- Precio Estimado de Exportación: $\$90,300.00$ MXN / 4,300 USD
- 4,300 USD FOB MONTREAL ICC 2020

CFR

- Suma el flete marítimo al costo anterior:
- Flete Marítimo VCZ - MTR: $\$3,990.00$ MXN / 190 USD
- Precio de Estimado de Exportación: $\$94,290.00$ MXN / 4,490 USD
- 4,490 USD CFR MONTREAL ICC 2020

CIF

- Suma el seguro internacional al costo anterior:
- Seguro internacional - $\$2,100.00$ MXN / 100 USD
- Precio de Estimado de Exportación: $\$96,390.00$ MXN / 4,590 USD
- 4,590 USD CFR MONTREAL ICC 2020

El precio de exportación deberá considerar los costos asociados a la elaboración y embalaje de la mercancía, precio de venta y costos de transporte dependiendo el *INCOTERM* pactado. Para llevar a cabo operaciones de exportación, deberá tener relación con los actores fundamentales de la logística internacional: empresas transportistas, agentes aduanales, consolidadoras y agencias de carga.

La Asociación Canadiense de Importadores y Exportadores estima que el 90% de las empresas canadienses intercambian mercancías a nivel internacional utilizando el envío FOB. La mayoría de los operadores canadienses no ofrecen un servicio integral en todo Canadá, ya que sólo brindan cobertura a ciertas provincias o dentro de un radio específico. Esta es la razón por la que se suelen evitar los *INCOTERMS* como el DDP.

Otro factor a considerar

Al determinar el precio de venta también considere el valor de productos similares en cada destino que quiera desarrollar. Tome en cuenta que los precios son diferentes por provincias al tratarse de alimentos y alcohol debido a posibles impuestos. Son homogéneos para otro tipo de bienes.

Al determinar cuál es el lugar correcto para la venta, se debe basar su estrategia de precio de producto con base en los precios de la competencia.

5.6 Canales de distribución y ecosistema de venta

Canales de distribución y características

La relación entre productores o prestadores de servicios y consumidores finales puede ser a través de canales de distribución, con el fin de llevar los productos y/o prestar servicios en el mercado objetivo. El canal de distribución dependerá del análisis de segmentos, necesidades del mercado, estudio de competencia y capacidades de la empresa.

Ingresar al mercado canadiense es posible a través de relaciones directas o indirectas, con actores como: importadores, distribuidores, mayoristas, minoristas, agentes económicos y/o comercializadoras. La diferencia entre ellos radica en el tipo de funciones que realiza cada empresa. Las relaciones directas ocurren cuando el fabricante realiza la estrategia comercial para venta al comprador, mientras que las relaciones indirectas son aquellas que utilizan algún tipo de intermediario que comercializa las mercancías.

Adicionalmente, sugerimos revisar el apartado de identificación de compradores contemplado en esta guía.

A continuación, se presentan sus principales características:

Los importadores o distribuidores son empresas que compran bienes y/o servicios para revender en Canadá, esta es la forma más utilizada y puede incluir aspectos como servicio de postventa, garantías, reparaciones, financiamiento y fijación del precio de venta entre la competencia.

Los agentes celebran acuerdos de ventas en nombre de su empresa y aseguran pedidos a cambio de una comisión. Los corredores ofrecen el mismo servicio a comisión pero tienden a trabajar dentro de un área geográfica específica.

Las comercializadoras son intermediarios en su país que venden mercancías en el extranjero. Pueden ser un exportador, importador o comerciante que compra y vende mercancías, a menudo se especializan en una industria en particular o un mercado extranjero. Ofrecen servicios de transporte, estudios de mercado, exhibiciones en ferias comerciales, documentación de la mercancía y contratación de distribuidores.

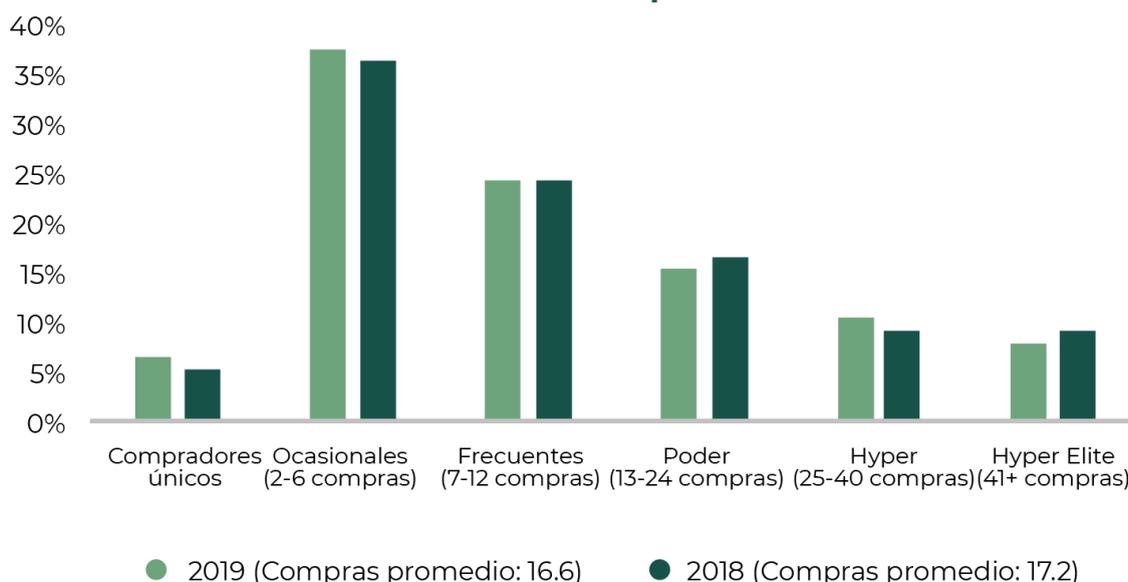
Los minoristas multinacionales y los grandes minoristas nacionales de Canadá pueden comprar directamente a los exportadores de algunos sectores, mientras que utilizan agentes / intermediarios en otros sectores.

Para identificar los posibles compradores, es recomendable utilizar medios electrónicos, asistir a ferias comerciales, presenciales o virtuales, formar parte de directorios de proveedores que se promueven en los Estados, Provincias, asociaciones, cámaras, entre otras.

E-commerce en Canadá

De acuerdo al informe del *CanadaPost*⁵⁰ 2020, ocho de cada diez canadienses prefieren realizar compras en línea, con un gasto de alrededor de CAD\$65,000 millones. Estas compras son similares a las de los años pasados. Sin embargo, han ido en constante aumento y se espera que para el 2023 representen alrededor de CAD\$108,000 millones.

Frecuencia de las compras en línea



¿Qué compran los canadienses en línea?

El T-MEC será una herramienta que continuará impulsando el comercio. A continuación, se mostrará una tabla por categorías de lo que prefiere el consumidor canadiense:

Distribución de las compras en línea de los canadienses (2020)

Categoría	Participación
Ropa en General	62%
Computadoras y electrónicos (incluye software y videojuegos)	41%
Libros	31%
Calzado	30%
Productos de belleza	29%

⁵⁰ CanadaPost, 2020 Canadian E-Commerce Report. Recuperado de: https://www.canadapost.ca/cpc/en/business/marketing/campaign/ecommerce-report.page?ecid=murl_pdn_ih_135

Categoría	Participación
Casa y Jardín	23%
Productos de salud	22%
Productos de oficina	20%
Juguetes	17%
Decoración en casa	17%
Automóviles (incluye autopartes)	17%
Joyas	16%
Productos de deporte	16%
Frutas y verduras (despensa en general)	15%

Elaboración propia, datos obtenidos del *CanadaPost* report, 2020

El comercio electrónico canadiense se expande; asimismo, los factores que influyen en el comportamiento de los compradores está cambiando constantemente. Lo que solía diferenciar a los minoristas de sus competidores, como el libre envío o envío rápido son ahora necesidades.

5.7 Distribución y logística

Cadena de suministro, logística, distribución y actores principales

La cadena de suministro está conformada por todos aquellos procesos y procedimientos involucrados en la entrega de un producto y en algunos servicios, dentro de los cuales participan diversas empresas especializadas en materias como: embalaje, logística, distribución, aduanas, entre otras.

Logística es el proceso de planeación, ejecución y control eficiente del flujo de las mercancías del punto de origen al punto de entrega para reducir costos sin afectar la calidad de las mercancías, con la entera satisfacción del cliente. La distribución selecciona las mejores ubicaciones de almacenaje para concentrar los productos y entrega en el centro de consumo.

Una vez que ha definido el canal de distribución adecuado para su producto, deberá diseñar la cadena de suministro del mismo en dónde la logística y distribución jugarán un papel fundamental.

A continuación, se mencionan los retos logísticos de la distribución que debe considerar para exportar a Canadá:

- Conocer plenamente las necesidades del cliente y sus prioridades.
- Alinear tiempos de entrega con todos los actores involucrados
- Mantenerse a la vanguardia de los procesos.
- Encontrar óptimas condiciones de distribución y transporte
- Enfocarse en la eficiencia y la competitividad.
- Tener pleno conocimiento de las legislaciones que regulan su producto en Canadá.

Para que su producto pueda distribuirse en Canadá, es necesario que cumpla con las regulaciones de importación señaladas por la CBSA. Todos los productos entrantes a Canadá deberán ser declarados y están sujetos a una inspección; la gran mayoría requieren permisos o certificados de importación mismos que dependen del organismo regulador.

La mayoría de las leyes y reglamentos que se aplican a los bienes importados se rigen a nivel federal. Sin embargo, los exportadores serán conscientes de que pueden aplicarse leyes y reglamentos adicionales a nivel provincial (como es el caso de las bebidas alcohólicas) y municipal (en el reciclado de envases). El siguiente sitio le proveerá de información sobre los organismos especializados para cada industria: <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/import/imp-reflist-listeref-eng.pdf>

Empaque y etiquetado

El empaque del producto debe ser atractivo en su presentación, pero práctico en su manejo, prevaleciendo el uso de material reciclado y características de sellado óptimo para conservar olor, sabores y formas. Todo lo anterior considerando las condiciones de temperatura.

El diseño del etiquetado debe ajustarse a los requisitos regulatorios federales del *Consumer Packaging and Labelling Act* y el *Consumer Packaging and Labelling Regulations*. Incluye unidades de medida, peso, información de contenidos en idiomas inglés y francés entre otros conceptos. En la siguiente liga pueden consultar los requisitos de empaquetado y etiquetado de Canadá:

Página web:

<https://laws.justice.gc.ca/eng/acts/C-38/index.html>

Para productos que van al mercado de la provincia de Quebec debe consultar las reglas de *The Quebec Charter of the French Language*:

Página web:

<http://legisquebec.gouv.qc.ca/en/>

Adicionalmente, para el sector textil, se debe consultar el *Textile Labeling Act*. Esta ley establece las regulaciones referentes al etiquetado, la venta, la importación y la publicidad de artículos textiles de consumo:

Página web:

<https://laws.justice.gc.ca/eng/acts/T-10/page-1.html>

Otras regulaciones

- *Food Packaging Regulations* (tabla de nutrición)
- *Nutrition Facts Panel* (tabla de nutrición)
- *Food and Drugs Acts*
- *The Hazardous Products Acts*
- Competition Bureau of Industry Canada (aplica a una variedad de productos industriales)

El propósito final de la legislación es que la etiqueta dé una información veraz para que el consumidor pueda tomar decisiones de compra y protegerlo de riesgos en el uso y consumo del producto.

Embalaje

El transporte internacional de mercancías debe tomarse con seriedad por la complejidad que lo caracteriza comenzando por el embalaje. Como ya se ha mencionado anteriormente, en el apartado de empaque y etiquetado, es responsabilidad del exportador el correcto envase, empaque y embalaje de las mercancías para el transporte por lo que es preciso mencionar las características de cada uno.

Factores a tomar en cuenta:

- Debe ser adecuado al tipo de mercancía (p.e.: perecederos, mercancías peligrosas).
- Tener una capacidad específica de acuerdo con la presentación del producto (p.e.: 250 ML, 2 KG, 10 L).
- Material de embalaje adecuado al tipo de mercancía.
- Etiquetado acorde a la legislación canadiense, idioma(s).
- Publicidad.
- Riesgos de transporte como: aceleración, vuelco, desaceleración, mala distribución, fricción, mala fijación, incendio, aplastamiento, maniobras, robo, explosión, entre otros.
- Riesgos climáticos.
- Riesgos biológicos.

Principales puertos, servicios y rutas logísticas

Por ubicación geográfica, Canadá tiene acceso a tres océanos: pacífico, atlántico y ártico, cuenta con más de 300 puertos comerciales por lo que destaca en infraestructura de transporte en el ámbito mundial.

Algunos de los principales puertos marítimos en Canadá son⁵¹:

<i>Vancouver</i> (VAC)	<i>Prince Rupert</i> (PRR)	<i>Montreal</i> (MTR)	<i>Halifax</i> (HAL)
Ubicado en el pacífico noroeste, es el puerto más grande del país, accesible por una compleja red de autovías interestatales y ferroviarias. Está compuesto por 25 terminales de contenedores, carga a granel y carga consolidada.	Construida como alternativa al puerto de Vancouver, cuenta con operaciones eficientes de exportación de trigo y de cebada. Es el puerto principal en cuanto a la exportación de recursos naturales de Canadá.	Ubicado a las orillas del Río San Lorenzo en Montreal, ruta directa más corta entre Norteamérica, la zona del Mediterráneo y Europa. Es un puerto multifuncional para contenedores, carga general, agua potable, gasolineras, productos químicos, frutas entre otros.	Favorece la conexión con Norteamérica al ser conocido como un puerto libre de hielo. Ofrece instalaciones para petróleo, granos, gas, mercancía general.

La infraestructura aeroportuaria de Canadá está compuesta por 24 aeropuertos internacionales y 500 aeropuertos locales. Los principales aeropuertos son: Aeropuerto Internacional de Montréal-Pierre Elliott Trudeau (YUL), Aeropuerto Internacional Toronto Pearson (YYZ) y el Aeropuerto Internacional de Vancouver (YVR).

La red vial canadiense es de 1.4 millones de kilómetros, de los cuales el 85% son carreteras urbanas o rurales; el transporte ferroviario comprende 73,000 km y está conformado por dos principales compañías:

- *Canadian National* (CN) misma que se extiende desde Vancouver y Prince Rupert hasta Chicago (EEUU).
- *Canadian Pacific Railway* tiene conexión entre Chicago-Minneapolis y Nueva York-Montreal.

Los actores más importantes en la cadena logística son:

Exportadores / Importadores			
Agentes aduanales.	Agencias de carga, Freight Forwarders, NVOCC, aseguradoras.	Aerolíneas, navieras, líneas ferroviarias y transportistas.	Autoridades y recintos portuarios.

⁵¹ Canada's Top Major 5 Ports, IContainers. Recuperado de: <https://www.icontainers.com/us/2020/01/23/top-5-ports-in-canada/>

Durante los procesos de exportación o importación es de vital importancia mantener a todas las partes involucradas informadas y actualizadas, ya que cualquier cambio en el itinerario puede afectar los costos logísticos, generando gastos adicionales por omisiones de información.

Los trámites relacionados con el despacho de las mercancías, se promoverán por los importadores o exportadores, a través de los agentes aduanales o agencias aduanales. Asimismo, en México, las personas morales que promuevan el despacho de las mercancías sin la intervención de agente aduanal o agencia aduanal, tendrán la obligación de realizar el despacho aduanero a través de su representante legal, mismo que deberán acreditar ante el Servicio de Administración Tributaria.

Para embarques aéreos, es recomendable elegir rutas con menor número de transbordos para evitar, en la medida de lo posible, el exceso de manipulación de las mercancías, en ocasiones esto se traduce en daños o pérdidas totales.

Los documentos más comúnmente utilizados en operaciones de compra-venta internacional son:

- Factura comercial (*Commercial Invoice*)
- Lista de empaque (*Packing List*)
- Conocimiento de Embarque (*Bill of Lading*)
- Certificado de origen (*Certificate of Origin*)
- Carta de crédito (*Letter of Credit*)

Para definir la ruta adecuada para la exportación de su mercancía deberá conocer los puertos y/o aeropuertos más cercanos a su planta de producción y al lugar de entrega. El medio de transporte dependerá de las medidas y pesos, tiempos de entrega y costos; adicional al *INCOTERM* acordado con su contraparte.

5.8 Aduanas, regulaciones arancelarias y no arancelarias

Regulaciones arancelarias

Las regulaciones arancelarias, se refieren a los impuestos (aranceles) que se aplican por la entrada o salida de las mercancías. Todos los productos que pasen por aduana se clasifican arancelariamente, a fin de calcular la tasa porcentual que corresponde pagar.

Es por medio de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación, que se determinan los impuestos generales de importación y de exportación que se aplicarán a las mercancías, de acuerdo a su clasificación arancelaria.

Se puede realizar una consulta gratuita de la clasificación arancelaria de su producto, por medio del Sistema Nacional de Información de Comercio Exterior (SNICE) de la Secretaría de Economía:

Página web:

<https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/mifraccionarancelaria1.html>

Herramientas en línea

El SNICE también proporciona la siguiente página para conocer los aranceles aplicables de acuerdo a la clasificación de la mercancía, así como para acceder a la normativa vigente y actualizada relacionada al comercio exterior:

Página web:

<https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/ligie.2020.html>

El Sistema de Referencia Automatizado de Importación

Es una herramienta del gobierno canadiense dirigida a sus importadores. En ella, se pueden consultar un listado general de requisitos de importación que se necesitan para que un producto comestible, ya sea para consumo humano o animal, ingrese a Canadá:

Página web:

https://airs-sari.inspection.gc.ca/airs_external/english/decisions-eng.aspx

Aduanas de Canadá

La CBSA en Canadá es la autoridad responsable del control de fronteras, inmigración y aduanas. Gestiona 117 pasos fronterizos terrestres y opera en 24 aeropuertos internacionales. De estos cruces de frontera terrestre, 61 funcionan las 24 horas del día, 7 días a la semana, así como 10 de los aeropuertos internacionales; asimismo, se encarga de administrar la legislación que rige la admisibilidad de personas y bienes, plantas y animales, tanto dentro como fuera de Canadá.

Certificaciones y Regulaciones no Arancelarias para los productos de oportunidad Identificados

Partida Aplicable	Descripción	Tarifa	Certificaciones	Documentos de Importación	Regulaciones no arancelarias
3810	Preparaciones para el decapado de metal; flujos y demás preparaciones auxiliares para soldar metal; pastas y polvos para soldar, constituidos por metal y otros productos; preparaciones de los tipos utilizados para recubrir o rellenar electrodos o varillas de soldadura.	0%	Multi Sectoriales	<ul style="list-style-type: none"> • Certificado de Origen • Conocimiento de Embarque • Factura proforma y factura comercial • Lista de empaque 	Requisito de etiquetado para la importación y orden de marcado de las mercancías importadas
6905	Tejas, elementos de chimenea, conductos de humo, ornamentos arquitectónicos y demás artículos cerámicos de construcción.	0%	Multi Sectoriales Certificaciónes para Muebles y material de Construcción	<ul style="list-style-type: none"> • Certificado de Origen • Conocimiento de Embarque • Factura proforma y factura comercial • Lista de empaque 	Requisito de etiquetado para la importación y orden de marcado de las mercancías importadas
8544	Hilos, cables (incluidos los coaxiales) y demás conductores aislados para electricidad, aunque estén laqueados, anodizados o provistos de piezas de conexión; cables de fibras ópticas constituidos por fibras enfundadas individualmente, incluso con conductores eléctricos incorporados o provistos de piezas de conexión.	0%	Multi Sectoriales	<ul style="list-style-type: none"> • Certificado de Origen • Conocimiento de Embarque • Factura proforma y factura comercial • Lista de Embalaje 	Requisito de etiquetado para la importación y orden de marcado de las mercancías importadas

5. Proceso de exportación. ¿Cómo exportar?

Partida Aplicable	Descripción	Tarifa	Certificaciones	Documentos de Importación	Regulaciones no arancelarias
0710	Hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas.	0%	Certificaciónes Global G.A.P. Certificados en Floricultura Y Horticultura	<ul style="list-style-type: none"> • Certificado de Origen • Conocimiento de Embarque • Factura proforma y factura comercial • Lista de Embalaje 	<p>Certificados de Inspección Sanitaria y Fitosanitaria</p> <p>Etiquetado de alimentos</p>
0405	Mantequilla (manteca) y demás materias grasas de la leche; pastas lácteas para untar.	<p>Mantequilla Dentro del compromiso de acceso 11,38 ¢ / kg</p> <p>Sobre el compromiso de acceso 298,5%</p> <p>Pero no menos de \$ 4,00 / kg</p> <p>Productos lácteos para untar Dentro del compromiso de acceso 7%</p> <p>Sobre el compromiso de acceso 274,5% Pero no menos de \$ 2,88 / kg</p> <p>Otros Dentro del compromiso de acceso 7.5%</p> <p>Compromiso de sobre acceso 13,5% pero no menos de \$ 5,12 / kg</p>	<p>Certificaciónes Global G.A.P.</p> <p>Certificados Alimentos y bebidas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Certificado de Origen • Conocimiento de Embarque • Factura proforma y factura comercial • Lista de Embalaje 	<p>Certificados de Inspección Sanitaria</p> <p>Etiquetado de alimentos</p>

5. Proceso de exportación. ¿Cómo exportar?

Partida Aplicable	Descripción	Tarifa	Certificaciones	Documentos de Importación	Regulaciones no arancelarias
2203	Cerveza de malta.	0%	Certificaciones Global G.A.P. Certificados Alimentos y bebidas	<ul style="list-style-type: none"> • Certificado de Origen • Conocimiento de Embarque • Factura proforma y factura comercial • Lista de Embalaje 	<p>Certificados de Inspección Sanitaria</p> <p>Etiquetado de alimentos</p>
9404	Somieres; artículos de cama y artículos similares (por ejemplo: colchones, cubrepíes, edredones, cojines, pufs, almohadas), bien con muelles (resortes), bien rellenos o guarnecidos interiormente con cualquier materia, incluidos los de caucho o plástico celulares, recubiertos o no.	0%	Multi Sectorial	<ul style="list-style-type: none"> • Certificado de Origen • Conocimiento de Embarque • Factura proforma y factura comercial • Lista de Embalaje 	Requisito de etiquetado para la importación y orden de marcado de las mercancías importadas
4601	Trenzas y artículos similares, de materia trenzable, incluso ensamblados en tiras; materia trenzable, trenzas y artículos similares de materia trenzable, tejidos o paralelizados, en forma plana, incluso terminados (por ejemplo: esterillas, esteras, cañizos).	0%	Multi Sectorial	<ul style="list-style-type: none"> • Certificado de Origen • Conocimiento de Embarque • Factura proforma y factura comercial • Lista de Embalaje 	<p>Requisito de etiquetado para la importación y orden de marcado de las mercancías importadas</p> <p>Etiquetado para productos acabados</p>
5112	Tejidos de lana peinada o pelo fino peinado.	0%	Multi Sectorial	<ul style="list-style-type: none"> • Certificado de Origen • Conocimiento de Embarque • Factura proforma y factura comercial • Lista de Embalaje 	<p>Requisito de etiquetado para la importación y orden de marcado de las mercancías importadas</p> <p>Etiquetado para productos acabados</p>

Certificaciones canadienses

Las certificaciones canadienses e internacionales, son una consideración importante para las PYMES que contemplan a Canadá como un mercado de exportación. Además de cumplir con las leyes y regulaciones canadienses, los exportadores pueden obtener certificaciones adicionales de terceros como son *Rainforest Alliance*, *The Fruit and Vegetable Dispute Corporation* (DRC) e ISO, ya que algunos importadores pueden requerir dichas certificaciones.

Muchas de las certificaciones se obtienen a nivel federal, en el caso de algunas se puede obtener la certificación vigente en Estados Unidos y en Canadá. Las certificaciones que varían a nivel provincial, son aquellas que tienen que ver con la prestación de servicios profesionales.

Además de cumplir los requisitos de la reglamentación canadiense, los exportadores es posible que requieran de certificaciones voluntarias adicionales, que aumenten la confianza de los consumidores. Cuando buscan productos responsables desde el punto de vista ambiental y social, alrededor del 30% de los canadienses comprueban si tienen una certificación de terceros. A manera de ejemplo se incluyen algunas certificaciones:

Certificación	Descripción
Fair Trade	El comercio justo es una forma de que todos nosotros identifiquemos los productos que cumplen con nuestros valores para que podamos tomar decisiones que tengan un impacto positivo en el mundo. http://www.fairtrade.ca
ISO 22000	Contiene varias normas internacionales, cada una de las cuales se centra en diferentes aspectos de la gestión de la seguridad alimentaria. Las consecuencias de los alimentos no inocuos pueden ser graves y las normas de gestión de la seguridad alimentaria de la ISO ayudan a las organizaciones a identificar y controlar los peligros en este sector. https://www.iso.org/iso-22000-food-safety-management.html
El Consejo de Normas del Canadá (Standards Council of Canada – SCC)	Los organismos de certificación solicitan la acreditación del SCC como prueba de que su labor se ajusta a las normas y reglamentos nacionales e internacionales más actualizados. La acreditación del SCC demuestra la competencia de una organización para gestionar y realizar las actividades definidas por el alcance específico de su programa de acreditación. https://www.scc.ca
Programa Canadiense EcoLogo	El programa canadiense EcoLogo, también conocido como "Environmental Choice", ayuda a los consumidores a identificar los productos y servicios ambientalmente preferibles. EcoLogo se basa en la norma ISO 14024 de la Organización Internacional de Normalización para el ecoetiquetado y está gestionado por UL Environment. Los productos que exhiben el EcoLogo han sido verificados por un tercero para asegurar que sus afirmaciones ambientales sean creíbles. Actualmente, más de 7,000 productos tienen la certificación EcoLogo, incluyendo mobiliario y equipos de oficina. https://ic.gc.ca/eic/site/oca-bc.nsf/eng/ca02742.htm

5. Proceso de exportación. ¿Cómo exportar?

Certificación	Descripción
Rainforest Alliance	<p>El sello de la rana verde de <i>Rainforest Alliance</i> proporciona una certificación que ayude a los consumidores a identificar los productos que son buenos para las personas y el planeta, suponiendo el cumplimiento de normas sociales y ambientales. Los productos cubiertos incluyen flores, café, chocolate y otros alimentos y bebidas.</p> <p>https://www.rainforest-alliance.org/articles/rainforest-alliance-certified-ferns-flowers</p>
CSA Group	<p>El Grupo CSA se ha convertido en la mayor organización de elaboración de normas (SDO) de Canadá, con una biblioteca de más de 3,000 normas y códigos que abordan temas que afectan a los intereses de los consumidores, los reguladores y el público en general.</p> <p>https://www.csagroup.org</p>
Canada Organic Label	<p>Sólo podrán llevar la etiqueta los productos alimenticios que cumplan la norma canadiense de producción orgánica (en todas las etapas, desde el cultivo hasta la comercialización) y que contengan por lo menos un 95% de ingredientes orgánicos y ningún OMG (organismos modificados genéticamente). Los productores también deben seguir prácticas de gestión sostenible para evitar daños al medio ambiente y asegurar el tratamiento ético del ganado.</p> <p>https://www.inspection.gc.ca/organic-products/regulating/eng/1328082717777/1328082783032</p>
Análisis de riesgos y puntos críticos de control (HACCP)	<p>El análisis de riesgos y puntos críticos de control (HACCP) es un enfoque que ayuda a las organizaciones a identificar, evaluar y controlar sistemáticamente todos los peligros que pueden afectar a la seguridad alimentaria. En 2005, el HACCP se hizo obligatorio para los establecimientos cárnicos y avícolas registrados a nivel federal.</p> <p>https://www.inspection.gc.ca/organic-products/regulating/eng/1328082717777/1328082783032</p>
OCIA International	<p>Exige que sus productores y procesadores se adhieran estrictamente a las normas orgánicas. La agricultura orgánica se basa en un sistema de cultivo que mantiene y repone la fertilidad del suelo, sin el uso de pesticidas y fertilizantes químicos.</p> <p>https://ocia.org</p>
GLOBAL G.A.P.	<p>Es una norma internacionalmente reconocida para la producción agrícola. El objetivo es una producción agrícola segura y sostenible que beneficie a los agricultores, los minoristas y los consumidores de todo el mundo.</p> <p>https://www.globalgap.org/es</p>
CARTV	<p>Fue creado por el Gobierno de Quebec para proteger la autenticidad de los productos y los términos utilizados para identificarlos y promoverlos, mediante la certificación en función de su origen o de las características especiales, asociadas a un método de producción o a una especificidad.</p> <p>https://cartv.gouv.qc.ca/en/about-us</p>
IOAS	<p>Es una organización sin ánimo de lucro dedicada a la integridad de las reivindicaciones de la eco-etiqueta en el campo de la agricultura orgánica y sostenible, la gestión medioambiental, la justicia social y el comercio justo.</p> <p>https://ioas.org</p>

5. Proceso de exportación. ¿Cómo exportar?

Certificación	Descripción
Sistema Canadiense de Reconocimiento de Identidad Preservada (CIPRS)	Es un instrumento de la industria que se centra en el control de los procesos como el mejor medio para garantizar que una empresa de cereales pueda entregar el producto adecuado a su cliente en todo momento. https://www.grainscanada.gc.ca/en/
Programa de Certificación de Productos Libres de Gluten (GFCP)	Es el único programa canadiense de certificación voluntaria destinado a los fabricantes de alimentos, medicamentos y productos farmacéuticos libres de gluten, mediante el uso de la marca de confianza de la Asociación Canadiense de Celíacos (CCA). https://www.celiac.ca/about-the-cca/who-we-are/
Green Label Plus	Es la norma industrial más reconocida a este respecto. Para recibir la certificación Green Label Plus, los productos de alfombra, adhesivo y cojín deben someterse a un riguroso proceso de pruebas. https://carpet-ruq.org/testing/green-label-plus/
FSC	El FSC es un sistema internacional de certificación y etiquetado dedicado a promover la gestión forestal responsable de los bosques del mundo. https://ca.fsc.org/en-ca
PEFC	Los sistemas nacionales de certificación, que han elaborado normas acordes con los requisitos del Programa para el Reconocimiento de la Certificación Forestal (PEFC), pueden solicitar el reconocimiento y el acceso a los mercados mundiales a través de PEFC International. Para lograr el respaldo, deben cumplir el riguroso criterio de sostenibilidad. https://www.pefccanada.org

Adicionalmente, algunos productos eléctricos tienen regulaciones de eficiencia energética que deben cumplirse. Los productos regulados que utilizan energía importados a Canadá (o enviados entre provincias) deben cumplir con requisitos específicos de etiquetado.

Un comerciante que importe un producto eléctrico que esté regulado en Canadá debe, en el momento del despacho, incluir información específica, así como el propósito de su importación en el documento de despacho de aduana (por ejemplo, factura aduanera o comercial, factura de venta, lista de precios). Aunque estos requisitos se aplican al importador, tienen un impacto en el exportador.

5.9 Contratos y financiamiento a la exportación

Hay que tomar en cuenta que el contrato con el canadiense no se concretará el mismo día. Se tiene que entablar una relación primero y comunicar toda la información necesaria sobre su producto. Debido a las complejidades de estipulación, es importante revisar adecuadamente los términos de los contratos.

Financiamientos BANCOMEXT: El Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT) ofrece diversos recursos y créditos dirigidos a PYMES que buscan exportar sus productos. También ofrecen diversos programas sectoriales para empresas involucradas en cadenas de valor T-MEC, sector automotor y sector eléctrico-electrónico:

Página web:

<https://www.bancomext.com/pymex/>

Financiamiento NAFIN: Nacional Financiera (NAFIN) ofrece diversos tipos de apoyos dirigidos a las PYMES, jóvenes empresarios y mujeres empresarias:

Página web:

<https://www.nafin.com/portaInf/content/financiamiento/>

DRAWBACK: Establece la devolución a los exportadores de los impuestos de importación que hubieran pagado por las materias primas, partes, componentes y demás insumos de origen extranjero, incorporados a los productos que se elaboren y exporten⁵².

Página web:

<https://www.gob.mx/tramites/ficha/devolucion-de-impuestos-a-los-exportadores-drawback/SE1263>

Programa de Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación IMMEX: Permite efectuar la importación temporal de combustibles, lubricantes y otros materiales que se vayan a consumir durante el proceso productivo de la mercancía de exportación; materias primas, partes y componentes que se vayan a destinar totalmente a integrar mercancías de exportación; envases y empaques; y etiquetas y folletos para llevar a cabo los procesos de operación de manufactura para la exportación.

Página web:

<https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/immexmsbiblioteca.html>

⁵² Para mayor información, véase el artículo 2.5 del T-MEC

5.10 Agencias y organizaciones de interés para Exportar

Algunas agencias regulatorias de Canadá importantes de conocer para los exportadores mexicanos de alimentos y otros productos son:

Health Canada

Página Web:

<https://www.canada.ca/en/health-canada.html>

Health Canada es la agencia responsable de mantener la salud y seguridad de los consumidores mediante el establecimiento de reglas en el uso de químicos, pesticidas y contenidos nutricionales, materiales sin riesgos entre otros factores incluyendo medio ambiente.

Agencia de Inspección de Alimentos de Canadá (*Canadian Food Inspection Agency - CFIA*)

Página Web:

<https://www.inspection.gc.ca/eng/1297964599443/1297965645317>

Es la agencia federal que se encarga de hacer cumplir las reglas establecidas por Health Canada. Los alimentos exportados a Canadá deben pasar por la inspección y aprobación de esta entidad. Se encarga de aplicar las leyes y regulaciones relacionadas con la producción, distribución, importación, correcto etiquetado, venta y / o uso de productos de consumo.

Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (*Canada Border Services Agency - CBSA*)

Página Web:

<https://cbsa-asfc.gc.ca/menu-eng.html>

Es la agencia federal responsable del control de las frontera y aduana, el tráfico de personas y mercancías. Ofrecen información sobre tarifas arancelarias y documentos necesarios para el embarque de mercancías con destino a Canadá.

Oficina Canadiense de Estándares Generales (*Canadian General Standards Board- CGSB*)

Página Web:

<http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/ongc-cgsb/index-eng.html>

Organización del gobierno federal que ofrece servicios de evaluación de conformidad y desarrollo de normas integrales.

Oficina de Competencia (*Competition Bureau*)

Página Web:

www.competitionbureau.gc.ca

Una agencia independiente responsable de la administración y aplicación de la Ley de Competencia, la Ley de Envasado y Etiquetado para el Consumidor, la Ley de Etiquetado de Textiles y la Ley de Marcado de Metales Preciosos.

Global Affairs Canada

Página Web:

<https://www.international.gc.ca/global-affairs-affaires-mondiales/home-accueil.aspx?lang=eng>

Departamento del Gobierno de Canadá que gestiona las relaciones diplomáticas y consulares de Canadá. Fomenta el comercio internacional canadiense y lidera el desarrollo internacional y la asistencia humanitaria de Canadá.

Oficina Canadiense de Propiedad Intelectual (*Canadian Intellectual Property Office*)

Página Web:

<http://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernet-internetopic.nsf/eng/home>

Es el organismo de administración de patentes, marcas comerciales y derechos de autor de Canadá.

Statistics Canada

Página Web:

<https://www.statcan.gc.ca/eng/start>

Es la oficina nacional de estadísticas de Canadá. Contiene información clave sobre la economía, la sociedad y el medio ambiente del país.

Trade Facilitation Office Canada (TFO Canada)

Página Web:

<https://www.tfocanada.ca/home.php>

Organización sin fines de lucro, ONG canadiense que brinda servicios en línea de información y promoción comercial a PYMES e Instituciones de apoyo de comercio exterior como agencias de desarrollo económico y cámaras de países de economías emergentes y en vías de desarrollo de América Latina y el Caribe, África, Asia y Medio Oriente, que buscan tener acceso a compradores canadienses. El registro del exportador es sin costo y se hace directo en la página de internet.

5.11 Eventos relevantes

La Secretaría de Economía impulsa varios eventos importantes de capacitación y ayuda para el empresario PYME. Puede consultar estos eventos a través de la plataforma MIPYMES.MX (<https://mipymes.economia.gob.mx/>). Sugerimos mantener sus registros actualizados en las páginas, a fin de obtener actualizaciones:

Página web:

<https://mipymes.economia.gob.mx/>

Adicionalmente, los siguientes eventos han sido identificados como relevantes canadienses para el exportador mexicano. Debido a la pandemia, los eventos se han modificado a formatos virtuales.

Industria Manufacturera

Canadian Manufacturing Technology Show

Manufactura y Tecnología

Página Web: www.cmts.ca
Toronto, octubre 4 – 7, 2021

Western Manufacturing Technology Show

Manufactura

Página Web: www.wmts.ca
Edmonton

Automation Technology Montréal

Tecnologías para Automatización

Página Web:
<https://www.admmontreal.com/en/co-located-shows/atx-montreal.html>
Montreal, noviembre 09-10, 2022

Montréal Expoplast

Plásticos

Página Web:
<https://www.admmontreal.com/en/co-located-shows/expoplast-montreal.html>
Montreal, noviembre 09 - 10, 2021

Truck World

Manufactura Automotriz

Página Web: <https://www.truckworld.ca/>
Ontario

Advanced Design and Manufacturing Expo Montréal

Manufactura y Tecnología

Página Web: www.admmontreal.com/en/home.html
Montreal, noviembre 9-10, 2022

APMA Annual Conference

Automotriz

Página Web: <https://apma.ca/annual-conference-and-exhibition/>
Noviembre, 2022

Canadian International Auto Show

Productos del sector automotriz

Página Web: www.autoshow.ca
Toronto

Vancouver Gift Expo

Artículos de regalo

Página Web: <https://vancouvergiftexpo.com/>
Vancouver

Toronto Gift + Home Market

Artículos de regalo

Página Web: <https://www.cangift.org/toronto-gift-fair/en/home/>
Toronto

Industria Textil

Apparel Textile Sourcing Canada Trade Show

Textiles y Ropa

Página Web: <https://www.appareltextilesourcing.com/canada/>
Toronto, octubre 23 – 25, 2021

Mode Show

Moda y Accesorios

Página Web: <https://www.modeshow.ca/register/>
Ontario

Trends Apparel

Moda y Ropa

Página Web: <https://trendsapparel.com/>
Alberta

Association of Footwear and Apparel Canada Show

Calzado y Ropa

Página Web: <https://trendsapparel.com/>
Toronto

Canadian Jewelry Expos

Joyería

Página Web: <https://ciexpos.com/>
Toronto

Tecnologías de la Información

Collision

Tecnología

Página Web: <https://collisionconf.com/>
Toronto

Minería

Prospectors & Developers Association of Canada

Minerales y Minería

Página Web: <https://www.pdac.ca/conventio>
Toronto

Industria de la Construcción

Construct Canada

Construcción

Página Web: <https://10times.com/construct-canada>
Toronto, diciembre 01-03, 2021

Montreal Home Expo

Diseño del Hogar

Página Web: <https://expohabitation.ca/en/home>
Montreal

The Buildings Show

Arquitectura y Diseño

Página Web: <https://www.thebuildingsshow.com/en/home.html>
Toronto, diciembre 01 - 03, 2021

Interior Design Show

Diseño Interior

Página Web: <https://toronto.interiordesignshow.com/en/home.html>
Toronto

Industria Agroalimentaria

Restaurants Canada Show

HORECA

Página Web: <https://www.rcshow.com/>
Toronto

The Canadian Coffee & Tea Show

Café y Té

Página Web: <https://www.coffeeteashow.ca/>
Toronto, septiembre 19-20, 2021

MeatEx Canada

Carne

Página Web: <http://meatexcanada.com/>
Toronto, febrero 03-05, 2022

Bakery Showcase 2021

Panadería y Repostería

Página Web:
<http://www.baking.ca/Bakery%20Showcase/bakery%20showcase%20-%20about.aspx>
Toronto, septiembre 26 - 27, 2021

SIAL Canada

Comidas Procesadas

Página Web: www.sialcanada.com
Montreal

CHFA East

Productos Naturales y Orgánicos

Página Web: www.chfa.ca
Toronto, septiembre 12-13, 2021

CHFA West/Connect

Productos Saludables y Orgánicos

Página Web: <https://chfa.ca/en/Events/chfa-2021-events>
Vancouver, septiembre 2021

Canadian Produce Marketing Association Convention & Trade Show

Productos Agrícolas Frescos

Página Web: www.cpma.ca
Vancouver, 2021

Meat Industry Expo

Carne

Página Web: www.meatpoultryon.ca/meat-industry-expo
Toronto, noviembre 1 – 2, 2021

T-MEC
MÉXICO
EXPORTA A
CANADÁ



6

Internacionalización a Canadá



6.1 Razones para establecer un negocio en Canadá

¿Por qué internacionalizar su empresa?

La internacionalización a Canadá puede aportar grandes beneficios a su empresa, es un proceso complejo que exige la realización de un análisis previo.

Algunos de estos beneficios son:

- Acceso a nuevos mercados.
- Aumento de la competitividad, innovación y valor agregado.
- Crecimiento y expansión de la empresa.
- Optimización de costos

Para la internacionalización, debe considerar si la empresa tiene la capacidad financiera necesaria. Esta operación implica una inversión a mediano o largo plazo, que puede consistir en la creación de una nueva empresa, la ampliación de sus instalaciones (plantas productivas u oficinas comerciales) o la adquisición de otra empresa en el mercado canadiense.

Datos de interés como inversionista

Canadá ofrece acceso a un mercado de casi 1,500 millones de consumidores a través de 14 acuerdos comerciales⁵³. Es la décima economía mundial y la atracción de inversión extranjera directa aumentó en un 18.6% de 2018 a 2019.

La infraestructura de transporte del país cuenta con 24 aeropuertos internacionales, 17 puertos marítimos y 117 cruces fronterizos a Estados Unidos.

El país cuenta con diversas iniciativas, incentivos y programas dirigidos al inversionista extranjero:

- Programa de Investigación Científica y Desarrollo Experimental (Sr&Ed).
- Fondo de Innovación Estratégica.
- Iniciativa Superclusters de Innovación.
- Estrategia Pan-Canadiense de Inteligencia Artificial (AI).

Para empresas en el ramo agroindustrial, establecer una bodega/almacén en Canadá representaría un beneficio en cuestión de distribución y manejo de inventarios, debido a la expansión territorial de Canadá.

Para empresas manufactureras, el *Programa de Incentivo a la Inversión Acelerada* incluye una deducción inmediata del 100% para los costos de equipos de fabricación y procesamiento recién adquiridos durante el año en que la inversión fue realizada.

⁵³ Why Invest in Canada? Recuperado de: <https://www.investcanada.ca/why-invest>

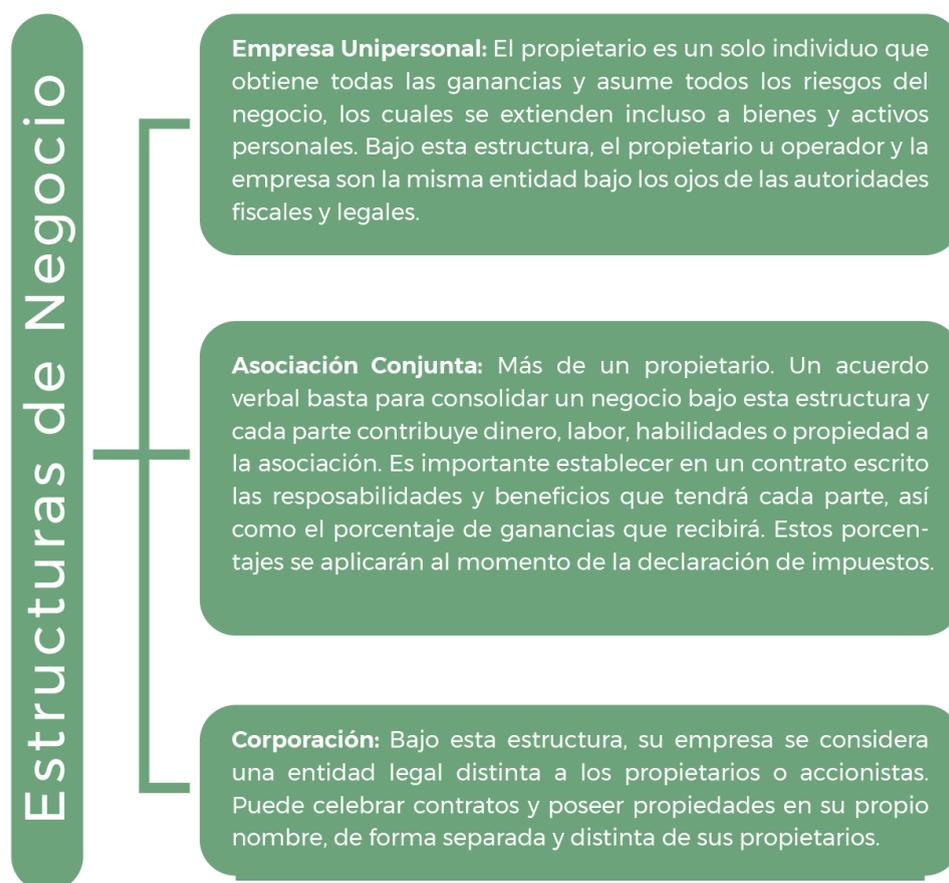
Canadá ofrece una zona libre de aranceles para los fabricantes industriales, que permite importar maquinaria y equipos avanzados de empresas matrices sin aranceles. Para mayor información sobre este programa, consulte la siguiente liga:

Página web:

<https://www.investcanada.ca/industries/advanced-manufacturing>

6.2 Cómo establecer un negocio

Para establecerse en Canadá se presentan las siguientes estructuras de negocio:



Para mayor información acerca de las distintas estructuras, consulte la siguiente liga:

Página web:

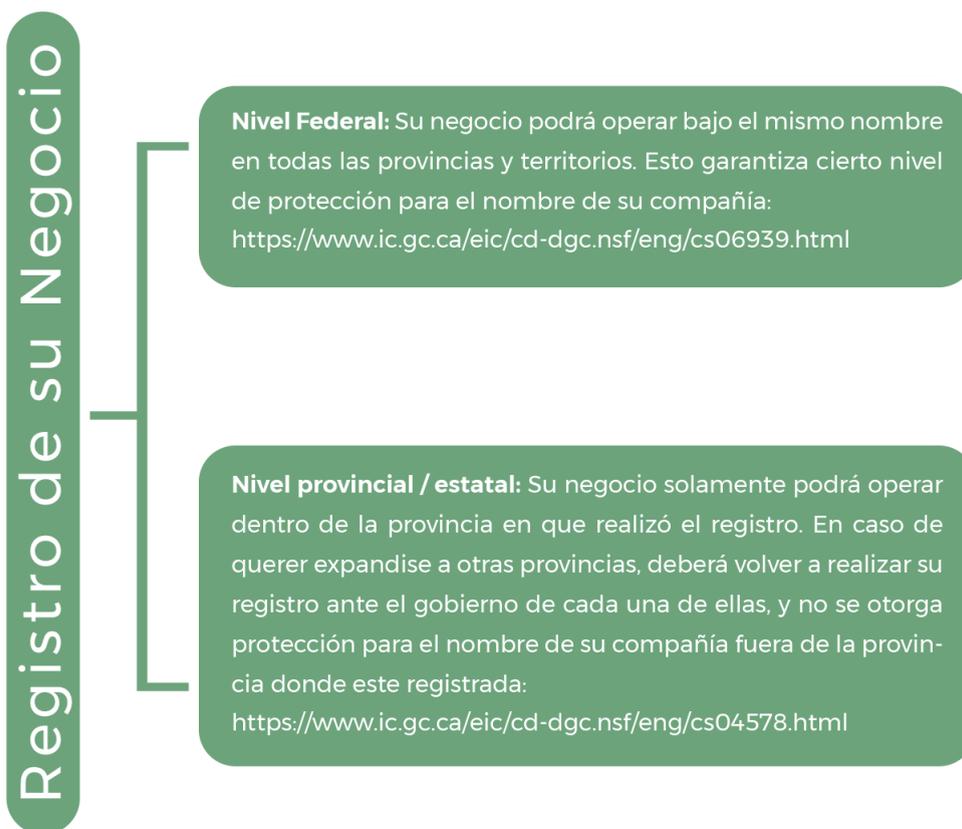
<https://www.canada.ca/en/revenue-agency/services/tax/businesses/small-businesses-self-employed-income/setting-your-business.html>

Para establecer una empresa unipersonal o asociación conjunta, deberá obtener el registro del nombre comercial en línea.

En el caso de la asociación conjunta o la corporación, puede realizar el registro de su negocio en línea para obtener un número comercial federal.

Registro

Una vez establecida la estructura, debe registrar su negocio ante las autoridades gubernamentales (en ocasiones no es necesario hacerlo si es una empresa unipersonal). Esto se realiza a dos niveles:



En la siguiente liga podría tener información para el registro de un negocio:

Página web:

<https://www.canada.ca/en/services/business/start/register-with-gov/register-sole-prop-partner.html>

Requisitos para la incorporación de un negocio

Al iniciar su registro debe tener en claro la siguiente información:

- ¿Dónde se ubicará su oficina principal?
- ¿En qué provincias o territorios planea operar?
- Su nombre comercial (inglés o francés).
- El tipo de organización comercial que establecerá.

Registro de una empresa unipersonal o asociación conjunta

Para establecer una empresa unipersonal o asociación conjunta, debe tener en cuenta lo siguiente:

- Registrar su negocio en las provincias donde planea operar.
- Obtener un número comercial federal⁵⁴ (código único de 9 dígitos) y programa (2 números y 4 dígitos agregados al número comercial) de la Agencia Tributaria de Canadá (CRA)

Registro de una corporación

Para establecer una corporación debe considerar los puntos anteriores y adicionalmente necesitará la siguiente documentación:

- Artículos de Incorporación. Reglas que regirán a los miembros de la empresa.
- El Memorando. Establece las reglas de conducta de la empresa.
- Aviso de Oficina. Informa al gobierno de la oficina registrada de su empresa.
- Aviso de directores. Se requiere para las corporaciones federales.
- La búsqueda NUANS del nombre de su empresa para verificar que no esté en uso:
https://www.nuans-canada.ca/?gclid=CjwKCAjwn9v7BRBqEiwAbq1EywimyXYvFqS7SmZPp1OEh3dwMSpsAbyrkSooDOu2K2m6uOnUa3d8sRoCOPIQAvD_BwE
Llenar el formulario de aplicación que se encuentra en la página del gobierno de cada una de las provincias o territorios.

Al registrarse debe determinar qué tipo de permisos y licencias necesita obtener para iniciar operaciones. En la siguiente liga encontrará el buscador BizPal. Debe de ingresar la ubicación y sector de su negocio para identificar estos requisitos:

Página web:

<https://services.bizpal-perle.ca/?lang=en&b=01>

⁵⁴ Al registrarse su empresa en determinadas provincias, recibirá automáticamente su número comercial federal como parte de su registro provincial. Consulte cuáles son estas provincias en la siguiente liga:
<https://www.canada.ca/en/revenue-agency/services/tax/businesses/topics/registering-your-business/you-need-a-business-number-a-program-account.html>

6.3 Aspectos legales y fiscales

Al incorporar su nuevo negocio, debe de realizar el registro de programa ante la CRA. Los programas CRA⁵⁵ más comunes que una empresa necesita son:

- GST / HST (RT): Si su empresa cobra Impuesto sobre bienes y servicios (GST) o Impuesto armonizado sobre las ventas (HST).
- Deducciones de nómina (RP): Si su empresa paga a empleados.
- Impuesto sobre la renta de sociedades (RC): Si su empresa está incorporada.
- Importación-exportación (RM): Si su empresa comercializa bienes en el extranjero

En Canadá el impuesto sobre la renta de sociedades (Corporation Tax) se divide en una tasa menor y una mayor, de acuerdo a los ingresos de una empresa:

- Tasa menor: Se aplica a los ingresos deducibles (límite federal de CAN\$500,000) para pequeñas empresas.
- Tasa mayor: Se aplica a todos los demás ingresos.

Corporation Tax⁵⁶

Provincias/Territorios	Impuesto Federal	Impuesto Provincial	
		Tasa Menor	Tasa Mayor
Quebec	11.5%	5%	11.5%
Terranova y Labrador	15%	3%	15%
Nueva Escocia	15%	3%	16%
Nueva Brunswick	15%	2.5%	14%
Isla del Príncipe Eduardo	15%	3%	16%
Ontario	15%	3.2%	11.5%
Manitoba	15%	Dato no disponible	12%
Saskatchewan	15%	2%	12%
Columbia Británica	15%	2%	12%
Nunavut	15%	3%	12%
Territorios del Noroeste	15%	4%	11.5%
Yukón	15%	2%	12%

⁵⁵ Para mayor información sobre estos y otros programas adicionales consulte siguiente liga: <https://www.canada.ca/en/revenue-agency/services/tax/businesses/topics/registering-your-business/you-need-a-business-number-a-program-account.html>

⁵⁶ Gobierno de Canadá, Corporation tax rates, Abril 2020. Recuperado de: <https://www.canada.ca/en/revenue-agency/services/tax/businesses/topics/corporations/corporation-tax-rates.html>

6.4 Costos de una operación en Canadá

Al invertir es importante tomar en cuenta el salario mínimo y costos de servicios:

Salario Mínimo en Canadá por Provincia (por hora) en CAD\$, 2020⁵⁷

Salario mínimo en Canadá (Dólares Canadienses)	
Alberta	\$15.00
Columbia Británica	\$14.60
Manitoba	\$11.90
Nuevo Brunswick	\$11.70
Terranova y Labrador	\$12.15
Territorios del Noroeste	\$13.46
Nueva Escocia	\$12.55
Nunavut	\$16.00
Ontario	\$14.25
Isla del Príncipe Eduardo	\$12.85
Quebec	\$13.10

Costo Anual de Servicios en Canadá en US\$, 2019⁵⁸

Centros urbanos principales	Teléfono	Electricidad	Calefacción	Seguro de Autos	Total
Vancouver, Columbia Británica	\$361.92	\$838.01	\$945.31	\$2,380.09	\$4,525.33
Calgary, Alberta	\$361.32	\$1,295.94	\$839.01	\$3,068.41	\$5,564.68
Regina, Saskatchewan	\$258.48	\$1,432.22	\$844.54	\$1,227.66	\$3,762.90
Winnipeg, Manitoba	\$389.12	\$803.14	\$800.82	\$1,338.53	\$3,331.61
Toronto, Ontario	\$385.62	\$1,196.36	\$985.39	\$5,522.87	\$8,090.24
Montreal, Quebec	\$385.62	\$637.37	\$1,582.27	Dato no disponible	\$4,478.78

⁵⁷ Retail Council of Canada, Minimum Wage by Province, 2020. Recuperado de: <https://www.retailcouncil.org/resources/quick-facts/minimum-wage-by-province/>

⁵⁸ Crown Investments Corporation of Saskatchewan, Utility Cost Comparison: Cross-Canada View, December 2019. Recuperado de: <https://www.cicorp.sk.ca/+pub/Documents/2019%20Utility%20Cost%20Comparison.pdf>



Nota metodológica



Nota metodológica - Capítulo 2. Sectores y Partidas arancelarias Prioritarias Identificados

1. Se recopilaron datos del comercio internacional de México con el mundo, exportaciones de México a Canadá e importaciones canadienses, tomando como fuente *Trade Maps*.⁵⁹ Se tomaron datos del periodo 2015 - 2019.
2. Se realizaron dos análisis: En primera instancia fueron seleccionadas partidas arancelarias de las cuales México exporta un valor mínimo de \$50 mdd. Después se seleccionaron productos de los cuales México exporta a Canadá un valor máximo de \$100 mdd.
3. Posteriormente se tomó en consideración un análisis de Ventaja Comparativa Revelada⁶⁰ para productos de exportación de México y de Canadá (esto a fin de identificar los productos clasificados en las partidas arancelarias en las cuales México es un país más competitivo) .
4. Al conjuntar estos datos, se obtuvo una **base de 267 partidas arancelarias**.
5. Se descartaron manualmente partidas arancelarias parte del Comercio Intraindustrial, cuya producción típicamente no corresponde a PyMES sino a grandes empresas transnacionales. Ej. vagones para el transporte de mercancías y automóviles.
6. Se calculó la tasa de crecimiento exponencial de las importaciones canadienses de 2015 a 2019 y la participación de mercado del producto mexicano en 2019.
7. Se sumó el crecimiento exponencial a la participación de mercado de la competencia en el mercado de importaciones canadiense, para determinar el **Mercado Potencial**.
8. Este resultado se dividió entre las exportaciones de México al mundo para determinar **qué porcentaje de crecimiento de la capacidad exportadora mexicana es necesario para cubrir el mercado potencial en Canadá**.
9. Finalmente, se dividen las partidas arancelarias en cuatro categorías a fin de construir una matriz⁶¹:
 - **Productos Competitivos:** aquellos donde México es un importante proveedor de Canadá (participación de mercado superior a la media) y el mercado de importaciones crece por arriba de la media. Se presume que los productos mexicanos son altamente competitivos

⁵⁹ **Trade Maps:** Herramienta desarrollada por el Centro Internacional de Comercio UNCTAD/OMC. Para más información, véase: <https://www.trademap.org/Index.aspx>

⁶⁰ **Ventaja Comparativa Revelada:** Permite conocer la especialización exportadora de un país. Descrito como el resultado de la división de la participación de un producto en las exportaciones de un país y la participación de ese mismo producto en las exportaciones mundiales.

⁶¹ Este ejercicio se hizo a nivel de partida arancelaria.

vs. otras naciones y son productos para aumentar la capacidad instalada de exportación).

- **Productos de Oportunidad:** aquellos donde las importaciones de Canadá crecen por encima de la media, pero México tiene una participación por debajo de la media. Se presume que los productos mexicanos pudieran no ser muy competitivos o bien representan oportunidades de exportación no desarrolladas.
- **Productos Consolidados:** aquellos donde México es un importante proveedor de Canadá, pero el crecimiento del mercado es lento. Se presume que los productos mexicanos son altamente competitivos y con poco potencial de crecimiento.
- **Productos Decrecientes:** aquellos donde México tiene poca participación de mercado en Canadá y el mercado crece lentamente. Es posible que la competencia de otras naciones esté consolidada en estos productos.

Nota metodológica - Capítulo 3. Oportunidades para el Sureste

1. Se recopilaron datos del comercio internacional de México con el mundo, las exportaciones de la región sur-sureste al mundo y a Canadá, y de las importaciones canadienses del mundo, tomando como fuente Data México⁶² y Trade Maps⁶³. Se tomaron datos del periodo 2015 - 2019.
2. Se realizaron dos análisis: En primera instancia fueron seleccionadas partidas arancelarias de las cuales México exporta un valor mínimo de \$50 mdd. Después se seleccionaron productos de los cuales México exporta a Canadá un valor máximo de \$100 mdd.
3. Posteriormente se tomó en consideración un análisis de Ventaja Comparativa Revelada⁶⁴ para productos de exportación de México y de Canadá (esto a fin de identificar los productos clasificados en las partidas arancelarias en las cuales México es un país más competitivo).
4. Al conjuntar estos datos, se obtuvo una **base de 108 partidas arancelarias**
5. Se descartaron manualmente productos parte del Comercio Intraindustrial, cuya producción típicamente no corresponde a PyMES sino a grandes empresas transnacionales. Ej. vagones para el transporte de mercancías y automóviles.

⁶² **Data México:** Herramienta desarrollada por la Secretaría de Economía en conjunto con Data Wheel. Para más información véase: <https://datamexico.org>

⁶³ **Trade Maps:** Herramienta desarrollada por el Centro Internacional de Comercio UNCTAD/OMC. Para más información, véase: <https://www.trademap.org/Index.aspx>

⁶⁴ **Ventaja Comparativa Revelada:** Permite conocer la especialización exportadora de un país. Cuantifica el grado de competitividad de un producto de un país en función de sus valores de exportación, en relación con los demás países del mundo. Resultado de la división de la participación de un producto en las exportaciones de un país y la participación de ese mismo producto en las exportaciones mundiales.

6. Se calculó la tasa de crecimiento exponencial de las importaciones canadienses de 2015 a 2019 y la participación de mercado del producto mexicano en 2019.
7. Se sumó el crecimiento exponencial a la participación de mercado de la competencia en el mercado de importaciones canadiense para determinar el **Mercado Potencial**.
8. Este resultado se dividió entre las exportaciones de México al mundo para determinar **qué porcentaje de crecimiento de la capacidad exportadora mexicana es necesario para cubrir el mercado potencial en Canadá**.
9. Finalmente, se dividen las partidas arancelarias en cuatro categorías a fin de construir una matriz⁶⁵:
 - **Productos Competitivos:** aquellos donde México es un importante proveedor de Canadá (participación de mercado superior a la media) y el mercado de importaciones crece por arriba de la media. Se presume que los productos mexicanos son altamente competitivos vs. otras naciones y son productos para aumentar la capacidad instalada de exportación).
 - **Productos de Oportunidad:** aquellos donde las importaciones de Canadá crecen por encima de la media, pero México tiene una participación por debajo de la media. Se presume que los productos mexicanos pudieran no ser muy competitivos o bien representan oportunidades de exportación no desarrolladas.
 - **Productos Consolidados:** aquellos donde México es un importante proveedor de Canadá, pero el crecimiento del mercado es lento. Se presume que los productos mexicanos son altamente competitivos y con poco potencial de crecimiento.
 - **Productos Decrecientes:** aquellos donde México tiene poca participación de mercado en Canadá y el mercado crece lentamente. Es posible que la competencia de otras naciones esté consolidada en estos productos.

⁶⁵ Este ejercicio se hizo a nivel de partida arancelaria.



ECONOMÍA
SECRETARÍA DE ECONOMÍA

Producto
T-MEC.
Integración comercial y productiva para el bienestar

CAF BANCO DE DESARROLLO
DE AMÉRICA LATINA

50
años

T-MEC

**MÉXICO
EXPORTA A
CANADÁ**

