

SECTOR: AGROINDUSTRIA

Producto: Frutas y hortalizas frescas.

Tendencias

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

Las frutas orgánicas tienen gran acogida, entre las favoritas están fresas, plátanos (banano), kiwis, naranjas y manzanas. En cuanto a las hortalizas, las principales presentaciones son mini-zanahorias peladas, las zanahorias, los corazones de lechuga romana, el brócoli y la mezcla de hortalizas frescas. También tienen espacio el mango, la guayaba y la piña. Por la cultura de consumo, es importante la presentación del producto en porciones individuales, fáciles de llevar o preparar.

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

Producto: Preparaciones Alimenticias

Tendencias

Los núcleos familiares pequeños han incentivado las compras de porciones individuales de alimentos, que además deben ser naturales y ofrecer beneficios para la salud. Existe una mayor preferencia por productos previamente preparados porque ahorran tiempo y son fáciles de consumir. El consumidor canadiense tiene gran aceptación por productos tipo Gourmet, generando oportunidades para alimentos orgánicos que sean prácticos y de fácil asimilación.

La variedad cultural abre paso a productos exóticos y étnicos. Mientras que el consumo de frutas procesadas ha aumentado, el de hortalizas procesadas se ha mantenido estable.

Las conservas colombianas tienen gran potencial, así como los arándanos, frambuesas y frutillas congeladas, verduras frescas pre-empaquetadas, las ensaladas empaquetadas refrigeradas, incluyendo verduras frescas de hoja ancha con valor agregado.

SECTOR: MANUFACTURAS E INSUMOS

Producto: Materiales de Construcción

Tendencia

El cemento fue el producto más lucrativo en 2009, seguido por el ladrillo, la arena, gravilla y agregados. Se espera un crecimiento del sector en los próximos cuatro años hasta de US\$ 5,6 mil millones.

Existen grandes oportunidades en arcilla, mármol y otros productos de piedras naturales, productos metálicos ferrosos y no ferrosos y los productos de concreto para la industria de la construcción y de la remodelación que incluyen azulejos de arcilla y piedra para pisos y paredes, y bloques de cemento. También hay potencial en revestimientos de pisos, paredes y techos, tubos y ductos en donde la participación de Colombia ha sido menor. Las principales áreas de mercado en Canadá son Toronto, Montreal y Vancouver

Producto: Autopartes

Tendencias

Existe gran oportunidad para equipos electrónicos, pintura, asientos y acabados interiores y transmisión, pastillas para frenos y forros. Es una industria muy dinámica, responsable del 17% de la producción automotriz en Norteamérica. Por cada ensambladora se establecen aproximadamente 19 proveedores de autopartes.

Según The Conference Board of Canada y The Business Development Bank of Canada, el sector alcanzará este año, US\$ 378 millones en ganancias y en el 2014 llegará a US\$874 millones. Se espera un mayor crecimiento y mejoramiento del sector debido a estímulos que el gobierno está dando a pequeñas empresas de autopartes que en conjunto componen el 98% de la industria canadiense, al tiempo que muchos proveedores de autopartes han diversificado sus ventas con ensambladoras y productores de autos fuera de Norte América.

SECTOR: SERVICIOS

Producto: Animación digital

Tendencia

El mercado de software de juegos en Canadá ha experimentado un gran crecimiento durante los últimos años, se prevé una desaceleración en el próximo lustro. En animación digital Canadá posee una excelente reputación y ocupa el puesto número 3 luego de E.E.UU.U. y Japón en materia de video Juegos.

Existe gran oportunidad para la a animación digital en juegos de consola puesto que el tamaño de este mercado representa un 90,3% del software de juegos. Otro nicho potencial de crecimiento lo representan los juegos en los dispositivos móviles cuya demanda está en aumento.

Por otro lado Canadá no sólo lee apuesta al entretenimiento sino también a la aplicación digital en programas de educación, entrenamiento, simulaciones médicas, aplicaciones de negocios, web marketing, e-learning, entre otras. Esto debido a una política gubernamental que busca fortalecer el sector de animación digital en Canadá así como también los demás sectores de través de aplicaciones digitales.

SECTOR: PRENDAS DE VESTIR

Producto: Ropa Deportiva

Tendencia

Existen oportunidades en el mercado canadiense de prendas de vestir para empresarios creativos que puedan proveer productos innovadores y originales. Algunos minoristas y productores han concentrado sus esfuerzos en el segmento de los jóvenes debido a su tendencia a gastar más,, lo que implica ofrecerles diseños acorde a su edad. La ropa para equipos deportivos con telas que ofrezcan tratamientos anti-microbianos y anti-olor, regulación de la temperatura, protección UVV y administración de la humedad, representa una oportunidad. En el diseño hay que tener en cuenta las tendencias internacionales de moda para cada una de las diferentes temporadas

Producto: Uniformes

Tendencia

El gobierno canadiense es el principal comprador de ropa especializada para aerolíneas y accesorios, y de dotación de ropa hospitalaria, que representa una oportunidad para que los exportadores colombianos participen en los procesos de compras estatales como proveedores de empresas canadienses.

Este subsector en Canadá presenta para Colombia un panorama bastante favorable. Si bien es cierto que debido a la crisis el volumen de importaciones ha disminuido el último año, Canadá se ha convertido en un país más importador en la industria de uniformes pasando de 1388% a 32% en su intensidad exportable.

Por otro lado el TLCC elimina las barreras arancelarias para la industria de confección de uniformes colombiana, aspecto que permitirá a los productores competir de una mejor manera con otros países.