



**Trade  
Facilitation  
Office  
Canada**

**Bureau de  
promotion du  
commerce  
Canada**

# Artesanías

**ESTUDIO SOBRE EL MERCADO CANADIENSE**



La Oficina de Facilitación del Comercio de Canadá (OFCC) está reconocido por el Centro de Comercio Internacional de las Naciones Unidas en Ginebra como la Organización de Promoción Comercial de Canadá.

El gobierno de Canadá fundó la OFCC en 1980 para ayudar a los países en vías de desarrollo en exportar al mercado canadiense. Hasta 1985, dicha organización formó parte de la Agencia Canadiense de Desarrollo Internacional (ACDI). En 1985, la OFCC fue constituida como organización sin fines de lucro con un mandato continuo para proporcionarles a los países en vías de desarrollo y en transición asistencia técnica relacionada con el comercio.

Actualmente, la OFCC ofrece programas y servicios de *Comercialización de exportaciones*, de *Desarrollo de políticas* y de *Promoción de inversiones* a más de 130 países clientes que son elegibles para recibir gratuitamente los siguientes servicios facilitados por la OFCC:

- Inscripción en el banco de datos de la OFCC, el que incluye una lista exhaustiva de las empresas extranjeras que están en busca de nuevos mercados para la exportación, así como también una lista de agentes, compradores e importadores canadienses.
- Asistencia para poder identificar a los compradores canadienses por medio de la circulación de ofertas de exportación a los importadores canadienses.
- Información referente a la exportación al mercado canadiense y sobre la forma de proceder para exportar a Canadá.

La OFCC también ofrece otros servicios entre los que se incluyen los siguientes:

- evaluación de necesidades;
- formación de exportadores;
- estudios de mercado específicos a ciertos sectores;
- seminarios sobre la exportación de productos específicos a Canadá;
- capacitación en políticas comerciales;
- formación y perfeccionamiento de delegados comerciales;
- desarrollo organizacional orientado a la promoción de la exportación;
- formación y perfeccionamiento en la atracción de inversiones; y
- misiones de promoción de las inversiones así como de misiones comerciales en Canadá y en el extranjero.

Los programas de la OFCC están orientados a realzar el desarrollo de las aptitudes y la capacitación de exportadores del sector privado y funcionarios gubernamentales en las esferas de promoción de comercio, de desarrollo de mercados y de política comercial. La OFCC está asociada con una extensa red de expertos en comercio, en comercialización y en inversiones, tanto en Canadá como en el extranjero, a fin de poder brindar experiencia y pericia perfectamente adaptadas a la prestación de los servicios y de los programas que ofrece.

Información adicional está disponible de:

Trade Facilitation Office Canada (Oficina de Facilitación del Comercio de Canadá)  
Suite 300, 56 Sparks St.  
Ottawa, Ontario, Canada K1P 5A9  
Teléfono: (613) 233-3925  
Llamada gratuita en Canadá: 1-800-267-9674  
Fax: (613) 233-7860  
Correo electrónico: [tfoc@tfoc.ca](mailto:tfoc@tfoc.ca)  
Internet: [www.tfoc.ca](http://www.tfoc.ca)

# Artesanías 2003

|  |                  |
|--|------------------|
| <b>1. INTRODUCCIÓN</b>   | <b>Página 2</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Estudio de la OFCC sobre el mercado</li><li>• Alcance del Estudio</li></ul>  |                  |
| <b>2. EL MERCADO CANADIENSE</b>  | <b>Página 3</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Características del consumo</li><li>• Generalidades de los Productos del Sector</li><li>• Importaciones</li></ul>                    |                  |
| <b>3. PRÁCTICAS COMERCIALES</b>  | <b>Página 7</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Competencia</li><li>• El Comprador</li><li>• Precio</li><li>• Calidad</li><li>• Embalaje y Transporte</li><li>• Etiquetado</li></ul> |                  |
| <b>4. DISTRIBUCIÓN</b>   | <b>Página 14</b> |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Padrones de Distribución y Áreas de Mercadeo</li></ul>   |                  |
| <b>5. REGLAMENTO DE IMPORTACIÓN</b>  | <b>Página 16</b> |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Aranceles</li></ul>  |                  |
| <b>6. CONSEJOS PARA LOS EXPORTADORES</b>   | <b>Página 18</b> |

## Anexo

1. Fuentes de Información
2. Ferias de Exposición
3. Formularios de la OFCC para los exportadores



Se pone esta guía a disposición de los consumidores bajo condiciones expresas de que no sea, bajo ninguna circunstancia, intercambiada, prestada o vendida o que sea puesta en circulación en alguna otra forma de encuadernación o con otras cubiertas que las previstas para su publicación, sin el consentimiento de la OFCC (Oficina de facilitación del comercio de Canadá).

Toda la información y consejos dados en estos documentos están basados en la información más reciente en el momento de su redacción, y la OFCC no asume responsabilidad alguna en cuanto a la utilización de esta información.

Se aconseja al lector que verifique con la OFCC para obtener actualizaciones y aclaraciones, dirigiéndose a la dirección incluida en el anexo o que visite el portal de la OFCC en internet [www.tfoc.ca](http://www.tfoc.ca).

# 1 Introducción

## INFORMES DE LA OFCC SOBRE EL MERCADO

La Oficina de facilitación del comercio de Canadá (OFCC) ofrece a los exportadores en los países clientes de la OFCC una serie de informes de mercados específicos para el producto. Estos informes pueden ser obtenidos de diferentes fuentes incluyendo:

La OFCC (por medio de su sitio Web o por correo), organizaciones de promoción a la exportación y las embajadas Canadienses en los países clientes, y las embajadas de los países clientes acreditadas en el Canadá. Los informes sobre el mercado tienen la intención de brindar al exportador información sobre los antecedentes del mercado Canadiense para un producto; asesoramiento acerca de cómo encontrar un comprador Canadiense y sugerencias sobre cómo proceder una vez que se encuentra un comprador.

Favor completar y enviar a la OFCC los formularios de perfil de empresa exportadora y productos que se encuentran al final de este informe y que también se encuentran en el sitio Web de la OFCC. Esto nos permitirá considerar que usted sea incluido en el banco de datos de la OFCC que es utilizado por los importadores Canadienses.

Estos informes ofrecen suficiente información para que los exportadores puedan conocer por cuenta propia el mercado Canadiense y busquen mayores detalles sobre la bases de sugerencias de sitios Web, correo electrónicos, fax, correo, teléfono. Estos informes son para el exportador experimentado que piensa seriamente tratar de ingresar al mercado Canadiense. Canadá no es el mercado para probar su primera experiencia de exportación, un historial de exportaciones a un mercado más cerca de su país tiene un valor inestimable para intentar ingresar a este mercado, demuestre al comprador potencial que usted está preparado y tome en serio una relación a largo plazo. La investigación, la planificación, y el compromiso son imprescindibles para establecer una buena reputación comercial en este país.

## ALCANCE DEL ESTUDIO

Este informe abarca grupos de productos clasificados bajo el Sistema Unificado HS (Harmonized System):

- grabados, impresiones y litografía original (HS 9702);
- esculturas y estatuas originales en cualquier material (HS 9703);
- tapices tejidos a mano o costurados (HS 5805);
- artículos para Navidad, Carnaval u otras festividades (HS 9505);
- estatuillas, ornamentos y cajas de madera (HS 4420);
- canastotes, trabajos en mimbre y otros similares (HS 4602);
- lámparas no eléctricas y accesorios de iluminación (HS 9405.50); y
- flores, follaje y frutas plásticas artificiales (HS 6702.10).

# 2 El Mercado Canadiense

## CARACTERÍSTICAS DE CONSUMO

Las artesanías nos rodean. Estos productos – elaborados por artesanos y artífices calificados que usan sus materiales naturales como arcilla, vidrio, metal, piedra y tela - enriquecen nuestras vidas y lo que nos rodea. El interés canadiense en las artesanías, especialmente las que vienen de países exóticos, ha ido creciendo significativamente en los últimos años, con una demanda doméstica calculada entre \$ 750 millones y \$ 1 mil millones. Esta demanda está influenciada mayormente por:

- el interés en tradiciones artísticas y culturales de otros países
- los nuevos estilos de vida emergentes de la facilidad de viajar y la cobertura extensa de las tradiciones culturales de otros países por los medios de información;
- un renacer del orgullo étnico entre los grupos de inmigrantes que ha creado un nuevo mercado para artesanías étnicas. Esta tendencia ha llegado al público consumidor en general, incrementando el interés en toda forma de vestimenta, joyería, artículos domésticos étnicos, y otros productos relacionados.

Las Artesanías generalmente las compran importadores que se especializan en artículos para el hogar y/o regalos. Los productos son principalmente distribuidos en tiendas de regalos y de artículos para el hogar y tiendas de ventas al detalle en general.

Canadá tiene cerca de 32 millones de habitantes, de los cuales 16.1 millones son mujeres casi el 90% de los Canadienses viven a no más de 100 millas de la frontera con los Estados Unidos principalmente en los grandes centros urbanos diseminados en la parte central y occidental del país. Las cinco ciudades más grandes son Toronto (5.2 millones), Montreal (3.6 millones), Vancouver (2.2 millones), Ottawa/Gatineau (1.1 millones) y Calgary (1 millón). Los dos idiomas oficiales en el Canadá son Inglés y Francés.

El sector artesanal en el Canadá está compuesto de micro y pequeñas empresas, en las que el trabajo con frecuencia se realiza en pequeños estudios y talleres. Las ‘economías de escala’ que impulsan la competencia internacional en muchos mercados de bienes o productos son rara vez un factor en el

sector artesanal, a pesar de que existen comunidades y colectividades artesanales que eventualmente se agrupan a objeto de realizar sus ventas y mercadeo. Este perfil bajo del sector, al que se hacía referencia como ‘una industria invisible’, obscurece la contribución cultural y económica que hacen al Canadá los mercados de los artesanos y artífices.

## GENERALIDADES DE LOS PRODUCTOS DEL SECTOR

En la actualidad en mercado artesanal en el Canadá consiste de una gama de productos – desde productos únicos hechos a mano como joyería labrada y artística, hasta objetos de mayor tamaño para colgar en la pared, esculturas en madera y metal, obras arquitectónicas de metal, muebles y objetos decorativos o utilitarios para el hogar o la oficina. Este sector incluye trabajos en cerámica, fibra, piedra, metal, vidrio, madera, cuero, tela, y papel.

La población canadiense que es cada vez más diversa ha creado una demanda de productos múltiples que varían desde ítems de fino cristal y porcelana hasta tallados en madera y ornamentos. A medida que los grupos étnicos crecen y se establecen, su influencia se siente en

un mercado más amplio. Por ejemplo, los compradores del sur de Asia en Toronto, han traído con ellos una demanda de ítems culturales específicos que les recuerdan a sus países de origen.

En general, los ítems para la decoración del hogar se venden más que los de cualquier otro segmento del mercado, debido parcialmente al resurgimiento del enfoque en la comodidad y estilo del hogar. Los comedores son una mezcla de lo que es casual y formal, lo que se observa en todo lo que es empapelados, individuales de tela para la mesa y accesorios informales de cubiertos, velas y vasos, cuadros (madera y metal), e ítems de colección. Existen diferencias regionales que se deben considerar. Los estilos en la costa oeste, por ejemplo, tienden a ser más casuales que los que se observan en la parte central del Canadá.

Una tendencia que se expande es la atención que se presta a las áreas externas del hogar en términos de jardinería, vida social y descanso. Los ítems como estatuillas que se pueden usar para decorar un jardín proliferan en el sector de ventas al detalle, particularmente durante la temporada de verano. El baño se ha convertido en un balneario y retiro personal – el espacio es mayor, la decoración más dramática. Los colores suaves y apagados al igual que las artesanías que contienen elementos naturales como el granito y el mármol son los más populares. Los ítems para el cuidado personal, la aromaterapia, velas, colchonetas para yoga, fuentes de agua, y obsequios inspirativos y la música son las áreas de reciente crecimiento, debido a los consumidores que buscan ‘satisfacción personal’ a su alcance en cosas pequeñas, baratas, para equilibrar sus vidas de arduo trabajo.

El mercado de regalos corporativos también es un área de crecimiento para las artesanías, particularmente para ítems con logotipos y todo lo que identifique a la empresa. En todos los casos, los clientes corporativos y al por menor demandan creatividad, buena calidad y precios razonables en sus compras de artesanías.

|  |
|--|
| Los compradores canadienses han expresado que las restricciones a las importaciones de países específicos incluyen calidad de producto no consistente, mal embalaje y costos ocultos en cartas de porte. |
|--|

## **IMPORTACIONES**

---

Se estima que el 60% del mercado canadiense doméstico para artesanías lo satisface las importaciones. De acuerdo a lo indicado en la Tabla 2.1, las importaciones de artesanías crecieron progresivamente del 2001 al 2002 siendo los principales proveedores China y los Estados Unidos de Norte América. (USA).

Entre los años 2001 y 2002 se registraron incrementos en la importación de:

- grabados, impresiones y litografía original (85.6% de incremento);
- esculturas y estatuas originales en cualquier material (57.8%);
- flores, follaje y frutas plásticas artificiales (35%);
- lámparas no eléctricas y accesorios de iluminación (14%);
- estatuillas, ornamentos y cajas de madera (12.5%);
- canastotes, trabajos en mimbre y otros similares (11.4%); y
- artículos para Navidad, Carnaval u otras festividades (0.5%)

| <b>Tabla 2.1: 2002 Estadística de Importaciones</b>             |  |   |   |  |
|---|--|---|---|--|
|   | <b>Grabados, Impresiones y Litografía original (HS 9702)</b>   | <b>Flores, Follaje Y Frutas Plásticas Artificiales (HS 6702.10)</b>   | <b>Esculturas Y Estatuas Originales En Cualquier Material (HS 9703)</b>   | <b>Tapetes Tejidos a Mano y Costurado (HS 5805)</b>  |
| Total Importaciones (Valor Aprox. \$ millón Canadiense)         | <b>22.1%</b>   | <b>7.4%</b>   | <b>26.8%</b>  | <b>1.6%</b>  |
| Primeros 10 Proveedores (Valor Aprox. \$ millón Canadiense)     | E.E.U.U. (16.9)<br>Reino Unido (3.7)<br>Alemania (0.5)<br>Francia (0.4)<br>Italia (0.1)<br>Austria (0.07)<br>Países Bajos (0.06)<br>España (0.06)<br>Re-importaciones (0.04)   | China (6.6)<br>Estados Unidos (0.4)<br>Tailandia (0.1)<br>Taiwán (0.05)<br>Indonesia (0.02)<br>Italia (0.007)<br>India (0.006)<br>Filipinas (0.004)<br>Reino Unido (0.003)<br>Alemania (0.0005) | Estados Unidos (14.8)<br>Italia (4.0)<br>Reino Unido (2.4)<br>China (0.6)<br>Indonesia (0.4)<br>Alemania (0.3)<br>Tailandia (0.2)<br>India (0.2)<br>Taiwán (0.05)<br>Filipinas (0.04) | Estados Unidos (0.7)<br>China (0.3)<br>Italia (0.06)<br>India (0.04)<br>Taiwán (0.04)<br>Reino Unido (0.01)<br>Indonesia (0.006)<br>Alemania (0.003)<br>Tailandia (0.002)<br>Filipinas (0.002) |
| Cambio en importaciones 2001-2002                               | <b>85.6% de Incremento</b>   | <b>35% de Incremento</b>  | <b>57.8% de Incremento</b>  | <b>- 2.7% de Incremento</b>  |
| Cambio en importaciones Enero – Julio 2002 a Enero – Julio 2003 | <b>68.6% de Incremento</b>   | <b>60.2% de Incremento</b>  | <b>26.8% de Incremento</b>  | <b>32.9% de Incremento</b>   |
|   | <b>Artículos Para Navidad, Carnaval u Otras Festividades (HS 9505)</b>   | <b>Estatuillas, Ornamentos Y Cajas de Madera (HS 4420)</b>  | <b>Canastotes, Trabajos En Mimbre y Otros Similares (HS 4602)</b>   | <b>Lámparas No Eléctricas Y Accesorios De Iluminación (HS 9405.50)</b>   |
| Total Importaciones (Valor Aprox. \$ millón Canadiense)         | <b>336.1%</b>  | <b>56.2%</b>  | <b>41.5%</b>  | <b>95.6%</b>   |
| Primeros 10 Proveedores (Valor Aprox. \$ millón Canadiense)     | China (273.2)<br>E.E.U.U.(23.8)<br>Taiwán (7.3)<br>Alemania (5.5)<br>India (3.3)<br>Tailandia (3.1)<br>Filipinas (2.9)<br>Reino Unido (0.9)<br>Italia (0.5)<br>Indonesia (0.5) | China (31.2)<br>E.E.U.U. (6.0)<br>Indonesia (4.2)<br>Tailandia (2.9)<br>India (1.5)<br>Taiwán (1.3)<br>Filipinas (0.8)<br>Italia (0.4)<br>Reino Unido (0.3)<br>Alemania (0.2)                   | China (29.0)<br>Indonesia (4.2)<br>Filipinas (2.5)<br>E.E.U.U. (1.2)<br>Taiwán (0.6)<br>India (0.3)<br>Italia (0.2)<br>Tailandia (0.1)<br>Reino Unido (0.06)<br>Alemania (0.04)       | China (60.9)<br>E.E.U.U. (8.9)<br>India (7.1)<br>Taiwán (5.3)<br>Alemania (1.4)<br>Tailandia (1.0)<br>Italia (1.0)<br>Indonesia (0.8)<br>Filipinas (0.6)<br>Reino Unido (0.2)                  |
| Cambio en importaciones 2001-2002                               | <b>12.5% de Incremento</b>   | <b>14.3% de Incremento</b>  | <b>11.4% de Incremento</b>  | <b>14% de Incremento</b>   |
| Cambio en importaciones Enero – Julio 2002 a Enero – Julio 2003 | <b>0.5% de Incremento</b>  | <b>3.6% de Incremento</b>   | <b>8.7% de Incremento</b>   | <b>4.1% de Incremento</b>  |

Fuente: Trade Data Online – Trade by Industry, Industry Canadá, 2003

Los Estados Unidos fue el principal proveedor de grabados, impresiones y litografía original (\$ 16.9 millones), Esculturas y Estatuas Originales en cualquier material (\$ 14.8 millones), y Tapices tejidos a mano o costurados (\$ 0.7 millones). Los miembros de la Unión Europea también se destacaron como proveedores importantes de artesanías a este mercado.

Durante este periodo, las importaciones de artículos para Navidad, Carnaval y otras festividades se incrementaron en un 12.5% a \$ 336.1 millones – casi tres cuartas partes de lo que se había considerado para la temporada de Navidad. Las importaciones vinieron principalmente de China (\$ 273.2 millones), Estados Unidos (\$ 23.8 millones), Taiwán (\$ 7.3 millones).

Las importaciones de Lámparas no eléctricas y accesorios de iluminación (incluyendo velas y candelabros) se incrementaron en un 14% a \$ 95.6 millones, estando a la cabeza China (\$ 60.9 millones), Los Estados Unidos (\$ 8.9 millones), y la India (\$ 7.1 millones). También entre los principales 10 proveedores se encontraban varios países de la Unión Europea, Tailandia, Las Filipinas e Indonesia (\$ 0.8 millones).

Las importaciones de canastones, trabajos en mimbre, pisos, esteras, mallas, y otros productos de materiales de cobertura vegetal se incremento en 11.4% a \$ 41.5 millones estando a la cabeza China (\$ 29 millones), Indonesia (\$ 4.2 millones), Filipinas (\$ 2.5 millones), y los Estados Unidos (\$ 1.2 millones).

El monto valorado en \$ 1.6 millones de importaciones de tapices tejidos a mano y costurados en el 2002 representó una caída de 2.7% en comparación a los años anteriores. Los Estados Unidos, China, e Italia fueron los principales proveedores de estos productos.

# 3 Prácticas Comerciales

## COMPETENCIA

El Canadá se encuentra entre los países con mayores importaciones per cápita. Los exportadores de todo el mundo están presentes, competente feroz y consistentemente por una parte de este lucrativo mercado. Debido a esta situación de amplio suministro, el Canadá no sufre desabastecimiento de estos productos. Para abrirse campo, el exportador debe ofrecer ya sea un producto completamente nuevo o de otra manera eliminar a un proveedor existente con una oferta más atractiva en términos de calidad, servicio, precio y etiquetado.

La clave para la explotación exitosa del mercado canadiense es la implementación de una estrategia de mercado organizada. Se debe dar atención prioritaria a:

- despacho rápido en producción de muestra;
- respuesta inmediata (por e-mail, fax o teléfono) a toda comunicación;
- entregas totales, con retrasos previamente acordados con el comprador;
- entrega de producto que corresponde exactamente a las especificaciones o muestras acordadas, con cambios previamente acordados con el comprador;
- continuidad en el suministro;
- mantenimiento de alta calidad a precio competitivo;
- materiales de embalaje adecuados para embarques transoceánicos;
- instalaciones adecuadas para manipuleo y almacenaje
- promoción, especialmente de productos nuevos (incluyendo nombres de clientes actuales o pasados y/o sus países);
- conocimiento de condiciones de pago.

Además, se debe asegurar que el representante en contacto con el comprador hable y escriba clara y fluidamente inglés o francés, dependiendo de la preferencia del comprador.

## EL COMPRADOR

**Cómo Encontrar Un Comprador:** El ingresar a un mercado nuevo puede resultar desalentador, pero con un plan de mercadeo bien definido, los resultados hacen que el esfuerzo valga la pena. Para la mayor parte de los compradores, los exportadores tienen una oportunidad para dar una buena impresión. *Use esta oportunidad para demostrar que usted está vendiendo.* La información inicial acerca de su empresa debe incluir fotografías, precios, especificaciones y certificaciones de calidad para sus últimos productos. También puede incluir fotos de sus instalaciones de producción. El correo electrónico se ha convertido en una herramienta esencial para las comunicaciones con compradores canadienses, por lo tanto adjunte esta información para permitir que ellos evalúen inmediatamente su interés en llegar a un acuerdo con usted. Si usted no demuestra de esta manera inmediata y concreta lo que usted puede hacer, el comprador pierde interés.

Las temporadas clave en las que los consumidores gastan más son: Primavera (Marzo a Mayo), Verano (Junio a Agosto) y Navidad. Los importadores realizan sus compras con bastante adelanto a estas temporadas por ejemplo, comprando en Enero y Febrero para la Navidad en Diciembre, por lo tanto los exportadores deben iniciar sus esfuerzos de Mercadeo con bastante anticipación a estas fechas.

El encontrar a un comprador requiere perseverancia y una seria inversión de tiempo, esfuerzo y algún costo. La OFCC fomenta el que los exportadores usen cualquiera de las siguientes herramientas para apoyar sus esfuerzos.

- Participar de ferias de exposición en su propio país o región circundante, ya que los compradores con frecuencia asisten a las mismas. Además, las ferias internacionales pueden ser una fuente valiosa para la investigación de mercado. Si usted no puede asistir a una feria internacional, póngase en contacto con los organizadores de la misma para obtener el catálogo de participantes, muchos de los cuales serán importadores. Al atender a ferias comerciales internacionales, tome en cuenta que los expositores estarán muy ocupados tratando de vender sus propios productos. Haga su presentación, deje una tarjeta y folleto con información del producto, y pregunte si puede llamarlo para concretar una entrevista durante el tiempo de su visita para discutir lo que sea posible. No trate de vender inmediatamente en estas ferias; Es probable que no tenga éxito.
- Consulte con los representantes comerciales en su Embajada en el Canadá. Ellos pueden ayudar a identificar potenciales importadores canadienses, o podrán dirigirlo a un investigador independiente que le podrá proporcionar una lista detallada de compradores canadienses interesados. Generalmente cuanto más publicidad usted genera para su empresa y producto, cuanto más interés puede crear para los compradores potenciales.
- Aproveche la visita personal del comprador a su país. La Embajada Canadiense en su país o su oficina nacional para la promoción de exportaciones podrían tener conocimiento previo de dichas visitas. Hágales conocer que usted está interesado en reunirse con compradores que vienen de visita en su línea de productos y si es posible, póngase en contacto directo con el comprador para coordinar una reunión.
- Obtenga una lista de compradores canadienses que han comercializado con su país y póngase en contacto con ellos para ofrecer sus productos y servicios. Estas listas podrían ser obtenidas en la Cámara de Comercio Local o Ministerio de Comercio Exterior.
- Confirme el estar incluido en un buen buscador en Internet y que usted tiene una página Web informativa con conexión a correo electrónico para facilitar los contactos.
- Póngase en contacto con la Cámara de Comercio binacional que existe entre su país y el Canadá.
- Use a empresas y agencias de comercio (Regionales, Nacionales o en el Canadá).
- Busque ayuda de su banco o empresa despachadora de carga.

#### FERIAS DE EXPOSICIÓN

Los importadores canadienses y una serie de compradores al detalle generalmente visitan los mercados en el extranjero y a sus proveedores una vez por año. Normalmente organizan estos viajes con las más importantes ferias de exposición en el extranjero donde pueden explorar posibilidades para importaciones, al igual que evaluar las tendencias de la industria. Los detalles de estas ferias pueden ser obtenidos de la OFCC.

La documentación para contribuir a la evaluación del costo y beneficio de su participación en ferias de exposición puede ser obtenida de la OFCC. También es aconsejable consultar con su agente, comprador o consejero comercial de la Embajada antes de decidir participar.

*Tome en cuenta que la OFCC no emite cartas de invitación para ayudar a que los exportadores consigan visas de viaje/ingreso. Estas deben ser emitidas directamente por el comprador, o de un comprobante de registro en la feria de exposición.*

Los exportadores también pueden identificar a los compradores canadienses que están registrados por sector en varios sitios de Internet, las asociaciones comerciales canadienses, o la Asociación Canadiense de Importadores y Exportadores, y algunos directorios que pueden ser comprados; Ejemplo: Directorio de Cadenas al Por Menor. Esto es bastante caro, pero se puede consultar sin costo en las bibliotecas públicas en el Canadá mientras esté de visita.

Algunas ferias Canadienses importantes a las que asisten los importadores y distribuidores de Artesanías de todo el Canadá incluyen la *Canada's Creative Conference and Trade Show* en Toronto y Calgary ([www.cdncraft.org/pages/tradeshows/toronto2003.htm](http://www.cdncraft.org/pages/tradeshows/toronto2003.htm)), la *One of a Kind Christmas Canadian Craft Show and Sale* en Toronto ([www.oneofakindshow.com](http://www.oneofakindshow.com)), y el

*Salon des métiers d' art du Québec* en Montreal y el *Salon Plein Art* en Québec ([www.métiers-d-art.qc.ca/salonsma](http://www.métiers-d-art.qc.ca/salonsma)).

**Cómo tratar al Cliente:** Muchos importadores o sus agentes pueden visitar las instalaciones de producción del proveedor para evaluar la capacidad del mismo, confirmar la calidad de las instalaciones de producción y establecer una relación comercial sólida. Los proveedores deben

mantener una buena comunicación con el comprador durante todo el proceso de venta y post venta. Además de ofrecer valor, el comprador espera un manejo eficiente del procedimiento de exportación por parte del proveedor, al igual que confiabilidad, experiencia, competencia, una habilidad probada en el suministro y un determinado compromiso con una relación comercial a largo plazo.

Los importadores canadienses reportan que un principal problema en las relaciones con nuevos proveedores es que con frecuencia se les pide que adquieran grandes cantidades mínimas que están fuera de la realidad para un mercado del tamaño del de Canadá. *Los exportadores deben recordar que el mercado canadiense es aproximadamente 10% del mercado de los Estados Unidos y por lo tanto deben estar preparados para llenar pedidos pequeños.* La consolidación de más de un ítem por contenedor es lo preferido.

| Los temas que el comprador debe negociar con el proveedor incluyen:   |   |
|---|---|
| <b>Atributos del Producto</b>   | <b>Servicios para le pedido</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Embalaje</li> <li>• Diseño del Logotipo</li> <li>• Amplitud de línea de producción</li> <li>• Calidad</li> <li>• Rango de precios</li> <li>• Exclusividad del producto</li> <li>• Exclusividad del país</li> <li>• Condiciones especiales</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilidad del producto</li> <li>• Prontitud de entrega inicial</li> <li>• Disponibilidad de repetición</li> <li>• Prontitud en la repetición</li> <li>• Sustitución de producto</li> <li>• Embarques completos o parciales</li> <li>• Revisión de pedido</li> <li>• Confiabilidad de embarque directo a Canadá</li> </ul> |

Durante el primer contacto con un importador en el Canadá, se le podrían pedir algunas muestras al exportador extranjero, las que deberían ir acompañadas de las especificaciones. Las muestras podrían requerir adaptaciones para las preferencias y tamaños en el Canadá. Una vez que estén en el Canadá serán evaluadas en lo que refiere al cumplimiento con la reglamentación y estándares establecidos por el Gobierno Canadiense en consulta con el público, representantes y la industria. Estos estándares incluyen seguridad, durabilidad, resistencia, peso, materiales y calidad en general. El comprador podría también realizar una inspección de la empresa para determinar si el producto cumple con las especificaciones indicadas, para satisfacción propia de la empresa.

Si las muestras son aceptables, el importador podría colocar un pedido de prueba con el proveedor. Si se requieren algunos ajustes, el importador solicitará otras muestras en base a las instrucciones de cambios requeridos. Un embarque de prueba que sea consistente con las muestras aceptadas y que sea entregado conforme a un cronograma acordado podrá entonces ser enviado al Canadá. El importador generalmente aconseja al proveedor con relación a los tamaños y variedades de un producto que podría venderse mejor en el Canadá y sobre las condiciones en las que el producto debería llegar a este país. El importador usa muestras para evaluar el interés que tienen para adquirir el producto los vendedores al por mayor y al detalle. Ya que las etiquetas privadas son populares con los importadores, las cadenas y las tiendas especializadas, el exportador puede tener la ventaja de suministrar a más de un importador en la misma área.

Los exportadores deben tener en cuenta la potencial competencia de proveedores en los Estados Unidos. Los importadores en el Canadá están concientes de las ventajas al comprar en los Estados Unidos – menor costo de transporte, menor tiempo de entrega y espera y mecanismos de pago relativamente más sencillos. Los exportadores de Estados Unidos están generalmente familiarizados con el mercado canadiense y las normas comerciales. Los exportadores deben considerar estos hechos al fijar los precios y evaluar prácticas comerciales.

Los términos de importación varían de acuerdo al importador en particular. En general, las cotizaciones deben ser efectuadas f.o.b. puerto en el extranjero, incluyendo embalaje, pero se

podría solicitar c.i.f. a un puerto específico. El pago para las importaciones de proveedores tradicionales generalmente es al contado contra documentos de embarque. La mayoría de los importadores canadienses no trabajan con Cartas de Crédito, pero podrían optar por otros formatos de crédito y condiciones de crédito convenientes para ambas partes. Los contratos frecuentemente incluyen una cláusula indicando que los bienes deben ser inspeccionados y aprobados en el país por el comprador o agente antes del embarque. El importador generalmente requiere una garantía incluida en el contrato contra defectos ocultos de calidad. El monto total facturado no se paga hasta haber realizado la inspección de los bienes ya sea en el país de origen o en destino, por parte de los mismos compradores, sus agentes o una autoridad independiente. Cuando ya se ha establecido una buena relación comercial, se puede usar el método de cuenta abierta para que ambas partes ahorren en comisiones bancarias. Los servicios de un agente de exportación podrían ser útiles para resolver dichas complejidades en las primeras operaciones.

El tiempo de entrega, incluyendo entrega en el depósito del importador, lo acuerdan las partes (generalmente 2 a 3 meses) y debe ser respetado. Los compradores generalmente utilizan los muy mejorados procedimientos de transporte internacional y despacho aduanero en el Canadá que facilitan las ‘entregas justo a tiempo’.

Una barrera para incrementar las ventas en el Canadá es la falta de familiaridad que tiene el consumidor con algunas de las Artesanías más exóticas que ofrecen los proveedores por lo tanto los exportadores deben considerar poner a disposición de los consumidores Canadienses la información útil acerca del producto esto puede ser un proceso de desarrollo de mercado bastante caro que solo se garantiza si las ventas son continuas. Una vez que el producto exportado haya establecido una reputación de alta calidad, se debe adoptar un nombre de marca o marca de fábrica. Esta identificación es importante de manera que los consumidores puedan reconocer fácilmente el producto y saber que representa un buen valor.

## **PRECIO**

---

Los precios para las Artesanías dependen de diferentes factores incluyendo la calidad de acabado y tipo de material que se usa. Por ejemplo, un objeto fabricado en vidrio que requiere del mismo tiempo y tiene un costo y calidad similar sin lugar a duda tiene un costo para el consumidor mayor que el mismo objeto fabricado de cerámica.

|   |
|---|
| El costo promedio de un producto importado en el momento de desembarque incluye márgenes que cubren aranceles de importación, impuestos federales/provinciales sobre ventas, corretaje/seguro/flete, publicidad, desarrollo de producto, pruebas, transporte, gastos fijos y otros. |
|---|

Debido a que el mercado Canadiense es relativamente pequeño, los importadores Canadienses tratan de obtener derecho de importación exclusivo para los ítems específicos que ellos aceptan importar. Para los rangos de mayor producción, es común permitir un descuento en el precio (5% al 10%). Se deben respetar los tiempos de entrega. También se puede requerir que el exportador ofrezca reembolsos como resultado de mala calidad del producto, daños antes o durante el embarque o por entregas retrasadas. Un exportador también puede iniciar términos especiales que permiten al exportador transferir los costos de almacenaje o mantenimiento en inventario a los vendedores al detalle. Los pedidos en grandes volúmenes generalmente incluyen estos términos.

## CALIDAD

Canadá es uno de los mercados con mayor desarrollo en el Mundo, lo que resulta en una demanda Gubernamental de Estándares altos los que también esperan los consumidores. Los productos deben ser de alta calidad y durables a fin de llegar al mercado en buenas condiciones. Los exportadores deben prestar atención en particular a los requerimientos de etiquetado y embalaje correcto. Las artesanías para uso a la intemperie deben tener resistencia a temperaturas y humedad extrema mientras que las orientadas para los niños deben cumplir con las normas de seguridad y inflamabilidad.

## EMBALAJE Y TRANSPORTE

Además de ser transportadas por camión, las importaciones ingresan al Canadá principalmente por vía marítima, generalmente en unidades embaladas en contenedores de 20' – 40'. Los embarques principales se los entrega generalmente a empresas encargadas de consolidar carga para despacharla en contenedores (LCL). Los requerimientos para la documentación de aduana (*factura, certificado de origen, registro de fumigación, formulario de declaración de importación, etc.*) los detalla la Agencia Canadiense de Aduanas y Renta (Canada Customs and Revenue Agency). *Debido a que la tasa de aranceles depende del origen del producto, el certificado de origen es crucial tanto para el exportador como para el importador.*

### CONTINUIDAD DE SUMINISTRO

La consistencia en la calidad y entrega del producto de acuerdo a las especificaciones del pedido es crucial para mantener los pedidos canadienses. La continuidad del suministro es un factor clave en el compromiso que tienen los importadores, vendedores al por mayor y al detalle para comercializar productos importados en el Canadá. Embarques esporádicos dañan la reputación del exportador al igual que su oportunidad de lograr el éxito en el Canadá.

**Embalaje Exterior:** Los productos se embalan en contenedores herméticos y no herméticos. El embalaje de polietileno es el que se usa con mayor frecuencia junto con cajas de cartón, cajas de cartón corrugado o bolsas múltiples de papel. Los paquetes de tamaño adecuado para el paletizado son populares ya que reducen el manipuleo y consecuentemente los daños al producto.

Las etiquetas en contenedores de embarques similares a los de uso comercial, industrial, o institucional (es decir, no para la venta al cliente), no es necesario que estén en dos idiomas pero deben incluir una declaración de cantidad neta. Toda otra información obligatoria para el etiquetado de acuerdo con la reglamentación Canadiense debe ser proporcionada.

Se debe tener consistencia en el embalaje y tamaño de los paquetes, al igual que en el cargado ordenado de contenedores, instrucciones de embarque en el paquete maestro y en el número de artículos en los paquetes interiores. Los contenedores de embarque deben llevar un sello o esténcil indicando claramente como mínimo en dos lados todas las marcaciones de código, con tinta indeleble. Ya que los compradores generalmente usan el mismo embalaje para

despachar productos de sus almacenes, los paquetes deben tener suficiente resistencia para el manipuleo múltiple. El embalaje retornable en lugar del desechable es favorable en lo que refiere al medio ambiente. El embalaje apropiado es importante ya que un embalaje que no cumple con las normas puede dañar el producto creando problemas para el importador para el despacho y comercialización de los bienes. El importador posteriormente rechazará nuevos tratos con el proveedor.

**Embalaje para venta al detalle:** Es importante que el embalaje para la venta al detalle sea atractivo, adecuado y llamativo y los proveedores deben consultores deben consultar con el comprador canadiense sobre este tema. Un embalaje creativo puede hacer que el producto sea

más atractivo para regalos. El espacio para el etiquetado de acuerdo a la reglamentación canadiense también debe estar disponible en el paquete y se deben incluir los códigos de identificación del producto en todos los paquetes para venta al detalle. A objeto de lo anterior, los exportadores deben tener en cuenta que gradualmente el Canadá está cambiando del Código Universal de Productos, conocido como el UPC (Universal Product Code) al sistema de codificación de Número Global del Ítem Comercial, conocido como el GTIN (Global Trade Item Number) que eventualmente será usado mundialmente para facilitar el comercio global. Los expertos en el Canadá pueden proporcionar diseños, trabajo artístico, traducciones y enviar la película final para la impresión en su país, lo que a menudo es más económico que imprimir en el Canadá. Su comprador le podrá ayudar con estos detalles.

**Cajas de Madera:** Para evitar la propagación de pestes de insectos exóticos que preocupan al Canadá como la polilla gitana asiática, el escarabajo asiático de cuernos largos y el escarabajo de la corteza del pino picea, toda especie de madera no elaborada que se utiliza como maderos de estibar, paletas, cajas u otro material de embalaje debe ser tratado térmicamente, por fumigación o conservantes químicos. Esta directriz aplica particularmente las importaciones de China y Hong Kong. Este material de embalaje debe estar completamente libre de corteza y plagas visibles. Las maderas elaboradas y las partículas de madera como el aserrín y viruta de madera que se utilizan como embalaje están exentas de esta directriz.

Todos los embarques que contengan cajas de madera sólida deben ir acompañados de un Certificado Fitosanitario o de Tratamiento Oficial emitido por las autoridades fitosanitarias del país exportador; que confirme el tratamiento. Todo envío que contenga material que no cumpla con estos requerimientos puede ser confiscado o se puede rechazar su ingreso al Canadá, donde los costos incurridos serán responsabilidad del importador. Esto desde luego que tendrá un efecto adverso en la relación comercial.

## **ETIQUETADO**

---

*Las etiquetas en las importaciones deben cumplir con las normas canadienses. Los exportadores deben consultar con y hacer que el comprador apruebe todos los borradores antes de la impresión. Si no cumplen con algún requerimiento de la reglamentación de etiquetado en el Canadá, los bienes no pueden ser vendidos. El cambiar o colocar etiquetas adicionales es moroso y costoso. Las importaciones que llevan una descripción en un idioma extranjero deben incluir una etiqueta separada en Inglés y Francés que cumpla con la reglamentación de etiquetado. En este caso el importador es responsable del etiquetado. Las imágenes e ilustraciones en la etiqueta deben corresponder al contenido del paquete.*

La provincia de Québec tiene exigencias adicionales respecto al uso del idioma Francés en todos los productos comercializados en su jurisdicción. Se pueden obtener detalles de las instrucciones de etiquetado por medio de su comprador.

En el Canadá, la cerámica vidriosa y cristalería están regulados bajo la Reglamentación para Cerámica Vidriosa y Cristalería. Los artículos de cocina fabricados con estos materiales no pueden ser vendidos, publicitados o importados si liberan más que la cantidad mínima permitida de plomo y cadmio. Los productos que contienen niveles mayores a los permitidos para plomo y cadmio deben ser identificados con un rótulo que indique la presencia de plomo y/o cadmio, y por una característica de diseño como un orificio o gancho para colgar. Estos no deben ser usados para alimentos.

Se debe incluir información detallada en el embalaje con relación a la naturaleza del producto, contenido, peso, composición, grado (si es aplicable) y productor. El rótulo debe ser llamativo y con impresión diseñada de acuerdo al tamaño mínimo prescrito para letras y números. Lo siguiente debe ser incluido en inglés y en francés:

- nombre y dirección de oficina principal del importador en el Canadá para permitir fácil rastreo en caso de problemas;
- nombre o descripción del contenido;
- hecho en (nombre del país)
- códigos de Barra, UPC, PLU (código de ubicación de precio para ventas al detalle) y otros conforme a lo requerido; y
- cantidad del contenido en peso y medidas canadienses (cantidad neta métrica) de acuerdo a lo aplicable.

# 4 Distribución

## PADRONES DE DISTRIBUCIÓN Y ÁREAS DE MERCADEO

Las principales áreas de mercadeo en el Canadá se encuentran en las ciudades de Toronto, Montreal y Vancouver. La Consolidación e embarques hacia estas tres ciudades principales a lo ancho del país es una característica común de distribución. La distribución de artesanías en el Canadá se basa esencialmente en la entrega directa de los fabricantes al despachante de carga y al importador, que en algunos casos puede ser el que vende al detalle. A pesar de que el flujo principal de artesanías es directo del fabricante a los depósitos o almacenes del vendedor al detalle, distribuidores independientes al por mayor también desempeñan un papel importante al prestar servicios a algunos segmentos de la industria.

La distribución de ventas al detalle se realiza por medio de una variedad de puntos de salida, incluyendo tiendas independientes artesanales, tiendas generales de regalos, tiendas de departamentos, y tiendas de descuentos como Home Sense. Las artesanías más pequeñas,

Se tanto los exportadores como los importadores deben garantizar que cada transacción o contrato especifique cuestiones relacionadas al incumplimiento de la otra parte, al igual que la aceptabilidad o no de los productos que sean entregados, ejemplo, estableciendo las especificaciones del producto y/o las condiciones de pago. Toda posibilidad de desacuerdo debe estar cubierta especificando un tribunal de arbitraje, ejemplo la Cámara Internacional de Comercio y las reglas pertinentes al arbitraje. Ambas partes deben acordar con anticipación estar ligadas mutuamente por el contrato.

producidas en masa son vendidas en tiendas ‘Dólar’, en las que cada artículo se vende por aproximadamente \$ 1. Abalorio interesante, amuletos y otros ítems artesanales son vendidos en tiendas de abalorio como ‘The Sassy Bead Company’. Las artesanías a menudo se usan como accesorios en tiendas especializadas para mejorar las ventas de muebles, artículos para el hogar y de jardinería. Esto ayuda a que el cliente seleccione estilos temas y color.

Muchas galerías de tiendas, y muchas de las tiendas independientes más orientadas a la moda son excelentes puntos de salida para vender ítems de manera exclusiva.

Los vendedores al detalle en el Canadá a menudo buscan ítems de moda especializados como espejos, marcos y objetos de arte hechos a mano. Las boutiques en los hoteles y otros negocios se esfuerzan por atraer una clientela exclusiva a menudo adquiriendo artesanías únicas para resaltar la atmósfera que tratan de lograr. En estas instancias, los arquitectos y diseñadores de interiores en representación de los compradores finales, desempeñan un papel importante en la selección de artesanías.

**Exportadores:** Una organización cooperativa (formada ya sea por productores de artesanías en un solo país o por los países exportadores en una región geográfica) sería un buen vehículo para desarrollar el comercio de exportación al Canadá. Dicha organización permitiría que los productores trabajen juntos para mejorar el manejo y distribución, lograr el acceso al transporte adecuado (con mayores volúmenes), y establecer un nombre de marca o una marca registrada.

Inicialmente, los miembros deberán concentrarse en exportar los ítems con mejores posibilidades en el mercado y/o aquellos en los que tengan una mayor ventaja comparativa. Posteriormente, a medida que la organización obtiene experiencia y que las condiciones del mercado lo garanticen, se puede incrementar el rango de productos. Al coordinar las actividades de esta manera, se puede establecer una posición sólida en el mercado Canadiense. Sin embargo, se debe tomar en cuenta que las cooperativas mal manejadas pueden tener un efecto negativo, particularmente cuando involucran a muchos fabricantes pequeños. Los importadores canadienses, de hecho son susceptibles, de dichas cooperativas ya que muchos de ellos han tenido la experiencia de recibir embarques de calidad no consistente. En tales circunstancias, se suspenderá el negocio.

**Importadores y Agentes:** Una vez que usted haya demostrado a un comprador potencial lo que usted es capaz de producir y este expresa su interés de seguir adelante con la relación, se considera normal y prudente solicitar referencias del comprador o agente. Tome el tiempo para hacer el seguimiento respectivo y evitar potenciales problemas en transacciones futuras con el importador.

Los importadores y agentes tienen un conocimiento amplio de la red comercial y son responsables de la mayor porción de importaciones de países clientes de la OCFC. Los importadores/agentes están generalmente más dispuestos a tomar los riesgos que involucran las transacciones con nuevos proveedores. Sin embargo, es probable que sometán a los proveedores potenciales a un cuidadoso análisis antes de concretar negocios. Ellos esperan obtener referencias y desearán conocer las experiencias de exportación del proveedor, su posición financiera, etc. Los exportadores que no presentan referencias posiblemente no serán bien recibidos. Los importadores/agentes también están más concientes de los problemas potenciales que pueden surgir a tiempo de cumplir con los requerimientos canadienses de calidad, etc., y podrían estar dispuestos a ayudar a los proveedores con pautas de cómo adaptar el producto o entregando etiquetas que permitan la penetración el ingreso al mercado canadiense. En algunos casos podrían otorgar garantías de órdenes de producción para permitir que la fábrica programe mano de obra y materiales.

**Vendedores al Detalle:** Los vendedores al detalle distribuyen por medio de diferentes redes incluyendo cadenas de tiendas, tiendas especializadas y otros distribuidores que prestan servicios a las instituciones y empresas.

# 5 Reglamento de Importación

## ARANCELES ADUANEROS

De acuerdo a la Agencia Canadiense de Aduanas y Renta (Memorando D10-15-13), las artesanías pueden ser importadas al Canadá con arancel cero o tasa reducida para los países con derecho a beneficios de la Tarifa Preferencial General (TPG), estipulando que los productos cumplan con los siguientes criterios:

- Que tengan formas y decoraciones tradicionalmente usadas por los pueblos indígenas, o que representen símbolos nacionales, territoriales o religiosos de la región geográfica donde fueron producidos;
- Que sean únicos para el país – no pueden ser imitaciones de productos artesanales de otro país que no sea el país de origen;
- Que no sean producidos en grandes cantidades con herramientas sofisticadas o moldes; y
- Que tengan una función o uso, pero que sean obtenidos o valorados por sus características artísticas, religiosas o culturales.

Los formularios de declaración para la importación deben ser llenados por el fabricante o despachante para beneficio de los inspectores del Gobierno Canadiense.

Se puede obtener mayor información por medio del comprador.

Las artesanías que no cumplan con estos criterios pueden ser sujetas a tarifas como la GPT. Los productos artesanales no califican para arancel cero o reducido si:

- Son simplemente productos utilitarios sin ninguna característica artística o decorativa en particular;
- Son copias o imitaciones, o tratan de copiar o imitar, productos tradicionales, decorativos, artísticos o indígenas de un país que no sea el país de su producción;
- Sus características esenciales son idénticas (en términos de tamaño, diseño y método de producción) de una pieza a otra y si es evidente que su calidad fue estrictamente controlada; y
- Existe evidencia de que un producto artesanal original fue usado como modelo y reproducido en grandes cantidades parcialmente a mano y parcialmente con herramientas sofisticadas o con moldes.

**Productos Elegibles:** Los productos en la lista CCRA que califican para arancel cero o reducido bajo estas definiciones son:

- Títeres, instrumentos musicales (que no sean guitarras, violas, harpas o copias de instrumentos antiguos), calabazas, quemadores de incienso, retablos, abanicos, mallas,

La Iniciativa 2003 para Acceso al Mercado es una de las varias principales respuestas canadienses a la NEPAD (La Nueva Asociación para el Desarrollo de África) con el propósito de contribuir al crecimiento económico de los países en desarrollo. Esta iniciativa tiene el propósito de ayudar a reducir la pobreza por medio de mayores inversiones y desarrollo económico resultante de la reducción de barreras comerciales. Se espera que un total de 48 países, de los cuales 34 se encuentran en el África, se beneficien del crecimiento económico resultante del mayor acceso al mercado canadiense. Todas las importaciones que se originan en un LDC (país menos desarrollado) recibirá la categorización de cero aranceles, libre de cuotas, excepto por productos lácteos, avícolas y huevos, que se mantienen sujetos a aranceles y cuotas. Ver mayores detalles en los sitios Web de la OCFC ([www.tfoc.ca](http://www.tfoc.ca)) y CCRA ([www.ccr-aadrc.gc.ca/E/pub/cp/rc4322/rc4322-e.html](http://www.ccr-aadrc.gc.ca/E/pub/cp/rc4322/rc4322-e.html)).

artículos barnizados, marcos tallados a mano, figurines de animales tallados a mano, y estatuas y símbolos religiosos, compuestos total o mayormente de madera de valor. Como máximo se puede obtener su forma primaria con herramientas o máquinas que funcionan con energía.

- Ornamentos, espejos y figurines, compuestos total o principalmente por el valor de masa de pan;
- Cachimba, narguiles, candelabros y quemadores de incienso, compuestos total o mayormente del valor de arcilla;
- Figurines, abanicos, sombreros, instrumentos musicales, juguetes, sitkas, tarjetas postales y cuadros de pared, compuestos total o principalmente por el peso de fibra vegetal o materiales vegetales que no sean de lino, algodón u hollejo de maíz;
- Figurines, máscaras, canastillos y recortes artísticos, compuestos total o parcialmente por el valor del papel o cartón piedra;
- Títeres, fuelles, atizadores, cajas para botellas, botellas de vino y agua y jarras, compuestos total o principalmente del valor del cuero o de cuero que no ha sido terminado después del curtido por otro medio que no sea artesanal.
- Figurines, joyería de encargo, cuentas, cinturones, agarra pelos, decoración de pared y mesa, botones, bases para lámparas, y llaveros, compuestos total o principalmente por el valor del nácar, cuerno, concha, incluyendo caparazón de tortuga, o coral;
- Cachimbas, narguiles, instrumentos musicales, campanas, gongos, quemadores de incienso, máscaras, azuelas, azadones, placas para chapas, manillas y cerraduras de puertas, bisagras o principalmente del valor de metales base. Como máximo se puede obtener su forma primaria con herramientas o máquinas que funcionan con energía;
- Brazaletes, narguiles y cachimbas, compuestos total o principalmente del valor del vidrio;
- Telas decoradas con bordado de hilo, artículos para colgar en la pared, trenzados a mano semi-terminados en telares de cinto posterior, apliqués de contra tejido manual, decoración para la pared y tapiz hindú compuesto total o principalmente por el peso de la lana o algodón;
- y
- Linternas compuestas total o principalmente por el valor de la piedra.

Productos como pañueletas únicas pintadas a mano y manteles bordados a mano también pueden calificar bajo estas definiciones. Se debe producir un certificado en formato específico firmado por una personal autorizada en el país de origen. Se puede obtener más información del sitio Web de CCRA, el cual está indicado en el anexo.

# 6 Consejos para los Exportadores

El mercado canadiense es extremadamente competitivo. Los exportadores deben tomar en cuenta que si no prestan un servicio excelente a los compradores el resultado será que el comprador cambie rápidamente de proveedor. Algunos de los factores más importantes para establecer una reputación de confiabilidad son:

- Responder el mismo día a toda comunicación recibida, preferiblemente por e-mail. Use el e-mail como herramienta principal para distribuir su material de mercadeo. Este medio inmediatamente muestra al comprador potencial, quien recibe varias de estas ofertas cada semana, de lo que usted es capaz. Además, siempre mantenga la máquina de Fax conectada. Ya que Canadá tiene diferentes husos horarios, Vancouver está 3 horas atrasada con relación a Toronto, la comunicación con un comprador podría realizarse en horarios inusuales. Los compradores que no pueden comunicarse fácilmente con un exportador cambian rápidamente a otros proveedores. Si no tiene disponibilidad inmediata de la información, envíe una nota provisional. Indique una fecha razonable para cuando la información puede estar lista y cumpla con esa fecha.
- El comprador toma en cuenta su muestra y cómo maneja el requerimiento de proporcionar la misma como prueba concreta de su capacidad y un ejemplo de cómo usted manejaría una potencial relación comercial. Asegúrese de entregar la muestra muy de acuerdo con el cronograma solicitado y de que la misma tenga una calidad y valor impactante. Esto asegurará al comprador que usted es una fuente de suministro viable. Efectúe el seguimiento de los pedidos, que deben igualar la calidad de esta muestra.
- Sin sorpresas. Los canadienses esperan entrega de producto que compran. Las demoras inevitables deben ser inmediatamente reportadas y justificadas ante el comprador; solicite que el comprador acepte la demora.
- Proporcione información precisa y realice el seguimiento de las principales llamadas de venta en persona y tan pronto como sea posible.
- Incluya un certificado de calidad y fotografías de las instalaciones de producción si así corresponde junto con la carta de presentación enviada al importador. Podría ser necesario que este certificado esté en conformidad con los requerimientos de seguridad en el Canadá y que sea emitido por las autoridades correspondientes en su país.
- Familiarícese con el mercado canadiense y con su importador. Lea las publicaciones comerciales y visite las ferias de exposición y tiendas minoristas en el Canadá para obtener un conocimiento del mercado.

- Establezca contactos con compañías comerciales o agentes de importación ya que podrían ser el canal más promisorio para obtener nuevos clientes. Contrate a un agente/importador para que lo represente en el Canadá.
- Si a usted le piden derechos exclusivos a su producto, usted debe incluir una cláusula en el contrato para un nivel mínimo de compras anuales. Sea flexible y solicite retroalimentación de su comprador en lo que refiere al producto y la relación comercial. Todo acuerdo oral deberá ser ratificado por escrito.
- Use el idioma inglés o francés para Québec en toda correspondencia dando información sobre el rango de productos, capacidad y lista de precios, cotizando los precios en Dólares Canadienses o Americanos.

## Anexo

### Fuentes de Información

**OFICINA DE FACILITACIÓN DEL COMERCIO DE CANADÁ  
(TRADE FACILITATION OFFICE CANADA)**

56 Sparks Street, Suite 300  
Ottawa, Ontario, Canada K1P 5A9  
Tel.: (613) 233-3925  
En Canadá: 1-800-267-9674  
Fax: (613) 233-7860  
E-mail: tfoc@tfoc.ca  
Internet: www.tfoc.ca

**AGENCIA DE SERVICIOS DE FRONTERA  
DEL CANADÁ  
CANADA BORDER SERVICES AGENCY (CBSA)**

Internet: www.cbsa-asfc.gc.ca

**ASOCIACIÓN CANADIENSE DE ARTESANÍAS Y  
ACTIVIDADES SECUNDARIAS**

24-1410 40th Ave., NE,  
Calgary, Alberta, Canada T2E 6L1  
Tel.: (403) 291-0559  
Sin cargo: 1-888-991-0559  
Fax: (403) 291-0675  
E-mail: ccha@cadvision.com  
Internet: www.cdnrcraft.org

**COMERCIO CANADIENSE INTERNACIONAL  
(INTERNATIONAL TRADE CANADA)**

Servicios de Información (SXCI)  
125 Sussex Drive  
Ottawa, Ontario K1A 0G2  
Tel.: 1-800-267-8376  
Fax: (613) 996-9709  
Internet: www.itcan-cican.gc.ca

**CONCEJO CANADIENSE DE ARTESANÍAS  
(CANADIAN CRAFTS COUNCIL)**

345 Lakeshore Rd. W  
Oakville, Ontario, Canada L6K 1G3  
Tel.: (905)845-5357  
Fax: (905)845-8210  
E-mail: kingfish@spectranet.ca

**iecanada (ASOCIACIÓN CANADIENSE DE IMPORTADORES Y  
EXPORTADORES)**

438 University Avenue, Suite 1618  
Toronto, Ontario, Canada M5G 2KB  
Tel.: (416) 595-5333  
Fax: (416) 595-8226  
Internet: www.iecanada.com

**INDUSTRIA CANADA**

Oficina de Comunicaciones y Mercadeo  
Second Floor, West Tower  
235 Queen Street, Ottawa, Ontario K1A 0H5  
Internet: www.strategis.ic.gc.ca

### Ferias de Exposición

Se puede obtener una lista actualizada de Ferias de Exposición Canadienses Internacionales que son de interés para los compradores y proveedores canadienses por medio de La Oficina de facilitación del comercio de Canadá. Estas incluyen:

**CONFERENCIA Y EXPOSICIÓN CREATIVA  
(CREATIVE CONFERENCE AND TRADE SHOW)**

Stampede Park, Top Floor, Big 4 Bidg., Exhibition Hall  
1410 Olympic Way SE  
Calgary, Alberta, Canada T2P 2k8  
Internet: www.cdnrcraft.org/pages/tradeshows/  
calgary2004/calgary2004/exhibitorsinto.htm

**SALONS DES MÉTIERS D'ART DU QUÉBEC**

Place Bonaventure, Montreal, Québec, Canadá  
Internet: www.métiers-d-art.qc.ca/salonscma

**FERIA DE EXPOSICIÓN DE PRODUCTOS ÚNICOS  
(ONE OF A KIND TRADE SHOW)**

Centro Nacional de Comercio  
Lugar de Exhibición  
Toronto, Ontario, Canadá  
Internet: www.oneofakindsshow.com

**SALON PLEIN ART**

Parc de la Francophonie  
Québec, Québec Canadá  
Internet: www.métiers-d-art.qc.ca/salonscma

# Perfil de la Empresa

Escribir a máquina o con letra de imprenta

---

**1** Nombre de la Empresa: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_  
Contacto: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_  
Posición /Cargo: \_\_\_\_\_ E-mail: \_\_\_\_\_  
Dirección Postal: \_\_\_\_\_ Año de Fundación: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ Año Inicio de Exportaciones: \_\_\_\_\_

---

**2** Establecido Como:  Fabricante/Productor  Casa Comercial/Corredor/Agente  
 Otro: \_\_\_\_\_

---

**3** Número de Empleados: \_\_\_\_\_ Total Ventas Anuales (internas y exportaciones): \_\_\_\_\_

---

**4** Exportó anteriormente al Canadá?  No  Si En caso de responder si, indique contactos anteriores:

| Nombres | Direcciones | Valor del Embarque | Año   |
|---------|-------------|--------------------|-------|
| _____   | _____       | _____              | _____ |
| _____   | _____       | _____              | _____ |
| _____   | _____       | _____              | _____ |
| _____   | _____       | _____              | _____ |

Tiene un agente/representante en el Canadá?

No  Si En caso de responder sí, especifique:

Nombre: \_\_\_\_\_ Dirección: \_\_\_\_\_

Producto(s): \_\_\_\_\_ Área de Responsabilidad: \_\_\_\_\_

---

**5** Ha exportado su empresa anteriormente a otro lugar?

Si En caso de responder sí, proporcione detalles

No En caso de responder no, proporcione detalles de experiencia en exportaciones de sus gerentes

| Producto | Año   | País de Destino | Valor |
|----------|-------|-----------------|-------|
| _____    | _____ | _____           | _____ |
| _____    | _____ | _____           | _____ |
| _____    | _____ | _____           | _____ |

---

# Perfil del Producto

---

**1 Principales Productos Exportables** *(La descripción deberá ser precisa y específica, por ejemplo: "Camisas de vestir de hombre de algodón", no solo "Ropa de Hombre")*  
**Sistema Armonizado (Harmonized System, H.S.) Número**

Producto 1: \_\_\_\_\_

Producto 2: \_\_\_\_\_

Producto 3: \_\_\_\_\_

Producto 4: \_\_\_\_\_

Producto 5: \_\_\_\_\_

**Incluya para cada producto:****a) Lista de precios** (F.O.B. o C.I.F. en Puerto Norte Americano en Dólares Canadienses)**b) Catálogo y folleto de la empresa y fotografías del producto**

Las muestras, en lo que sea apropiado, solo se aceptan si son enviadas por correo a la OCFC por medio de su Embajada o Alta Comisión en el Canadá.

---

**2 Capacidad de exportación para los ítems arriba detallados:**

| ESPECIFICACIONES  | Capacidad Annual de Producción | Capacidad Annual de Exportación |
|-------------------|--------------------------------|---------------------------------|
| Producto 1: _____ | _____                          | _____                           |
| Producto 2: _____ | _____                          | _____                           |
| Producto 3: _____ | _____                          | _____                           |
| Producto 4: _____ | _____                          | _____                           |
| Producto 5: _____ | _____                          | _____                           |

---

**3 Si los bienes están sujetos a una cuota de importación en el Canadá, tiene usted acceso a los permisos necesarios?**

 **Si**  **No**

Fecha actual: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

