

Acesso Canadá:

Um Guia sobre Exportação para o Canadá

Índice

Sumário Executivo.....	3
Bem-vindo ao Canadá	5
Por que exportar para o Canadá?.....	7
Economia Canadense.....	9
Consumidores Canadenses	13
População	13
Faixa etária	14
Receitas e Gastos	18
Mercado de Diferentes Culturas Étnicas	20
Tendências de Consumo	25
Impacto da COVID-19 nas tendências de consumo	28
Mercado de Importação Canadense	29
Tamanho do Mercado	29
Importações por Região e País	30
Importações por Setor	32
Mercados Regionais	34
Ontário	35
Quebec.....	36
Colúmbia Britânica	37
Alberta.....	38
Las Pradarias	39
Costa Canadense do Atlântico.....	39
Os Territórios	40
Responsabilidade Social Empresarial (RSE ou CSR na sigla em inglês)	41
Implementando Programas de Responsabilidade Social Empresarial (RSE)	41
Sistemas de Gestão Ambiental (SGA).....	41
Certificações	42
Rota para o Mercado.....	44
Canais de Distribuição	44

Como encontrar compradores	50
Feiras de Negócios no Canadá	52
Outros modos de entrada no mercado	53
Estratégia de Entrada no Mercado	56
Preços	56
Qualidade e Padrões	58
Publicidade e Marketing	59
Expectativas do Comprador	60
Conseguir um Contrato de Fornecimento.....	62
Lidando com Risco e Falta de Pagamento.....	63
Requisitos de Importação	65
Inspeção Nas Fronteiras	65
Leis e Regulamentos.....	66
Propriedade Intelectual	69
Embalagem	70
Rótulos.....	71
Sistema de Comércio Canadense.....	73
Acordos Comerciais.....	73
Classificação de Produtos.....	74
Tarifas e Impostos	75
Documentação de Importação.....	77
Lista de Controle de Importação.....	79
Transbordo	80
Transporte e Logística.....	81
Rotas de Transporte.....	81
Intermediários de Transporte	84
Seus próximos passos	86
Crie uma Estratégia de Entrada no Mercado.....	86
Como a TFO Canada Pode Ajudar.....	87
Apêndice.....	88
Anexo 1: Fontes de Informação	88
Anexo 2: Associações Empresariais	89
Anexo 3: Publicações	90

O Sumário Executivo

Com uma população de 37,6 milhões de habitantes, o Canadá é o décimo maior mercado de importação do mundo. O Canadá depende do comércio exterior, o que se reflete em muitos acordos comerciais bilaterais e multilaterais que o país negociou e continua a negociar com outros ao redor do mundo. Os principais mercados consumidores estão em três províncias: Ontário (Toronto), Quebec (Montreal) e Colúmbia Britânica (Vancouver). A maioria dos importadores está nas áreas de Toronto e Montreal. A liberação alfandegária de mais de 85% de todas as importações ocorre nas províncias de Ontário e Quebec, e, em seguida, os produtos importados são distribuídos por todo o Canadá.

As importações vinham aumentando continuamente antes de a pandemia da COVID-19 atingir o país, como na maioria dos outros países do mundo. Antes da pandemia, o PIB do Canadá crescia a uma taxa média de aproximadamente 2%, e outros indicadores econômicos sugeriam que havia estabilidade econômica. Ainda não está claro que impacto a pandemia terá, no curto e no médio prazo, sobre as importações e as condições econômicas gerais do país.

Os Estados Unidos continuam sendo o maior parceiro comercial do Canadá e foram responsáveis por mais da metade de todas as importações do Canadá em 2019. A China e diversos outros países asiáticos estão entre os principais exportadores para o Canadá. O México é o maior exportador para o Canadá na América Latina (o que se deve, em grande parte, ao Acordo CUSMA, entre o Canadá, os EUA e o México).

Existem três setores-chave no mercado importador canadense de interesse para os exportadores de países em desenvolvimento: alimentos; têxteis e vestuário; e decoração para casa. As importações de produtos agroalimentares totalizaram \$11,2 bilhões em 2019, as importações de têxteis e roupas atingiram \$14 bilhões em 2019, as importações de produtos de decoração para o lar atingiram \$3 bilhões em 2019, sendo os EUA e a UE importantes fornecedores.

O Canadá tem sua própria Estrutura de Tarifas Aduaneiras, baseada no Sistema Harmonizado de Descrição e Codificação de Mercadorias, geralmente denominado “Sistema Harmonizado” ou simplesmente “SH” (ou HS em inglês: Harmonized System). A Agência Canadense de Serviços de Fronteiras (CBSA, na sigla em inglês) é a agência governamental canadense responsável pelos serviços alfandegários e pelo cumprimento da legislação de fronteiras do Canadá. A CBSA também fornece a lista de países com os tratamentos tarifários aplicáveis.

As certificações canadenses e internacionais são uma questão importante para as PMEs que considerem o Canadá como um mercado de destino para suas exportações. Além de cumprir as leis e regulamentações canadenses, os exportadores talvez devam, também, obter certificações adicionais de terceiros, como o GAP Global, o Rainforest Alliance e as certificações ISO, visto que alguns importadores podem exigir essas certificações.

Algumas opções estão disponíveis para exportadores que desejam vender para o Canadá. As PMEs exportadoras devem decidir se exportam diretamente para um importador-distribuidor ou varejista no Canadá; ou se exportam indiretamente por meio de intermediários em seu país ou no Canadá, como distribuidores, agentes e despachantes ou empresas de importação/exportação. Existem diversas

maneiras de identificar compradores no Canadá. Tradicionalmente, as feiras são uma ótima opção para encontrar compradores, mas, com a pandemia, o futuro desse tipo de atividade permanece incerto. Revistas e diretórios comerciais também são uma boa ferramenta para identificar os compradores. Os exportadores podem usar diversas ferramentas (como o banco de dados de importadores canadenses) para identificar compradores. Eles também podem entrar em contato com sua embaixada (ou alto comissariado) e consulado no Canadá para obter ajuda.

Em resumo, o primeiro passo que os exportadores devem dar quando planejarem vender para o Canadá é desenvolver estratégia de entrada no mercado com os seguintes componentes: analisar a demanda do mercado pelos seus produtos; compreender o ambiente regulatório no Canadá; e identificar potenciais compradores. Para estar pronto a exportar para o Canadá, é importante que os exportadores façam seu dever de casa de forma cuidadosa e completa.

Esta publicação foi produzida pelo TFO Canada com financiamento do Governo do Canadá, fornecido através da Global Affairs Canada. O TFO Canada não assume qualquer responsabilidade pelas informações contidas no presente documento, as quais são baseadas nas melhores informações disponíveis no momento em que este documento foi elaborado. Aconselhamos que o leitor verifique junto ao [TFO Canada](#) se não existem atualizações das informações aqui contidas.

A presente publicação está sendo distribuída sob a condição de não ser (por meio de comércio ou por qualquer meio) emprestada, vendida, alugada ou de outra forma distribuída de qualquer forma que seja diferente daquela para qual foi publicada, incluindo este aviso. Esta publicação deve ser disponibilizada apenas para ajudar empresas, organizações de apoio ao comércio e agências governamentais que têm sua sede e operações estabelecidas em países aprovados para receberem assistência internacional por parte do governo canadense para fins de desenvolvimento. Sob nenhuma hipótese a presente publicação poderá ser vendida ou distribuída por qualquer custo, seja esse custo direto ou implícito, nem poderá ser publicada em um site de acesso público ou equivalente sem o consentimento da TFO Canada.

Salvo especificação em contrário, todos os valores monetários aqui mencionados estão em dólares canadenses.

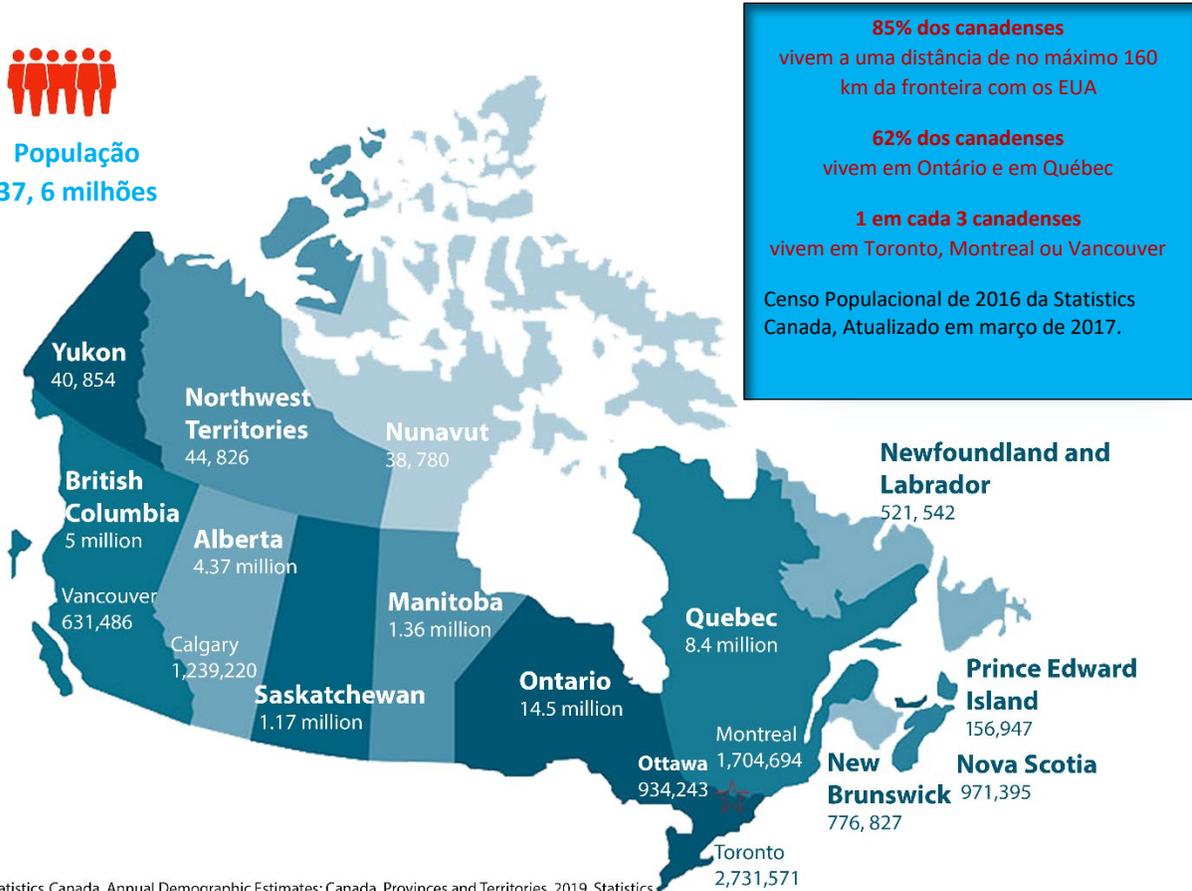
© TFO (Trade Facilitation Office) Canada, 2020

Versão traduzida ao português produzida com o apoio do Ministério das Relações Exteriores do Brasil por meio do [Consulado-Geral do Brasil em Montreal](#).

1 Bem-vindo ao Canadá



População
37,6 milhões



85% dos canadenses vivem a uma distância de no máximo 160 km da fronteira com os EUA

62% dos canadenses vivem em Ontário e em Québec

1 em cada 3 canadenses vivem em Toronto, Montreal ou Vancouver

Censo Populacional de 2016 da Statistics Canada, Atualizado em março de 2017.

Statistics Canada. Annual Demographic Estimates: Canada, Provinces and Territories, 2019. Statistics Canada Population Census 2011. Updated March 2017

ECONOMIA

Valor em bilhões de dólares canadenses

PIB \$ 1.969

Exportações \$ 592

Importações \$ 641

Inflação: 1,85% (2019)

Força de trabalho: 20,3 milhões

Moeda: Dólar canadense (CAD\$)

* Dados referentes ao ano de 2019

POLÍTICA

Tipo de governo:

Democracia parlamentar e Monarquia constitucional federal

Níveis de Governo:

Federal

Provincial/Territorial

Municipal

Empresas

Horário de trabalho: 9 às 17

(segunda a sexta)

Horário de funcionamento de lojas do varejo

- Abertas até as 21h00 (dias da semana)

- Abertas até 17h00 (finais de semana)

Sociedade

37,6 milhões

Crescimento de 1,4% (em 2019, o maior crescimento desde o início dos anos 90)

O Canadá admitiu 313.580

imigrantes em 2018/2019

Inglês e Francês
Os Dois Idiomas Oficiais

Cristãos – 66%
Muçulmanos – 3%
Sem religião – 24%
Outras religiões – 6,8%

Feriados públicos

Ano Novo – 1º de janeiro

Dia da Família – 3ª segunda-feira em fevereiro

Sexta-feira Santa – sexta-feira antes do domingo de páscoa

Victoria Day – a segunda-feira antes do dia 25 de maio

Fête Nationale St. Jean Baptiste Day (Festa Nacional) – Dia de São João Batista) 24 de junho – Québec

Dia do Canadá / Memorial Day (Dia do Memorial) – 1º de julho

Dia Cívico – a primeira segunda-feira de agosto

Dia do Trabalho – a primeira segunda-feira de setembro

Dia de Ação de Graças – a segunda segunda-feira de outubro

Dia da Lembrança – 11 de novembro

Natal – 25 de dezembro

Fontes: [Statistics Canada \("Estatísticas do Canadá"\) - Análise: População Total](#)

Para obter mais informações sobre o PIB, consulte os capítulos 3, 4 e 5 deste relatório.

2 Por que exportar para o Canadá?

1) Um Mercado Orientado à Importação

O Canadá depende muito das importações para impulsionar o crescimento econômico e atender à demanda dos consumidores. As importações canadenses chegaram ao seu nível mais alto nos últimos cinco anos, atingindo a marca de \$ 601 bilhões em 2019, tornando o Canadá o 10º maior mercado importador do mundo. Embora o tamanho do mercado canadense corresponda a aproximadamente 10% do mercado dos EUA, o Canadá importa quase o dobro de seus vizinhos do Sul em uma base per capita. O crescimento das importações canadenses tem sido forte e estável, com média de 2% ao ano nos últimos cinco anos (2014–2019). Apesar de ter havido um aumento constante no volume e valor das importações, registrou-se redução significativa na atividade de importação desde a pandemia da COVID-19. As importações do Canadá entre janeiro a junho de 2020 diminuíram 16,7% em relação ao mesmo período de 2019. É difícil prever quando essa situação se reverterá e as importações voltarão a crescer.

Consulte a seção sobre o mercado de importação canadense (p. 28)

2) Os Diversos Gostos do Consumidor

A maior parte do crescimento populacional do Canadá é resultado da imigração. Na verdade, um em cada cinco canadenses nasceu fora do país, o que faz com que o Canadá tenha a maior proporção de cidadãos nascidos no exterior entre as nações do G7. Os 7,5 milhões de imigrantes que consideram o Canadá seu lar vêm de mais de 200 países. À medida que essas comunidades crescem, também aumenta sua demanda por produtos típicos de seu país de origem. O multiculturalismo do Canadá também influencia os gostos de todos os consumidores de forma geral. Muitos produtos que antes eram vendidos apenas para um grupo de uma etnia específica são agora disponibilizados para todo o mercado. Isso oferece aos importadores de novos produtos um potencial de vendas substancialmente maior no Canadá do que em muitos outros mercados.

Consulte a seção sobre consumidores canadenses (p. 12)

3) Acesso Preferencial ao Mercado

O governo canadense está empenhado em diversificar as oportunidades comerciais e assinou acordos comerciais com muitos países emergentes e em desenvolvimento. O Canadá tem acordos comerciais com mais de 40 países que, juntos, respondem por metade da economia global. Foram concluídos acordos com alguns países individualmente, bem como com grupos de países. Nos últimos oito anos, o Canadá assinou acordos comerciais bilaterais com Colômbia, Jordânia, Panamá, Honduras e Coreia do Sul, e agora está negociando outros nove acordos. O país também renegociou seu maior acordo com os Estados Unidos e o México (o CUSMA). O Canadá oferece, ainda, isenção de impostos e cotas de importação para os países menos desenvolvidos (LDCT), além de tarifas mais baixas do que o normal para mais de 100 outros países em desenvolvimento, dando-lhes uma vantagem competitiva. Esta iniciativa de acesso privilegiado ao mercado foi prorrogada até 2024.

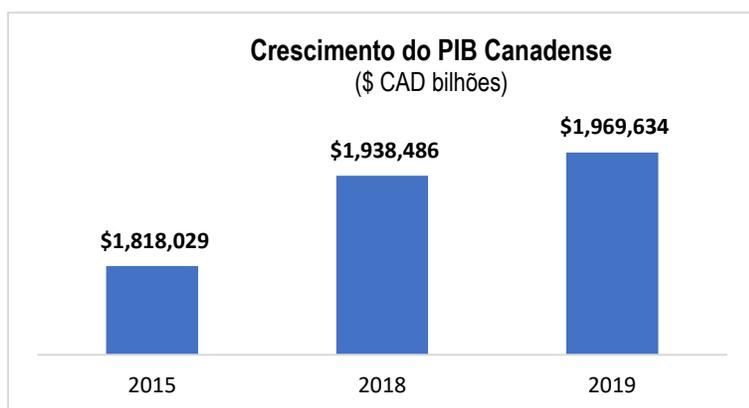
Consulte a seção sobre o sistema de comércio canadense (p. 69)

4) Poder de Compra do Consumidor

A economia do Canadá cresceu 1,6% em 2019, e as taxas de inflação permaneceram abaixo de 3% nas últimas duas décadas. Embora houvesse sinais de que o Canadá estava entrando em recessão antes da COVID-19, a economia está, na melhor das hipóteses, passando por dificuldades, assim como diversas outras economias, ou talvez todas as economias, ao redor do mundo. Embora seja muito cedo para analisar o impacto total da pandemia, há fortes sinais de que virão tempos difíceis pela frente. Embora o Canadá tenha um número menor de compradores de produtos de luxo do que os Estados Unidos, a taxa de crescimento do número de pessoas de alta renda (superior a \$ 150.000,00 por ano) tem ultrapassado a dos EUA.

Consulte a seção sobre consumidores canadenses (p. 12)

3 Economia Canadense



Produto Interno Bruto

Nos últimos cinco anos, o produto interno bruto (PIB) do Canadá cresceu a uma taxa média de 2% ao ano, atingindo \$ 1,9 trilhão em 2019.

Fonte: Statistics Canada. [Tabela 36-10-0402-02 Produto interno bruto \(PIB\) a preços básicos, por indústria, províncias e territórios, taxas de crescimento \(x 1.000.000\)](#)

PIB canadense por Província		
Valor em milhões de \$CAD		
PIB real - valores em dólar de 2012		
Província	PIB (2019)	% crescimento
Canadá	1,969,634.40	100
Ontário	744,439.60	38
Quebec	377,043.20	19
Colúmbia Britânica	253.048,70	13
Alberta	334.172,20	17
Manitoba	63.487,40	3
Saskatchewan	81,540.70	4
Nova Scotia	37.441,00	2
New Brunswick	30.745,40	1
Newfoundland and Labrador	31.588,0	1.5
Prince Edward Island	6.052,00	0.3
Northwest Territories	4.301,50	0.2
Yukon	2.618,30	0.1
Nunavut	3.156,40	0.1

As províncias de Ontário e Quebec abrigam a maioria das empresas e instituições financeiras do Canadá e continuam a liderar as províncias em relação ao valor do PIB. Em 2018, a queda dos preços globais do petróleo afetou o crescimento econômico da província de Alberta, desacelerando consideravelmente sua economia, a qual é baseada no petróleo e amplamente dependente de recursos naturais.

Fonte: Statistics Canada. [Tabela 36-10-0402-02 Produto interno bruto \(PIB\) a preços básicos, por indústria, províncias e territórios, taxas de crescimento \(x 1.000.000\)](#)

Panorama Econômico

Com o COVID-19, tanto as exportações quanto as importações continuam fracas. Projetava-se que o PIB cresceria 1,6% em 2020¹. Em setembro de 2019, antes da pandemia, o preço da gasolina caiu 10%, e essa queda foi parcialmente atribuída à baixa demanda global por petróleo².



Fonte: Statistics Canada. Tabela [18-10-0004-03](#) 2014-2019

Inflação

O Índice de Preços ao Consumidor (CPI, na sigla em inglês) do Canadá mede a inflação com base nas mudanças de preços de uma gama de serviços e bens de consumo. Em dezembro de 2019, o CPI subiu 2,2%. Excluindo a gasolina, o CPI subiu 2,0%.³

Em 2019, o preço dos alimentos subiu 3%, sendo que esta variação foi impulsionada pelos preços mais baixos da alface. Os preços da alface caíram 5% em relação a dezembro de 2018, após um surto de E. coli⁴. Acredita-se que a pandemia da COVID-19 afetará negativamente o Índice de Preços ao Consumidor do Canadá.

Por exemplo, os alimentos estão ficando mais caros nas prateleiras do varejo. Produtos como a carne bovina chegaram a subir 20% desde janeiro de 2020. Segundo os donos de supermercados, os preços dos alimentos poderão subir até 4%⁵.

A [Calculadora de Inflação](#) do Banco do Canadá poderá ser usada para comparar os preços de mercadorias no Canadá ano a ano.

Todos os itens	2.2
Alimentos	3.0
Habitação	2.8
Operações domésticas e mobiliário	-0.4
Vestuário e Calçado	2.9
Transporte	3.7
Saúde e Cuidados Pessoais	1.9
Recreação, educação e leitura	0.3
Bebidas alcoólicas e produtos do tabaco	0.4
Agregados especiais	
Todos os artigos, excluindo os gêneros alimentícios	2.1
Todos os itens, excluindo energia	1.8
Energia	5.5

Fonte: Statistics Canada. Tabela [18-10-0004-13](#)

¹ OECD. [Visão Rápida da Economia do Canadá](#). Novembro de 2019

² Statistics Canada. [Índice De Preços do Consumidor](#). Setembro de 2019

³ Statistics Canada, [Índice de Preços ao Consumidor](#). Dezembro de 2019

⁴ *ibid.*

⁵ Revista Canadian Grocer. [Por que os supermercados canadenses nunca mais serão os mesmos](#). 18 de agosto de 2020.

Investimentos em Bens de Capital (Capex)

Durante o período de 2014 a 2019, as despesas de capital (Capex) no Canadá cresceram de forma constante. Em 2019, o total de investimentos em bens de capital (ou despesas de capital) atingiu \$ 252 bilhões.

Investimentos Canadenses em Bens de Capital (Capex), por Setor em \$CAD (milhões)						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Total para o Canadá	272.109	251.338	229.952	239.906	245.937	252.060
Agricultura, silvicultura, pesca e caça	6,561	6,620	6,341	7,733	7,996	7,974
Mineração, Indústrias extrativas e extração de petróleo e de gás	90,427	63,811	48,202	50,566	47,617	48,234
Empresas de Água, Luz, Etc.	31,177	31,524	30,823	31,525	27,772	28,926
Construção	6,365	6,084	5,890	6,245	5,743	5,860
Fabricação	17,937	18,694	16,491	15,367	18,252	19,145
Comércio atacadista	4,016	3,713	3,470	3,601	3,855	3,876
Comércio varejista	6,557	6,158	6,445	6,608	6,376	5,927
Transportes e armazenamento	26,486	29,501	27,775	28,954	31,600	35,578
Indústrias da informação e cultura	9,848	11,182	11,488	12,497	13,479	13,865
Finanças e seguros	3,502	4,657	3,601	3,618	3,574	3,918
Imóveis e aluguel e leasing	10,744	10,200	12,745	13,388	14,045	14,491
Serviços profissionais, científicos e técnicos	2,760	2,795	2,810	2,448	2,545	2,434
Gestão de empresas	324	245	419	549	555	737
Serviços administrativos e de apoio, remediação e gestão de resíduos	2,422	1,911	1,546	1,682	1,612	1,525
Serviços educativos	7,895	8,736	9,519	10,583	12,030	10,276
Saúde e assistência social	8,650	9,202	8,364	8,115	8,236	9,088
Artes, entretenimento e recreação	1,974	2,217	2,586	2,611	3,037	3,215
Serviços de hospedagem e alimentação	4,272	4,527	4,052	3,611	3,576	3,439
Outros serviços (exceto administração pública)	1,328	1,327	1,238	1,074	1,333	1,125
Administração pública	28,863	28,234	26,147	29,134	32,705	32,418

Fonte: [Statistics Canada, Tabela 34-10-0035-01](#), 2014–2019

Vendas no Varejo

Em 2019, os varejistas no Canadá venderam mais de \$ 615 bilhões em bens e serviços. No período de 2014 a 2019, as vendas no varejo foram lideradas por veículos motorizados, que alcançaram \$ 165 bilhões em 2019, seguidas pelas vendas de alimentos e bebidas (\$ 128 bilhões). Os produtos são vendidos por meio de lojas de varejo específicas do setor (como joalherias ou lojas de móveis domésticos) ou por lojas de departamento com amplo estoque rotativo de produtos.

Vendas no Varejo por Tipo de Loja em \$CAD (milhões)						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Total do Comércio Varejista	509,347	522,605	549,711	588,828	605,934	615,620
Concessionárias de veículos e lojas de autopeças	122,726	132,464	146,023	160,073	161,287	165,483
Concessionárias de automóveis	106,971	116,141	128,406	140,475	140,626	144,455
Concessionárias de automóveis novos	100,028	107,924	118,679	129,816	129,079	132,096
Concessionárias de automóveis usados	6,943	8,217	9,727	10,659	11,547	12,359
Concessionárias de outros veículos motorizados	7,802	8,365	9,369	10,132	10,513	10,612
Peças para automóveis, Acessórios e lojas de pneus	7,952	7,958	8,248	9,467	10,149	10,416
Lojas de móveis e artigos de decoração	16,105	17,080	17,769	18,458	18,599	19,094
Lojas de móveis	10,035	10,497	10,923	11,463	11,558	12,011
Lojas de móveis domésticos	6,070	6,583	6,846	6,995	7,041	7,081
Lojas de eletrônicos e eletrodomésticos	13,812	13,570	13,855	15,624	15,627	14,050
Revendedores de material de construção e equipamentos e suprimentos para jardim	28,231	30,275	32,451	36,550	37,516	38,420
Lojas de alimentos e bebidas	111,709	115,043	117,901	121,914	125,557	128,358
Mercados (lojas de produtos alimentícios)	85,182	87,201	88,939	91,720	94,030	96,002
Supermercados e outras lojas de produtos alimentícios (exceto de conveniência)	78,234	79,860	81,441	83,837	85,817	88,074
Lojas de conveniência	6,948	7,341	7,498	7,882	8,213	7,928
Lojas de alimentos especializados	6,196	6,472	6,627	7,357	7,849	8,083
Lojas de cerveja, vinho e licores	20,331	21,370	22,335	22,837	23,678	24,273
Lojas de produtos de saúde e cuidados pessoais	36,968	38,996	44,554	46,472	47,422	48,082
Postos de gasolina	64,636	56,003	54,935	62,001	67,792	65,285
Lojas de vestuário e acessórios de roupas	28,237	30,478	31,787	33,069	34,670	35,265
Lojas de roupas	22,092	23,757	24,589	25,385	26,902	27,455
Lojas de sapatos	3,186	3,512	3,971	4,152	4,177	4,103
Lojas de joias, malas e artigos de couro	2,959	3,209	3,227	3,532	3,591	3,707
Lojas de artigos esportivos, passatempos, livros e música	11,403	11,800	12,057	12,745	12,596	12,356
Lojas de mercadorias em geral	63,247	64,058	64,231	67,602	69,564	72,258
Lojas de departamento	27,320	6,849	-	-	-	-
Outras lojas de mercadorias em geral	35,927	9,101	-	-	-	-
Varejistas de lojas diversas	12,273	12,839	14,148	14,318	15,304	16,970
Lojas de Cannabis	-	-	-	-	153	1,188

Fonte: Statistics Canada, Tabela [20-10-0008-010](#), 2014–2019

4 Consumidores Canadenses

População

A população do Canadá é de aproximadamente 37,6 milhões de pessoas. Prevê-se que haverá um crescimento nos próximos 50 anos, principalmente por causa da imigração; as projeções para os próximos 50 anos estão entre 44,4 milhões e 70,2 milhões de habitantes até 2068⁶. A maior parte da população está fortemente concentrada em áreas urbanas próximas à fronteira com os Estados Unidos, com os principais mercados consumidores localizados nas três províncias de Ontário, Quebec e Colúmbia Britânica. O mercado consumidor da província de Alberta também cresceu consideravelmente nos últimos anos.

Existem quatro grupos geracionais principais que os economistas reconheceram como sendo mercados distintos, com forte influência nos padrões de consumo. Geração Pós-Guerra (*Baby Boomers*), Geração X, Geração Y (mais popularmente conhecida como *Millennials*) e Geração Z - cada uma das quais possui características exclusivas em relação a suas perspectivas sobre táticas de marketing e preferências de compra. Cada uma é descrita mais abaixo na presente seção.

Dois terços dos canadenses vivem nas províncias de Ontário e de Quebec

85% dos canadenses moram a uma distância de não mais do que 160 km da fronteira com os Estados Unidos

1 em 3 canadenses vive nas regiões metropolitanas de Toronto, de Montreal e de Vancouver

População canadense por Província				
Província	População (2019)	Fatia da população total	Área de terra (km ²)*	Densidade populacional (por km ²)
Total para o Canadá	37,589,262	100%	8,965,121	4.15
Ontário	14,566,547	39%	908,608	15.86
Quebec	8,484,965	23%	1,356,547	6.21
Colúmbia Britânica	5,071,336	13%	922,509	5.44
Alberta	4,371,316	12%	640,082	6.77
Manitoba	1,369,465	4%	552,330	2.46
Saskatchewan	1,174,462	3%	588,239	1.98
Nova Scotia	971,395	3%	52,939	18.22
New Brunswick	776,827	2%	71,377	10.82
Newfoundland and Labrador	521,542	1%	370,511	1.42
Prince Edward Island	156,947	0.4%	5,686	27.22

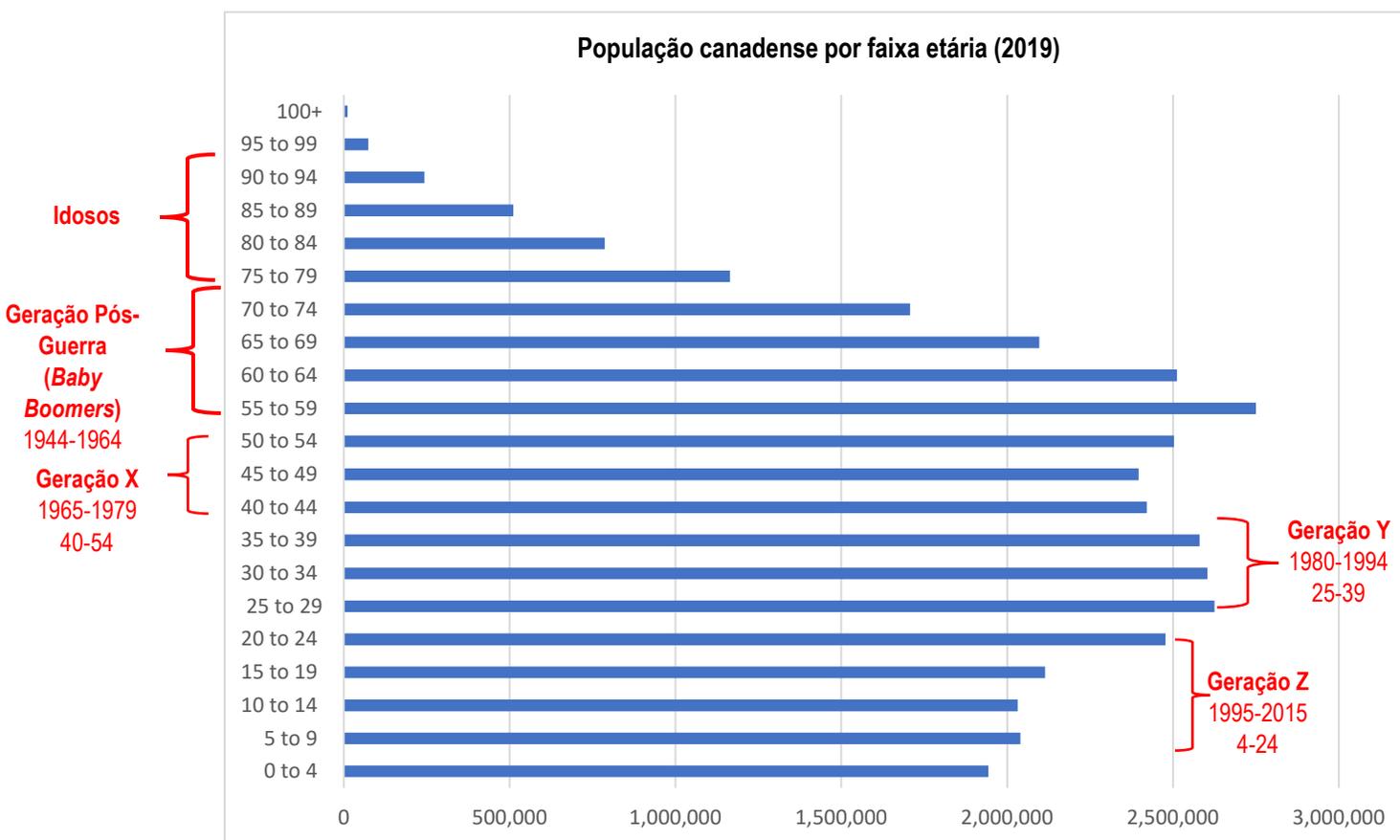
Fonte: Statistics Canada, Tabela CANSIM 051-0001, Estimativas da população por idade e sexo para o Canadá, 2019.

*Exclui reservas indígenas ou áreas de assentamento indígena.

⁶ Statistics Canada. [Projeções populacionais: Canadá, províncias e territórios, 2018 a 2068](#).

Northwest Territories	44,826	0.1	1,143,793	0.04
Yukon	40,854	0.1	474,713	0.08
Nunavut	38,780	0.1	1,877,788	0.02

Faixa etária



Fonte: Statistics Canada. [Tabela 17-10-0005-01 - Estimativas populacionais no dia 1o de julho, por idade e sexo](#)

Crianças e jovens - influenciando o gasto dos pais

Juventude / Geração Z 18-24

Nascidos em: 1997-2019 (idade 0-24 anos)

A Geração Z corresponde aos novos consumidores que influenciam os gastos familiares estimados em \$200 bilhões. A Geração Z cresceu com fácil acesso à Internet e a tecnologias avançadas, que impactaram seus hábitos de consumo ⁷.

Crianças e jovens afetam fortemente os hábitos de compra de seus pais. Seguindo tendências de consumo mais amplas, os pais canadenses priorizam cada vez mais alimentos saudáveis e estão mais propensos

⁷ Wirecard. *Hábitos de compra: Geração Z e Geração Y*. 13 de março de 2020

a comprar produtos orgânicos. Estudo de 2017 realizado pelo Facebook mostrou que 62% dos pais de filhos adolescentes acreditavam terem seus filhos mais influência em suas decisões de compra do que eles tinham sobre seus pais antes deles⁸; e 71% dos pais acreditam que seus filhos têm influência sobre quanto eles gastam em produtos⁹.

Os pais querem alimentar seus filhos com comida saudável, e as crianças querem comida que tenha um gosto bom – e fabricantes inteligentes estão trabalhando arduamente para oferecer produtos que satisfaçam pais e filhos. Uma tendência crescente na alimentação de crianças inclui esforços para apresentar a elas uma variedade maior de gostos e sabores. Atualmente, as crianças estão se familiarizando com os sabores internacionais.¹⁰ Os canadenses querem fazer escolhas mais saudáveis e reconhecer a importância da dieta para melhorar a saúde de forma geral, embora o bombardeio de informações sobre saúde também possa se tornar exagerado. Este segmento de mercado tem tradicionalmente como alvo as mulheres, por serem elas responsáveis pela maioria das compras domésticas do dia a dia, como mantimentos e roupas infantis. Nos últimos anos, há evidências de que essas responsabilidades estão sendo compartilhadas de forma mais igualitária entre homens e mulheres¹¹.

Geração Y - Consumidores do Futuro

- Nascidos entre 1981 e 1997 (idade: 24 a 39)

Hoje, a Geração Y, também conhecida como Geração do Milênio ou simplesmente *millennials*, tem entre 24 e 39 anos. Eles são a maior geração de consumidores até a presente data¹², gastando em média US\$ 330 bilhões por ano (o que equivale a cerca de US\$ 54 por dia)¹³. Muitos *millennials* não são influenciados por anúncios tradicionais, mas sim por mídia social e marketing de mídia social¹⁴.

Estima-se que a geração milenária verifique seus smartphones cerca de 150 vezes por dia; isso faz com que o marketing móvel seja a melhor maneira de alcançá-los¹⁵. Embora gastem muito tempo online, os *millennials* ainda preferem o varejo físico, e são 50% mais propensos a visitar lojas em comparação com *baby boomers*¹⁶.

Os *millennials* têm uma visão de mundo e estão expostos a muitas culturas. Um bom número deles está entrando nas fases iniciais e intermediárias de suas carreiras, comprando suas primeiras casas e constituindo famílias. Com paladares mais diversificados e abertos do que outras gerações, eles estão sempre procurando coisas novas e melhores para experimentar, e estão mais abertos a adotar produtos de diferentes culturas que sejam novos neste mercado.¹⁷ Querer acompanhar as tendências leva a mais compras de produtos alimentícios, de moda e de decoração de baixo e médio padrão - na verdade, 85% dos *millennials* dizem que gostam de experimentar novos produtos regularmente.¹⁸ Como consumidores informados e conhecedores da tecnologia, os *millennials* querem saber sobre os produtos que compram e pesquisar empresas alinhadas com seus próprios valores (como aquelas que fornecem produtos ecológicos e de comércio justo).

⁸ Mídia Social Hoje. [O que Influencia as Decisões de Compra dos Pais?](#)

⁹ *ibid.*

¹⁰ [A mesa das crianças](#), 2017

¹¹ Marion Chan, "Olha quem está comprando alimentos agora", *Canadian Grocer* (8 de julho de 2015).

¹² Forbes. [O Confronto das Gerações: Comparando os Comportamentos de Compra das Gerações X, Y e Z.](#) 17 de maio de 2020

¹³ Business 2 Community. [Tendências de Compras do Consumidor e Estatísticas para as Gerações: Geração Z, Geração Y, Geração X, Geração Pós-Guerra e a Geração Silenciosa.](#) 15 de julho de 2019

¹⁴ Forbes. [O Confronto das Gerações: Comparando os Comportamentos de Compra das Gerações X, Y e Z.](#) 17 de maio de 2020

¹⁵ St. Josephs Communications. [Os hábitos de compra das gerações X, Y e Z.](#) Outubro de 2018.

¹⁶ *ibid.*

¹⁷ [BrandSparks](#), Canadian shopper survey, 2015.

¹⁸ *ibid.*

Geração X - Os consumidores poderosos de hoje

Nascidos entre 1965 e 1979 (39 a 54 anos de idade)

A Geração X compreende consumidores poderosos, que respondem por 30% dos gastos totais de consumo, mas representam apenas um quarto da população¹⁹. A Geração X geralmente é responsável pelos gastos de crianças e idosos, o que significa que toma muitas decisões em matéria de compras. Trata-se dos consumidores com o maior nível de escolaridade no mercado atual, advindo de uma educação formal.

A Geração X faz mais compras online do que qualquer outra geração e é 20% mais propensa a fazer compras online do que os *millennials*²⁰.

Baby Boomers - Os Consumidores Dominantes da Atualidade

Nascidos entre 1945 e 1965 (55 a 75 anos de idade)

Os *baby boomers* nasceram após a Segunda Guerra Mundial. Este grupo tem o rendimento mais prontamente disponível de todas as gerações. De acordo com um estudo conduzido pela Visa, até 2020, haverá 11 milhões de consumidores a mais com idade acima de 60 anos²¹. Ter a maior renda prontamente disponível lhes permite privilegiar produtos de médio a alto padrão, que oferecem qualidade e acabamento superiores.

A maioria dos *baby boomers* ainda estão ativos na força de trabalho e, além disso, à medida que envelhecem, eles tendem a adotar um estilo de vida saudável, incluindo a preferência por ingredientes orgânicos e naturais.²² Geralmente, os *baby boomers* adotam um hábito regular de consumo e preferem produtos e empresas confiáveis, o que significa que não estão interessados em experimentar produtos mais novos. De acordo com estudo realizado sobre os padrões de compra do consumidor, 37% dos *baby boomers* estão dispostos a procurar por novos produtos; ao passo que 84% deles preferem fazer compras em lojas físicas, ao invés de online (o maior percentual entre todas as gerações)²³.

Idosos - Crescimento Populacional Significativo

Nascidos antes de 1950 (acima de 65 anos de idade)

Idosos com mais de 70 anos são frequentemente chamados de consumidores silenciosos. Eles estão entre os mais ricos de todas as gerações. Trata-se de consumidores ativos de serviços financeiros e serviços e produtos relacionados a estilo de vida, entretenimento, saúde e habitação²⁴.

Embora os idosos tenham influência limitada no mercado em geral, o crescimento populacional projetado para essa faixa etária faz com que esse grupo seja importante. Em 2030, os *baby boomers* mais jovens terão 65 anos. Muitos fabricantes já estão adaptando seus produtos para entrar neste mercado em crescimento, tentando atrair os idosos que buscam mais conforto, segurança e benefícios para a saúde.

¹⁹ St. Josephs Communications. [Os hábitos de compra das gerações X, Y e Z](#). Outubro de 2018.

²⁰ *ibid.*

²¹ Visa. Cinza é o novo preto: [Os baby boomers ainda gastam mais do que a geração do milênio](#).

²² *ibid.*

²³ Revel systems. [Separação dos Padrões de Compra por Geração](#)

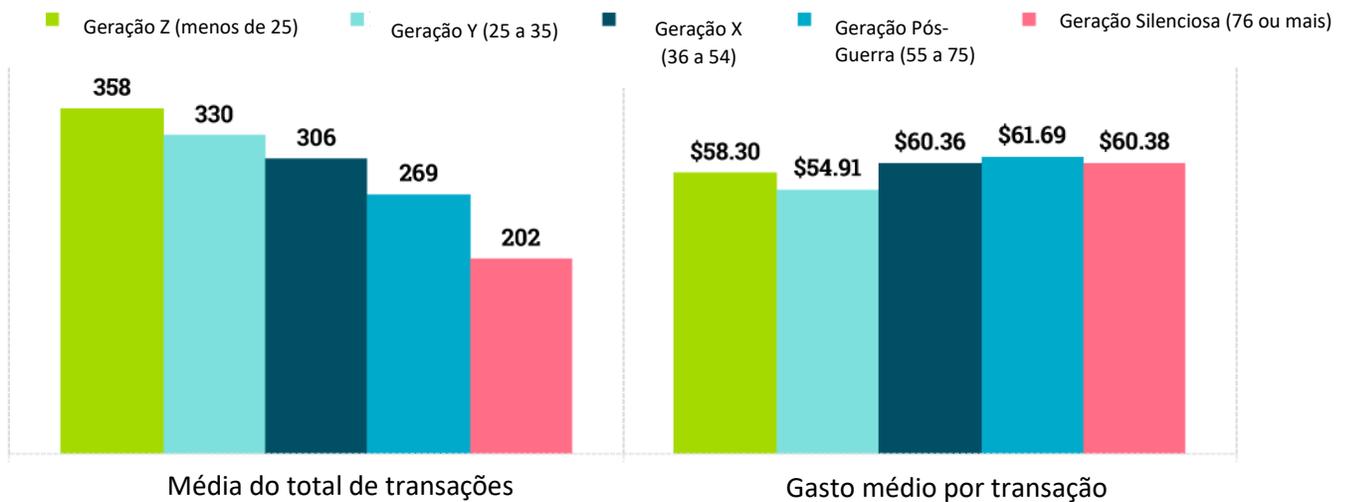
²⁴ Business 2 Community. [Tendências de Compras do Consumidor e Estatísticas para as Gerações: Geração Z, Geração Y, Geração X, Geração Pós-Guerra e a Geração Silenciosa](#). Julho de 2019.

Isso inclui, por exemplo, embalagens fáceis de abrir, etiquetas com letras grandes e adaptações de decoração para casa que evitam escorregões e quedas. Muito preocupados com sua saúde e bem-estar, os idosos procuram alimentos enriquecidos com vitaminas essenciais para sua faixa etária. Muitos moram sozinhos ou com o cônjuge, gerando demanda por porções individuais de refeições e produtos alimentícios saudáveis e fáceis de preparar.

Em Resumo:

- Os *baby boomers* gastam aproximadamente US\$ 548,1 bilhões anualmente
- A Geração X segue os Boomers com US\$ 357 bilhões de gastos anuais
- Os *millennials* têm gastos de \$ 322,5 bilhões por ano
- A geração silenciosa gasta \$ 162,9 bilhões anualmente

Gastos Anuais do Consumidor, por Geração (Faixa etária) *



Published on MarketingCharts.com in February 2019 | Data Source: Epsilon

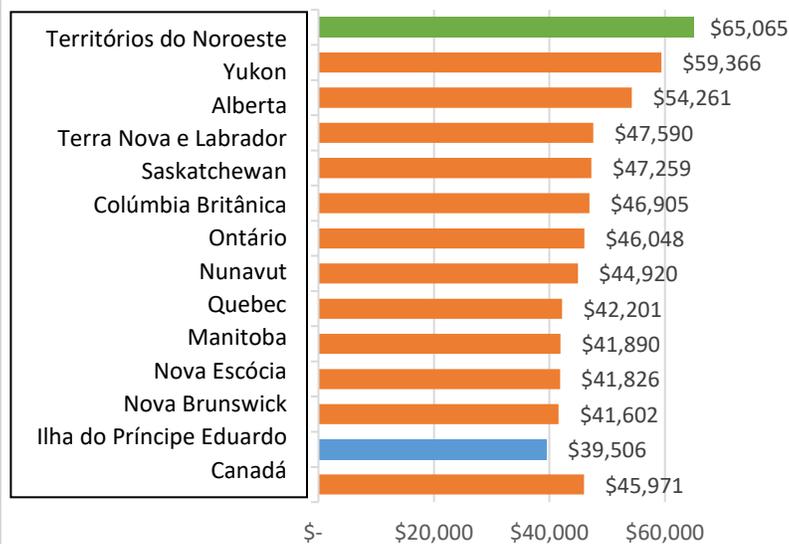
**Based on active buyers in Epsilon's transactional database, which may not be representative of the entire population*

Valor do gráfico em USD

Fonte: Business 2 Community. [Tendências de Compras do Consumidor e Estatísticas para as Gerações: Geração Z, Geração Y, Geração X, Geração Pós-Guerra e a Geração Silenciosa](#). Julho de 2019.

Receitas e Gastos

Renda per capita por províncias e territórios



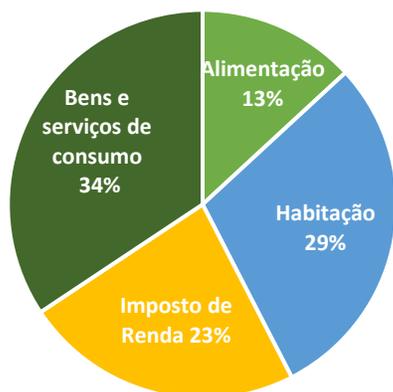
As famílias canadenses (incluindo pessoas solteiras, casais e famílias com filhos) tiveram uma renda anual média de \$45.971 em 2016 (dados baseados no último censo nacional de 2016). A renda per capita é maior em dois territórios do Canadá (Northwest Territories e Yukon). Isso se deve em parte ao aumento na exploração mineral, mas também é parcialmente atribuído ao custo de vida mais alto na área. Além disso, os dois territórios têm populações muito menores e uma prevalência mais baixa de desigualdade de renda na região²⁵.

Fonte: Statistics Canada. [Dados provinciais e territoriais de longo prazo, 2016](#)

Renda Individual

O salário médio em 2019 para funcionários canadenses em todo o país era de \$ 1.011,62 por semana, traduzindo aumento constante na renda média²⁶. Com a pandemia da COVID-19, esse número provavelmente será menor em 2020.

Famílias canadenses gastam \$ 63.723 por ano



Fonte: Statistics Canada. [Tabela 11-10-0222-01 - Gastos domésticos, Canadá, regiões e províncias, 2017.](#)

Gastos Domésticos

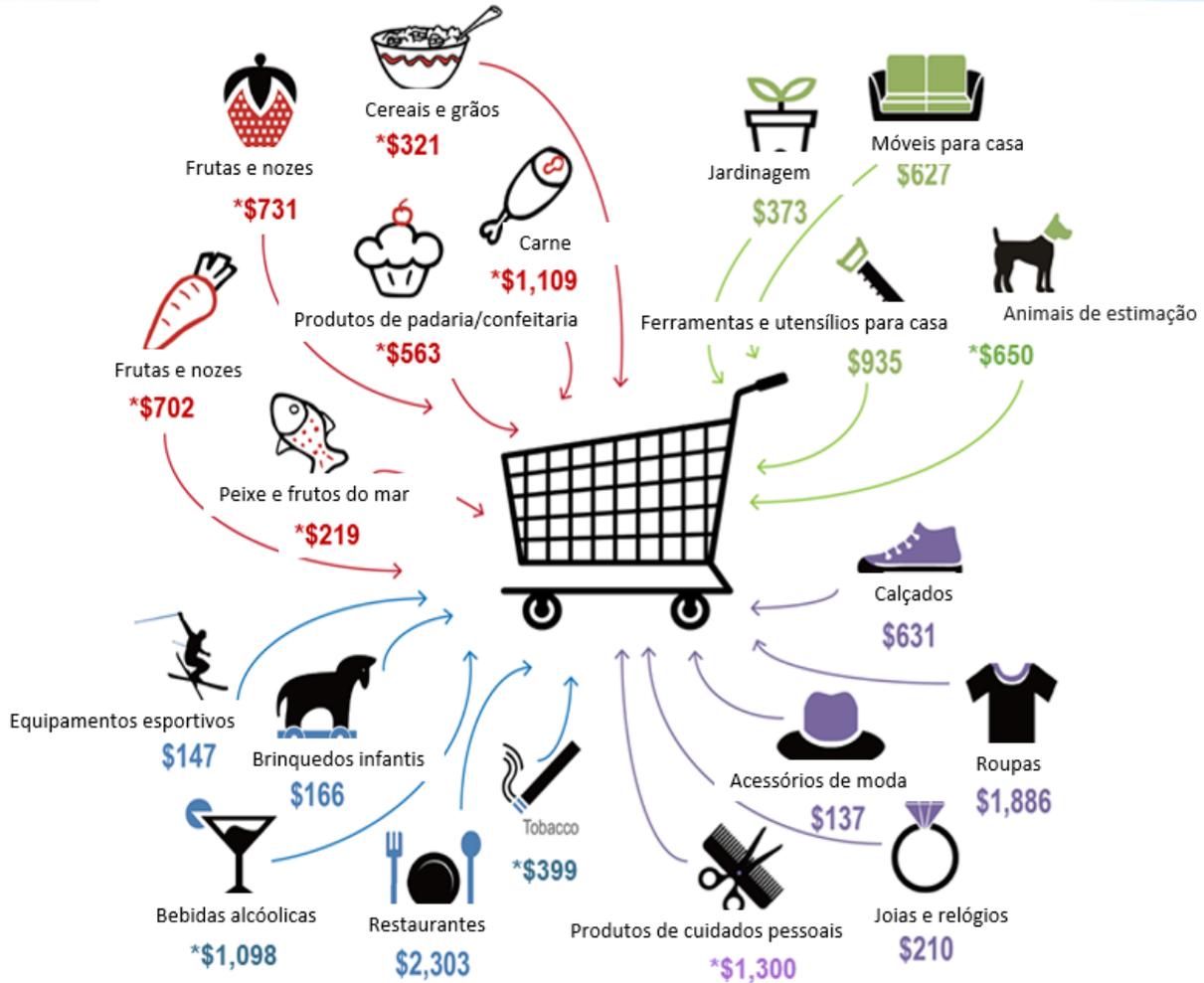
Os canadenses gastam cerca de um quarto de sua renda familiar em impostos, com o restante em bens e serviços, habitação e alimentos.

²⁵ Yahoo finance. [NWT oferece maior renda per capita no Canadá: OCDE.](#) Junho de 2014.

²⁶ Jobillico. [O salário médio canadense em 2019.](#) Junho de 2019.

Lista de Compras de um Canadense Comum (gastos domésticos)

Em 2017, as famílias canadenses gastaram uma média de \$ 63.723 com necessidades básicas. Aqui estão alguns dos principais itens comprados e quanto eles gastaram:



Fonte: Statistics Canada. [Tabela 11-10-0222-01 - Gastos domésticos, Canadá, regiões e províncias.](#)

*Última atualização em 2017. Os valores restantes serão atualizados no censo nacional de 2021.

Mercado de Diferentes Culturas Étnicas

Em 2018/2019, o Canadá admitiu
313.580 imigrantes,
 um dos níveis mais altos da história canadense.

Fonte: Statistics Canada, [Censo \(2016\)](#)
 Imigração, Refugiados e Cidadania no Canadá. Relatório Anual 2018



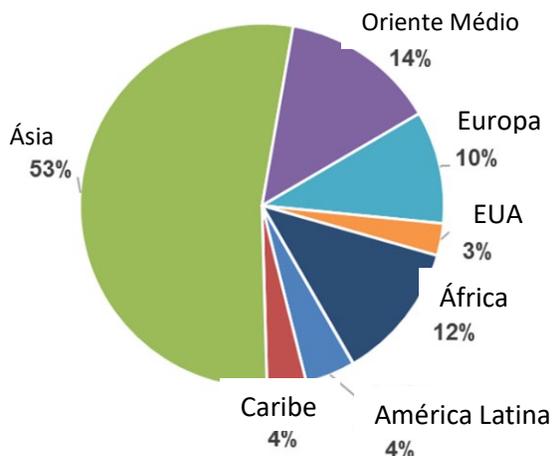
Mais de 1 em cada 5 canadenses
 nasceram fora do Canadá

A Imigração Continua a Impulsionar o Crescimento Populacional

Com 7,6 milhões de imigrantes, as estatísticas de 2019 mostraram que o Canadá era a oitava maior população de imigrantes do mundo, tendo a maior taxa de crescimento populacional entre os países do G7, em grande parte devida à imigração²⁷. A taxa média de crescimento populacional projetada para o período de 2018 a 2068 é de 55,2 milhões. Nas próximas duas décadas, a população com 65 anos ou mais (*baby boomers* nascidos entre 1946 e 1965) deverá crescer rapidamente, a uma taxa de 21,4% a 29,5%. As províncias de Ontário e Alberta são as duas províncias que deverão representar mais da metade do crescimento populacional projetado para o Canadá²⁸.

Fontes cada vez mais diversificadas de imigração

Novos Imigrantes no Canadá, por Região de origem (2016)



Em 2016, os imigrantes provinham principalmente da Ásia (61,8%) e do Oriente Médio (14%)²⁹. Essa proporção é ligeiramente superior à observada no Censo de 2006 (58,3%) e na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios de 2011 (56,9%).

Em 2016, 13,4% dos imigrantes recentes haviam nascido na África, cifra quatro vezes superior à registrada no Censo de 1971 (3,2%).

Fonte: Cidadania e Imigração no Canadá, [Residentes permanentes por país de origem \(2016\)](#)

²⁷ Statistics Canada. [Estimativas da população do Canadá: Idade e sexo, 1º de julho de 2019.](#)

²⁸ Statistics Canada. [Projeções populacionais: Canadá, províncias e territórios, 2018 a 2068.](#)

²⁹ [Statistics Canada](#), Imigração e diversidade etnocultural: Principais resultados do Censo de 2016

Principais mercados de imigrantes ou de diferentes culturas étnicas

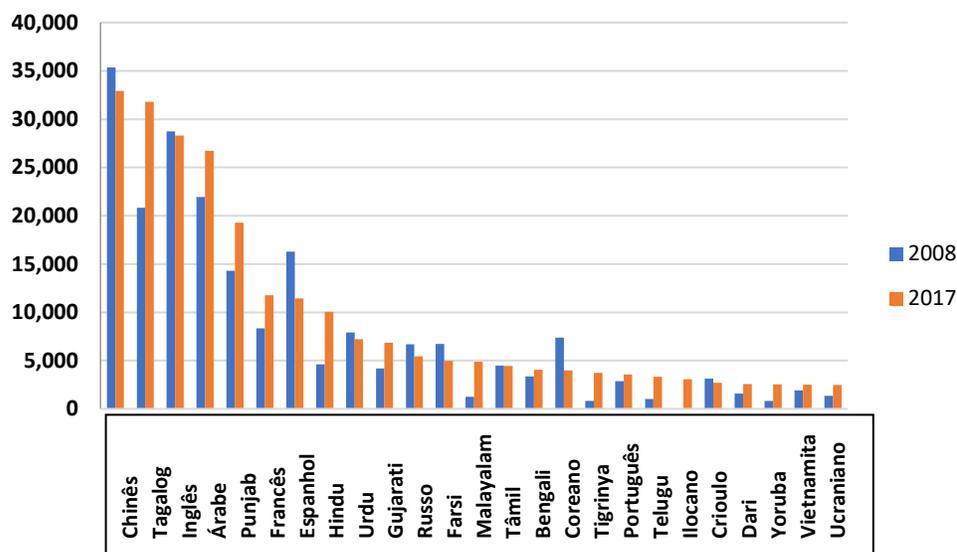
As tabelas a seguir apresentam uma análise das maiores populações étnicas do Canadá por região e país de origem.

América Latina		Europa		Oriente Médio	
TOTAL	420,495	TOTAL	23,739,090	TOTAL	661,920
Mexicano	128,485	Inglês	6,320,085	Libanês	219,555
Colombiano	96,325	Escocês	4,799,005	Iraniano	210,405
Guianense	84,275	Francês	4,670,595	Afegão	83,995
Salvadorenho	66,220	Irlandês	4,627,000	Sírio	77,045
Chileno	45,190	Alemão	3,322,402	Iraquiano	70,920
Ásia		África		Caribe	
TOTAL	4,437,220	TOTAL	384,805	TOTAL	620,485
Chinês	1,769,195	Marroquino	103,945	Jamaicano	309,485
Do Leste da Índia	1,374,715	Egípcio	99,140	Haitiano	165,100
Filipino	837,135	Argelino	67,335	Trinitário-tobagense	78,965
Vietnamita	240,615	Somali	62,550	Barbadense	37,780
Paquistanês	215,560	Nigeriano	51,835	Cubano	29,070

Fonte: Statistics Canada, [População de origem étnica](#), Tabelas de dados, Censo de 2016

*A ser atualizado no censo de 2021

Residentes Permanentes no Canadá 25 Principais Idiomas



Fonte: Imigração, Refugiados e Cidadania no Canadá. 2017

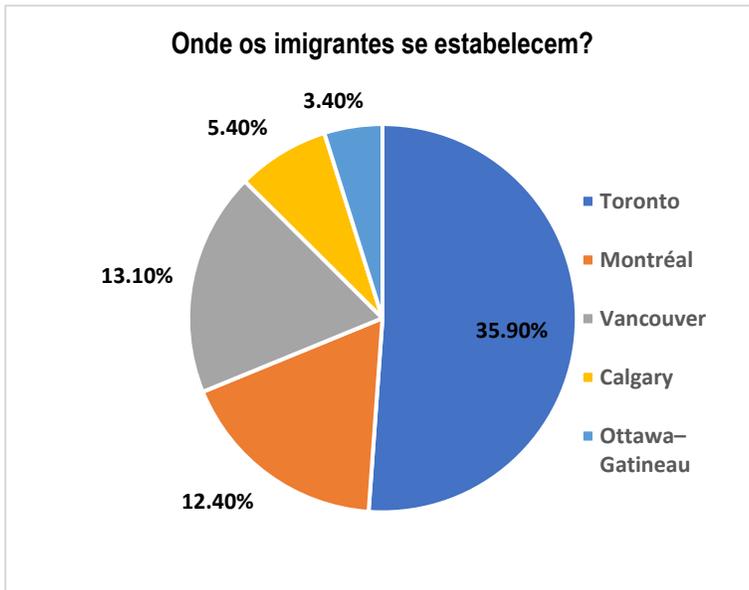
Em 2008, a língua mais falada no Canadá, afora o inglês, entre os imigrantes, era o chinês (cantonês e mandarim).

Em 2017, o mandarim e o cantonês ainda eram as línguas mais faladas entre os recém-chegados, seguido de perto pelo tagalo, uma das principais línguas faladas nas Filipinas.

Em 2018, de acordo com [The Office of The Commissioner of Official Languages](#)

O Gabinete do Comissário de Idiomas Oficiais, as cinco principais línguas faladas entre todos os canadenses eram:

- 1) Inglês
- 2) Francês
- 3) Mandarim
- 4) Cantonês
- 5) Punjabi.



A maioria dos imigrantes que vêm morar no Canadá (quase dois terços) se estabelecem em uma de suas três maiores cidades: Toronto, Montreal e Vancouver. No entanto, nos últimos anos, houve um ligeiro aumento de imigrantes que se estabeleceram em outras cidades nas províncias de Alberta, Manitoba e Saskatchewan.

Fonte: Statistics Canada, [População de origem étnica](#), Tabelas de dados, Censo de 2016
 “Será atualizado no censo de 2021”

Potencial Inexplorado de Compradores de Diferentes Etnias

O crescimento do número de imigrantes recém-chegados ao Canadá afeta o tipo de produtos procurados; os recém-chegados tendem a procurar produtos com os quais estão familiarizados em seus países de origem. As minorias visíveis representam metade de todos os compradores nos centros urbanos do Canadá, o que as torna um dos maiores e mais influentes grupos de consumidores do país.³⁰ Existem aproximadamente 7,7 milhões de consumidores étnicos em todo o Canadá, os quais representam mais de 20% da população³¹. Embora o termo “mercado étnico” seja um tanto vago, seu objetivo é captar as tendências de compra entre os recém-chegados (imigrantes, refugiados, residentes permanentes etc.) no Canadá. Para cada três dólares gastos em bens de consumo, um dólar é gasto por um consumidor de minoria étnica no Canadá³².

Apesar dos esforços dos varejistas canadenses para explorar este mercado lucrativo, os compradores de uma minoria visível não conseguem encontrar alimentos ou ingredientes étnicos suficientes em seu supermercado de preferência³³. À medida que o mercado étnico se transforma em um grupo de consumidores cada vez mais dominante, os varejistas e fabricantes devem concentrar suas estratégias e produtos para garantir que sejam capazes de abastecer e se conectar com essa clientela. A mistura cultural do Canadá varia entre as províncias, com a província de língua francesa de Quebec atraindo mais imigração do Norte e Oeste da África e do Haiti, e o resto do Canadá sendo dominado pela imigração da Ásia. Existem tendências de compra entre os consumidores étnicos; 22% dos consumidores étnicos preferem comprar itens com ingredientes naturais e 19% preferem comprar itens sem ingredientes artificiais³⁴.

³⁰ Brian Ross, "O potencial inexplorado de compradores de diferentes etnias", [Canadian Grocer](#), (19 de março de 2015)

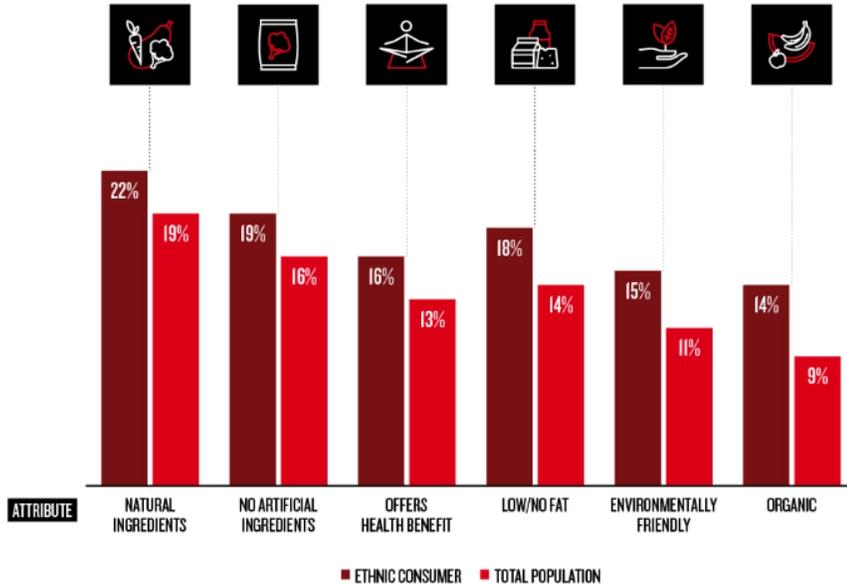
³¹ Nielson, [Compreendendo o poder dos consumidores de diferentes etnias no Canadá](#), Fevereiro de 2018.

³² *ibid.*

³³ [LoyaltyOne](#), O Comprador Moderno de Alimentos: Pesquisa de Atitudes e Opiniões, agosto de 2014

³⁴ Nielson, [Compreendendo o poder dos consumidores de diferentes etnias no Canadá](#), Fevereiro de 2018.

Principais atributos de saúde considerados ao se tomar uma decisão de compra



De acordo com a pesquisa da empresa Nielson, os consumidores étnicos (também se referindo às minorias visíveis) são mais propensos a optar por ingredientes naturais e menos a comprar produtos com ingredientes artificiais. Antes de comprar um produto, os consumidores leem avidamente os rótulos do conteúdo. Isso mostra que os atributos de saúde nos produtos podem ajudar a influenciar suas decisões de compra.

Fonte Nielson. [Compreendendo o poder dos consumidores de diferentes etnias no Canadá](#). Fevereiro de 2018.

O Multiculturalismo se Torna Dominante

De manga a kimchee, os consumidores convencionais estão incluindo, em suas compras diárias de alimentos e refeições, muitos produtos que antes eram voltados para um grupo étnico específico. Os gostos dos consumidores canadenses estão mudando com a crescente popularidade dos alimentos étnicos no Canadá. O crescente número de imigrantes tem levado a uma maior demanda por alimentos étnicos; além disso, a globalização dos suprimentos alimentares e o aumento das viagens internacionais resultaram em uma maior demanda por alimentos étnicos.

Em 2016, o estudo Mintel, intitulado *Alimentos e Sabores Étnicos* descobriu que alimentos étnicos, como chinês, italiano e latino-americano / mexicano continuam populares entre os canadenses. Contudo, há interesse dos canadenses em experimentar alimentos inspirados na região do sul da Ásia e na África. Sessenta e cinco por cento dos entrevistados indicaram que estariam dispostos a experimentar alimentos com inspiração étnica³⁵.

Em resposta, varejistas convencionais como Loblaws (a maior rede de supermercados no Canadá) e Walmart estão integrando mais produtos étnicos às suas lojas. Agora, existem seções inteiras em supermercados dedicadas a produtos étnicos, geralmente agrupados por origem ou categoria, como halal,

³⁵ Canadian Grocer. [Os canadenses anseiam por alimentos étnicos](#). Maio de 2016.

kosher, latino-americanos, asiáticos, etc. Depois que um produto estabelece sua marca em lojas de produtos étnicos, os importadores podem expandir a distribuição para os varejistas convencionais.

Mercado Halal

O Canadá tem uma população muçulmana de mais de 1 milhão de pessoas. O setor de alimentos halal do Canadá é estimado em \$ 1 bilhão e deve crescer de 10 a 15% ao ano³⁶. A população muçulmana deve triplicar nos próximos 20 anos, crescendo a uma taxa de 13% ao ano³⁷. Atualmente, a população muçulmana gasta uma quantia estimada de US\$ 2,6 bilhões em alimentos e bebidas,³⁸. No Canadá, cerca de 47% dos muçulmanos estão localizados em Toronto, e 61% vivem na província de Ontário. Toronto tem a maior concentração da população muçulmana na América do Norte³⁹. Para atender à crescente demanda, varejistas canadenses, incluindo varejistas de *fast food*, estão lançando novas linhas de produtos com certificação halal. Os exportadores com certificação halal terão uma vantagem competitiva. Abaixo, estão as certificações halal mais comumente usadas no Canadá:



Serviços de Desenvolvimento de
Produtos Halal
www.halalproductservices.com



Autoridade de Monitoramento Halal
www.hmacanada.org



ICHCA (Agência de Certificação Halal
da Sociedade Islâmica da América do
Norte)
www.isnahalal.ca

Varejistas de produtos étnicos



[T&T](#) é a maior rede de supermercados de produtos asiáticos do Canadá, de propriedade da Loblaws, com mais de 22 lojas em Ontário, Colúmbia Britânica e Alberta.



[Adonis](#) é uma rede de varejo de produtos do Mediterrâneo e do Oriente Médio, com 55% de seu capital pertencente à Metro (a maior rede de supermercados de Quebec), com sete lojas em Montreal e seus arredores e uma loja em Mississauga, Ontário.



[A Oceans](#) é uma rede de varejo de produtos étnicos focada em preços com três lojas em Mississauga, Ontário.



[Sunny](#) é uma varejista de produtos asiáticos que também oferece produtos halal, com quatro lojas na província de Ontário.

³⁶ Canadian Grocer. [Mercado de alimentos halal em alta no Canadá](#). Abril de 2017.

³⁷ Nourish Food Market ("Mercado de Alimentos Nutritivos"). [Mercado Halal Canadense: Ideias e Oportunidades](#).

³⁸ *ibid.*

³⁹ *ibid.*



[A Nations](#) é uma varejista de produtos premium da Europa, Oriente Médio, Caribe e Ásia, com duas lojas na província de Ontário.⁴⁰

[Nations Fresh Foods](#)

Uma rede independente de supermercados de produtos multiculturais premium (da Europa, Oriente Médio, Caribe e Ásia) na província de Ontário.³⁰

[Price Smart Foods](#)

Rede regional de supermercados localizada na província de Colúmbia Britânica. Uma das especialidades da rede é o fato de ter grandes quantidades de comidas étnicas.

[H Mart](#)

Uma rede de supermercados coreano-americana que opera principalmente nos Estados Unidos. H Mart é especializada em alimentos asiáticos e possui 79 localidades em todo o mundo (incluindo no Reino Unido e Canadá), sendo treze delas localizadas no Canadá.

Tendências de Consumo

Online e Tecnologia

Os consumidores canadenses estão usando múltiplos canais para fazer compras. Os avanços tecnológicos mudaram o comportamento do consumidor no Canadá, assim como em muitos outros países. As pequenas e médias empresas (PMEs) estão aprendendo a se adaptar a essa nova realidade. No Canadá, 50% dos consumidores pesquisam produtos e serviços online antes de fazer uma compra⁴¹. Compradores que recorrem a seus smartphones para comprar geralmente usam seus dispositivos para fazer pesquisas de produtos dentro das lojas, assim como para comparar os preços das lojas físicas com as promoções online. As vendas no varejo online devem ultrapassar \$ 10 bilhões em 2020⁴². Embora não esteja claro quanto as vendas online crescerão, espera-se que a participação das compras online aumente com a pandemia da COVID-19. Para muitas empresas que vendem para outras empresas (do tipo "B2B"), um site seguro de alto desempenho é um trunfo para impulsionar as vendas e auxiliar nos processos de compra⁴³.

Saúde

Uma crescente consciência da saúde transformou a demanda de alimentos e mudou os hábitos alimentares no Canadá. A ênfase no bem-estar criou um mercado para alimentos saudáveis, incluindo "superalimentos", equipamentos de monitoramento de saúde, roupas esportivas e fitness. Trinta e três por cento dos canadenses estão dispostos a pagar mais por produtos que melhoram a saúde⁴⁴. Pesquisa

⁴⁰ Iva Druzic, "Changing Shopping Patterns" ("Mudança nos Padrões de Compra"), [Canadian Dairy Information Centre](#) (Centro de Informações de Laticínios do Canadá) (maio de 2013)

⁴¹ BDC. [Cinco tendências que devem ser observadas, pois elas irão moldar o futuro das empresas canadenses.](#)

⁴² ibid.

⁴³ BDC. [Cinco tendências de consumo que irão mudar as regras do jogo.](#) Página 12

⁴⁴ BDC. [Cinco tendências que devem ser observadas, pois elas irão moldar o futuro das empresas canadenses.](#)

realizada pela *Attitudes Toward Healthy Eating 2017* concluiu que 84% dos consumidores canadenses acreditam que o que comem afeta sua saúde física⁴⁵.

Há um crescimento nas ofertas de alimentos para pessoas com restrições alimentares, como alimentos sem glúten, veganos, vegetarianos e sem derivados do leite. Alimentos naturais e orgânicos são um mercado em crescimento no Canadá; em 2019, a expectativa era de que o valor de varejo de bebidas orgânicas cresceria 30%⁴⁶. A mudança em direção a hábitos alimentares saudáveis inclui a incorporação de mais frutas e vegetais frescos nas refeições diárias e a procura por alimentos processados que ofereçam um bom sabor, sem ou com pouca adição de açúcar, sal ou gorduras. Os fabricantes estão respondendo com produtos inovadores que tornam a alimentação saudável e fresca mais fácil, saborosa e atraente, incluindo novas combinações de sabores e alimentos prontos para comer compostos de frutas e vegetais. Produtos com bom potencial são certificados como orgânicos, feitos com “superalimentos” (alimentos ricos em nutrientes considerados benéficos para a saúde como couve, mirtilo e quinoa) e/ou fáceis de preparar.

Dietas veganas / vegetarianas

Pesquisa conduzida pela Universidade Dalhousie do Canadá em julho de 2020 registrou aumento do vegetarianismo de 1,5% em fevereiro de 2020 para 2,5% em julho de 2020⁴⁷. O percentual de dietas veganas aumentou 0,7%, o que representa cerca de 600.000 canadenses; esta é a maior taxa medida nos últimos três anos⁴⁸. Durante o pico (abril-maio de 2020) da pandemia COVID-19 em 2020, o aumento do custo da carne bovina – cerca de 8,3% a mais para carne fresca ou congelada – e os desafios enfrentados pelo setor de avicultura e pecuária tiveram impacto sobre a decisão dos canadenses de comprar produtos alternativos sem carne.

O mercado global de alimentos veganos tem crescido rapidamente nos últimos cinco a seis anos. Em 2018, o mercado de comida vegana foi avaliado em US\$ 12,69 bilhões⁴⁹. O aumento da conscientização sobre saúde, meio ambiente e os benefícios religiosos têm sido os principais fatores para o crescimento desse segmento de mercado, especialmente na América do Norte, Europa e região da Ásia-Pacífico, que têm a maior porcentagem de população vegana⁵⁰. De acordo com a The Vegan Society, entre 2012 e 2017, a demanda por produtos alternativos sem carne cresceu 987%⁵¹.

As alternativas aos laticínios, como leites de nozes e queijos veganos, representaram o maior segmento de produtos em 2018, respondendo por mais de 50% da receita global. Além disso, estima-se que cerca de 65% da população mundial seja intolerante à lactose, também um fator chave para impulsionar a demanda por alternativas alimentares sem laticínios⁵².

Feito no Canadá

Há uma demanda crescente de consumidores canadenses que buscam produtos feitos localmente no Canadá para estimular a economia local. Os consumidores nas províncias de Quebec, Ontário e Canadá Atlântico lideram. Noventa e sete por cento dos consumidores canadenses compram produtos locais

⁴⁵ Canadian Grocer. [A alimentação saudável está se tornando cada vez mais importante para os canadenses: Estudo](#). Março de 2017.

⁴⁶ BDC. [Cinco tendências de consumo que irão mudar as regras do jogo](#). Pág. 29

⁴⁷ Canadian Grocer. [O apetite por dietas sem carne continua a crescer](#). Julho de 2020.

⁴⁸ *ibid.*

⁴⁹ Grand View Research (Pesquisa Grand View). [Relatório de Análise de Tendências, Participação e Tamanho do Mercado de Alimentos Veganos por Produto](#). Junho de 2019.

⁵⁰ *ibid.*

⁵¹ *ibid.*

⁵² *ibid.*

sempre que possível para apoiar a economia; e 87% dos consumidores acreditam que comprar localmente é melhor para o meio ambiente⁵³.

Um dos principais fatores que explicam por que os canadenses preferem comprar produtos locais é a mudança dos hábitos diários dos consumidores para integrar práticas mais ambientalmente responsáveis em seus estilos de vida. Eles também procuram empresas que façam o mesmo em suas práticas comerciais. O BDC (Banco de Desenvolvimento de Negócios do Canadá) realizou uma pesquisa e descobriu que 50% dos consumidores globais levam em consideração os fatores verdes antes de comprar; 60% dos canadenses se consideram consumidores de produtos étnicos; e 75% dos canadenses estão dispostos a pagar mais por produtos e serviços socialmente responsáveis⁵⁴.

Escolhendo a Conveniência

De acordo com o relatório Tendências de Varejo no Canadá de 2019/2020, produzido pela firma de contabilidade BDO Canadá, um dos maiores desafios para os varejistas é garantir conveniência e uma ótima experiência de compra para os consumidores.

Os supermercados estão liderando o movimento de otimização da conveniência para os consumidores. Oferecem diversas opções para os consumidores, incluindo pedidos online, coleta e compra dentro da loja física e serviços de entrega em domicílio⁵⁵.

Um dos maiores desafios para os varejistas é o envio rápido. Os consumidores têm acesso a muitos sites que oferecem preços mais baratos, com varejistas como a Amazon atualmente dominando o mercado, chegando a entregar até no mesmo dia em que o pedido é feito⁵⁶.

Os substitutos de refeições domésticas (HMR), que incluem refeições prontas ou semiprontas, são uma das categorias de vendas que crescem mais rapidamente no Canadá, com valor estimado em \$ 2,4 bilhões⁵⁷. Dentro da categoria HMR, a culinária multicultural é o segmento que mais cresce.⁵⁸

A tendência de conveniência também é evidente no setor de vestuário, com o crescimento de marcas de moda rápida ou "*fast fashion*" (por exemplo, H&M, Zara), as quais oferecem aos consumidores roupas casuais e econômicas. Com a pandemia da COVID-19, muitos varejistas concentraram seus esforços de marketing no desenvolvimento de seus serviços de compras online.

Bens e serviços sustentáveis e éticos

Nos últimos anos, os consumidores têm prestado atenção a questões como mudança climática, cadeia de suprimento baseada em princípios éticos, embalagens ecológicas para reduzir resíduos e pegadas de carbono. Os consumidores estão mudando seus hábitos para integrar práticas mais ambientalmente responsáveis em seus estilos de vida. Com essas mudanças em seus hábitos pessoais, os consumidores esperam que os produtores adotem práticas mais ecologicamente corretas.

A pesquisa do BDC com canadenses descobriu que 33% dos consumidores pesquisaram as práticas comerciais, sociais ou ambientais de uma empresa nos últimos 12 meses antes de fazer compras⁵⁹. Setenta e cinco por cento dos consumidores disseram que pagariam mais por produtos ou serviços de

⁵³ BDC. [Cinco tendências que devem ser observadas, pois elas irão moldar o futuro das empresas canadenses.](#)

⁵⁴ BDC. [Canadá: uma marca poderosa.](#)

⁵⁵ BDO Canada. [Tendências de Varejo no Canadá, 2019-2020. Transformando a Experiência de Varejo.](#) Página. 25

⁵⁶ Ibid. Página. 25

⁵⁷ "Revelando as Oportunidades em um Mercado Multicultural", Canadian Grocer (março/abril de 2015)

⁵⁸ "Revelando as Oportunidades em um Mercado Multicultural", Canadian Grocer (março/abril de 2015)

⁵⁹ BDC. [Cinco tendências que devem ser observadas, pois elas irão moldar o futuro das empresas canadenses.](#)

uma empresa socialmente responsável; e 90% parariam de comprar produtos de uma empresa se soubessem que ela usava práticas comerciais enganosas ou irresponsáveis⁶⁰.

Impacto da COVID-19 nas tendências de consumo

A pandemia revelou novas tendências no comportamento do consumidor que incluem desde compras online até compras de fornecedores locais.

Os consumidores estão mais atentos à limpeza e higienização das lojas físicas e há uma demanda cada vez maior por opções de comércio eletrônico. Atualmente, os consumidores estão indo com menos frequência ao supermercado, mas estão fazendo compras de maior volume em locais próximos, além de estarem comprando de forma mais consciente⁶¹.

A Accenture plc entrevistou mais de 3000 consumidores em 15 países, incluindo o Canadá, e descobriu que os consumidores estão comprando mais alimentos enlatados e produtos de higiene pessoal e de limpeza do que antes da pandemia⁶².

Durante o pico da pandemia no Canadá, os consumidores reorganizaram suas vidas e começaram a cozinhar em casa. Este aumento na preparação de comida em casa é uma tendência que está sendo facilitada por aulas de culinária online gratuitas⁶³.

A alimentação saudável já é uma prioridade para muitos canadenses. No entanto, durante a pandemia, houve uma ênfase ainda maior no equilíbrio entre exercícios e nutrição. Isso impulsionou e acelerará a tendência para um bem-estar e alimentação mais holísticos⁶⁴.

No geral, tem havido um grande aumento nas buscas por supermercados online, e os varejistas precisarão trabalhar para tornar essa opção cada vez mais acessível para seus consumidores. A demanda por e-commerce continuará por muito tempo após a pandemia, criando uma mudança no comportamento do consumidor. As vendas online deverão representar 37% de todas as compras de bens e serviços feitas pelos consumidores⁶⁵.

À medida que a pandemia avança e os países continuam a procurar uma vacina, o comportamento do consumidor continuará a ser alterado com base em novas restrições e regulamentações estabelecidas por indivíduos, empresas, países e organizações internacionais.

⁶⁰ *ibid.*

⁶¹ Canadian Grocer. [A COVID-19 levará a mudanças duradouras no comportamento dos consumidores: Accenture.](#) Maio de 2020.

⁶² *ibid.*

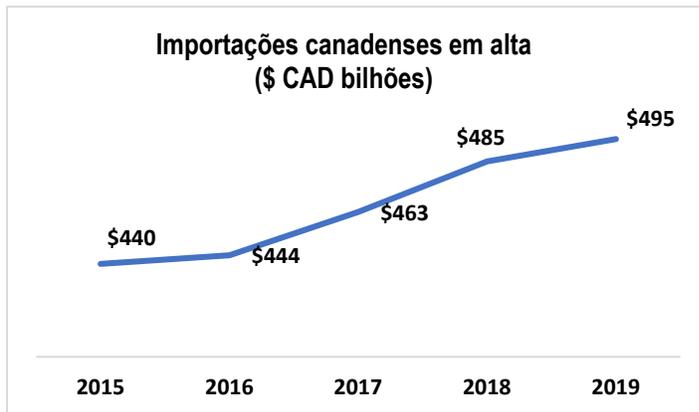
⁶³ Canadian Grocer. [A COVID-19 levará a mudanças duradouras no comportamento dos consumidores: Accenture.](#) Maio de 2020.

⁶⁴ *ibid.*

⁶⁵ *ibid.*

5 Mercado de Importação Canadense

Tamanho do Mercado



\$601 bilhões

Total de Importações Canadenses

\$495 bilhões

Importações excluindo minerais

- 10º maior mercado de importação do mundo
- 2% de crescimento médio anual
- As importações representam 30% do PIB do Canadá

Exclui minerais (códigos 26-27, 71-80 e 93 do Sistema Harmonizado). Inclui reimportações

Como o Canadá se compara aos EUA?

O mercado canadense tem aproximadamente 10% do tamanho do mercado dos EUA em termos de população, PIB e volume de comércio. Porém, conforme mencionado anteriormente neste Guia, em uma base per capita, o Canadá importa quase o dobro dos Estados Unidos. O Canadá depende fortemente das importações para seu crescimento econômico e para atender à demanda do consumidor por produtos estrangeiros, especialmente vegetais e frutas durante os longos meses de inverno, os quais não estão disponíveis no Canadá por razões climáticas.

	Canadá		Estados Unidos	
População	37,6 milhões		329 milhões	
	Total	Per capita	Total	Per capita
PIB	\$ 1.969 bilhões	\$ 52, 367	\$ 29, 155 bilhões	\$ 88, 617
Importações	\$ 601 bilhões	\$ 15,984	\$ 3.408 bilhões	\$ 10.358
Exportações	\$ 592 bilhões	\$ 15.744	\$ 2.183 bilhões	\$ 6.635

Inclui códigos do Sistema Harmonizado para minerais. Valor em \$CAD

Fonte: Statista, US Census Bureau, Mapa de Comércio ITC (ITC World Trade Map), 2019

Statistics Canada. [Tabela 36-10-0402-02 - Produto interno bruto \(PIB\) a preços básicos, por indústria, províncias e territórios, taxas de crescimento \(x 1.000.000\)](#)

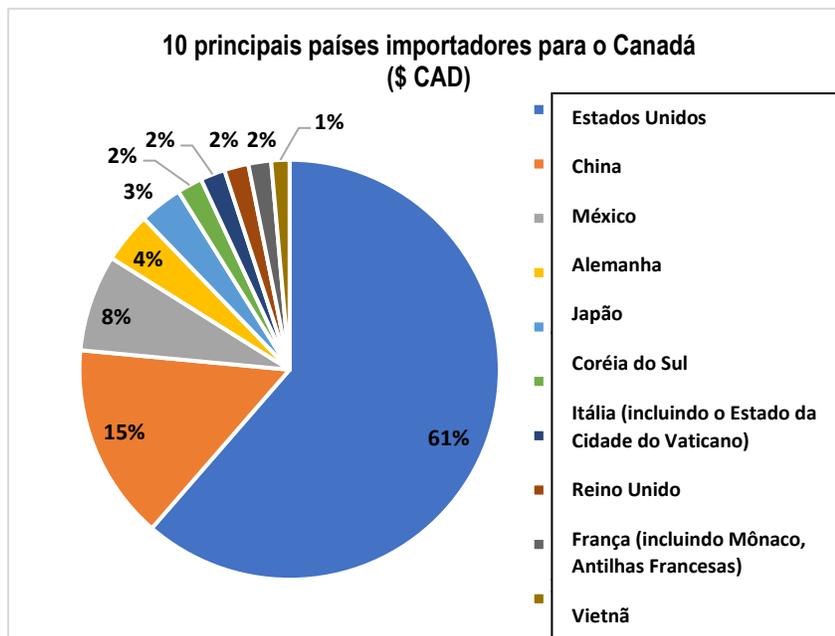
87% das importações
vão para as províncias de Ontário, Quebec e B.C.

Uma grande parte dessas importações é então distribuída para outras províncias do país.

Importações canadenses por província			
Valor em milhões de \$CAD Exclui minerais (códigos 26-27, 71-80 e 93 do Sistema Harmonizado).			
Província	Importações (2019)	Participação das importações totais	Taxa de crescimento* (2015-2019)
Canadá	\$ 495.350	100%	2%
Ontário	\$ 315,317	63.6%	3%
Quebec	\$ 68.121	13.7%	3%
Colúmbia Britânica	\$ 48.156	9.6%	0%
Alberta	\$ 20,980	4%	3%
Manitoba	\$ 20.895	4%	2%
Saskatchewan	\$ 9,791	1.8%	8%
Nova Scotia	\$ 8,576	1.6%	-1%
New Brunswick	\$ 3,316	0.6%	-9%
Newfoundland and Labrador	\$ 626	0.1%	9%
Prince Edward Island	\$ 76	0.01%	-2%
Yukon Territory	\$ 50	0.01%	-4%
Nunavut	\$ 16	0.003%	2%
Northwest Territories	\$ 10	0.002%	2%

Fonte: [Industry Canada](#), (Indústria do Canadá), Trade Data Online (Dados de Comércio Online), 2019.
*A taxa de crescimento é a taxa composta de crescimento anual (CAGR) nos últimos cinco anos (2015-19).

Importações por Região e País



Os dados incluem todos os setores
Fonte: [Industry Canada](#), (Indústria do Canadá), Trade Data Online (Dados de Comércio Online), 2019.

Os Estados Unidos continuam sendo o maior parceiro comercial do Canadá e foram responsáveis por mais da metade de todas as importações para o Canadá em 2019.

Assim como diversos outros países asiáticos, incluindo Japão, Coreia do Sul e Vietnã, a China também é um dos principais exportadores para o Canadá. Esses países representaram 18% do total de importações feitas pelo Canadá em 2019.

Durante o mesmo ano, a União Europeia respondeu por 11% das importações do Canadá. O México é o único grande exportador para o Canadá na América Latina. Em grande parte, isso se deve ao antigo Acordo de Livre Comércio da América do Norte (NAFTA), que agora é conhecido como Acordo do Canadá, Estados Unidos e México (CUSMA).

Importações, divididas pelas Principais Fontes

A tabela a seguir apresenta detalhamento das principais fontes de importações canadenses por região e país. Valores em \$ CAD,

\$ 304 bilhões

Importações a partir dos Estados Unidos

Taxa de crescimento: 1%

A taxa de crescimento é a taxa composta de crescimento anual (CAGR) nos últimos cinco

África	2019	% do total das importações	Taxa de Crescimento	Ásia	2019	% do total das importações	Taxa de Crescimento
África do Sul	\$ 1.028.647.507	31%	3%	China	\$ 75.035.139.953	55%	3%
Costa do Marfim	\$ 546.626.581	16%	12%	Japão	\$ 16.529.721.904	12%	2%
Marrocos	\$ 463.152.675	14%	2%	Coreia Do Sul	\$ 9.670.334.015	7%	3%
Nigéria	\$ 294.706.357	9%	-22%	Vietnã	\$ 6.987.448.703	5%	11%
Tunísia	\$ 141.617.373	4%	11%	Taiwan	\$ 5.971.820.207	4%	2%
Total	\$ 3.359.209.209	100%		Total	\$ 135.913.209.997	100%	
América Latina	2019	% do total das importações	Taxa de Crescimento	Caribe	2019	% do total das importações	Taxa de Crescimento
México	\$ 36.949.961.764	73%	3%	República Dominicana	\$ 652.061.296	37%	-9%
Brasil	\$ 5.397.051.409	11%	8%	Cuba	\$ 570.780.726	32%	2%
Peru	\$ 3.590.247.501	7%	2%	Trinidade e Tobago	\$ 271.705.988	15%	-5%
Chile	\$ 1.645.475.204	3%	-2%	Haiti	\$ 120.908.015	7%	26%
Argentina	\$ 907.849.119	2%	-13%	Jamaica	\$ 113.542.763	6%	-14%
Total	\$ 50.429.727.756	100%		Total	\$ 1.770.522.932	100%	
Oriente Médio	2019	% do total das importações	Taxa de Crescimento	Europa	2019	% do total das importações	Taxa de Crescimento
Arábia Saudita	\$ 3.297.122.221	40%	11%	Alemanha	\$ 19.287.746.448	25%	2%
Turquia	\$ 1.964.255.862	24%	9%	Itália (incl. Estado da Cidade do Vaticano)	\$ 9.469.535.482	12%	5%
Israel	\$ 1.318.713.031	16%	2%	Reino Unido	\$ 9.240.564.153	12%	0%
Egito	\$ 1.051.061.943	13%	7%	França (incl. Mônaco, Antilhas Francesas)	\$ 8.693.799.664	11%	5%
Emirados Árabes Unidos	\$ 213.209.810	3%	9%	Bélgica	\$ 4.965.065.440	6%	18%
Total	\$ 8.334.298.404	100%		Total	\$ 77.789.169.590	100%	
Leste Europeu	2019	% do total das importações	Taxa de Crescimento	Outro	2019	% do total das importações	Taxa de Crescimento
Polónia	\$ 2.337.840.194	25%	6%	Austrália	\$ 2.337.864	50%	7%
Rússia	\$ 1.863.400.119	20%	12%	Noruega	\$ 1.522.779	32%	-2%
Hungria	\$ 921.995.272	10%	9%	Nova Zelândia	\$ 782.018	17%	3%
República Checa	\$ 818.665.440	9%	7%	Sérvia	\$ 67.538	1%	-3%
Eslováquia	\$ 725.236.528	8%	14%	Ilhas Faroé	\$ 4.467	0%	-20%
Total	\$ 9.260.643.293	100%		Total	\$ 4.714.666	100%	

Os dados incluem todos os setores

Fonte: Industry Canada (Indústria do Canadá), Trade Data Online (Dados de Comércio Online), 2019.

Importações por Setor



\$ 601 bilhões

Total das Importações do Canadá em 2019
Crescimento anual médio de 2% entre 2015 e 2019



Os dados incluem todos os setores

Fonte: Industry Canada (Indústria do Canadá), Trade Data Online (Dados de Comércio Online), 2019.



Webinars e Artigos Científicos com Informações Sobre o Mercado: www.tfocanada.ca

Os exportadores registrados online para os serviços de informações comerciais do TFO Canadá têm acesso gratuito a mais de 22 artigos científicos com [informações sobre o Mercado do Canadá](#) específicos para diferentes setores, bem como [webinars](#) (seminários na internet) conduzidos por especialistas em comércio no Canadá. Essas ferramentas oferecem informações mais detalhadas sobre cada setor canadense, incluindo tamanho do mercado, tendências de consumo, regulamentações e rota para o mercado.

Destaque: Três Setores Importadores Importantes para Países em Desenvolvimento

Importações Agroalimentares

- O Canadá importou US \$ 11,2 bilhões em produtos agroalimentares (frutas e vegetais frescos e processados) em 2019.
- Metade é fornecida pelos Estados Unidos, o restante por mais de 190 países.
- Canadá importou US \$ 10 bilhões em alimentos orgânicos em 2019.
- Metade foi fornecida pelos Estados Unidos, seguidos pela América Latina - México, Guatemala, Colômbia, Peru e Chile.

Importações de vestuário e têxteis

- O Canadá importou US \$ 14 bilhões em vestuário e tecidos em 2019.
- Metade é fornecida pela China, Bangladesh, Vietnã e Camboja.
- Vendas crescentes nos Estados Unidos, Índia, Indonésia, México e Sri Lanka.

Importações de decoração para casa

- O Canadá importou US \$ 3 bilhões em itens de decoração para casa em 2019.
- Metade é fornecida pelos Estados Unidos, Reino Unido e Alemanha.
- Vendas crescentes da China, Austrália, Hong Kong, Itália, França e Colômbia.

Fontes: [Trade Data Online](#) Dados de Comércio Online 2020

Excluindo produtos minerais (Códigos 26-27 e 71-80, 93 do Sistema Harmonizado)
Fonte: TFO (Órgão de Facilitação do Comércio) Canadá, Industry Canada (Indústria do Canadá), Trade Data Online (Dados de Comércio Online), 2019

6 Mercados Regionais



As 10 províncias e três territórios do Canadá podem ser divididos em cinco mercados regionais:

Não.	Região	Províncias e Territórios Abrangidos
1	Costa Leste ou Costa do Atlântico do Canadá	New Brunswick, Ilha do Príncipe Eduardo, Nova Escócia, Terra Nova e Labrador
2	Canadá Central	Ontário, Quebec
3	The Prairie provinces (As províncias da pradaria)	Manitoba, Saskatchewan
4	Canadá Ocidental	Alberta, Colúmbia Britânica
5	Norte Canadense	Yukon, Territórios do Noroeste, Nunavut

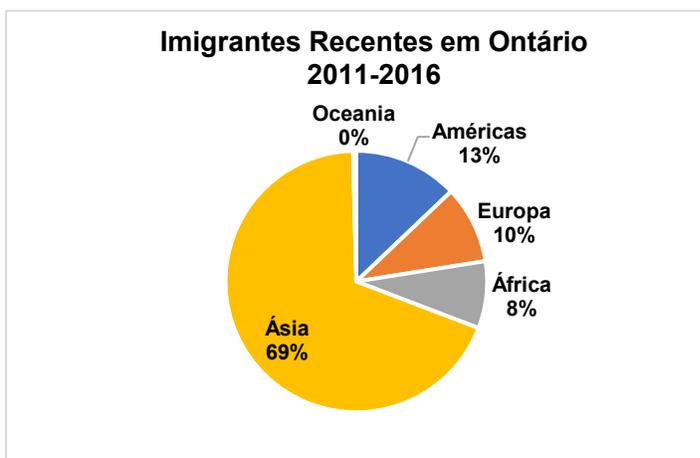
Ontário

- 39% da população do Canadá (14,5 milhões)
- 63,6% do total das importações (\$ 315)
- 37% do PIB (\$ 744 bilhões)

Fonte: Statistics Canada, Estimativas da população por idade e sexo para o Canadá, atualizado em 2018.
Trade Data Online (Dados Online Sobre Comércio) 2019. Statista. Canadá: Produto Interno Bruto (PIB) real, por província 2019.

Oportunidades

Produtos de Luxo: As províncias de Ontário e Alberta abrigam 64% das pessoas que compõem a faixa de 1% dos canadenses com maior renda (que ganham \$ 191.000 ou mais por ano)⁶⁶. A maioria mora em Toronto, o que torna esta cidade um centro de produtos de luxo.



Fonte: Statistics Canada. [Censo de 2016](#). O censo será atualizado em 2021.

Produtos de Diferentes Etnias: Ontário atrai mais imigrantes do que qualquer outra província ou território. Com um número grande de pessoas vindas de todos os cantos do mundo, a província oferece grandes oportunidades para a introdução de novos produtos étnicos, não apenas para grupos étnicos, mas também para consumidores do mercado em geral.

Halal: 47% da população muçulmana do Canadá vive em Toronto e 61% na província de Ontário; Toronto tem a maior concentração de população muçulmana na América do Norte⁶⁷.

Toronto sedia o maior festival de comida halal da América do Norte, o Toronto Halal Food Festival, atraindo cerca de 27.000 visitantes a cada ano⁶⁸. O último evento ocorreu em julho de 2019. Em agosto de 2020, ainda não havia informações sobre as datas para 2020.

Toronto

População: 6 milhões

Toronto é o maior centro urbano do Canadá, a capital da província de Ontário e o motor da base industrial da província. É também o centro financeiro e de negócios do Canadá, ao sediar mais da metade das principais empresas, bancos e instituições financeiras do país. A cidade abriga mais importadores e departamentos de compras dos principais varejistas canadenses do que qualquer outra, tornando-a um ponto focal para aqueles que desejam começar a exportar para o Canadá. Toronto é conhecida como uma das cidades mais multiculturais do mundo, sendo um em cada dois de seus habitantes nascidos fora do Canadá⁶⁹.

⁶⁶ Statistics Canada. [Educação e ocupação de canadenses de alta renda](#). Modificado em julho de 2018.

⁶⁷ Nourish Food Market ("Mercado de Alimentos Nutritivos"). [Mercado Halal Canadense: Ideias e Oportunidades](#).

⁶⁸ Para obter mais informações, visite www.halalfoodfestto.com.

⁶⁹ Fatos sobre Diversidade, 2015. [Cidade de Toronto](#)

Ottawa – Gatineau

População: 1,3 milhões

Ottawa, a capital nacional do Canadá, está localizada na fronteira das províncias de Ontário e Quebec. Dessa forma, sua economia está intimamente ligada à de seu vizinho do outro lado do rio Ottawa, Gatineau. Em todo o seu conjunto, essa área é conhecida como Região da Capital Nacional (ou National Capital Region). Sua população vive e trabalha além da fronteira da província e geralmente possui um alto nível de escolaridade, além de falar dois idiomas (francês e inglês). Ottawa é um dos mercados urbanos mais ricos do Canadá, sendo o governo federal e empresas de tecnologia seus maiores empregadores.

Outras Cidades Importantes

A área de Kitchener-Cambridge-Waterloo teve o crescimento populacional mais rápido no Canadá em 2019, de 2,8%⁷⁰.

Hamilton, Kitchener–Cambridge–Waterloo, London, St. Catharines, Oshawa, Windsor, Kingston.

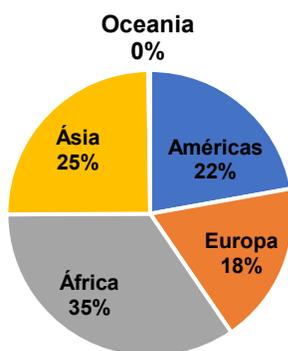
Quebec

- 23% da população do Canadá (8,4 milhões)
- 13,7% do total das importações (\$ 68 bilhões)
- 19% do PIB (\$ 377 bilhões)

Fonte: Statistics Canada, Estimativas da população por idade e sexo para o Canadá, atualizado em 2018. Trade Data Online (Dados Online Sobre Comércio) 2019. Statista. Canadá: Produto

Francês e Inglês

Imigrantes Recentes em Quebec 2011-2016



Fonte: Statistics Canada. [Censo de 2016](#). O censo será atualizado em 2021.

A província de Quebec, onde o francês é amplamente falado, costuma ser o primeiro ponto de entrada para fornecedores de países de língua francesa. No entanto, o inglês também é amplamente usado no setor comercial de Quebec e é falado pela maioria dos compradores.

Oportunidades

Alimentação Gourmet: Quebec é conhecida por sua cultura com diferentes tipos de culinária e amor pelo vinho, com sabores mais europeus do que o resto do Canadá. Os consumidores estão abertos a sabores novos e exóticos, com forte preferência por alimentos gourmet e orgânicos.

Varejistas independentes: Quebec é a única província com maior porcentagem de lojas independentes de varejo do que de grandes redes. Isso é particularmente verdadeiro para mercearias ou supermercados gourmet, boutiques de moda e showrooms de design que oferecem produtos exclusivos e sofisticados a um preço premium.

⁷⁰ Statistics Canada. [Estimativas da população do Canadá: Áreas sub-provinciais](#), 1º de julho de 2019.

Comunidades Africanas e Haitianas: Quebec é o lar de grandes comunidades de diferentes gerações de imigrantes dos países francófonos da África Ocidental e do Norte (por exemplo, Marrocos, Tunísia), Ásia (Vietnã) e da Europa (Suíça, França, Bélgica), bem como do Haiti. A mistura cultural em Quebec é, portanto, bastante diferente do que no resto do Canadá, onde outras culturas são mais prevalentes.

Montreal

População: 4 milhões

Montreal é o segundo maior centro urbano do Canadá e uma das maiores cidades de língua francesa do mundo. É uma cidade rica, com consumidores sofisticados. Existe nela número significativo de grandes corporações e importadores, que operam especialmente com tecnologia da informação e comunicação, alimentos, transporte, produtos eletrônicos, moda, engenharia, aeroespacial, produtos farmacêuticos e serviços financeiros. Com seu importante porto e um número significativo de importadores, Montreal é o ponto focal para fornecedores que desejam entrar no mercado de Quebec. Por ser um mercado menor do que o da província de Ontário, a província de Quebec é frequentemente vista como um bom ponto de entrada, especialmente para as PMEs que talvez queiram iniciar suas exportações com um segmento ou subsegmento menor do mercado.

Outras Cidades Importantes

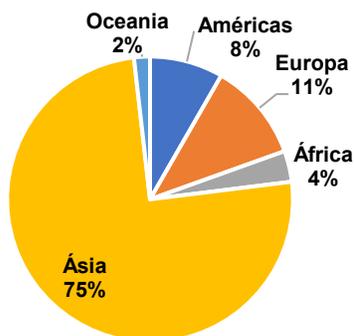
Québec, Laval, Gatineau, Longueuil, Sherbrooke

Colúmbia Britânica

- 13% da população do Canadá (5 milhões)
- 9,6% do total das importações (\$ 48 bilhões)
- 11% do PIB (\$ 215 bilhões)

Fonte: Statistics Canada, Estimativas da população por idade e sexo para o Canadá, atualizado em 2018. Trade Data Online (Dados Online Sobre Comércio) 2019. Statista. Canadá: Produto Interno Bruto (PIB) real, 2019.

Imigrantes Recentes na Colúmbia Britânica 2011-2016



Oportunidades

Comunidade Asiática: Vancouver é considerada a cidade mais asiática fora da Ásia. Quase metade (42%) de sua população é de herança asiática, com os maiores grupos sendo originários da China, Índia e Filipinas⁷¹.

Alimentação Saudável: A costa oeste do Canadá é conhecida por sua preferência por alimentos saudáveis, naturais e orgânicos. Os residentes da província de Colúmbia Britânica compram mais produtos frescos do que o resto do Canadá.

Consciência ecológica: A Colúmbia Britânica tem uma forte reputação de consciência ambiental e é considerada a província mais ecologicamente correta do Canadá. A capital, Victoria, é conhecida como a "Cidade dos Jardins"⁷².

Fonte: Statistics Canada. [Censo de 2016](#). O censo será atualizado em 2021.

⁷¹ Statistics Canada, [Focus on Geography Series](#) (Série Foco na Geografia), Censo 2016

⁷² Statistics Canada. [Tabela 11-10-0125-01 - Detalhamento de despesas com alimentos. Canadá, regiões e províncias](#). 2013-2017

A província também é conhecida por suas muitas ciclovias nas comunidades, contribuindo para o estilo de vida saudável dos canadenses que nela vivem.

Vancouver

População: 631.486 (Censo Canadense de 2016)

Cidade portuária na costa do Pacífico, na parte oeste do país, Vancouver é o maior mercado urbano do oeste do Canadá. Conforme mencionado acima, durante décadas, grande número de imigrantes asiáticos estabeleceu-se na cidade, transformando sua mistura étnica e cultural. Em razão do aumento substancial na população de Vancouver, verificou-se um aumento drástico nos preços das residências e dos imóveis comerciais nas últimas duas décadas.

Vancouver surgiu e cresceu graças à silvicultura e à mineração, mas, na última década, diversificou sua economia para incluir produção de cinema e televisão, bancos, contabilidade e tecnologia. A cidade conta com número significativo de importadores (embora menos do que Toronto e Montreal) e é o ponto de entrada da maioria das exportações asiáticas para o Canadá.

Outras Cidades Importantes

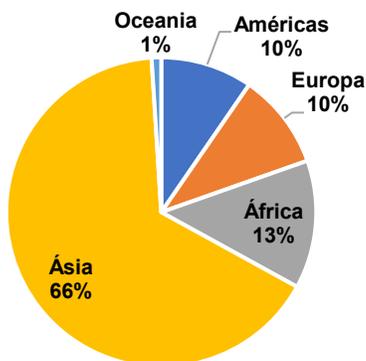
Victoria, Surrey, Burnaby, Richmond, Abbotsford.

Alberta

- 12% da população do Canadá (4,3 milhões)
- 4% do total das importações (\$ 20,9 bilhões)
- 17% do PIB (\$ 334 bilhões)

Fonte: Statistics Canada, Estimativas da população por idade e sexo para o Canadá, atualizado em 2018. Trade Data Online (Dados Online Sobre Comércio) 2019. Statista. Canadá: Produto Interno Bruto (PIB) real, por província 2019,

**Imigrantes Recentes em Alberta
2011-2016**



Oportunidades

Produtos de Luxo: Alberta é a província produtora de energia do Canadá, além de ser a região onde está baseada a indústria do petróleo. A província possui renda acima da média e uma concentração de riqueza, atraindo varejistas de produtos de luxo. A Nordstrom, cuja sede está localizada nos Estados Unidos, abriu sua primeira loja canadense em Calgary, onde as vendas por metro quadrado superaram a média de suas lojas americanas em 2013⁷³. Nos últimos anos, e com a queda nos preços mundiais do petróleo, a província sofreu economicamente. Agravado pela pandemia, o desempenho econômico da província continua fraco.

Crescimento populacional: Na província de Alberta, o crescimento populacional se recuperou com um pequeno aumento de 1,5% em 2017/2018, após uma desaceleração de quatro anos⁷⁴ devida à crise do

⁷³ Marina Strauss, "Adotando uma estratégia cautelosa, a Nordstrom abre a sua segunda loja no Canadá", *Globe & Mail* (4 de março de 2015)

⁷⁴ Statistics Canada. [Estimativas Demográficas Anuais: Canadá, Províncias e Territórios \(Apenas a População Total\)](#), 2018

petróleo. Isso se deve em parte ao setor de energia, onde a migração depende do desempenho do setor e da disponibilidade de empregos.

Fonte: Statistics Canada. [Censo de 2016](#). O censo será atualizado em 2021.

Calgary

População: 1,4 milhão

Por causa da indústria do petróleo, Calgary tem sido tradicionalmente um importante centro econômico no oeste do Canadá. A cidade abriga a maioria das empresas de petróleo e gás do Canadá, bem como um número crescente de fornecedores de serviços e tecnologia avançada que dão suporte a esse setor.

Acredita-se que a pandemia da COVID-19 terá um impacto negativo sobre a indústria do petróleo, bem como sobre outros setores da economia. Muitos produtores de petróleo anunciaram cortes de bilhões de dólares em seus orçamentos, para administrar os preços mais baixos do petróleo enquanto a demanda global por energia despenca⁷⁵.

Outras Cidades Importantes

Edmonton, Red Deer, Lethbridge.

Las Pradarias

- Províncias de Manitoba e de Saskatchewan
- 7% da população do Canadá (2,5 milhões)
- 5,8% do total das importações (\$ 30,6 bilhões)
- 7% do PIB (\$ 145 bilhões)

Fonte: Statistics Canada, Estimativas da população por idade e sexo para o Canadá, atualizado em 2018. Trade Data Online (Dados Online Sobre Comércio) 2019. Statista. Canadá: Produto Interno Bruto (PIB) real, por província 2019.

Historicamente, as Pradarias têm sido dominadas pela pecuária e agricultura, especialmente a produção de grãos. Nos últimos anos, as descobertas de minerais e novos investimentos no setor de transporte e armazenamento estão estimulando a urbanização e o crescimento. A população de Saskatoon, na província de Saskatchewan, cresceu mais de 2% em 2019, tornando-se a quarta área de crescimento mais rápido no Canadá⁷⁶. Parte desse crescimento está sendo impulsionado pela nova estratégia de imigração de Saskatchewan, que oferece uma série de incentivos para os imigrantes que se estabelecem na província.⁷⁷

Costa Canadense do Atlântico

- Províncias: New Brunswick, Prince Edward Island, Nova Scotia e Newfoundland and Labrador
- 6,4% da população do Canadá (2,4 milhões)
- 2,3% do total das importações (\$ 12,5 bilhões)
- 5% do PIB (\$ 105,8 bilhões)

A economia da região do Atlantic Canada ("Costa Canadense do Atlântico") é amplamente baseada na pesca e na agricultura. Essa é tradicionalmente a região mais rural e menos diversificada do Canadá. Nos últimos anos, o setor de petróleo e gás tem contribuído significativamente para o crescimento, especialmente na região de Terra Nova e Labrador. Em vista de sua proximidade, as províncias do Atlântico também têm uma longa história de comércio com os países do Caribe.

⁷⁵ CBC [As estimativas de gastos com petróleo e gás foram ajustadas para baixo devido à continuação das incertezas](#), Junho de 2020.

⁷⁶ Statistics Canada. [Estimativas da população do Canadá: Áreas sub-provinciais](#), 1º de julho de 2019.

⁷⁷ [Governo de Saskatchewan](#), Estratégia de Imigração de Saskatchewan, 2012

Halifax

População: 437.479

Halifax é a maior cidade na Costa Canadense do Atlântico. Como capital da Nova Scotia ("Nova Escócia"), é uma importante cidade portuária e o mais importante centro de comércio da região. A economia da cidade é baseada na pesca e no transporte marítimo, complementada pela agricultura, silvicultura e manufatura.

Outras cidades nas províncias do Atlântico: St. John's (Terra Nova e Labrador), Moncton (New Brunswick), Fredericton (New Brunswick), Charlottetown (Ilha do Príncipe Eduardo).

Os Territórios

- Territórios: Yukon, Northwest Territories, Nunavut
- 0,3% da população do Canadá (124.460)
- 0,015% do total de importações (\$ 76.000)
- 0,5% do PIB (\$ 10 bilhões)

Fonte: Statistics Canada, Estimativas da população por idade e sexo para o Canadá, atualizado em 2018. Trade Data Online (Dados Online Sobre Comércio) 2019. Statista. Canadá: Produto Interno Bruto

Os três territórios de Yukon, Nunavut e os territórios do Noroeste formam a região mais setentrional do Canadá, alcançando a fronteira do Ártico. Com seu clima frio e remoto, eles representam apenas uma pequena proporção da população e da atividade comercial do Canadá. Contudo, tais territórios têm forte potencial de crescimento em mineração, petróleo e gás, pesca e turismo.

7 Responsabilidade Social Empresarial (RSE ou CSR na sigla em inglês)

Implementando Programas de Responsabilidade Social Empresarial (RSE)

Por que a RSE é importante?

Demonstrar a adoção de práticas de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) torna-se cada vez mais importante ao fazer negócios com empresas canadenses. Empresas, governos, compradores e consumidores estão procurando comprar produtos e serviços produzidos de maneira social e ambientalmente responsável. Espera-se cada vez mais que fornecedores tenham bom desempenho em questões relacionadas a RSE, incluindo no que diz respeito ao impacto ambiental de sua produção e à saúde, à segurança e aos direitos de seus trabalhadores. Para conseguir acesso aos mercados canadenses, os exportadores devem estar prontos para atender às expectativas de RSE dos compradores locais.

Como as PMEs exportadoras podem implementar programas de RSE?

Faça o download do nosso [guia completo](#) ou assista aos nossos [webinars](#) recentes para saber como exportadores de pequenas e médias empresas (PMEs) podem entender, documentar e divulgar melhor seu desempenho em relação à Responsabilidade Social Empresarial para os compradores canadenses.



Sistemas de Gestão Ambiental (SGA)

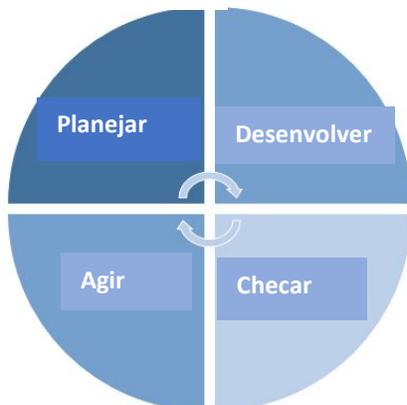
Por que os SGAs são importantes?

Um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) é uma abordagem sistemática para melhorar o desempenho ambiental. À medida que a preocupação com a mudança climática e a degradação ambiental aumenta em todo o mundo, os consumidores e os governos exercem mais pressão sobre as empresas para reduzir sua pegada ambiental. O governo canadense tem a obrigação de garantir que todos os produtos importados cumpram as regulamentações ambientais, como as de substâncias tóxicas, para proteger a saúde dos

cidadãos canadenses e o meio ambiente. Para entrar no mercado canadense, os exportadores devem cumprir os requisitos ambientais dos compradores canadenses e inspetores do governo.

O Ciclo de Melhoria Contínua do SGA

- Compromisso da alta direção e desenvolvimento de políticas
- Identificar interações significativas com o meio ambiente e requisitos legais
- Fazer a revisão periódica de desempenho e fazer os ajustes necessários em políticas, planos, responsabilidades da alta direção, procedimentos e aferição do desempenho



- Definir responsabilidades, implementar planos e procedimentos para reduzir impactos e gerenciar riscos, realizar treinamentos
- Desenvolver procedimentos de documentação e emissão de relatórios
- Auditar o desempenho em comparação com metas e objetivo
- Monitorar o andamento e garantir que ações são tomadas para impulsionar a melhoria

Como os exportadores de PMEs podem implementar SGAs?

Faça o download do nosso [guia completo](#) para descobrir como exportadores de PMEs podem implementar SGAs com sucesso e demonstrar que possuem desempenho ambiental adequado para compradores canadenses.

Certificações

Além de cumprir as leis e regulamentações canadenses, que são obrigatórias, pode ser aconselhável que os exportadores obtenham certificações adicionais de terceiros. Essas certificações voluntárias podem aumentar a confiança na qualidade do seu produto. Setenta e quatro por cento dos canadenses consideram a sustentabilidade do produto importante, seja ela ambiental ou concernente à responsabilidade social⁷⁸. Além disso, a Fairtrade Canada relatou, em 2018, que 7.000 produtos, desde café até flores, possuíam a certificação Fairtrade no mercado canadense, e esse número continuou a crescer⁷⁹.

Abaixo estão alguns exemplos de certificações voluntárias comumente usadas no Canadá:

Multissetorial



www.fairtrade.ca

Cacau, café, algodão, flores, frutas, grãos (arroz / quinoa), temperos e ervas, nozes, sementes oleaginosas, coco, bolas esportivas, açúcar, chá, vinho



www.rainforest-alliance.org

Bananas, cacau, café, samambaias e flores de corte, óleo de palma, chá, silvicultura, turismo



[Programa EcoLogo do Canadá](#)
Sustentabilidade Ambiental



www.iso.org

International Organisation for Standardization (Organização Internacional para a Padronização)

⁷⁸ Setor Fabril do Canadá. [A maioria dos canadenses está disposta a pagar mais por produtos embalados de forma sustentável](#). Novembro de 2019.

⁷⁹ Fairtrade Canada. [Comprando Fairtrade](#) (produtos fabricados e vendidos de acordo com práticas de comércio justo).

Alimentos e Bebidas



www.globalgap.org
Abrange rastreabilidade e segurança alimentar



www.haccpalliance.org
Sistemas de segurança alimentar e prevenção de perigos



Marine Stewardship Council (Conselho de Administração Marinha)
www.msc.org
Peixes e frutos do mar produzidos de forma sustentável



[Produtos orgânicos](#) canadenses com 95% ou mais de conteúdo orgânico



[Iniciativas globais de segurança alimentar](#)

Floricultura, Horticultura e Silvicultura



www.florverde.org
(Colômbia)



www.veriflora.com
(Equador)



FSC - Forest Stewardship Council (Conselho de Gestão Florestal)
ca.fsc.org



www.sfiprogram.org

Materiais de Construção



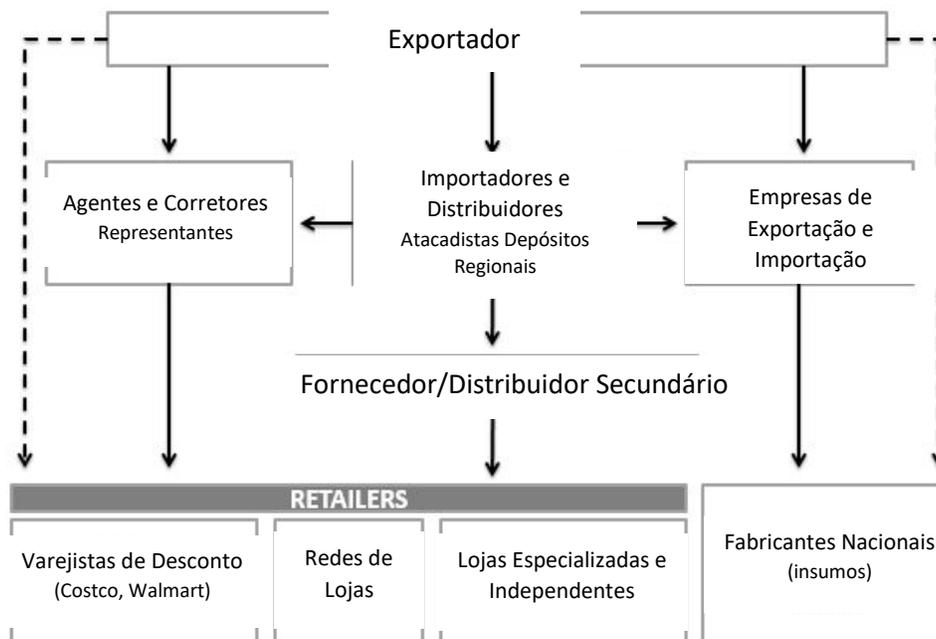
[Carpet and Rug Institute \(Instituto de Tapetes e Carpetes\): Rótulo verde "Green Label Plus"](#)
(qualidade do ar em ambientes fechados)

8 Rota para o Mercado

Canais de Distribuição

Exportação Direta ou Indireta

Os exportadores devem decidir se exportam diretamente para um importador, distribuidor ou varejista no Canadá, ou se exportam indiretamente por meio de intermediários em seu próprio país ou no Canadá, como distribuidores, agentes e despachantes ou empresas de importação/exportação. Cada opção tem prós e contras. Em geral, se você for novo no mercado canadense, é aconselhável fazer uma parceria com intermediários em seu país de origem ou no Canadá. Esses intermediários são pessoas e empresas familiarizadas com o mercado canadense e que, mediante o pagamento de uma taxa, trabalharão para representá-lo e vender seus produtos a compradores no Canadá. Se você tiver mais experiência, poderá optar por exportar diretamente para os compradores, incluindo importadores e varejistas e, às vezes, até mesmo para os consumidores finais (embora essa opção geralmente não seja viável financeiramente). O que é importante observar é que os importadores normalmente compram seus produtos e os revendem aos varejistas. Os agentes, por outro lado, não tomam posse de suas mercadorias fisicamente e geralmente cobram uma comissão percentual sobre os produtos que vendem em seu nome. Se você fizer uma parceria com um agente, provavelmente enviará diretamente para o cliente do agente. Mais informações estão disponíveis abaixo.



Margens ao Longo da Cadeia de Distribuição

Em geral, as margens dos agentes são em média de 10% a 15%, as margens dos importadores ou atacadistas, de 30% e as margens dos varejistas, de 30 a 40%. O aumento na concorrência de preços é um tema muito presente em todos os setores do mercado canadense, geralmente impactando negativamente as margens cobradas. A consolidação do mercado é outro fenômeno que reduz as margens de lucro; com os varejistas maiores procurando evitar os atacadistas em busca de mais economias de custo.

Importadores e Distribuidores

Um importador ou distribuidor é uma pessoa ou empresa que compra seus produtos e serviços para revender na cadeia de distribuição canadense. A maioria dos produtos é exportada para o Canadá por meio de um importador que vende diretamente a um varejista ou por meio de um "broker" (um operador intermediário). A vantagem desse tipo de intermediário é que o distribuidor pode fornecer serviços pós-venda, como garantias e reparos, mediante uma taxa. Lembre-se de que os distribuidores também definem o preço de venda, o que pode reduzir as suas margens de lucro. Muitos importadores visitarão as instalações de produção do novo exportador para avaliar suas capacidades, na expectativa de desenvolver um relacionamento sólido e de longo prazo.

Os serviços incluem:*

- Garantias e reparos
- Oferecimento de financiamento aos compradores
- Definição do preço de venda

Encontre Contatos:

- [Banco de Dados de Importadores Canadenses](#)
- [Capacidades das Empresa Canadenses](#)

Agentes e Brokers (Representantes)

Você pode contratar um agente para celebrar acordos contratuais e de vendas no Canadá em seu nome. Um agente fecha pedidos de clientes canadenses para sua empresa em troca de uma comissão. Os "brokers" (ou operadores intermediários) oferecem o mesmo serviço mediante uma comissão, mas tendem a trabalhar em uma área geográfica específica e em categorias específicas de produtos. A maioria dos alimentos e itens especiais entram no Canadá por meio de um agente ou broker, que vende diretamente aos varejistas. Por exemplo, um agente pode oferecer a venda para clientes na província de Ontário, mas não em outros lugares do Canadá, o que lhe dá a opção de encontrar um agente em outras províncias canadenses. Por outro lado, podem-se encontrar agentes que trabalhem em todo o país e que comercializem nacionalmente.

Os serviços incluem:

- Assessoria em financiamento e transporte
- Desembaraço alfandegário
- Cobrança
- Obtenção de acesso a clientes locais
- Pesquisa de mercados
- Fornecimento de informações sobre tradições culturais, leis e práticas comerciais locais

Empresas de Exportação e Importação ("Trading Houses")

As empresas de importação e exportação ("trading houses") são intermediárias no seu país origem que comercializam os produtos da sua empresa no exterior. Elas podem ser um exportador, importador ou operador comercial que compra e vende mercadorias para outras empresas. Existem dois tipos de empresas de exportação/importação (ou "trading houses"): sociedades mercantis principais ou sociedades mercantis de exportação que compram produtos diretamente dos fornecedores; e agentes que vendem produtos por uma comissão. As empresas de importação/exportação geralmente se especializam em um determinado setor ou mercado estrangeiro. Elas também consolidam remessas de outros exportadores no país de origem.

Os serviços incluem:

- Obtenção de transporte
- Pesquisa de mercado
- Exposição em feiras
- Preenchimento da documentação necessária
- Contratação de distribuidores
- Publicidade

**Nota: Os serviços oferecidos por cada intermediário dependem do contrato negociado e dos incoterms utilizados para o envio. Recomenda-se que os exportadores consultem um advogado especializado em comércio para obter mais orientações.*

Varejistas

Os varejistas multinacionais e grandes varejistas nacionais no Canadá podem comprar diretamente de exportadores em alguns setores e usar agentes/"brokers" (operadores intermediários) em outros setores. Diversos grupos de compra (como United Grocers Inc. e Distribution Canada Inc. para alimentos) permitem que grandes e pequenos varejistas comprem juntos, como grupos.

O mercado de varejo do Canadá é altamente concorrido e tem muitos atores. As páginas a seguir oferecem uma visão geral dos maiores varejistas que operam no Canadá. Com o surgimento da COVID-19, o setor de varejo no Canadá, como na maioria dos outros países, foi duramente atingido. Consequentemente, acredita-se que diversos varejistas menores, bem como redes, podem entrar em colapso.

VAREJISTAS DE DESCONTO



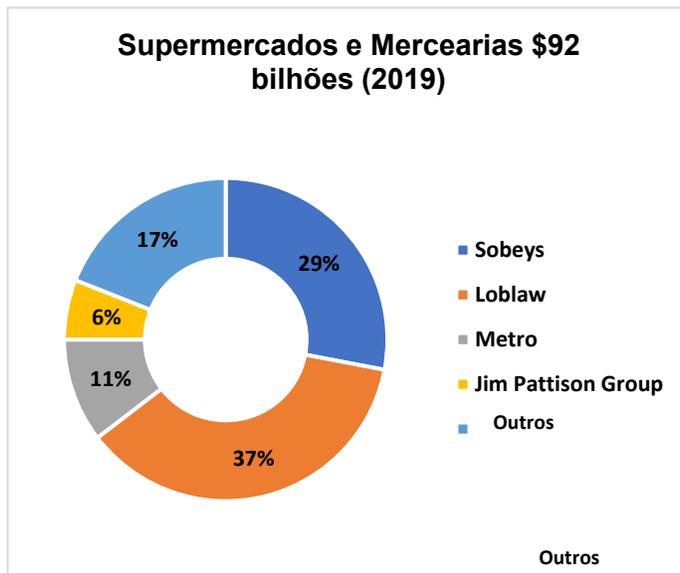
LOJAS DE DEPARTAMENTO



Supermercados e mercearias

Tem-se registrado expressivo aumento nas vendas do setor canadense de supermercados e mercearias, especialmente durante a pandemia da COVID-19. Isso se deve, em parte, às compras em grandes quantidades, no contexto do pânico que se instalou ao se iniciar o isolamento social e, ainda, ao fato de o fechamento de restaurantes ter levado os consumidores a comprar mais para cozinhar em casa⁸⁰. Antes da COVID-19, entre 2015 e 2019, o setor de supermercados e mercearias crescia a um ritmo constante, com uma taxa anual de 2%⁸¹.

O setor multibilionário de alimentos do Canadá está passando por uma consolidação, com os três principais varejistas comprando empresas para operar sob várias bandeiras a fim de atingir diferentes segmentos de mercado:



Fonte: IBIS World. Canada Industry (NAICS) Relatório 44511CA. [Supermercados e Mercearias no Canadá \(Supermarkets & Grocery Stores in Canada\). Agosto de 2020.](#)



O maior supermercado do Canadá

Bandeiras: Loblaws, Extra Foods, Arz Fine Foods, Independent City Market, Real Canadian Superstores, City Market, Bloor Street Market, Fortinos, Independent, Valu-Mart, Zehrs, Maxi, Provigo, Wholesale Club, Atlantic Superstores, Real Canadian Liquorstore, Real Canadian Superstore, The Affiliated Independent Group, Shoppers Drug Mart, T&T Supermarket.



O Maior Supermercado de Quebec

Bandeiras: Metro, Metro Plus, Super C, Food Basics, Adonis, Première Moisson, Jean Coutu, e Brune. Assim como o concorrente Loblaws, o Metro se consolidou e diversificou comprando participação em redes de padarias, drogarias e lojas de alimentos étnicos como a Adonis, a qual atende principalmente a um segmento de produtos étnicos do Oriente Médio, embora também seja muito popular entre os consumidores tradicionais.



Bandeiras: Sobeys, Fresh Co, IGA, IGA Plus, Lawtons Drugs, Foodland, Price Chopper, Thrifty Foods, Safeway, Rachelle Béry, Marché Bonichoix, Needs Convenience, e Les Marchés Tradition.

Independentes:

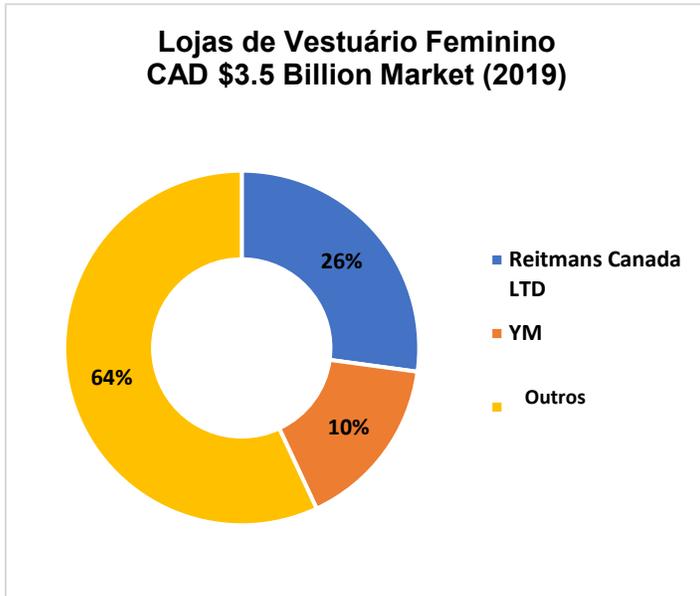
A [Canadian Federation of Independent Grocers](#) (Federação Canadense de Supermercados Independentes) representa mais de 6.900 supermercados independentes em todo o Canadá. Um dos maiores supermercados independentes é o Overwaita Food Group, no oeste do Canadá, o qual opera com as seguintes bandeiras: Save-On-Foods, Urban Fare, PriceSmart Foods e Bulkley Valley Wholesale.

⁸⁰ IBIS World. Canada Industry (NAICS) Relatório 44511CA. [Supermercados e Mercearias no Canadá \(Supermarkets & Grocery Stores in Canada\). Agosto de 2020.](#)

⁸¹ Ibid.

Outros dos principais supermercados especializados incluem o Longo Brothers Fruit Markets (Toronto), Pete's Fine Foods (Nova Scotia), Fresh Street Market (Vancouver), e Farm Boy (Western/Central Ontario).

Moda e vestuário



Fonte: IBIS World. [Relatório da Indústria do Canadá \(NAICS\) 44812CA](#). Agosto de 2020.

O Canadá é um dos maiores mercados de vestuário do mundo. A maior parte das roupas que chegam ao país é importada. Em 2019, as vendas totais no varejo totalizaram US\$ 28 bilhões⁸²; e a indústria de roupas femininas estava estimada em CAD \$ 3,5 bilhões⁸³. Embora os números pareçam elevados ao longo dos últimos cinco anos, a indústria de vestuário (especialmente lojas de roupas femininas) registrou queda anual de -15,1%⁸⁴. O declínio deve-se à crescente concorrência externa e à mudança no comportamento e nos hábitos do consumidor. Este ano, houve um declínio mais drástico, que os especialistas atribuem diretamente à pandemia da COVID-19. Embora as vendas no varejo online tenham sido maiores do que a média, prevê-se que o surto representará desafios ainda maiores para os operadores da indústria, já que alguns fabricantes tiveram de fechar temporariamente.

Reitmans

Marcas: Reitmans, RW & Co., e Penningtons, .

YM Inc.

Marcas: Suzy, Stitches, Urban Planet, Bluenotes, Siblings, Sirens, West 49/Amnesia, Aeropostale, e Urban Kids.

Outros

Groupe Dynamite, Laura Canada

Independentes: A [Federação Canadense de Vestuário](#) representa grandes e pequenos varejistas na indústria de moda e vestuário do Canadá.

Participação de mercado para outros segmentos de lojas de roupas em 2019:

- Roupas Masculinas: (mercado de \$ 1,7 bilhão) Harry Rosen (20,5%), Moores (15,9%)
- Roupas para a Família: (mercado de \$15 bilhões) TJX-Marshalls, Winners (18,5%), Gap Inc. (10%)
- Roupas Infantis: (mercado de \$1,1 bilhão), Carters (32,6%), Gap Inc. (13%), The Children's Place (7%)

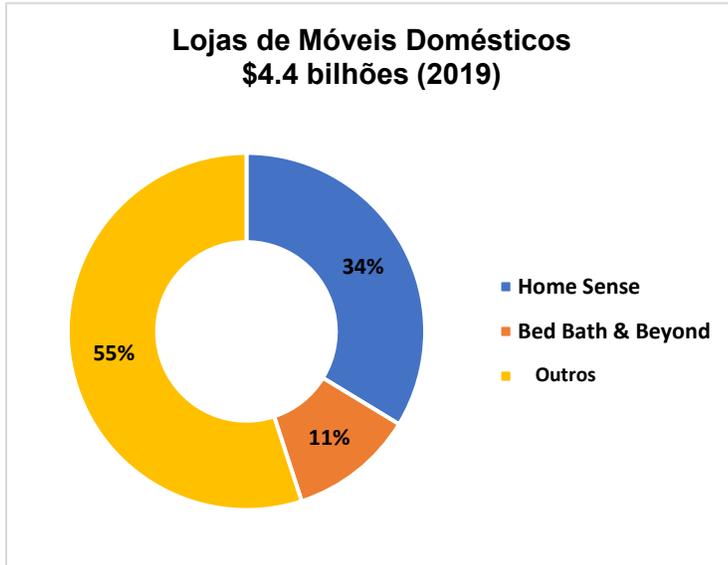
Fonte: IBIS World Industry Reports (Relatórios da Indústria - IBIS World) 44811CA, 44814CA e 44813CA, 2020.

⁸² Just-style. [Mercado de roupas do Canadá - Principais tendências de vendas e compras](#). Maio de 2020.

⁸³ IBIS World. [Relatório da Indústria do Canadá \(NAICS\) 44812CA](#). Agosto de 2020.

⁸⁴ ibid.

Produtos de Decoração para Casa



Nos últimos cinco anos, o setor de móveis domésticos não teve um bom desempenho no mercado canadense, sofrendo queda anual de -3,4% no período de 2015 a 2020 (os valores de 2020 são uma estimativa)⁸⁵. Projeta-se que a receita da indústria irá diminuir em 2020, com uma contração esperada de 12,5%⁸⁶. O declínio em 2020 pode ser atribuído à pandemia da COVID-19, dado que, com muitas pessoas perdendo seus empregos, haverá uma diminuição da renda disponível.

Empresas como a Home Sense (marca de decoração para casa da Winner, de propriedade da TJX Companies) e a Bed Bath & Beyond são varejistas com sede nos Estados Unidos que operam no Canadá.

Essas empresas continuam a ter grande participação no mercado canadense de móveis domésticos.

Fonte: IBISWorld. [Relatório da Indústria do Canadá \(NAICS\) 44229CA](#), junho

⁸⁵ IBISWorld. [Relatório da Indústria do Canadá \(NAICS\) 44229CA](#), Junho de 2020.

⁸⁶ *ibid.*

Como encontrar compradores

Online	Ter uma boa presença online pode ajudar os compradores a encontrar sua empresa, seja por meio do site ou de seu perfil em mídias sociais. Você pode também usar recursos online para identificar potenciais compradores no Canadá. Os diretórios de feiras comerciais costumam ser listados online e podem ser úteis para essa finalidade.
Feiras	As feiras de negócios ainda são a principal forma de os compradores encontrarem fornecedores. A última pesquisa com consumidores feita pela revista Canadian Retail Magazine (Retail News) há mais de cinco anos observou que 98% dos compradores do <i>setor de brindes e decoração para casa</i> fizeram contato com os compradores por meio de feiras. Feiras locais, nacionais e internacionais geralmente reúnem mais fornecedores e produtos; e permitem que os compradores comparem, façam networking e negociem ⁸⁷ . Com a pandemia da Covid-19, o futuro desse tipo de atividade de busca por fornecedores certamente será afetado negativamente em ambas as frentes: os compradores provavelmente serão mais seletivos nas viagens para feiras de negócios; e, da mesma forma, também é possível que algumas feiras deixem de ser realizadas.
Revistas de Comércio	Os fornecedores podem anunciar seus produtos em revistas especializadas (publicações online e impressas). Algumas revistas especializadas oferecem assinaturas gratuitas para aumentar o número de leitores e comercializar suas publicações.
Diretórios	Os diretórios incluem listas de fornecedores disponíveis no banco de dados de uma organização. Frequentemente publicados por revistas especializadas, eles também podem ser encontrados online em alguns sites do governo ou de organizadores de feiras.

Fonte: Online Business Canada. [Encontre Fornecedores Atacadistas para sua Empresa Canadense](#). Maio de 2020.

1. Participe de uma Feira de Negócios Canadense

Depois da pandemia, as feiras de negócios canadenses provavelmente continuarão sendo um dos melhores lugares para encontrar compradores e realizar pesquisas de mercado. Normalmente, você pode comparecer como visitante ou adquirir um estande para expor seus produtos. As feiras de negócios canadenses existem em menor quantidade e são menores do que as dos Estados Unidos, da UE ou da Ásia, mas são um importante meio para a maioria dos varejistas encontrar fornecedores. Muitos compradores canadenses também visitam as principais feiras comerciais internacionais. A pandemia da COVID-19 causou o cancelamento de muitas feiras de negócios. Para enfrentar este desafio, os organizadores estão temporariamente realizando feiras virtuais que oferecem oportunidades de visibilidade. Se você não puder comparecer a uma feira, pode visitar o site da feira ou entrar em contato com os organizadores para obter uma lista de expositores, muitos dos quais serão importadores. Você também pode consultar o [calendário de eventos](#) online da TFO Canada para obter uma lista de feiras comerciais.

⁸⁷ Online Business Canada. [Encontre Fornecedores Atacadistas para sua Empresa Canadense](#). Maio de 2020.

2. Consulte Seus Representantes Comerciais

Sua Embaixada, Alto Comissariado ou Consulado no Canadá: Atuando como seus ouvidos e olhos no Canadá, representantes comerciais em sua Embaixada, Alto Comissariado ou Consulado podem ajudar a identificar potenciais importadores canadenses ou encaminhá-lo a consultores independentes capazes de fornecer (por uma taxa) uma lista de potenciais compradores canadenses. Você pode consultar a lista de [Representantes Estrangeiros credenciados no Canadá](#).

Embaixada canadense: A Embaixada do Canadá em seu país pode receber notificações prévias sobre visitas de compradores canadenses e pode ajudar a organizar reuniões de negócios. As informações de contato das embaixadas no exterior estão disponíveis no [Canadian Trade Commissioner Service](#).

3. Obtenha uma Lista de Possíveis Compradores

Você pode pesquisar sobre possíveis compradores no [Banco de Dados de Importadores Canadenses](#), que fornece informações sobre os principais importadores por grupos de produtos. Entre em contato com a associação comercial do seu segmento no Canadá (consulte o Anexo 2) e procure lista de associados no site da associação para possíveis informações. Listas de compradores canadenses que já negociaram com seu país podem estar disponíveis na(s) Câmara(s) de Comércio de seu país, na associação comercial bilateral do Canadá e seu país ou no ministério do comércio exterior ou organização nacional de promoção de exportação. Você também pode comprar diretórios como o [Retail Chains Directory](#) (Diretório de Redes de Varejo).

4. Aumente a sua Presença Online

Site na internet: É essencial ter um site profissional que forneça informações básicas sobre a sua empresa, informações sobre produtos e contatos com e-mail. Na maioria dos casos, o seu site é a primeira impressão da sua empresa para os compradores e tem um impacto substancial sobre a vontade deles de fazer negócios com você. Certifique-se de que seu site está atualizado, contém as informações necessárias e está sendo encontrado pelas principais ferramentas de busca.

Mídia Social: Você deve definitivamente ter um perfil no [LinkedIn](#), site de relacionamento de negócios muito usado pelos profissionais de negócios no Canadá. O LinkedIn permite que você estabeleça a reputação de sua empresa, listando experiências anteriores de vendas e solicitando recomendações de seus parceiros de negócios no Canadá e no exterior. Essas recomendações são postadas diretamente na sua página de perfil. Muitas empresas também usam outras mídias sociais, como [Facebook](#) e Instagram, para aumentar sua presença online.

Feiras de Negócios no Canadá

Consulte o [calendário de eventos](#) online do TFO Canada para obter uma lista completa das próximas feiras comerciais canadenses e internacionais. A seguir, apresenta-se resumo das maiores feiras de negócios do Canadá que se encontravam ativas antes da pandemia da COVID-19. Algumas dessas feiras comerciais realizam-se agora apenas em formato virtual. Esta pode ser uma oportunidade excelente e menos custosa para entrar em contato com potenciais compradores:

Alimentos e Bebidas



Salon international de l'alimentation
<https://sialcanada.com/en/>

Foco em alimentos e bebidas processados



Canadian Produce Marketing Association ("Associação de Marketing de Alimentos do Canadá")
www.convention.cpma.ca

Foco em alimentos frescos



Grocery Innovations Canada

www.cfig.ca/grocery-innovations-canada



CHFA (Associação Canadense de Alimentos Saudáveis)

www.chfa.ca

Produtos naturais e orgânicos

Três feiras: CHFA West (CHFA Oeste), CHFA East (CHFA Leste), e CHFA Quebec



Canadian Coffee and Team Show ("Feira Canadense de Café e de Equipes")

www.coffeeteashow.ca



Grocery and Specialty Food West (Produtos Alimentícios e Comidas Especializadas do Oeste)

www.cfig.ca/grocery-specialty-food-west

Brindes, Móveis e Produtos de Decoração para Casa



Três feiras: Toronto Gift Fair (Feira de Brindes de Toronto), Quebec Gift Fair (Feira de Brindes de Quebec), e Alberta Gift Fair (Feira de Brindes de Alberta)

www.cangift.org

Utensílios domésticos, itens artesanais, decoração



CANADIAN FURNITURE SHOW

www.canadianfurnitureshow.com

Mobília



www.cangift.org

Móveis, utensílios, acessórios



Exposição e Conferência Nacional de Design + Arquitetura do Canadá

www.iidexcanada.com



I Design Show (Feira de Design real)

LE SALON INTERNATIONAL DU DESIGN DE MONTREAL lim.com

Moda e Joias


www.torontoshoeshow.com
Calçados, bolsas, acessórios


www.mode-accessories.com
Acessórios de moda feminina, roupas casuais e itens de moda


Feira de Malas, Artigos de Couro, Bolsas e Acessórios (LLHA)
www.ilha.ca

Edificação, Construção e Floricultura / Horticultura


www.thebuildingsshow.com
Design, Construção, Imóveis


www.buildexvancouver.com
Construção, Reforma, Arquitetura, Design de Interiores


www.canadablooms.com
Flores e jardins

Outros modos de entrada no mercado

- **Marcas Próprias**

No Canadá, os produtos de marca própria são populares e estão prontamente disponíveis. Em parte, isto deve-se ao preço mais baixo das marcas próprias, que geralmente têm a mesma qualidade dos produtos de outras marcas⁸⁸. De acordo com o último número disponível (2017), as vendas no varejo de marca própria chegavam à marca de \$ 14,4 bilhões⁸⁹. Sessenta e quatro por cento dos canadenses compram marcas próprias. A confiança e a experiência anterior são também as principais razões pelas quais voltam a comprar (23%)⁹⁰ produtos de marca própria.

Os canadenses preferem produtos de marca própria. Pesquisa apontou que 53% dos consumidores no Canadá consideram os produtos de marca própria tão bons quanto outros produtos de marca⁹¹.

Parte da popularidade das marcas próprias está sendo impulsionada pela Geração do Milênio (pessoas com idades entre 18 e 34 anos), menos leal a marcas de nome e mais disposta a experimentar novos produtos, especialmente se forem mais baratos, o que geralmente ocorre com as marcas próprias de empresas de alimentos. Normalmente, os produtos de marca própria mais vendidos são aqueles com base em “commodities” e comprados com maior frequência, incluindo alimentos (especialmente molhos e condimentos, cereais, carne, pão, alimentos enlatados), vestuário e produtos de papel. Os fornecedores interessados em buscar contratos de marca própria devem estar preparados para atender aos rígidos requisitos do varejista. Para fornecedores de roupas, os critérios podem incluir cor, tecido, estilo, tamanho, quantidade, rotulagem e preço.

⁸⁸ Statista. [Mercado de marca própria no Canadá - estatísticas e fatos](#). Junho de 2020.

⁸⁹ Canadian Grocer. [O poder crescente das marcas próprias](#). Julho de 2018.

⁹⁰ *ibid.*

⁹¹ Statista. [Mercado de marca própria no Canadá - estatísticas e fatos](#). Junho de 2020.

- **E-Commerce e M-Commerce**



Online: Em 2019, a receita do comércio eletrônico no Canadá atingiu US\$ 25,4 bilhões; as vendas no varejo de comércio eletrônico totalizaram CAD\$ 1,85 bilhão, com aproximadamente 28 milhões de canadenses fazendo compras online⁹².

Em 2018, a Amazon era a plataforma online mais popular do Canadá. Com o desencadeamento da pandemia, a empresa manteve-se a liderança⁹³. A Amazon faturou US\$ 75,5 bilhões em vendas no Canadá no primeiro trimestre de 2020. Visto que as restrições de isolamento social em decorrência da COVID-19 se deram a partir de março de 2020, muitos consumidores recorreram à Internet para fazer compras de itens essenciais e não essenciais (incluindo alimentos)⁹⁴.

Muitas empresas com forte presença online e uma sólida plataforma de comércio eletrônico estão logrando aumentar suas receitas. Visto que a pandemia continua a impactar vidas e, conseqüentemente, o comércio e os negócios, a tendência é positiva e deve continuar. Portanto, dispor de boa plataforma de comércio eletrônico/online provavelmente ajudará as empresas a enfrentar a pandemia.



Dispositivos Móveis: Os canadenses estão usando seus dispositivos móveis para fazer compras e comparar preços e produtos a qualquer momento do dia, independentemente de onde estejam. Será cada vez mais importante alavancar as vendas online e por meio de dispositivos móveis à medida que a Geração Y e a Geração do Milênio do Canadá, experientes em tecnologia, começarem a ultrapassar as populações de idosos e de *baby boomers*. Na seção anterior sobre dados demográficos de idade, você se lembrará de que os compradores com idades entre 18 e 39 anos estão fazendo mais compras online e contam com o marketing de mídia digital e social para procurar por recomendações.

- **Registrando Seu Negócio no Canadá**

Existem quatro tipos principais de organização empresarial no Canadá: *Empresas Individuais*, *Sociedades (com Sócios)*, *Sociedades Anônimas* e *Cooperativas*. Diferenciam-se pelo número de pessoas envolvidas e pela forma como seu investimento na organização é recompensado. Além disso, uma empresa estrangeira pode abrir a *filial* de uma fábrica ou escritório, ou formar vínculos de *cooperação industrial* com uma empresa canadense. Cada tipo de organização empresarial tem vantagens e desvantagens em várias áreas: responsabilidade do proprietário da empresa (ou seja, responsabilidade legal pelas dívidas da empresa); como diferentes níveis de governo cobram impostos das empresas; que declarações que a empresa deve apresentar às diferentes autoridades governamentais; e os documentos e registros que a empresa deve manter para fins de verificação pelas autoridades governamentais. Para saber mais sobre como abrir uma empresa no Canadá, visite Corporations Canada.

- **Criação de uma Subsidiária no Canadá**

O Investimento Estrangeiro Direto (IED) é outra forma de entrada no mercado, por meio da qual uma empresa estrangeira constitui empresa no Canadá e mantém o controle acionário. Isso pode incluir filiação a uma associação ou abertura de fábrica ou unidade de manufatura ou processamento no Canadá.

⁹² Statista. [E-commerce no Canadá - Estatísticas e Fatos](#). Março de 2020.

⁹³ *ibid.*

⁹⁴ NBC News. [A Amazon foi indispensável durante a pandemia - mas está claro quem realmente vence](#). Maio de 2020.

Acordos de Promoção e Proteção de Investimento Estrangeiro

As empresas estrangeiras terão mais incentivos e proteções contra riscos se seu país tiver um Tratado Bilateral de Investimentos (BIT, na sigla em inglês) ou um Acordo de Proteção e Promoção de Investimentos Estrangeiros (FIPA, na sigla em inglês) com o Canadá. Esses acordos ajudam a proteger os investidores contra instabilidade política, fragilidade de instituições jurídicas, incerteza de regimes regulatórios e expropriação. Mais informações sobre os FIPAs do Canadá estão disponíveis por [meio da agência Global Affairs Canada](#).

Existem 37 FIPAs em vigor:

Argentina, Armênia, Barbados, Benin, Burkina Faso, Camarões, China, Costa Rica, Croácia, República Tcheca, Equador, Egito, Guiné, Hong Kong, Hungria, Jordânia, Kosovo, Kuwait, Letônia, Líbano, Mali, Mongólia, Panamá, Peru, Filipinas, Polônia, Romênia, Rússia, Senegal, Sérvia, República Eslovaca, Tanzânia, Tailândia, Trinidad e Tobago, Ucrânia, Uruguai, Venezuela

14 FIPAs sendo negociadas:

República Democrática do Congo, Gabão, Geórgia, Gana, Índia, Cazaquistão, Quênia, Macedônia, Mauritânia, Moçambique, Paquistão, Qatar, Ruanda, Tunísia

Para obter mais informações sobre FIPAs, visite a [página de acordos de comércio e investimento](#) do Governo do Canadá.

9 Estratégia de Entrada no Mercado

Preços

Influências sobre a Decisão de Compra

Os compradores canadenses levam vários fatores em consideração ao tomar uma decisão de compra. O custo e o preço de varejo previsto são fortes influenciadores de compra; os compradores também colocam forte ênfase em outros fatores, como, por exemplo, as margens de lucro, exclusividade e indicadores de sucesso de vendas anteriores. A qualidade do produto e suas características singulares também desempenham papel importante na decisão de compra.

Concorrência com o Acordo Canadá - Estados Unidos - México (CUSMA, antigo NAFTA)

Lembre-se da possível concorrência de fornecedores vindos do CUSM, nos EUA e no México, ao definir os preços de seus produtos. Os importadores canadenses estão cientes das vantagens de comprar nesses dois países, incluindo proximidade do mercado, custos de transporte mais baixos, prazos de entrega mais curtos e mecanismos de pagamento relativamente mais simples.

Tenha em Mãos sua Lista de Preços

Exportadores não podem marcar reunião de negócios com um comprador canadense sem ter uma lista de preços. Normalmente, os preços são cotados em FOB (Free on Board) ou C&F (Cost and Freight) em \$CAD ou \$USD (mais comum). Seu preço deve ser competitivo para atrair a atenção de um potencial comprador. Compare seus preços com produtos semelhantes online, em catálogos de produtos e em lojas canadenses. A Internet oferece grande variedade de opções para avaliar a concorrência no mercado. Você também pode pagar um consultor ou agente canadense para que ele lhe dê orientações ou preste serviço de consultoria.

O custo médio de produto importado normalmente é composto por diversos outros custos que incluem:

- Taxas de importação
- Impostos federais / provinciais sobre vendas
- Taxas de corretagem, seguro e frete
- Publicidade, desenvolvimento e teste de produtos
- Transporte
- Custos fixos e indiretos
- Outros custos de manutenção do estoque

Impostos ao Consumidor

Os impostos sobre vendas incidem sobre quase todos os bens de consumo vendidos no Canadá, sejam eles produzidos internamente ou importados. Esses impostos sobre vendas compreendem o GST (imposto federal sobre bens e serviços) de 5% e o PST (imposto provincial sobre vendas), [que varia de acordo com cada província](#) (com exceção de Alberta, the Northwest Territories, Nunavut e Yukon - províncias/territórios que têm apenas um GST (imposto sobre bens e serviços), de 5%. Nas outras 9 províncias, os impostos sobre vendas variam entre 12 e 15%. Na maioria das províncias, esses dois impostos são combinados em um imposto harmonizado sobre vendas (HST). Os únicos produtos isentos de impostos são os que correspondem a necessidades básicas, como alimentos vendidos em mercados, além de serviços médicos e dentários. O GST / HST é calculado com base no valor em dólares canadenses das mercadorias, incluindo taxas e impostos sobre o consumo, e é cobrado na fronteira ao mesmo tempo que estes últimos.

O importador registrado é responsável pelo pagamento do imposto sobre a mercadoria importada. Mais detalhes sobre [GST / HST](#) e sua incidência sobre produtos importados podem ser obtidos junto à [Autoridade Tributária do Canadá](#).

Planilha de Cálculo de Custos de Exportação

Esta planilha pode ajudá-lo a determinar o preço do seu produto no mercado canadense:

Amostra de uma Planilha de Cálculo de Custos de Exportação	
ITEM	CUSTO (na sua moeda)
1. Custo unitário do produto	
materiais	
Mão-de-obra	
Custos fixos de fabricação	
Administração	
Custos de administração de exportação	
Material publicitário / promocional	
<i>Custo Total Do Produto</i>	
2. Custo de exportação	
Caixotes e paletes	
Custos específicos de etiquetagem e embalagem	
Custos de marcação	
Custos de carregamento e amarração	
Transporte: <ul style="list-style-type: none"> ▪ documentação ▪ seguro dos produtos 	
Subtotal, custos de exportação	
Adicionar lucro desejado	
Preço Básico de Venda	
Adicionar comissão de agentes (se aplicável)	
Preço de Venda Ex-Works	
3. Custo de frete de exportação	
Frete por terra	
Taxa de atracação	
Total (FOB porto)	

Adicionar:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ frete aéreo ▪ frete marítimo ▪ seguro 	
CIF total no porto de entrada	
4. Converter para \$ canadense na taxa de câmbio atual (mostrar taxa)	\$ Canadense

Qualidade e Padrões

Ofereça uma Proposta Única de Venda

O mercado para a maioria dos produtos de consumo no Canadá está fortemente saturado com fornecedores locais e domésticos. Embora os canadenses se preocupem com os preços, eles também estão dispostos a pagar mais por produtos que considerem de maior qualidade, com design exclusivo e com atributos inovadores. Para competir nesse mercado, os novos exportadores devem definir claramente uma proposta única de venda (USP, na sigla em inglês) para seu produto e divulgá-la de forma eficaz por meio de sua marca e material de marketing, bem como na maneira como apresentam sua oferta aos potenciais compradores.

Padrões e Normas

Padrões de práticas, requisitos técnicos e especificações de produtos são cada vez mais usados e reconhecidos no comércio global. No Canadá, os importadores devem garantir que os produtos que fornecem estão em boas condições e em conformidade com padrões e normas canadenses e internacionais. Esses padrões atestam que determinado produto tem qualidade alta e consistente. Para garantir uma qualidade alta e consistente, pessoas e empresas que exportam para o Canadá devem atender às normas canadenses e/ou internacionais aplicáveis.



Normas Internacionais

Os exportadores podem se familiarizar com as normas internacionais e se inscrever para a certificação de seus produtos mediante adesão aos códigos da ISO [International Standards Organization](#) ou (Organização Internacional de Normalização).



Normas Canadenses

O [Standards Council of Canada](#) (SCC) é o órgão governamental responsável por desenvolver e promover normas para o Canadá. O país tem quatro organizações credenciadas de desenvolvimento de normas, as quais desenvolvem padrões e normas por meio de comitês de partes interessadas e podem submeter novos padrões ao SCC para serem reconhecidos como Padrões Nacionais do Canadá.

- [Canadian Standards Association](#)
(Associação Canadense de Padronização)
- [Underwriters Laboratories of Canada](#)
(Laboratórios de Seguradoras do Canadá)
- [Canadian General Standards Board](#)
(Conselho Canadense de Padrões Gerais)
- [Bureau de Normalisation du Québec](#)

Essas organizações desenvolvem quatro tipos de padrões ou normas:

1. **Padrões de Desempenho:** Definidos com base na simulação do desempenho de um produto em condições reais de uso. Normalmente usados em segurança alimentar, economia de combustível e projeto de embalagens para transporte de produtos perigosos.
2. **Padrões Prescritivos:** Identificam as características do produto, como espessura, tipo e dimensão do material. Normalmente usados para móveis, materiais industriais, etc.
3. **Padrões de Projeto:** Identificam o projeto específico ou as características técnicas de um produto.
4. **Padrões de Gestão:** Estabelecem padrões para processos de sistema de gestão de qualidade e meio ambiente.

A avaliação para monitorar e verificar a conformidade com os padrões no Canadá é realizada em três níveis:

1. **Organismos de Certificação (COs):** Realizam auditorias presenciais, coletam amostras e testam produtos e serviços para emitir marcas do organismo de certificação que atestem que os produtos ou serviços estão em conformidade com os padrões.
2. **Organizações de Teste:** Realizam testes de acordo com procedimentos reconhecidos e documentam suas conclusões para confirmar se o produto ou serviço atende ao padrão apropriado.
3. **Certificadores de Sistemas de Gestão:** Emitem certificados para empresas que atendem aos padrões ISO.

Visite os sites das organizações de desenvolvimento de padrões do Canadá para saber mais sobre os padrões e normas canadenses atualmente em vigor para o seu produto, bem como programas de certificação e credenciamento.

Publicidade e Marketing

Leis de Publicidade

O [Competition Bureau](#) (Agência de Concorrência) regulamenta a publicidade e o marketing no Canadá para proteger os interesses dos consumidores e permitir que eles tomem decisões embasadas em suas compras. A lei canadense proíbe que sejam feitas declarações [falsas ou enganosas](#) com o objetivo de enganar os consumidores sobre depoimentos, garantias, preço de venda e desempenho de um produto. O setor de publicidade e propaganda também promove a confiança do consumidor e a autorregulação por meio da adesão ao [Código Canadense de Padrões de Publicidade](#).

Estratégias de Promoção para Exportadores

A maioria dos exportadores trabalhará com seu comprador ou com uma empresa de marketing sediada no Canadá para promover seus produtos e desenvolver a melhor estratégia de entrada para o mercado canadense. Se o importador assumir o custo total da publicidade ou promoção no ponto de venda, normalmente espera preço mais baixo do exportador. Alternativamente, o importador e o exportador podem entrar em acordo de compartilhamento de custo para publicidade e promoção.

Considere as seguintes estratégias para promover seus produtos no Canadá:

1. **Taxas de Listagem e Ocupação de Espaço em Loja:** Os varejistas, especialmente as redes de supermercados, muitas vezes exigem que seus fornecedores paguem taxas de listagem para colocar seus produtos nas prateleiras e taxas de ocupação de prateleiras para garantir o melhor espaço na loja.

2. **Folhetos - impressos e online:** Embora um número cada vez maior de canadenses recorram a seus smartphones para comparar preços e verificar folhetos digitais ao fazerem compras, a grande maioria continua verificando folhetos impressos mensalmente para achar promoções.⁹⁵ Portanto, é importante que você analise diferentes maneiras de promover seus produtos em parceria com o importador (ou com o varejista, se você negociar com um varejista diretamente), pois há uma variedade de ferramentas e táticas a serem usadas.
3. **Feiras de Negócios:** Frequentemente a opção preferida para expor produtos, as feiras comerciais podem não ter o mesmo impacto desde o início da pandemia da COVID-19. Os organizadores de feiras buscam cada vez mais organizá-las de forma virtual. Em circunstâncias normais, entretanto, uma série de feiras comerciais geralmente oferecem publicidade gratuita aos expositores. Para aproveitar essas oportunidades, o exportador deve necessariamente encaminhar as informações até a data limite estabelecida, para que o nome da empresa e os produtos sejam listados no guia da feira. A maioria das feiras dispõe de assessoria de imprensa em que os expositores poderão deixar comunicado à imprensa ou folhetos sobre a empresa. Para obter maiores impacto e cobertura da mídia, os exportadores podem convidar o Embaixador de seu país a visitar seu estande.
4. **Publicações Comerciais:** As publicações comerciais, jornais de negócios e revistas canadenses (consulte o Anexo 3) geralmente publicam um guia anual do comprador, que pode incluir anúncios de exportadores.
5. **Promoção Online:** As estratégias online incluem um site otimizado para buscas feitas internacionalmente na internet, depoimentos em vídeo, catálogos de produtos online e marketing de mídia social direcionado. Hoje em dia, as páginas de empresas no Facebook, Instagram e LinkedIn são muito utilizadas no Canadá, assim como na maioria dos países. Elas são quase obrigatórias quando se deseja vender no exterior, para que os possíveis compradores possam visualizar facilmente a sua oferta de exportação. Os sites na internet parecem estar dando lugar às mídias sociais e, embora ainda sejam importantes, parecem ocupar lugar menos proeminente em termos de promoção de produtos.
6. **Outros:** Folhetos, brindes e eventos especiais são outras maneiras de fazer com que os compradores se interessem por seus produtos

Expectativas do Comprador

Os compradores canadenses levam em conta diversos fatores ao escolher produtos e um fornecedor. Valor, qualidade e preço são fundamentais na seleção do produto. Os compradores também consideram os seguintes aspectos de grande importância na escolha de um novo fornecedor: confiabilidade, confiança, comprometimento e o desejo de desenvolver relação fornecedor-comprador forte e duradoura. Quando aplicável, os compradores costumam dar preferência aos fornecedores que conseguem oferecer serviços pós-venda.

⁹⁵ [BrandSpark](#), (eu colocaria apenas a referência genérica - nada atualizado e provavelmente isso não mudou drasticamente nos últimos 5 anos ou mais ... Marc).

Expectativas do Comprador em Relação ao Fornecedor	Importância de 0 a 10
Resolver problemas rapidamente	9.0
Preços justos	9.0
Facilidade de contato	8.8
Produtos de última geração	8.8
Equipe capacitada	8.7
Relacionamento	8.6
Envio imediato	8.6
Pedidos enviados completos	8.6
Disponibilidade de produtos em estoque	8.5
Margens	8.4
Pedidos online	7.7
Introduções frequentes de produtos	7.7
Custos de frete	7.6
Condições de pagamento	7.5
Variedade de itens	7.4
Materiais de apoio, catálogos, etc.	7.1
País de origem/onde os produtos são feitos	6.8

Fonte: [Revista Retail News](#), Market Pulse

Comunicação: Como fornecedor, você precisa se comunicar extremamente bem com seu comprador durante todo o processo de venda e pós-venda. A melhor forma de garantir boa comunicação é responder a todos os e-mails e chamadas telefônicas em um prazo de até 24 horas. Se não puder responder imediatamente a uma solicitação ou pergunta, diga ao seu fornecedor quando poderá fazê-lo. Além disso, suas mensagens devem ser concisas e apresentar respostas completas às perguntas do comprador. Se o inglês não for sua língua materna, você deve designar alguém de sua empresa para revisar suas mensagens, de modo a garantir clareza.

Reputação: Embora o Canadá seja um país grande, deve-se ter em mente que o mercado é relativamente pequeno, e a maioria dos participantes do setor se conhecem. Manter a boa reputação da sua empresa é, portanto, crucial para o sucesso a longo prazo. Se assumir compromisso com um comprador quanto a exclusividade, por exemplo, é crucial que você o honre. Caso contrário, difundir-se-á a notícia de que você não é confiável, e a sua reputação, bem como a do seu país, poderá ser comprometida.

Exportar com Sucesso: *Algumas Dicas Práticas*

Objetivo: Estabelecer uma relação de fornecimento de longo prazo com seu parceiro de negócios canadense:

1. Cumpra o que prometeu - seja realista em sua oferta e promessas

2. As amostras devem representar exatamente o que será entregue

3. Preços claros - Traga sua lista de preços para as reuniões

4. Comunicação: completa, clara, tempo de resposta rápido (dentro de 24 horas)

5. Seja proativo se surgirem problemas. Use abordagem de solução de problemas

Como Perder um Comprador

Erros comuns vistos no Canadá que fazem com que os exportadores percam seus contratos de fornecimento:

1. Falha em responder e-mails / telefonemas prontamente (dentro de 24 horas)

2. A qualidade do produto é inconsistente entre unidades ou remessas / produtos diferem completamente das amostras

3. Tentativas de alterar o preço após ter sido negociado e acordado

4. Falha em atender aos pedidos de fornecimento no prazo

5. Falta de conhecimento da embalagem e rotulagem

Conseguir um Contrato de Fornecimento

1. A primeira impressão é essencial

Com a maioria dos compradores, os exportadores têm apenas uma chance de causar boa impressão. Portanto, é fundamental que eles aproveitem essa oportunidade para apresentar sua empresa e seus produtos da melhor forma possível. As informações devem incluir fotos de suas linhas de produtos mais recentes, bem como lista de preços com códigos de produtos correspondentes que sejam claramente identificados e fáceis de seguir. Você também deve listar as certificações e padrões/normas (como HACCP, Global Gap, Fairtrade ...) que se aplicam à sua empresa e produtos. Também devem ser incluídas fotos de suas instalações de produção.

O e-mail é uma ferramenta essencial para se comunicar com os compradores canadenses após a reunião inicial, seja por meio de videoconferências ou pessoalmente. Após a reunião, é essencial fazer um acompanhamento imediato, para recapitular os pontos discutidos e reiterar sua capacidade de fornecer os produtos desejados

2. Envio de Amostras

No primeiro contato com um novo fornecedor, um importador canadense provavelmente solicitará amostras e possivelmente orçamentos para várias quantidades (por exemplo, 1.000, 5.000, 10.000 e 50.000 unidades). Para grandes faixas de produção, é comum conceder desconto por volume (por exemplo, 5 a 10%). Suas amostras podem exigir adaptação às preferências e tamanhos canadenses e serão avaliadas quanto à conformidade com os regulamentos e padrões. Provavelmente, o comprador canadense também realizará inspeção do seu produto, para verificar se está em conformidade com as especificações desejadas e com o padrão de qualidade da empresa. O importador também usará amostras para avaliar o interesse de atacadistas e varejistas canadenses em ter esses produtos em suas lojas. Conforme mencionado acima, é extremamente importante que os produtos a serem entregues no futuro sejam exatamente iguais às amostras fornecidas no início do processo.

3. Pedidos Experimentais (para Fins de Avaliação)

Se as amostras forem aceitas, o importador pode lhe fazer um pedido experimental. Porém, se houver necessidade de ajustes, o importador solicitará novas amostras. Uma remessa experimental que seja consistente com as amostras aceitas e entregue de acordo com cronograma de entrega acordado pode então ser enviada ao importador, que geralmente aconselhará o fornecedor sobre os tamanhos e variedades que mais se vendem no Canadá. Os importadores canadenses frequentemente relatam que um grande problema em lidar com novos fornecedores é a exigência de que sejam compradas quantidades mínimas excessivamente grandes para o tamanho do mercado do Canadá. Os exportadores devem ter em mente que o tamanho do mercado canadense corresponde a cerca de 10% daquele do mercado americano. O segredo é entrar no mercado canadense gradualmente, de modo que o envio de quantidades menores inicialmente possa resultar em oportunidades de longo prazo. Dado o tamanho relativamente pequeno do mercado, os importadores canadenses frequentemente esperam direitos de importação exclusivos para a empresa ou produtos específicos que concordam em importar. Geralmente, eles pedem exclusividade para uma área geográfica específica, por exemplo, uma região ou uma ou mais províncias do Canadá, ou para todo o país, caso distribuam nacionalmente.

4. Termos de Importação

Os termos de importação variam de acordo com importadores individuais. Em geral, as cotações devem ser feitas em FOB ou C&F, mas CIF (Custo, Seguro e Frete) pode ser solicitado para um determinado porto (por exemplo, CIF Montreal, CIF Toronto ou CIF Vancouver). Os preços são geralmente em dólares americanos. Às vezes, o dólar canadense também é usado. O método de pagamento mais comum é, geralmente, à vista, contra a apresentação de documentos. A maioria dos importadores canadenses não trabalha com Cartas de Crédito, por ser tal método frequentemente dispendioso. Eles podem selecionar outros formatos de crédito e condições de crédito que atendam a ambas as partes. Os contratos geralmente incluem cláusula segundo a qual as mercadorias devem ser inspecionadas e assinadas no país de origem pelo comprador ou agente antes do envio. Em geral, o importador solicita a inclusão no contrato de garantia contra defeitos de qualidade ocultos e pode pedir ressarcimento por má qualidade do produto, danos antes ou durante o transporte ou atraso na entrega.

5. Condições de pagamento

O valor total faturado geralmente não é pago até que se faça a inspeção das mercadorias (no país de origem ou no destino final) pelos próprios compradores, seus agentes ou uma autoridade de inspeção independente. Quando a relação comercial estiver bem estabelecida, poder-se-á usar opção de conta aberta para que ambas as partes economizem despesas bancárias. Os serviços de agente de exportação podem ser úteis para lidar com essas complexidades nas primeiras operações.

Lidando com Risco e Falta de Pagamento

Reputação do Comprador

Os exportadores devem proceder a suas próprias verificações ao decidirem com quais compradores canadenses farão negócios. Solicitar referências bancárias de compradores é uma prática padrão, e você deve ter cuidado se o comprador hesitar em fornecê-las. Você poderá verificar se o seu comprador está listado na organização [Better Business Bureau](#), que fornece classificações de reputações de empresas com base em reclamações ou denúncias apresentadas contra uma empresa no Canadá ou nos Estados Unidos. Também pode pesquisar o nome da empresa no Google e nas redes sociais, para verificar se há notícias ou postagens em fóruns públicos que tragam informações sobre a reputação do comprador. Você deve descobrir se a associação canadense referente ao seu setor ou os representantes comerciais canadenses possuem informações relevantes sobre o importador. Se o seu comprador não pagar, esses representantes também podem fornecer nomes de agências de cobrança de dívidas que sejam confiáveis. Se estiver trabalhando com um consultor ou agente, pode solicitar que obtenham histórico de crédito e diretório ou publicação com mais informações sobre o comprador.

Verificações de Crédito

Você pode entrar em contato com o representante diplomático ou comercial de seu país no Canadá para realizar verificações de crédito de um comprador canadense ou adquirir relatórios de crédito junto a agência de crédito confiável, como:

- [Dunn & Bradstreet Canada](#)
- [Hoovers](#) (Dunn & Bradstreet - produtos de mineração de dados)
- [Blue Book Services](#) - Serviços do Livro Azul (alimentos frescos e madeira serrada e produtos florestais)

Bancos Nacionais de Exportação e Importação (Exim)

A melhor forma de mitigar o risco de não pagamento nas transações internacionais é por meio dos serviços de um Banco Nacional de Exportação-Importação (Exim). Bancos de Exportação e Importação (Exim

Banks) são, geralmente, organizações independentes, como a [Export Development Canada](#), ou podem fazer parte da estrutura do banco central de seu país. Os principais serviços oferecidos aos exportadores são o financiamento à exportação, para cobrir custos de produção entre os períodos de pagamento, e o seguro à exportação, que oferece cobertura de seguro para cargas exportadas. O Ministério da Fazenda do seu governo poderá ajudá-lo a encontrar este tipo de instituição no seu país, caso exista.

Minimizando o Risco de Não Pagamento: *Algumas Dicas Práticas*

1. Faça uma triagem de seus compradores - conduza uma investigação e verificações de crédito

2. Padronize suas práticas de negócios - um contrato para cada trabalho, cada cliente

3. Acorde cronograma de pagamento com prazos para entrega

4. Envie a fatura ao seu comprador pontualmente e inclua uma data para o pagamento

5. Acompanhe o atraso no pagamento imediatamente - envie lembretes

Resolução de conflitos

Disputas entre Comprador e Vendedor: Os exportadores de alimentos frescos são aconselhados a se tornarem membros da [Corporação de Resolução de Disputas](#), órgão não governamental reconhecido que representa 80% dos importadores de frutas e vegetais frescos e oferece serviços de solução de controvérsias de contratos e pagamentos. Esta organização fornece serviços de consultoria, mediação e arbitragem aos seus associados. Tanto empresas canadenses quanto fornecedores de outros países podem-se tornar associados da Corporação.

Disputas Comerciais: As controvérsias comerciais entre o Canadá e outros países devem ser resolvidas pelos painéis de arbitragem relevantes, com base na relação comercial, como a [Câmara de Comércio Internacional](#), a OMC ou o NAFTA/CUSMA. Os importadores canadenses também podem apelar ao [Canadian International Trade Tribunal](#) (Tribunal Canadense de Comércio Internacional), um tribunal independente e “quasi-judicial” que analisa disputas entre importadores e o CBSA.

10 Requisitos de Importação

Inspeção Nas Fronteiras

CBSA (Agência Canadense de Serviços de Fronteira)

A [Agência Canadense de Serviços de Fronteiras](#) (CBSA, na sigla em inglês) é a agência governamental canadense responsável pelos serviços alfandegários e pelo cumprimento da legislação de fronteiras do Canadá. Todos os produtos que entram no Canadá devem ser declarados à CBSA e estão sujeitos a inspeção, independentemente de serem transportados pelo exportador ou por uma empresa terceirizada de transporte. A grande maioria das mercadorias deve estar em conformidade com as leis canadenses e talvez necessitem de licenças e certificados, além de terem de ser inspecionadas.

Para obter mais informações, a CBSA oferece um [guia passo a passo para a importação de bens comerciais para o Canadá](#). Observe que, embora este guia seja antes de tudo um guia para importadores no Canadá, é bom que você, como exportador, tenha conhecimento do processo do ponto de vista canadense.

Descumprimento

Na fronteira canadense, será recusada a entrada de bens que não atenderem a todas as leis e regulamentos aplicáveis, devendo o importador arcar com os custos incidentes. Esses custos podem ser extremamente elevados. Para evitar atrasos e multas, os exportadores devem trabalhar em estreita colaboração com seus compradores para garantir que as especificações de seus produtos estejam em conformidade com os requisitos canadenses.

CFIA (Agência Canadense de Inspeção de Alimentos)

A [Agência Canadense de Inspeção de Alimentos](#) (CFIA) do governo canadense regulamenta as importações de produtos alimentícios para o Canadá. A CFIA desenvolve políticas e regulamentos sobre alimentos importados, os quais são adotados na fronteira por oficiais da CBSA, que examinam produtos alimentícios no ponto de entrada no Canadá.

Outras Agências Governamentais

A CBSA fornece [lista de referência](#) de outras agências governamentais que podem exigir licenças, certificados ou inspeções para mercadorias importadas para o Canadá. A CBSA é responsável por exigir o cumprimento de requisitos legais de importação na fronteira em nome dessas outras agências governamentais.

Agência Governamental	Mercadorias/Áreas de Responsabilidade para a Inspeção de Fronteira
CFIA (Agência Canadense de Inspeção de Alimentos) www.inspection.gc.ca	Alimentos, plantas, animais, rotulagem de alimentos, “recalls” de alimentos, embalagens de madeira, resíduos internacionais e máquinas/equipamentos usados.
Canadian Heritage (Patrimônio do Canadá) www.canada.ca/en/canadian-heritage.html	Propriedade Cultural.
Competition Bureau (Agência de Concorrência) www.competitionbureau.gc.ca	Marcas de roupas, metais preciosos, embalagem e rotulagem de produtos não alimentícios.
Environment Canada (Agência Ambiental do Canadá) www.ec.gc.ca	Espécies de plantas e animais em perigo ou ameaçadas de extinção, resíduos perigosos, substâncias que destroem a camada de ozônio, animais selvagens e comércio de plantas.
Fisheries and Oceans Canada (Agência de Pesca e Oceanos do Canadá) www.dfo-mpo.gc.ca	Espécies aquáticas invasivas e pesca ilegal, não regulamentada e não declarada.
Global Affairs Canada (Agência de Assuntos Globais do Canadá) www.international.gc.ca	Produtos agrícolas, armas de fogo, mercadorias sob embargos comerciais, aço, têxteis e vestuário.
Health Canada (Agência de Saúde do Canadá) www.hc-sc.gc.ca	Bens de consumo, medicamentos, alimentos, dispositivos médicos, produtos naturais para a saúde, pesticidas, produtos farmacêuticos, dispositivos emissores de radiação, substâncias tóxicas, vitaminas.
Industry Canada (Agência de Produção Industrial do Canadá) www.ic.gc.ca	Comunicações de rádio, equipamento de telecomunicações.
Transportation Canada (“Agência de Transporte do Canadá”) www.tc.gc.ca	Transporte de mercadorias perigosas, veículos e pneus.

Leis e Regulamentos

Federais, Provinciais e Municipais

O controle da maioria das leis e regulamentos que se aplicam a produtos importados ocorre no nível federal. Contudo, os exportadores devem estar cientes de que leis e regulamentações adicionais podem ser aplicadas nas províncias (como é o caso das bebidas alcoólicas) e municípios (como é o caso da reciclagem de embalagens).

Lei de Alimentos Seguros para Canadenses (SFC, na sigla em inglês)

A CFIA tem trabalhado para modernizar a segurança alimentar no Canadá por meio de sua [Lei de Alimentos Seguros para Canadenses, que entrou em vigor para a maioria dos itens alimentares em janeiro de 2019](#). Três estatutos de inspeção da CFIA para produtos agrícolas, peixes e carne foram consolidados em um único conjunto de regulamentos que se aplicam a todos os alimentos importados para o país, exportados a partir do Canadá ou preparados para o comércio interprovincial dentro do Canadá. Haverá maior responsabilidade legal para os importadores, que deverão garantir a segurança dos alimentos que trazem para o Canadá. Por exemplo, os importadores agora são obrigados a demonstrar e documentar os Planos de Controle Preventivo e as boas práticas de fabricação de seus fornecedores (como, por exemplo, a certificação HAACP). De acordo com a lei SFC, os importadores devem ser oficialmente registrados na CFIA.

Ferramenta Importante: Sistema Automático de Referência de Importação

A CFIA mantém ferramenta do [Sistema Automatizado de Referência de Importação](#) (AIRS) que permite aos exportadores verificar os requisitos canadenses de importação para seus alimentos e produtos agrícolas. O AIRS permite a pesquisa por código do Sistema Harmonizado ("HS") e informações do produto (país de origem, destino por província, uso final, etc.), para gerar lista de requisitos de importação, documentação exigida, proibições e referências a leis e regulamentos canadenses relevantes. Assista ao [Webinar](#) do TFO Canada com a CFIA para mais informações sobre o uso da ferramenta AIRS. O AIRS também oferece tutorial sobre como acessar este banco de dados.

Leis e regulamentos para Importação para o Canadá		
Saúde e Segurança	Descrição	Documentos de Orientação
CCPSA (Lei de Segurança de Produtos de Consumo do Canadá) Health Canada ("Ministério de Saúde do Canadá")	Regula a segurança dos produtos de consumo com o objetivo de proteger o público ao tratar ou prevenir possíveis perigos.	Guia de Referência Rápida da CCPSA (Lei de Segurança de Produtos de Consumo do Canadá)
Lei e Regulamentos de Produtos Perigosos Health Canada ("Ministério de Saúde do Canadá")	Regulamenta a venda e importação de produtos controlados (por exemplo, produtos químicos) considerados perigosos e destinados ao uso em um local de trabalho. Inclui requisitos para rotulagem com símbolos de perigo.	WorkSafe B.C. ("Trabalhe com Segurança B.C.") - Resumo da Lei de Produtos Perigosos
Produtos Alimentícios	Descrição	Documentos e Orientação
Lei e Regulamentações sobre Alimentos e Medicamentos Health Canada - Ministério da Saúde do Canadá (aplicada pela CFIA)	Regulamentação primária que abrange todos os produtos alimentícios e bebidas, medicamentos (produtos farmacêuticos), cosméticos e dispositivos terapêuticos. Inclui requisitos de segurança alimentar, rotulagem, alérgenos, etc.	Repositório de Documentos de Orientações sobre Alimentos, da CFIA Guia para Importação Comercial de Produtos Alimentícios
CAPA (Lei de Produtos Agrícolas do Canadá) Health Canada - Ministério da Saúde do Canadá (aplicada pela CFIA)	Regula produtos agrícolas para importação, exportação e comércio entre as províncias. Inclui regulamentos para laticínios, ovos, frutas frescas, vegetais, mel e animais de corte, entre outros.	SFCR (Regulamentos de Alimentos Seguros para Canadenses)
FIA (Lei de Inspeção de Peixes) Health Canada - Ministério da Saúde do Canadá (aplicada pela CFIA)	Regula a inspeção de peixes e plantas marinhas. Define as regras para os diferentes tipos de peixes e produtos relacionados a peixes que podem entrar no Canadá.	SFCR (Regulamentos de Alimentos Seguros para Canadenses)

MIA (Lei de Inspeção de Carne) Health Canada - Ministério da Saúde do Canadá (aplicada pela CFIA)	Regula a importação e exportação e comércio entre as províncias de todas as carnes e produtos à base de carne. Estabelece regras para a inspeção de carnes e produtos à base de carne e estabelecimentos onde esses produtos são preparados.	SFCR (Regulamentos de Alimentos Seguros para Canadianenses) Empresas Estrangeiras Qualificadas para Exportar Carne para o Canadá
Regulamentações de Produtos Orgânicos CFIA	Os produtos rotulados como orgânicos devem atender às COSs (Normas Canadianenses para Orgânicos) obrigatórias e serem legalmente certificados para serem comercializados através das fronteiras provinciais ou internacionais ou para usar o Logotipo Orgânico do Canadá.	Produtos Orgânicos CFIA Produtores Canadianenses de Orgânicos
Plantas e Animais	Descrição	Documentos de Orientação
PPA (Lei de Proteção aos Vegetais) Environment Canada (Ministério do Meio Ambiente do Canadá)	Regulamenta a importação de plantas para prevenir a propagação de pragas que podem representar ameaça às plantas, agricultura e silvicultura no Canadá.	Repositório de Documentos de Orientações sobre Plantas, da CFIA Procedimentos de Importação para Proteção de Plantas
HAA (Lei de Saúde dos Animais) CFIA	Estabelece regras para impedir a propagação de doenças e substâncias tóxicas que podem afetar animais ou que podem ser transmitidas por animais a pessoas. Inclui produtos de origem animal, como peles, couro, mel, etc.	Repositório de Documentos de Orientações sobre Animais, da CFIA Importação de Tecido Tegumentar (peles / couro)
Concorrência	Descrição	Documentos de Orientação
A Lei da Concorrência ("Competition Act") Competition Bureau Canada (Agência de Concorrência do Canadá)	Mantém e incentiva a concorrência no Canadá por meio da regulamentação de fusões, crimes comerciais (por exemplo, conspiração, manipulação de licitações) e práticas anticompetitivas (por exemplo, acordos com concorrentes).	Competition Bureau ("Agência de Concorrência"): Nossa Legislação
CCPA (Lei de Combate a Produtos Falsificados) -Justice Canada (Ministério da Justiça do Canadá)	Fornece novas autorizações e ferramentas ao CBSA para reduzir o comércio de produtos falsificados vendidos no Canadá, incluindo a detenção de produtos falsificados na fronteira e, em alguns casos, a apresentação de acusações criminais.	Site de direito da justiça
CPLA (Lei de Embalagem e Rotulagem de Produtos de Consumo) Competition Bureau Canada (Agência de Concorrência do Canadá)	Estabelece requisitos no que diz respeito a informações que devem obrigatoriamente constar em rótulos e declarações de produtos, bem como projeto de embalagem, níveis de preenchimento e tamanhos padrão.	Guia para os Regulamentos e a Lei de Embalagem e Rotulagem de Produtos de Consumo
TLA (Lei de Rotulagem de Têxteis) Competition Bureau Canada (Agência de Concorrência do Canadá)	Descreve os requisitos adicionais de rotulagem para proteger os consumidores contra declarações falsas sobre produtos de fibra têxtil.	Guia para as Regulamentações de Etiquetagem e Publicidade de Têxteis
Alfândega	Descrição	Documentos de Orientação

Lei da Tarifa Alfandegária CBSA	Regulamenta a imposição de taxas alfandegárias canadenses e outras cobranças de acordo com os códigos do Sistema Harmonizado (HS) da Organização Mundial de Alfândegas (WCO).	CBSA (Agência Canadense de Serviços de Fronteira)
A EIPA (Lei de Licenças de Exportação e Importação) Global Affairs Canada (Agência de Assuntos Globais do Canadá)	Regulamenta a Lista de Controle de Importação e a emissão de licenças de importação para importação dos produtos desta lista. Também estabelece regras para Cotas Tarifárias.	Memorando D19-10-2 Controles De Importação
Produtos Proibidos CBSA	Descreve produtos proibidos ou restritos, incluindo produtos falsificados, determinados produtos agrícolas, armas de assalto (utilizadas para causar lesão), pornografia, literatura de ódio, diversas espécies em perigo de extinção e produtos objeto de sanção internacional.	Memorandos D9: Importações Proibidas
Cotas Tarifárias CBSA	Descreve as cotas tarifárias estabelecidas para produtos agrícolas incluídos na Lista de Controle de Importação. As importações dentro da cota estão sujeitas a tarifa mais baixa do que as importações acima da cota.	D10-18-1: Cotas Tarifárias

Propriedade Intelectual

CIPO (Instituto Canadense de Propriedade Intelectual)

Os direitos de propriedade intelectual são regulamentados pelo CIPO ([Canadian Intellectual Property Office](#)) para garantir que os proprietários e criadores se beneficiem de seu trabalho original ou investimento em criações, projetos ou invenções. Esses direitos podem-se aplicar a ampla gama de produtos, serviços ou processos, incluindo trabalhos criativos, obras literárias e artísticas e símbolos, nomes ou imagens usadas no comércio. O [site](#) do CIPO permite aos exportadores pesquisar bancos de dados de marcas, patentes, direitos autorais e projetos industriais já registrados no mercado canadense. O CIPO também fornece orientações sobre como solicitar essas formas de proteção à propriedade intelectual para seus produtos no Canadá.

Tipos de Propriedade Intelectual:

Marcas Registradas	Patentes	Direitos Autorais	Design Industrial
<ul style="list-style-type: none"> • Uma marca ou outro sinal que identifica os produtos ou serviços de uma empresa • As marcas registradas no Canadá têm direitos exclusivos por 10 anos (prazo renovável) • Marcas comerciais não registradas ainda podem ser protegidas pela legislação comum 	<ul style="list-style-type: none"> • Direito exclusivo concedido para uma invenção - um produto ou processo • Patentes canadenses são válidas por 20 anos a partir da data de depósito de um pedido • Protegidas e registradas nacionalmente (abrange apenas o Canadá) 	<ul style="list-style-type: none"> • Proteção para criações literárias, artísticas, dramáticas e musicais • O direito autoral é automático; no entanto, o registro ainda é recomendado • Os direitos autorais ficam em vigor durante toda a vida do autor e mais 50 anos após a sua morte 	<ul style="list-style-type: none"> • Proteção para as características visuais originais de um produto ou artigo • Desenhos industriais registrados são protegidos por até 10 anos no Canadá • Você pode vender seus direitos ou licenciar terceiros para fazer, usar e comercializar seu desenho

Fonte: Definições do CIPO [Instituto Canadense de Propriedade Intelectual](#)

CCPA (Lei de Combate a Produtos Falsificados)

A *Lei de Combate a Produtos Falsificados* entrou em vigor em 1º de janeiro de 2015. Seu objetivo é reduzir o comércio de produtos falsificados vendidos no Canadá, dando aos oficiais da CBSA autoridade adicional e ferramentas de fiscalização na fronteira. A lei estabelece novas infrações civis e criminais, incluindo novas definições de violação de marca comercial e infrações relacionadas a rótulos e embalagens usados para vender, distribuir ou anunciar produtos falsificados. Os proprietários de marcas comerciais e direitos autorais registrados no Canadá podem registrar seus direitos junto à CBSA, por meio do formulário de [Solicitação de Assistência](#). Isso permite que a CBSA identifique e retenha temporariamente quaisquer remessas comerciais suspeitas de conterem produtos pirateados ou falsificados. A CBSA entrará em contato com os detentores de direitos em questão para informá-los sobre todos os detalhes necessários para ajuizar ação civil. Observe que o detentor de direitos que enviar solicitação com base neste programa será responsável perante o governo canadense por quaisquer custos relacionados ao armazenamento, manuseio e destruição de bens retidos, com a contagem dos custos iniciando no dia seguinte ao envio do aviso de retenção. Mais informações podem ser obtidas junto à [CBSA](#) e [ao ISED \(Ministério da Inovação, Ciência e Desenvolvimento Econômico\) do Canadá](#).

Embalagem

Requisitos de Embalagem

O Guia do Competition Bureau [para as Regulamentações e Lei de Embalagem e Rotulagem de Produtos de Consumo](#) descreve os requisitos para embalagem de todos os produtos vendidos no Canadá. As embalagens devem ser preenchidas, exibidas e projetadas de forma a não enganar os consumidores sobre a qualidade ou quantidade dos produtos em seu interior. Determinados produtos também devem ser enviados em recipientes de tamanhos padronizados, incluindo vinho, manteiga de amendoim, xarope de

glicose e xarope de açúcar refinado. Embalagens de boa qualidade facilitam o manuseio, transporte e descarte. Antes do envio de qualquer remessa de grande porte, devem ser enviadas amostras da embalagem ao comprador para garantir que o design, tamanho e materiais estejam em conformidade com as leis e regulamentações canadenses e com os requisitos do comprador. É mais barato e fácil alterar o design de uma embalagem em seu país de origem do que no Canadá.

Tendências de Embalagem

Oferecer um design atraente ou embalagem inovadora é uma forma de aumentar o interesse de possíveis compradores pelo seu produto. Uma das principais tendências dos últimos anos são as embalagens ecológicas, incluindo materiais de fontes renováveis, biodegradáveis, recicláveis e compostáveis. Os fabricantes também estão reduzindo a quantidade e o tamanho das embalagens para mitigar o impacto ambiental de seus produtos. Embalagens convenientes de alimentos, contendo uma única porção, são uma tendência crescente no mercado canadense. A embalagem de produtos alimentícios novos ou desconhecidos também deve incluir descrição de como os consumidores podem preparar ou usar o item, bem como receitas e taxas de conversão para substituições. Mais informações sobre tendências e a indústria de embalagens no Canadá estão disponíveis na revista [Canadian Packaging](#).

Rótulos

Requisitos de Rotulagem e Idioma

O Guia do Competition Bureau [para as Regulações e Lei de Embalagem e Rotulagem de Produtos de Consumo](#) descreve os requisitos canadenses para rotulagem de todos os produtos vendidos no Canadá. Os rótulos não devem conter declarações falsas ou enganosas sobre o produto. Os requisitos obrigatórios de rótulo incluem: identidade do produto, quantidade líquida do produto, nome do revendedor e endereço da sede da empresa revendedora. Essas informações obrigatórias devem ser fornecidas em ambos os idiomas inglês e francês (no mesmo tamanho) para produtos vendidos em qualquer lugar do Canadá. Poderá não ser necessário listar algumas informações nos dois idiomas, como o nome e o endereço do revendedor.

Requisitos de Idioma de Quebec

De acordo com a *Carta da Língua Francesa*, os produtos vendidos em Quebec estão sujeitos a requisitos adicionais de idioma. O francês deve ser usado em todas as inscrições em recipientes e na embalagem do produto, bem como em catálogos, brochuras, folhetos, diretórios comerciais, formulários de pedido, faturas e recibos. Também pode ser usado inglês ou outro idioma, desde que o francês ocupe pelo menos a mesma quantidade de espaço.

Rotulagem de Alimentos

Os produtos alimentícios estão sujeitos a requisitos adicionais de rotulagem no Canadá. Em 2016, entraram em vigor as alterações nos requisitos de rótulos nutricionais, requisitos de lista de ingredientes e requisitos de corantes de alimentos do *Regulamento de Alimentos e Medicamentos* (Food and Drug Regulations). As partes regulamentadas têm um período de transição de cinco anos para atender aos novos requisitos de rotulagem, durante o qual devem cumprir os antigos ou os novos requisitos. A partir de 14 de dezembro de 2021, todos os produtos alimentícios pré-embalados fabricados ou importados deverão atender aos novos requisitos de rotulagem. A CFIA oferece uma [Ferramenta de Rotulagem de Alimentos para a Indústria](#) e [uma Lista de Verificação de Requisitos de Rotulagem](#) para melhor compreender esses requisitos. Os rótulos básicos devem ser fornecidos em francês e inglês e incluir: nome comum, país de origem, marcações de data, instruções de armazenamento, identidade e sede da empresa, alimentos irradiados, legibilidade e locais, lista de ingredientes e alérgenos, quantidade líquida, rótulos nutricionais e adoçantes. A CFIA também oferece orientações sobre afirmações e declarações (por exemplo, alérgenos, sem glúten, produto saudável, orgânico), bem como requisitos específicos de alimentos para determinados produtos (por exemplo, álcool, chocolate / cacau, gorduras e óleos, peixe / frutos do mar, frutas e vegetais frescos, mel, carnes / aves, alimentos processados). Por exemplo, todos os alimentos embalados devem incluir uma [Tabela de Informações Nutricionais](#).

Nutrition Facts		Valeur nutritive	
Per 125 mL (87 g) / par 125 mL (87 g)			
Amount		% Daily Value	
Teneur		% valeur quotidienne	
Calories / Calories 80			
Fat / Lipides 0.5 g		1 %	
Saturated / saturés 0 g		0 %	
+ Trans / trans 0 g			
Cholesterol / Cholestérol 0 mg			
Sodium / Sodium 0 mg		0 %	
Carbohydrate / Glucides 18 g		6 %	
Fibre / Fibres 2 g		8 %	
Sugars / Sucres 2 g			
Protein / Protéines 3 g			
Vitamin A / Vitamine A		2 %	
Vitamin C / Vitamine C		10 %	
Calcium / Calcium		0 %	
Iron / Fer		2 %	

11 Sistema de Comércio Canadense

Acordos Comerciais

Organizações Mundiais Do Comércio

O Canadá faz parte do sistema mundial de comércio, como membro de diversas organizações internacionais de comércio, incluindo:



Acordos De Livre Comércio

O Canadá é parte em diversos [Acordos de Livre Comércio](#) (ALCs) bilaterais, multilaterais e regionais. Os exportadores de um país que mantém um ALC com o Canadá se beneficiam da redução ou eliminação de barreiras tarifárias e não tarifárias ao comércio, o que pode tornar seu produto mais competitivo no Canadá. O Canadá tem atualmente vários ALCs em vigor, abrangendo mais de 40 países e mais da metade da economia global, e está em negociação com outros países para mais acordos.

Comércio entre as províncias canadenses

O Acordo Canadense de Livre Comércio (CFTA), que entrou em vigor em 2017, substituindo o Acordo sobre Comércio Interprovincial (AIT), visa a reduzir as barreiras interprovinciais ao movimento de pessoas, bens, serviços e investimentos dentro do Canadá. O acordo é entre o governo federal do Canadá e as províncias e territórios, com todas as partes concordando quanto a atividades não discriminatórias, transparência, abertura e igualdade de acesso a oportunidades de aquisição em todos os níveis, incluindo municípios, organizações municipais, conselhos escolares e instituições acadêmicas de saúde operadas com financiamento público e entidades de serviço social. Nos últimos anos, organizações partes, como a CME (Associação de Fabricantes e Exportadores do Canadá), a CCC (Câmara de Comércio do Canadá) e o CCCE (Conselho Canadense de Diretores Executivos), pediram reformas à CFTA para fortalecer a união econômica do Canadá e modernizar a governança econômica.

Classificação de Produtos

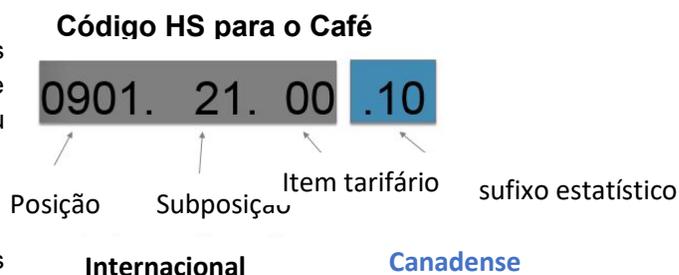
Classificação de Produtos

Como membro da Organização Mundial das Alfândegas (WCO), o Canadá baseou seu sistema de classificação no Sistema Harmonizado de Designação e Codificação de Mercadorias da WCO, também conhecido como Sistema Harmonizado (HS). Os códigos HS definem e descrevem produtos importados e atribuem uma unidade aplicável de quantidade/medida e taxa de imposto. Ao exportar mercadorias para o Canadá, é extremamente importante classificar corretamente as mercadorias de acordo com o sistema HS. Isso irá ajudá-lo, assim como a seu comprador canadense, de várias maneiras:

1. Indica as regulamentações canadenses aplicáveis, com as quais seus produtos devem estar em conformidade para entrar no mercado canadense
2. Garante a aplicação correta de impostos e outras taxas sobre seus produtos
3. Evita atrasos na fronteira canadense
4. Ajuda a desenvolver estratégia de preços competitivos para o mercado canadense, permitindo estimativa das taxas alfandegárias para suas mercadorias, bem como os custos adicionais ao longo da cadeia de distribuição.

Sistema Harmonizado de Tarifas ("HS")

O Canadá tem sua própria Estrutura de Tarifas Aduaneiras baseada no Sistema Harmonizado de Designação e Codificação de Mercadorias (ou simplesmente HS, do inglês "Harmonized System"). O Código HS é um número de 10 dígitos que define e designa o produto importado para determinar a alíquota de imposto aplicável. Os primeiros seis dígitos são identificadores comuns usados em todos os países, ao passo que os últimos quatro dígitos são exclusivos do Canadá.



Por exemplo, aqui está o Código HS para café:

Dígitos	Descrição do Produto	Propósito
Capítulo 9	Café, chá, mate e temperos	Fornecer descrições gerais dos produtos abrangidos
Título 0901	Café, torrado ou não ou descafeinado	Vinculado ao texto de descrição/designação na tarifa
Subtítulo 0901.21	Café torrado, não descafeinado	Representa as subdivisões internacionais do teste de título para fins estatísticos
Item Tarifário 0901.21.00	Café torrado, não descafeinado	Alíquota de imposto de importação aplicada a este nível
Nível Estatístico 0901.11.00.10	Produto orgânico certificado	Fornecer a descrição/designação do produto para fins estatísticos

Como determinar qual é o seu Código HS

Ter o código HS correto para seus produtos é de vital importância, porque é assim que as taxas, impostos e demais tributos serão aplicados na fronteira. O código HS correto também reduz o risco de não conformidade. O uso de um código HS errado pode resultar em multas e atrasos na fronteira. Os exportadores podem consultar seu Código HS na tabela de [tarifas alfandegárias](#) da CBSA, a qual inclui mais de 10.000 classificações tarifárias organizadas em 22 seções e 99 capítulos, que vão desde matérias-primas a outras mercadorias processadas e produtos acabados. O Capítulo 77 está reservado para uso futuro e os Capítulos 98 e 99 são específicos para cada país. Com a possível convergência dos descritores

de produtos HS, a classificação torna-se um processo complexo. A determinação da classificação tarifária correta deve ser realizada em parceria com um importador ou despachante aduaneiro experiente.

Para mais informações e orientações sobre os códigos HS, consulte:

[Sistema Harmonizado de Descrição e Codificação de Mercadorias](#) ou Harmonized Commodity and Coding System (da CBSA)

Tarifas e Impostos

Determinação da Tarifa

Os importadores devem fornecer à CBSA descrição detalhada das mercadorias (com base nas informações fornecidas pelo fornecedor), incluindo o código HS de dez dígitos, valor e origem. A CBSA pode ajudar a determinar quais são as alíquotas de impostos com base no método de avaliação, na classificação e no tratamento tarifário apropriados. Os impostos são aplicados na fronteira e geralmente são pagos pessoalmente pelo importador canadense ou um representante do despachante aduaneiro. O importador ou agente com quem irá trabalhar geralmente poderá ajudar a determinar as taxas do direito aplicáveis aos seus produtos.

Recentemente, como resultado de iniciativa governamental conjunta, desenvolveu-se outra ferramenta para determinar a tarifa aplicável: tariffinder.ca. Trata-se de maneira rápida e fácil de determinar a alíquota de imposto de seus produtos.

Alíquotas de Imposto

As alíquotas tarifárias são descritas pelo código HS na [tabela de tarifas alfandegárias](#). A CBSA também fornece a lista de países com os tratamentos tarifários aplicáveis.

A alíquota do imposto sobre mercadorias depende do tratamento tarifário canadense em relação ao país de origem, o qual pode ser afetado pela origem das matérias-primas e componentes. Geralmente, existem quatro tipos de tratamentos tarifários preferenciais:

Tarifa de Nação Mais Favorecida (MFN)	Tarifa Preferencial Geral (GPT)	Tarifa para Países Menos Desenvolvidos (LDCT)	Acordos de Livre Comércio (ACL)
<ul style="list-style-type: none">Tarifa padrão para todos os países membros da Organização Mundial do Comércio (OMC)	<ul style="list-style-type: none">Tarifa para mais de 100 países em desenvolvimentoIsenção de cota de importação e de imposto de importação	<ul style="list-style-type: none">Tarifa para 49 países menos desenvolvidosIsenção de impostos e de cotas de importação	<ul style="list-style-type: none">ACLs bilaterais, multilaterais ou regionaisRedução ou eliminação de tarifas

Importações Isentas de Impostos e Cotas

O Canadá eliminou tarifas e cotas sobre bens importados de mais de 100 países em desenvolvimento (tratamento preferencial geral ou "GPT") e 49 países menos desenvolvidos (tratamento para países menos desenvolvidos ou "LDCT"). Os únicos produtos excluídos são ovos, carne de frango e laticínios não processados e crus. Tem-se registrado aumento significativo nos fluxos de produtos importados a partir dos países elegíveis desde o início da Iniciativa de Acesso ao Mercado, há mais de dez anos. A capacidade de reivindicar benefícios com base nos tratamentos tarifários GPT e LDCT é determinada pelas Regras de Origem, com base na porcentagem da produção do bem e de seus insumos em um país elegível. As mercadorias também devem ser enviadas diretamente do país elegível para o Canadá e estar acompanhadas de um Certificado de Origem. Para obter mais informações, consulte as [orientações](#) da CBSA sobre a Iniciativa de Acesso ao Mercado ("Market Access Initiative").

Países Qualificados: Consulte a [Lista de Países e Tratamentos Tarifários Aplicáveis](#) da CBSA para descobrir quais tratamentos tarifários são aplicáveis para o seu país. Quando um país se qualificar para várias tarifas preferenciais, será adotada a tarifa mais baixa aplicável.

Em 1º de janeiro de 2015, a GPT (Tarifa Geral Preferencial) foi retirada de 72 países de renda mais alta, cujas mercadorias agora devem entrar no status MFN (Tarifa de Nação Mais Favorecida).

Regras de Origem

As regras de origem determinam o tratamento tarifário preferencial para mercadorias importadas. A alíquota correta do imposto é aplicada aos bens com base no país de onde os insumos do produto final foram obtidos e no país onde o produto final foi montado. As mercadorias desses países têm acesso preferencial ao mercado canadense, e um certificado de origem deve acompanhar as mercadorias como parte da documentação. O exportador é responsável por fornecer um certificado válido para o importador canadense. Isso evitará atrasos na liberação das mercadorias.

Exemplos de tratamento tarifário preferencial são os Regulamentos LDCT e GPT (LDCT). Dois métodos de regras de origem determinam se as mercadorias fazem jus aos benefícios do acesso isento de impostos ao Canadá. O primeiro método é a regra geral, segundo a qual todos os bens atualmente com direito aos benefícios do LDCT podem-se qualificar de acordo com uma "regra de produto totalmente produzido" ou um processo de fabricação "cumulativo" em um país LDC ou GPT, com insumos de valor agregado ou acumulações de outros LDCs ou do Canadá. O segundo método aplica regras específicas para produtos têxteis e de vestuário (classificação HS 50-63). Um bem pode ser qualificado segundo as regras gerais ou uma das regras de origem mais específicas. Para obter mais informações sobre as regras de origem da LDCT, consulte o [Memorando D11-4-4 da CBSA](#).

Cotas de Alíquotas Tarifárias e Tarifas Sazonais

O Canadá impõe [cotas de tarifas alfandegárias](#) (TRQs) a certos produtos agrícolas incluídos na Lista de Controle de Importação, incluindo laticínios, aves e ovos. As importações dentro da quota estão sujeitas a baixas alíquotas de impostos de importação, e as importações acima do montante estão sujeitas a alíquotas de imposto mais elevadas. O privilégio de importação é alocado às empresas por meio de alocações de importação (ou "cotas de participação"). [Tarifas sazonais](#) aplicam-se a determinadas frutas e vegetais frescos.

Tarifas Antidumping e Compensatórias

Em conformidade com as regras da OMC, a SIMA (Lei de Medidas Especiais de Importação) do Canadá regulamenta a aplicação de tarifas compensatórias sobre produtos importados que causam dano à

indústria canadense, decorrente de subsídios no país de origem. Poderão, ainda, se aplicadas tarifas antidumping e compensatórias, se os bens forem importados a preços inferiores ao preço de venda no país de origem. A CBSA mantém [lista de mercadorias sujeitas a tarifas compensatórias antidumping](#) ("List of Goods Subject to Anti-Dumping Countervailing Duties").

Documentação de Importação

Liberação de Mercadorias na Fronteira

Conforme mencionado anteriormente, todos os produtos que entram no Canadá devem ser declarados à CBSA. Em geral, isso é feito pessoalmente no ponto de entrada, pelo importador ou representante do despachante aduaneiro. Normalmente, as mercadorias são liberadas imediatamente após a apresentação da documentação necessária. No prazo de alguns dias, o importador ou o despachante devem apresentar os documentos alfandegários finais e pagar todas as taxas e impostos devidos. Para facilitar o desembaraço das mercadorias, os exportadores devem fornecer aos importadores toda a documentação exigida em tempo hábil.

Os exportadores podem consultar as orientações da CBSA sobre a [importação de mercadorias para o Canadá](#) para obter mais informações sobre os requisitos de documentação e o desembaraço de produtos importados. [O Banco de Dados de Formulários da CBSA](#) fornece modelos e instruções para o preenchimento de cada tipo de documento.

Tipos de Documentos

Dependendo do produto e do país de origem, os documentos exigidos podem incluir:

1. **“Bill of Lading” (Conhecimento de Transporte por Navio) ou “Airway Bill” (Conhecimento de Transporte Aéreo):** Contrato de transporte emitido pela transportadora marítima ou aérea. Determina a titularidade sobre as mercadorias e as cópias assinadas são prova de titularidade.
2. **Documento de Controle de Carga:** Usado por transportadoras para declarar à CBSA o envio de uma carga (primeiro registro de chegada da carga). Também usado para cargas transferidas mediante caução para escritório da CBSA, depósito temporário (do tipo "sufferance warehouse") ou entreposto aduaneiro.
3. **Certificado de Origem (Formulário A):** Exigido pela CBSA para estabelecer o local de fabricação das mercadorias e para determinar a alíquota aplicável de impostos aduaneiros, incluindo eventuais reivindicações de direito a alíquotas preferenciais de imposto. Mais informações podem ser encontradas no [Memorando D11-4-2](#).
4. **Formulário de Codificação da Alfândega do Canadá (Formulário B):** Usado para contabilizar mercadorias, independentemente do valor importado, para uso comercial no Canadá. Um [exemplo](#) do formulário pode ser obtido junto à CBSA.
5. **Fatura Comercial:** Usado pelo exportador para cobrar o pagamento de mercadorias do comprador canadense. Os exportadores podem fornecer uma CCI ([Fatura Aduaneira do Canadá](#)) ou usar seus próprios formulários, desde que incluam todas as informações padrão necessárias. A CBSA usa a fatura para aplicar as tarifas e outros impostos de importação (por exemplo, GST). Evite novos lançamentos posteriores de impostos, garantindo que sua fatura tenha detalhes suficientes para identificar as mercadorias, determinar a quantidade e estabelecer a classificação tarifária corretamente, incluindo: data de emissão, nome e endereço do comprador e do vendedor, número do contrato, descrição das mercadorias, preço unitário, número de unidades por pacote, peso total e condições de entrega e pagamento.

6. **Certificados de Inspeção:** Certificados sanitários e outros tipos de certificados são exigidos para alguns tipos de produtos que entram no Canadá, incluindo plantas, sementes, animais, produtos farmacêuticos, mudas de plantas de viveiro e carne. Mais informações estão disponíveis junto ao [Health Canada](#) ("Ministério da Saúde do Canadá").
7. **Licenças de Exportação:** Poderão ser exigidas licenças, como, por exemplo, licenças para espécies ameaçadas, as quais deverão ser emitidas pelo governo de origem do exportador.
8. **Licenças de Importação:** O DFAIT (Ministério/Departamento de Relações Exteriores e Comércio Internacional) do Canadá exige licenças de importação para produtos têxteis e roupas, produtos agrícolas e siderúrgicos e alguns itens alimentícios, como laticínios, aves e ovos. [Outros departamentos governamentais](#) podem exigir licenças de importação para uma variedade de produtos.
9. **Romaneio de Carga:** Pode ser necessário para complementar uma fatura comercial, devendo ser fornecido pelo remetente. Identifica o remetente, a empresa de transporte e o importador.
10. **Documentos de Seguro:** Emitidos pela seguradora, fornecem prova de que as mercadorias estão cobertas por seguro no momento do transporte.

Lista de Controle de Importação

Lista de Controle de Importação

A CBSA exige licença de importação para todos os bens listados na [Lista de Controle de Importação do Canadá](#). Os compradores devem obter uma [licença de importação](#) junto à EICB (Agência de Controles de Exportação e Importação) do GAC (Agência de Questões Globais). Os produtos que estão sujeitos a controles de importação incluem:

1. **Produtos Agrícolas:** Aplica-se a carne bovina, ovos, carne de frango, laticínios (incluindo queijo), margarina, manteiga de amendoim, carne de porco, peru, trigo e cevada⁹⁶.
2. **Têxteis e Vestuário:** aplica-se a países com os quais o Canadá tem acordos de livre comércio (ALCs). Especificamente com os Estados Unidos, México, Chile, Costa Rica e Honduras, contêm um nível de preferência tarifária (TPL) para a importação de determinados produtos têxteis e de vestuário⁹⁷. O comércio de produtos têxteis e de vestuário não cobertos pelos acordos de livre comércio descritos acima, ou com outros países que não sejam os listados acima, não têm licença canadense ou requisitos de certificação e estarão sujeitos às alíquotas de imposto MFN (Nação Mais Favorecida)⁹⁸.
3. **Armas de Fogo**
4. **Aço**

Para obter mais informações, consulte o [Memorando D19-10-2](#) e a página de [Controles de Importação](#) da GAC.



Certificados Internacionais de Importação

Embora talvez um produto não esteja sujeito a controles de importação, pode haver a exigência de emissão de Certificado Internacional de Importação, ou seja, de documento que reconhece formalmente que o Governo do Canadá está ciente da (e não tem objeções imediatas à) importação proposta de mercadorias específicas para o Canadá pelo importador declarado para o uso final e usuário final declarados. [Os Certificados Internacionais de Importação](#) canadenses são emitidos para requerentes canadenses, que, por sua vez, fornecem cópia aos seus fornecedores estrangeiros, que usam os Certificados Internacionais de Importação para obter uma licença de exportação estrangeira. A GAC (Global Affairs Canada ou Agência de Questões Globais do Canadá) também fornece informações sobre como solicitar esses certificados.



Produtos Proibidos

Determinados produtos não podem ser importados para o Canadá. [Os produtos proibidos](#) incluem itens que envolvam pornografia infantil, propaganda de ódio, materiais perigosos, narcóticos, moedas falsas e armas de assalto (produzidas para causar lesões), bem como bens manufaturados ou produzidos por mão-de-obra carcerária.

⁹⁶ Global Affairs Canada (Agência de Assuntos Globais do Canadá) [Controles de Exportação e Importação](#). Junho de 2020

⁹⁷ Global Affairs Canada (Agência de Assuntos Globais do Canadá) [Controles de Exportação e Importação. Têxteis E Vestuário](#). Junho de 2020.

⁹⁸ Ibid.

Transbordo

O transbordo envolve o transporte de mercadorias através de um país intermediário para levá-las ao destino final. Isso inclui a transferência de mercadorias de um navio de transporte para outro dentro de país que não é o destino final: por exemplo, a transferência de mercadorias de um navio para outro ou de um navio para um avião ou trem. Para garantir que o país de origem continuará a ser o mesmo, o transbordo deve obedecer a uma série de termos. Por exemplo, as mercadorias devem:

- Permanecer sob controle do trânsito aduaneiro no país intermediário
- Não deverão ser realizadas quaisquer operações no país intermediário, exceto descarga, recarga ou divisão de cargas ou qualquer outra operação necessária para manter os itens de exportação em boas condições
- As mercadorias não deverão ser comercializadas ou consumidas no país intermediário
- As mercadorias deverão permanecer em armazenamento temporário no país intermediário por não mais que seis meses.

12 Transporte e Logística

Rotas de Transporte

Principais Portas de Entrada para o Canadá

Dada a grande extensão do Canadá, normalmente os exportadores consolidam as remessas para os três principais mercados consumidores do país. Para a maioria dos novos exportadores, as principais portas de entrada do Canadá estão nas províncias de Ontário (Toronto) e Quebec (Montreal), ao passo que os exportadores da Ásia talvez desejem focar em Vancouver, na Colúmbia Britânica, na costa oeste (Oceano Pacífico), em razão da sua proximidade geográfica (embora as mercadorias asiáticas sejam cada vez mais enviadas para portos no oceano Atlântico). Os principais centros de distribuição para o comércio dentro do Canadá são Toronto (abrangendo Ontário, Quebec e Costa Atlântica do Canadá), Montreal (abrangendo Quebec, Costa Atlântica do Canadá e Ontário) e Vancouver (abrangendo Colúmbia Britânica, Alberta, Pradarias e Territórios).

Canadá é maior do que você pensa!

Como a 2ª maior massa de terra do mundo, o Canadá abrange 9 milhões de quilômetros quadrados. Isso significa que o Reino Unido caberia no Canadá mais de 40 vezes! Esteja ciente do tempo de viagem e dos custos de transporte nas regiões do Canadá. Leva até 8 horas para voar de Halifax, no Atlântico, até Vancouver, no Pacífico. Isso é mais longe do que voar de Toronto, Montreal ou Halifax até Londres, no Reino Unido.

Corredores de Transporte

Portos: A maioria das mercadorias entra no Canadá por transporte aéreo ou marítimo e é posteriormente transportada por todo o país por via férrea ou transporte rodoviário. As mercadorias que chegam por navio geralmente entram em um dos quatro principais portos de contêineres: Halifax e Montreal, ao leste, e Prince Rupert e Metro Vancouver, na costa oeste. O sistema portuário fornece uma infraestrutura essencial para a conexão com o transporte de produtos por via férrea e rodoviária:

- **Região Central:** O sistema de vias navegáveis de St. Lawrence/Grandes Lagos, através da Via Marítima St. Lawrence, que vai do Oceano Atlântico perto de Montreal até o coração dos Estados Unidos, é um importante corredor comercial que atende 15 grandes portos internacionais e 50 portos regionais em ambos os lados da fronteira entre o Canadá e os EUA. Especializa-se em navios graneleiros, autodescarregáveis e rebocadores/barcaças para carga seca doméstica e frota de pequenos navios petroleiros que movimentam produtos petrolíferos.
- **Região do Pacífico:** Rebocadores e barcaças atendem aos barcos e locomotivas de transporte nacional, enquanto graneleiros e navios porta-contêineres dominam o comércio internacional com os países asiáticos.
- **Região Atlântica:** Dá suporte a parte do comércio nacional, mas os navios internacionais são de considerável importância para o tráfego de importação e exportação.⁹⁹

⁹⁹ ACPA ([Associação das Autoridades Portuárias Canadenses](#)), Fatos da Indústria Portuária, 2015

Um total de 245.000 contêineres de vinte pés foram descarregados nos quatro portos mencionados acima em março de 2020. Isso representou redução de 12,5% em relação ao mesmo mês de 2019. A pandemia da COVID-19 definitivamente contribuiu para essa redução de volume. Observe que o número de contêineres despachados a partir desses portos para exportação foi aproximadamente igual ao número de contêineres descarregados (importados)¹⁰⁰.

A infraestrutura intermodal (do transporte oceânico ao ferroviário) está bem desenvolvida nesses portos canadenses. [A companhia ferroviária nacional do Canadá](#) fornece informações úteis sobre as instalações intermodais de cada porto:

Transporte por Via Aérea: Bens valiosos e sensíveis ao tempo são enviados por via aérea. Embora os produtos enviados por via aérea correspondam a apenas 3% do volume de mercadorias embarcadas para o Canadá, ele representa quase 35% do valor total.¹⁰¹

Transporte por Via Ferroviária: O Canadá possui extensa rede ferroviária, que é a quinta maior do mundo e responde pela movimentação do quarto maior volume de mercadorias do planeta. A Canada National (CN) Rail transporta mercadorias diretamente de navios no porto de Prince Rupert para Ontário, Quebec e os Estados Unidos.

¹⁰⁰ Statistics Canada, Transportation Data and Information Hub (Hub de Informações e Dados de Transporte), Catalog Number (Número de Catálogo) 50-502-X.

¹⁰¹ Fazendo a Economia Canadense Crescer - Uma Nova Política Nacional de Transporte Aéreo, The Conference Board of Canada (O Comitê de Conferências do Canadá)

Tipos de Transporte



Nos **aeroportos**, as mercadorias podem chegar nos aviões de empresas aéreas como a Air Canada, ou da sua empresa de fretamento aéreo - Air Transat - ou de empresas aéreas dedicadas ao transporte de encomendas como a Purolator, **UPS e FEDEX**. Os principais aeroportos são o Pearson International (Toronto), Calgary International, Pierre Elliot Trudeau International (Montreal) e Vancouver International.

13 aeroportos internacionais



Nos **portos marítimos**, os produtos podem chegar em contêineres de carga, que são então transferidos para vagões em trens ou para caminhões. Os principais portos marítimos são o Porto de Halifax, o Porto de Montreal (porto no interior do continente), a Autoridade Portuária de Prince Rupert e Metro Vancouver

18 autoridades portuárias



Nas **estações de trem ou pátios ferroviários**, pode ser feito o transbordo de produtos comerciais em vagões fechados, vagões plataforma, vagões hopper ou vagões tanque. As principais empresas de transporte ferroviário no Canadá são a *Canada National Railway Company* (CN) e a *Canada Pacific Rail*.

48.000 km de ferrovias



Nos **pontos terrestres de travessia de fronteira**, as mercadorias podem chegar em caminhões de grande porte que transportam produtos para empresas multinacionais, ou em carros, vans ou caminhonetes, que podem ser utilizados pelas empresas de pequeno porte

27.608 km de rodovias

Intermediários de Transporte

O envio de mercadorias através de fronteiras internacionais com diferentes leis, moedas e idiomas pode ser um desafio para muitas PME exportadoras, especialmente para aquelas que estão começando. Por esta razão, intermediários logísticos especializados são comumente usados no negócio de exportação e importação. Os possíveis parceiros de transporte incluem:

- 1. Agentes de Carga:** Os agentes de carga organizam o transporte e a entrega de cargas comerciais (mercadorias ou commodities). Os serviços incluem: seleção de rotas de transporte, cotação e negociação de taxas de transportadoras, preparação, tradução, certificação e apresentação de documentos de transporte e alfandegários, reserva de espaço de transporte, obtenção e solicitação de indenização de seguro, processamento de pagamentos, obtenção de fretamento e organização de transporte em terra (agentes de transporte aéreo). Os contatos podem ser encontrados por meio da CIFFA ([Associação Canadense de Agentes Internacionais de Carga](#)). A Associação fornece um diretório de agentes de carga (também chamados de "transitários" ou "freight forwarder" em inglês) no Canadá.
- 2. NVOCCs (Transportadoras Que Não Operam Navios):** As NVOCCs lidam apenas com o transporte de um porto até o cais do importador, ou do cais do exportador até um porto. Elas compram e revendem espaço nas transportadoras, realizam o trabalho físico de consolidação, carga e descarga da mercadoria, podendo até realizar o frete em alguns casos. Pode-se facilmente fazer uma busca no Google por NVOCCs no Canadá e obter lista das empresas envolvidas neste campo.
- 3. Consolidadores:** Os consolidadores reúnem remessas pequenas e as transformam em remessas maiores, a fim de que estas se qualifiquem para descontos totais pertinentes ao modo de transporte em questão. Eles geralmente são encontrados no país de origem. Normalmente, o consolidador trabalhará com diferentes exportadores para combinar diferentes remessas menores. Um dos principais desafios ao trabalhar com consolidadores é que os prazos geralmente não são tão flexíveis quanto quando se faz o envio por conta própria.
- 4. Empresas de Exportação e Importação ("Trading Houses"):** As "trading houses" podem ser divididas em dois grupos. As Empresas de Gestão de Importação (também chamadas de Agentes de Exportação/Importação) representam uma empresa em um mercado específico (digamos, Canadá) e a ajudam a acessar informações alfandegárias e governamentais. Elas também intermediam negócios de exportação em nome da empresa. Elas não tomam posse física dos produtos. As "trading houses" ou "trading companies" (também denominadas de Empresas de Importação e Exportação) compram os produtos de uma empresa e assumem todos os riscos envolvidos na sua comercialização no mercado estrangeiro.
- 5. Empresas Terceirizadas de Logística (3PLs):** 3PLs são especialistas em logística para operações específicas, incluindo frete de entrada, alfândega e consolidação de frete, armazenamento, atendimento de pedidos, distribuição, gerenciamento e frete.
- 6. Despachantes Aduaneiros:** Os despachantes aduaneiros auxiliam as empresas nas estimativas e classificações alfandegárias e no pagamento de taxas de importação no Canadá. [A CBSA \(Agência Canadense de Serviços de Fronteira\)](#), do Governo Canadense, fornece uma lista de despachantes aduaneiros licenciados.
- 7. Associações de Transporte Marítimo:** As associações de transporte marítimo são grupos de pequenos exportadores que fazem parcerias para se qualificar para melhores taxas de transporte marítimo.

8. **Corretores de Navios e Agentes de Navios:** Esses agentes são empresas independentes com amplo conhecimento sobre o agendamento de frete marítimo. Conectam pequenos exportadores com operadores de navios.
9. **Seguradoras:** Os exportadores ou importadores podem providenciar o seguro da carga diretamente com uma seguradora ou indiretamente com um agente de seguros, um agente de carga ou um despachante aduaneiro.
10. **Instituições Financeiras:** As instituições financeiras garantem que o pagamento pelas mercadorias enviadas seja feito dentro do prazo. Alguns de seus outros serviços comerciais incluem o fornecimento de financiamento, relatórios de crédito, serviços de transações documentais e transferência de fundos.

Noções básicas sobre Incoterms®: são os termos de venda aceitos pelo comprador e pelo vendedor. O Incoterm® indica claramente quais tarefas, custos e riscos estão associados ao comprador e ao vendedor. O Incoterm® é acordado entre o comprador e o vendedor e estabelece quando os custos e riscos do vendedor são então transferidos para o comprador.

Incoterms® também são chamados de Termos Internacionais de Comércio, publicados pela Câmara de Comércio Internacional (ICC), estando relacionados ao Direito Comercial Internacional. Eles são aceitos por governos e autoridades em todo o mundo.

Os Incoterms® 2020 contêm as regras da ICC para uso dos 11 termos internacionais Incoterms®. Eles consideram os mais recentes desenvolvimentos na prática comercial e atualizam as regras para torná-las mais acessíveis e fáceis de usar.

Inco Docs											
	Freight Collect Terms						Freight Prepaid Terms				
Groups	Any Mode or Modes of Transport		Sea and Inland Waterway Transport				Any Mode or Modes of Transport				
Incoterm®	EXW	FCA	FAS	FOB	CFR	CIF	CPT	CIP	DAP	DPU	DDP
	Ex Works (Place)	Free Carrier (Place)	Free Alongside Ship (Port)	Free On Board (Port)	Cost and Freight (Port)	Cost Insurance & Freight (Port)	Carriage Paid To (Place)	Carriage & Insurance Paid to (Place)	Delivered at Place (Place)	Delivered at Place Unloaded (Place)	Delivered Duty Paid (Place)
Transfer of Risk	At Buyer's Disposal	On Buyer's Transport	Alongside Ship	On Board Vessel	On Board Vessel	On Board Vessel	At Carrier	At Carrier	At Named Place	At Named Place Unloaded	At Named Place
Obligations & Charges:											
Export Packaging	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller
Loading Charges	Buyer	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller
Delivery to Port/Place	Buyer	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller
Export Duty, Taxes & Customs Clearance	Buyer	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller
Origin Terminal Charges	Buyer	Buyer	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller
Loading on Carriage	Buyer	Buyer	Buyer	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller
Carriage Charges	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller
Insurance	Negotiable	Negotiable	Negotiable	Negotiable	Negotiable	*Seller	Negotiable	**Seller	Negotiable	Negotiable	Negotiable
Destination Terminal Charges	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller
Delivery to Destination	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Seller	Seller	Seller
Unloading at Destination	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Seller	Buyer
Import Duty, Taxes & Customs Clearance	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Seller

Fonte: Incoterms® 2020. [The Global Trade Guide \("O Guia de Comércio Global"\)](#).

13 Seus próximos passos

Crie uma Estratégia de Entrada no Mercado



Três Ferramentas Essenciais para realizar uma Pesquisa de Mercado:

<p>Trade Data Online (Dados Online de Comércio)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Coleta todos os dados de importação e exportação do Canadá • Banco de dados de busca para importações do seu produto • Analisa o tamanho, o crescimento e a concorrência do mercado de importação
<p>Sistema Automático de Referências de Importação</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fornece informações sobre requisitos e regulamentos de importação • Aplica-se a produtos agroalimentares, vegetais e animais regulamentados pela CFIA (Agência Canadense de Inspeção de Alimentos)

[Banco de Dados de Importadores Canadenses](#)

- Fornece listas dos principais importadores com base no código HS
- Utiliza nomes de empresas para pesquisar detalhes do contato e realizar sua própria verificação

Como a TFO Canada Pode Ajudar

Cadastre-se em www.tfoCanada.ca para acessar os seguintes serviços gratuitos para exportadores:

Exportador Potencial



Exportador de Sucesso

- Responda ao nosso [Questionário sobre Prontidão para Exportação](#) para descobrir seus pontos fortes e fracos
- Atualize regularmente sua oferta de exportação em nosso [banco de dados de fornecedores](#) ("Supplier Database") para importadores canadenses
- Faça o download do [Relatório de Mercado](#) ("Market Report") para o seu setor no Canadá
- Acesse as principais Ferramentas de [Pesquisa de Mercado](#) ("Market Research Tools") diretamente no nosso site
- Inscreva-se em um [Webinar](#) ou assista as gravações de eventos anteriores

Apêndice

Anexo 1: Fontes de Informação

<p><u>TFO Canada</u> Endereço: 130 Slater Street, Suite 400? Ottawa, Ontario, Canada K1P 6E2 Tel.: (613) 233-3925 - No Canadá: 1-800-267-9674 Fax: (613) 233-7860 E-mail: info@tfocanada.ca</p> <p><u>CBSA (Agência Canadense de Serviços de Fronteira)</u> No site da internet, está disponível uma lista dos escritórios da CBSA em todo o Canadá.</p> <p><u>AAFC (Agência de Agricultura e Agroalimentos do Canadá)</u> Informações gerais Ligação gratuita: 1-855-773-0241 TTY: 613-773-2600 Fax: 613-773-108 Email: aafc.info.aac@canada.ca Online: formulário de contato Endereço de correspondência: Agriculture and Agri-Food Canada 1341 Baseline Road Ottawa, ON K1A 0C5</p> <p><u>CFIA (Agência Canadense de Inspeção de Alimentos)</u> <u>Contato online</u> Tel.: 1-800-442-2342 (Canadá e EUA) / 1-613-773-2342 (local ou internacional)</p>	<p><u>Global Affairs Canada (Agência de Assuntos Globais do Canadá)</u> Endereço: 125 Sussex Drive Ottawa, Ontario, Canada K1A 0G2 Tel.: (613) 944-4000 - Fax: (613) 996-9709</p> <p><u>I.E. Canada</u> (Associação Canadense de Importadores e Exportadores) Endereço: 3601 Highway 7 East, Markham, Ontario Canadá Tel.: 1-866-616-2243 E-mail: info@iecanada.com</p> <p><u>CSA Group (Grupo CSA)</u> Endereço: 155 Queen Street, Office 1300 Ottawa, Ontario K1P 6L1 Tel.: (613) 565-5151</p>
---	--

Anexo 2: Associações Empresariais

A seguir são apresentados os links para os sites na internet das associações comerciais canadenses mais relevantes:

<p>VESTUÁRIO E TÊXTEIS</p> <ul style="list-style-type: none"> • CAF (Federação Canadense de Vestuário) • CAWS (Associação Canadense de Representantes de Vendas no Atacado (Agentes de Vendas de Vestuário)) • AFA (Associação de Calçados e Vestuário do Canadá) <p>BEBIDAS</p> <p>Bebidas alcóolicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Spirits Canada (Associação de Destilados do Canadá) • Beer Canada (Associação de Cerveja do Canadá) • CALJ (Associação Canadense de Locais Produtores de Bebidas Alcóolicas Destiladas) • Wine Growers Canada (Associação de Produtores de Vinho do Canadá) <p>BEBIDAS (OUTRAS)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Canadian Beverage Association (Associação Canadense de Bebidas) • CBWA (Associação Canadense de Água Engarrafada) • Coffee Association of Canada Associação de Café do Canadá • THAC (Associação de Chá e Ervas do Canadá) <p>MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> • CBHA (Associação Canadense de Construtores) • LBMAO (Associação de Madeira e Materiais de Construção de Ontário) • NRHA (Associação Norte-Americana de Varejistas de Materiais de Construção do Canadá) <p>CARPETES E TAPETES</p> <ul style="list-style-type: none"> • The Carpet & Rug Institute (Instituto de Carpetes e Tapetes) • Canadian Home Furnishings Alliance (Aliança de Móveis para Casa do Canadá) <p>COSMÉTICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Allied Beauty Association (ABA) Society of Cosmetics Chemists (Sociedade de Químicos de Cosméticos) 	<p>CALÇADOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • WCSA (Associação de Sapatos do Leste Canadense) • SMAC (Associação de Fabricantes de Calçados do Canadá) • AFA (Associação de Calçados e Vestuário do Canadá) <p>MOBÍLIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • QFMA (Associação de Fabricantes de Móveis de Quebec) • ARIDO Associação de Designers de Interiores Registrados de Ontário • Interior Designers of Canada (Design de Interiores do Canadá) <p>PRODUTOS DE DECORAÇÃO PARA CASA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Canadian Gift Association (Associação de Brindes do Canadá) • Canadian Crafts Federation (Federação Canadense de Artesanato) <p>JÓIAS E ACESSÓRIOS DE MODA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Canadian Jewellers Association (Associação Canadense de Joalheiros) • LLHA (Associação Canadense de Malas, Artigos de Couro, Bolsas e Acessórios) <p>PRODUTOS DE SAÚDE NATURAIS</p> <ul style="list-style-type: none"> • CHFA (Associação Canadense de Alimentos Saudáveis) • CHPA (Associação Canadense de Medicamentos Homeopáticos) • Consumer Health Products Canada (Produtos de Saúde do Consumidor do Canadá) • HealthCare Can (chamado de Healthcare Can) <p>PRODUTOS ORGÂNICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produtores Canadenses de Orgânicos • COTA (Associação de Comércio de Orgânicos do Canadá) • OACC (Centro de Agricultura Orgânica do Canadá) <p>PRODUTOS FARMACÊUTICOS</p>
--	---

<p>FLORICULTURA E HORTICULTURA</p> <ul style="list-style-type: none"> • CNLA (Associação Canadense de Paisagismo e Viveiros do Canadá) <p>ALIMENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • CFIG (Federação Canadense de Produtores Independentes de Alimentos) • CPMA (Associação Canadense de Manejo da Produção de Alimentos) • CSFA (Associação Canadense de Lanches Rápidos) • Canadian Spice Association (Associação Canadense de Temperos) • NAPTWG (Grupo de Trabalho de Transporte de Produtos Alimentícios da América do Norte) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CAPDM (Associação Canadense para Gerenciamento de Distribuição de Produtos Farmacêuticos) ▪ CGPA (Associação Canadense de Medicamentos Genéricos) ▪ Innovative Medicines Canada (Medicamentos Inovadores do Canadá)
--	---

Anexo 3: Publicações

As seguintes publicações, revistas e empresas de pesquisa fornecem informações úteis para os exportadores:

<p>VESTUÁRIO E TÊXTEIS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Trendex North America Inc.- Boletim informativo mensal com informações sobre Vestuário 2. Boletins da Federação Canadense de Vestuário (Canadian Apparel Federation) <p>MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hardlines • Woodworking Magazine (Revista de Carpintaria) • Hardware Retailing (Varejo de Materiais de Construção) <p>CARPETES E TAPETES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Azure 2. Canadian Interiors 3. Coverings (Pisos, Revestimentos) <p>COSMÉTICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cosmetics Magazine (Revista de Cosméticos) 2. Spa Canada Magazine <p>FLORICULTURA E HORTICULTURA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Canadian Gardening (Jardinagem Canadense) • Canadian Florist Magazine (Revista Canadense de Floricultura) • Flowers Canada Retail Newsletter (Boletim Informativo de Varejo de Floricultura no Canadá) • Greenhouse Canada (Estufas no Canadá) 	<p>CALÇADOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Footwear Journal (Jornal do Calçado) ▪ Shoe Trade Publication (Publicação de Comércio de Calçados) <p>MOBÍLIA</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Magazine Intérieurs ▪ FurnitureLink ▪ <p>PRODUTOS DE DECORAÇÃO PARA CASA</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Canadian Living ▪ House and Home (houseandhome.com) <p>JÓIAS E ACESSÓRIOS DE MODA</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Luggage, Leathersgoods and Accessories Magazine (Revista de Malas, Artigos de Couro e Acessórios) ▪ Canadian Jewellers Magazine (Revista de Joalherias do Canadá) ▪ Complexo <p>PRODUTOS DE SAÚDE NATURAIS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Canadian Natural Health Retailers (Varejistas Canadenses de Produtos Naturais de Saúde) ▪ Natural Health Products Canada (Produtos Naturais de Saúde do Canadá) ▪ Wholife
--	---

Alimentos E Bebidas

1. [Canadian Grocer \(Supermercados no Canadá\)](#)
2. [Canadian Seafood Buyer's Guide \(Guia do Comprador Canadense de Frutos do Mar\)](#)
3. [Food and Beverage Canada \(Alimentos e Bebidas no Canadá\)](#)
4. [Food in Canada \(Alimentos no Canadá\)](#)
5. [Grocery Business Canada \(Empresas de Supermercado no Canadá\)](#)
6. [Organic & Wellness News \(Notícias sobre Orgânicos e Bem-Estar\)](#)