

PERFIL DEL EMPRESARIO CANADIENSE



- ✓ Valora mucho la etiqueta social y el protocolo, lo que implica vestirse y hablar de manera conservadora y respetar el espacio personal.
- ✓ Es importante llevar tarjetas de negocios en inglés y francés, y ser claro al responder preguntas.
- ✓ Si no se sabe la respuesta, es mejor decir que se revisará la información y se enviará la respuesta en un plazo de 24 horas.
- ✓ Las conversaciones en lugares ruidosos son mal vistas, por lo que es preferible encontrar un lugar tranquilo y acogedor para reunirse.

PERFIL DEL CONSUMIDOR CANADIENSE



- ✓ Se caracteriza por ser un consumidor sensibilizado con los problemas del medio ambiente y el exceso de consumo.
- Por ello, tiende a concentrarse en el origen y calidad de los productos, sin dejar de lado el precio, orientando su consumo hacia los productos naturales.
- ✓ El canadiense está familiarizado con las plataformas virtuales de ventas, las cuales han crecido en la última década.

MÁS RECOMENDACIONES

- ✓ En la cultura canadiense, la puntualidad es importante, por lo que es recomendable tomar precauciones para llegar a tiempo en caso de una visita comercial y avisar con anticipación si se presenta algún retraso.
- ✓ Es importante tener en cuenta que Canadá tiene su propia cultura y estrategias comerciales diferentes a las de Estados Unidos.
- ✓ Además, el país tiene dos idiomas oficiales, inglés y francés, por lo que es importante investigar qué idioma se habla en la ciudad de destino.
- ✓ El mercado canadiense se destaca por su sofisticación y altos estándares de calidad, por lo que es necesario que los productos cumplan con estas exigencias.



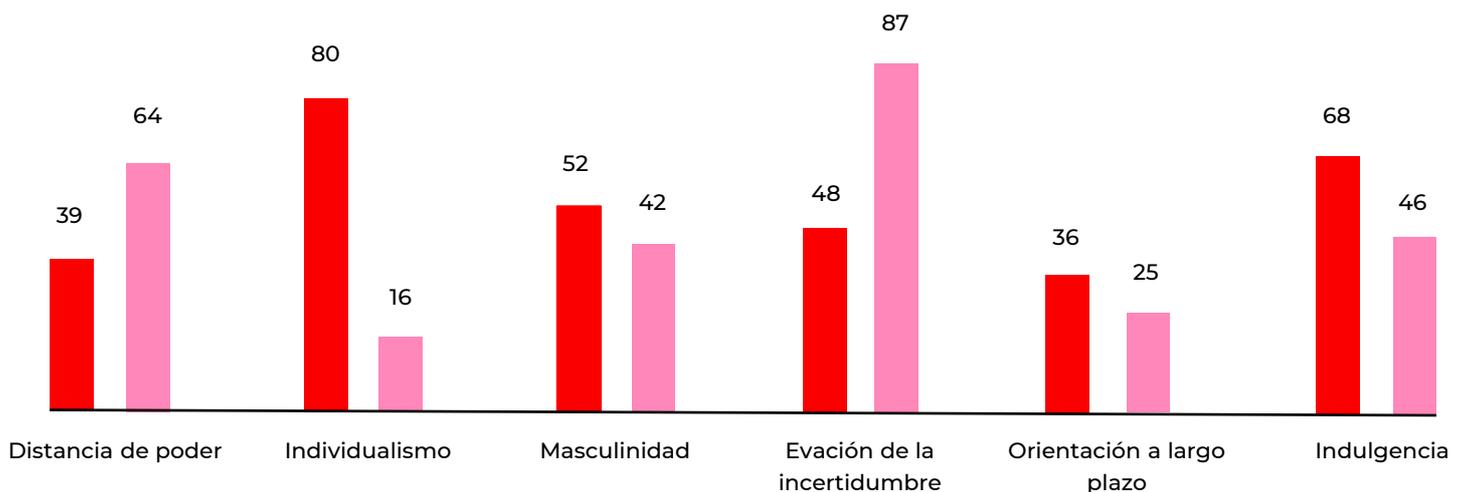
DIMENSIONES DE HOFSTEDE DE CANADÁ Y PERÚ

Las dimensiones de Hofstede son una medida reconocida mundialmente en los negocios internacionales. El desarrollo de estas 6 dimensiones proporciona una visión detallada de los rasgos culturales inherentes a un país o sociedad, que demuestran cómo los valores culturales influyen en el comportamiento humano (puntuaciones que oscilan de 0 a 100). Esta herramienta se emplea para hacer un análisis de la sociedad con la que se está llevando a cabo negocios, teniendo un impacto significativo en su desarrollo y éxito.



Canadá

Perú



1

DISTANCIA DE PODER

Actitud de la cultura hacia las desigualdades entre los individuos.

- Puntaje bajo: Poca distancia de poder.
- Puntaje alto: Mucha distancia de poder.

4

EVACIÓN A LA INCERTIDUMBRE

Mide cuanto amenaza sienta una sociedad por lo desconocido.

- Puntaje bajo: Acepta más la incertidumbre.
- Puntaje alto: Evita más la incertidumbre.

2

INDIVIDUALISMO

Es el grado de interdependencia que una sociedad mantiene entre sus miembros.

- Es el "yo" o "nosotros".
- Puntaje bajo: Sociedad colectivista.
- Puntaje alto: Sociedad individualista.

5

ORIENTACIÓN A LP

• Puntaje bajo (sociedad normativa): Piensan en el corto plazo.

- Puntaje alto (enfoque pragmático): Piensan a largo plazo (fomentan ahorro y educación moderna).

3

MASCULINIDAD

• Puntaje alto (masculino): Impulsado por la competencia, logro y éxito.

- Puntaje bajo (femenino): Impulsado por valores y calidad de vida.

6

INDULGENCIA

Grado en que las personas intentan controlar sus deseos e impulsos.

- Puntaje bajo: Sociedad restrictiva
- Puntaje alto: Sociedad indulgente



Análisis de las dimensiones de Hofstede entre la sociedad peruana y canadiense.



DIMENSIONES DE HOFSTEDE ENTRE PERÚ Y CANADÁ

DIMENSIÓN	PUNTAJE	CANADÁ	PUNTAJE	PERÚ
DISTANCIA DE PODER	39	<ul style="list-style-type: none"> • Poca distancia de poder. • Interdependencia entre sus habitantes y se valora el igualitarismo. 	64	<ul style="list-style-type: none"> • Alta distancia de poder. • Subordinados aún perciben a los superiores como de difícil acceso y no confían en ellos.
INDIVIDUALISMO	80	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura individualista. • Sociedad poco unida. • Uno es autosuficiente y con iniciativa. 	16	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura colectivista. • La gente encuentra atractivas las grandes empresas
MASCULINIDAD	52	<ul style="list-style-type: none"> • Sociedad moderadamente masculina. • Se analizan respecto al logro, el éxito y la victoria, pero tienen equilibrio entre el trabajo y la vida. 	42	<ul style="list-style-type: none"> • Sociedad bastante femenina. • Preferencia por el contacto humano y la familia sobre el reconocimiento o la riqueza.
EVASIÓN A LA INCERTIDUMBRE	48	<ul style="list-style-type: none"> • Sociedad más "aceptadora de la incertidumbre". • Fácil aceptación de nuevas ideas, productos innovadores y la voluntad de probar algo nuevo. 	87	<ul style="list-style-type: none"> • Sociedad menos "aceptadora de la incertidumbre". • Fuerte necesidad de reglas y sistemas legales elaborados para estructurar la vida.
ORIENTACIÓN A LARGO PLAZO	36	<ul style="list-style-type: none"> • Sociedad normativa. • Prefieren no ahorrar y tener resultados más rápidos. 	25	<ul style="list-style-type: none"> • Sociedad normativa. • Prefieren no ahorrar y tener resultados más rápidos.
INDULGENCIA	68	<ul style="list-style-type: none"> • Sociedad indulgente. • Muestran voluntad de realizar sus impulsos y deseos con respecto a disfrutar de la vida y divertirse. 	46	<ul style="list-style-type: none"> • Sociedad más restrictiva que indulgente.