

2016



Artesanías



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



“Este perfil de producto ha sido realizado en el mercado canadiense por la Cámara de Comercio Perú Canada de Montreal (CCPCM por sus siglas en francés), utilizando fuentes primarias y secundarias. El trabajo realizado por la consultora ha sido supervisado por la OCEX Toronto, contando con la colaboración de la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales del MINCETUR y Promperú”. Se autoriza la reproducción de la información contenida en este documento siempre y cuando se mencione la fuente: MINCETUR. Plan de Desarrollo de Mercado de Canadá”.



Artesanías

Índice

Resumen Ejecutivo	6	1.4.1. Atributos y percepción del producto peruano	31
Antecedentes	6	1.4.2. Sugerencias comerciales	33
Metodología de estudio	7	1.4.3. Análisis de la competencia	33
01. Mercado - Descripción del Sector	8	02. Condiciones de Acceso	36
1.1. Tamaño de mercado	9	2.1. Aranceles y otros	36
1.1.1. Producción canadiense	9	2.2. Barreras, estándares y normas	36
1.1.2. Exportaciones canadienses	10	03. Canales de Distribución y Comercialización	41
1.2. Características generales	18	04. Información Adicional	44
1.2.1. Uso y formas de consumo	18	4.1. Datos de contacto de importadores	44
1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación	20	4.2. Oficinas/Gremios en el mercado	45
1.2.3. Auditoría en tiendas	25	4.3. Ferias comerciales	46
1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado	29		
1.4. Ventajas del producto peruano y competencia	31		

Resumen Ejecutivo

Antecedentes

La industria cerámica en Canadá representa un segmento de CAD 2,6 mil millones (CAD = dólares canadienses) al año con un incremento anual promedio de 8% de las importaciones en los últimos tres años. Estas cifras han motivado la participación de una gran cantidad de actores por lo que la oferta actual es intensa. Este incremento es comprensible frente a la tasa de contracción anual de 4,2% entre el año 2010 y año 2015 de la producción interna de cerámicas en Canadá, según un estudio realizado por IBISWorld.

La oferta de cerámica al mercado canadiense se encuentra integrada en varios grupos de exportación, entre los cuales se encuentra la cerámica peruana, la cual es poseedora un nicho especial en el comercio de los productos utilitarios y decorativos del hogar dentro del mercado.

Con diferentes opciones de identificación, la cerámica peruana utiliza principalmente tres subpartidas arancelarias a diez dígitos para su exportación a Canadá, las cuales son: 6912.00.00.00, 6913.90.00.00 y 6914.90.00.00.

La tendencia del consumidor canadiense se orienta a los productos de cerámica tradicional con un toque de modernidad

y de preferentemente con un valor utilitario. Asimismo, el público de mayor interés es el adulto mayor, que representa el 35% de la población.

Otro grupo poblacional que ha influenciado en el consumo de la cerámica es el de los inmigrantes, quienes han favorecido el reconocimiento de los factores culturales y étnicos de los productos que hoy se comercializan en Canadá.

La mayor demanda de cerámica en Canadá se encuentra en tres provincias: Columbia Británica, Ontario y Quebec.

La mejor estrategia para aumentar el posicionamiento en el mercado canadiense de la cerámica está en fortalecer las propuestas innovadoras sin perder identidad, un producto a un precio justo que sepa adaptarse a las tendencias actuales del mercado.

El Perú no competiría con la oferta exportable de China o Estados Unidos, quienes tienen la mayor parte del mercado basados en un producto de bajo precio, sino más bien debe apuntar a los nichos especializados, donde el comprador canadiense está dispuesto a pagar por otros factores tales como culturales, étnicos, simbólicos y otros.

Metodología de estudio

La metodología para la realización del presente documento se enfocó en la recopilación de datos y cifras de fuentes primarias y secundarias, a partir de estadísticas, artículos, publicaciones y documentos, teniendo en cuenta un análisis cuantitativo y cualitativo.

El trabajo se divide en cinco partes. La primera parte del informe contiene una descripción del mercado de artesanía en Canadá, considerando la producción canadiense, las exportaciones y las importaciones desde el mundo y específicamente del Perú. En segundo lugar se detallan las características generales

del consumidor canadiense, tendencias y auditoría en tiendas. Luego, se muestra una descripción de las normas y requisitos para el acceso al mercado canadiense con una descripción de los canales de distribución y comercialización para la artesanía. Finalmente, se ofrece información de interés del exportador; la cual debe tener presente a la hora de ingresar al mercado de Canadá.

01

Mercado - Descripción del Sector

Clasificación arancelaria, alcance de estudio y descripción del producto

Para el mercado canadiense, se utiliza el código del Sistema Armonizado (SA). La Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá-CBSA (Canada Border Service Agency) es la entidad responsable de asegurar el cumplimiento de las normas y regulaciones correspondientes a la nomenclatura de las partidas arancelarias de cada producto.

En el Perú, los códigos armonizados SA principalmente utilizados para la exportación de la cerámica son los siguientes:

- » 6912.00: "Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de cerámica, excepto de porcelana".

- » 6913.90: "Las demás estatuillas y demás artículos para adornos de cerámica".
- » 6914.90: "La demás manufacturas de cerámica".

Para poder diferenciarlas las subpartidas 6912.00 y 6914.90 están relacionadas a productos de cerámica utilitaria; mientras que la subpartida 6913.90 está relacionada a la artesanía de cerámica decorativa y ornamental.

Es importante mencionar que la CBSA exige que todas las subpartidas utilizadas para importación individual deban ser identificadas con diez dígitos; el incumplimiento de este requerimiento puede inducir al importador al pago de una sanción o multa según sea el caso.

Tabla N° 1: Subpartidas de artículos de artesanía en cerámica, para el mercado de Canadá

Subpartida arancelaria SA	Subpartidas nacionales a diez dígitos
6912.00	6912.00.10.00 6912.00.20.00 6912.00.90.10 6912.00.90.24 6912.00.90.29 6912.00.90.30 6912.00.90.93 6912.00.90.95 6912.00.90.96 6912.00.90.99

Subpartida arancelaria	Subpartidas nacionales a diez dígitos
6913.90	6913.90.90.40 6913.90.90.90
6914.90	6914.90.00.00

Fuente: Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (CBSA)

Para mayor detalle sobre las subpartidas arancelarias de los productos de artesanía con su respectiva descripción se recomienda ingresar a la siguiente página web:

www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2015/01-99/01-99-t2015-2-eng.pdf

Nota: Cabe señalar que los datos estadísticos del flujo comercial (importaciones y exportaciones) de Canadá solamente se encuentran disponibles a nivel de 6 dígitos.

1.1. Tamaño de mercado

A continuación se analizará el tamaño del mercado de artesanía en Canadá teniendo en cuenta la producción e importaciones totales, así como las importaciones provenientes del Perú.

1.1.1. Producción canadiense

La producción canadiense de artesanía cerámica es producto del trabajo de sus artesanos independientes que operan generalmente en un taller de producción y venden sus trabajos a tiendas especializadas de artesanía, decoración y accesorios del hogar.

No existe un dato preciso del número de artesanos de cerámica. Según Industria Canadá, existen alrededor de 5 500 artesanos independientes y artistas visuales¹, de los cuales, el 30% (1 650) son artesanos relacionados a la fabricación de artículos de cerámica y accesorios. Este número de artesanos confirma que la producción canadiense es limitada. Sin embargo, los artesanos canadienses también colocan

¹ strategis.ic.gc.ca/app/scr/sbms/sbb/cis/etablissements.html?code=711511&lang=fra

sus productos en las tiendas minoristas y son parte de la competencia en este sector.

1.1.2. Exportaciones canadienses

Según los datos de Industrias Canadá² relacionados a las tres subpartidas SA del presente estudio, el volumen de ventas exportable hasta el mes de noviembre del año 2015 suman CAD 13,3 millones mientras que las importaciones corresponden a CAD 189,1 millones. Esto indica que Canadá es primordialmente un importador de productos de artesanía cerámica.

Igualmente, existen 216 empresas canadienses fabricantes y exportadoras de artesanía, artículos en cerámica y aparatos sanitarios³. Estas empresas producen de manera prioritaria para los minoristas de cadena y marcas establecidas.

1.1.3. Importaciones canadienses

Solo considerando los las tres subpartidas SA mostradas en la tabla N°1, relacionados con los artículos de cerámica, el mercado canadiense de las artesanías representa más de CAD 179 millones en importaciones, teniendo en cuenta la importaciones registradas entre enero a octubre del año 2015.

Este valor representa el 95% de las importaciones registradas durante todo el año 2014 y exceden en 5% las obtenidas en el año 2013.

Según los datos de Industrias Canadá⁴, las artesanías representan un segmento anual de CAD 2,6 mil millones (2014). Un promedio de incremento anual de 8% entre el año 2012 y año 2014. En la siguiente tabla se puede observar todos los segmentos de artesanías, según la partida SA (es decir, a nivel de cuatro dígitos) y su progreso desde el año 2012, hasta los diez primeros meses del año 2015.

Tabla N° 2: Principales importaciones de artesanía por partida SA, período 2012 - 2015 (en CAD millones)

Partidas SA	2012	2013	2014	2015 ⁵
9405 - Lámparas, letreros y accesorios de iluminación.	1 436,8	1 544,8	1 730,6	1 700,4
9505 - Artículos para fiestas, carnaval u otras diversiones.	371,4	410,2	417,1	429,7
6912 - Vajilla y demás artículos de cerámica de uso doméstico, higiene o tocador.	138,1	142,8	156,5	137,5
6911 - Vajilla y demás artículos de porcelana de uso doméstico, higiene o tocador.	85,8	87,8	99,5	89,3
4420 - Marquetería y taracea, cajas joyas, estatuillas, de madera.	50,7	55,7	56,1	57,9
6702 - Flores, follaje, frutas artificiales y artículos similares.	42,8	43,8	43,7	45,7
4602 - Cestería, mimbre y artículos similares.	30,9	35,0	46,6	43,5
9703 - Obras originales de estatuaria o escultura, de cualquier materia.	52,5	40,7	60,2	46,1
9702 - Grabados, estampas y litografías originales	19,6	23,2	18,7	22,3
6913 - Estatuillas y demás artículos de cerámica para adorno.	25,5	24,4	25,3	21,7
6914 - Las demás manufacturas de cerámica.	10,3	12,0	15,3	18,4
5805 - Tapicería tejida a mano y tapicería de aguja, inclusive las confeccionadas.	0,2	0,3	0,3	0,3
Total	2 264,7	2 420,6	2 670,0	2 612,8

Fuente: Industrias Canadá – Trade Date Online

² Industrias Canadá - Pottery, Ceramics and Plumbing Fixture Manufacturing
³ www.ic.gc.ca/app/scr/sbms/sbb/cis/etablissements.html?code=32711&lang=fra
⁴ www.ic.gc.ca/app/scr/tdst/tdo/crtr.html?e=productType&lang=fra

⁵ Desde enero a octubre de 2015

Se puede apreciar que las tres principales partidas SA importadas fueron las lámparas, letreros y accesorios de iluminación, los artículos para fiestas y las vajillas y artículos de uso doméstico elaborados en cerámica.

Las vajillas y demás artículos domésticos (subpartida 6912.00) continúan su progreso en el mercado canadiense, así como las otras artesanías de cerámica (subpartida 6913.90 y subpartida 6914.90). Sin embargo, esto representa únicamente el 6,7% del total de la artesanía importada por Canadá.

Las vajillas y demás artículos domésticos están directamente relacionados al sector de artículos del hogar, en especial los artículos de cocina. Según TFO Canadá⁶, en su estudio del mercado canadiense sobre la decoración del hogar - artesanías, artículos del hogar y regalos, el rubro de artículos y utensilios de cocina son aquellos que han tenido un consumo mucho mayor.

La siguiente tabla presenta las importaciones canadienses de cerámicas, según las subpartidas arancelarias a seis dígitos relacionados a la cerámica utilitaria y decorativa.

Tabla N° 3: Importaciones de cerámica utilitaria y decorativa, período 2012-2015 (en CAD millones)

Subpartida arancelaria SA	2012	2013	2014	2015 ⁷
6912.00 - Vajilla y demás artículos de cerámica de uso doméstico, higiene o tocador.	138,1	142,8	156,5	137,5
6913.90 - Las demás estatuillas y demás artículos de cerámica para adornos.	15,9	15,9	17,2	15,4
6914.90 - La demás manufacturas de cerámica	10,3	12,0	15,3	18,4
Total	164,3	170,7	189,1	171,4

Fuente: Industrias Canadá – Trade Date Online

⁶ www.tfocanada.ca

⁷ Enero a octubre 2015

Las vajillas y demás artículos domésticos representan más del 80% del total de cerámicas importadas, por un total de CAD 137,5 millones. Además, esta subpartida ha mostrado un crecimiento constante desde el año 2012.

Estos resultados demuestran la oportunidad creciente de estos productos para el mercado canadiense, así como el interés de consumo para un sector relacionado a los artículos del hogar y utensilios.

Principales exportadores

China es el principal proveedor de cerámica de Canadá con cerca de 120 millones facturados en importaciones solo desde enero a octubre del año 2015, lo que representa el 65,6% del total de las

importaciones totales. Muy por debajo se encuentran Estados Unidos, con 8,5% (CAD 15,27 millones; seguido por Malasia, con un 5,0% (CAD 8,99 millones) y Reino Unido, con un 3,2% (CAD 5,66 millones).

Asimismo, existen otros países como Tailandia (2,8%), Alemania (2,6%), Vietnam (2,5%), Portugal (1,7%) y (México 1,6%), que en conjunto generan CAD 20 millones. En ese mismo periodo, Perú ha generado casi CAD 30 mil en importaciones, lo cual no representa ni el 0,02% del total de las importaciones del año 2015.

Para entender mejor esta situación, se analizará individualmente cada subpartida SA.

Tabla 4: Principales países exportadores de la subpartida 6912.00 a Canadá, período 2010-2015

Subpartida 6912.00 - Artículos de hogar (en CAD)							
Países exportadores	2010	2011	2012	2013	2014	2015 ⁸	
1 China	94 406 452	90 340 570	95 723 882	98 685 821	109 799 539	103 227 408	
2 Tailandia	3 816 806	3 240 022	2 949 880	6 474 643	11 093 809	4 649 772	
3 Reino Unido	8 244 808	10 463 528	9 003 304	8 096 690	8 455 689	5 521 566	
4 Estados Unidos	5 781 930	6 209 385	5 917 549	5 866 446	6 038 664	4 427 552	
5 Portugal	2 191 409	4 052 437	3 452 957	4 850 843	3 609 393	2 794 619	
6 Vietnam	4 372 212	3 754 046	3 844 055	3 904 690	3 570 583	3 811 952	
7 Italia	2 003 036	1 854 841	1 977 936	2 651 553	2 129 450	1 788 246	
8 México	1 161 189	1 456 972	1 861 296	2 177 586	1 990 614	2 459 186	

Subpartida 6912.00 - Artículos de hogar (en CAD)

Países exportadores	2010	2011	2012	2013	2014	2015 ⁸
9 Alemania	1 864 924	1 326 734	1 455 212	1 510 219	1 605 450	1 359 844
10 Francia	1 555 987	1 641 081	1 816 001	1 750 235	1 393 615	1 422 454
11 Corea del Sur	454 681	349 200	470 798	724 834	1 331 218	957 233
12 Malasia	987 599	1 022 394	1 192 559	1 259 621	744 811	8 991 955
13 Indonesia	785 821	716 616	551 563	559 227	742 458	663 149
14 Rumania	363 351	165 335	268 373	311 901	434 163	428 167
15 Japón	703 135	563 447	739 377	637 849	433 180	455 665
45 Perú	28 140	38 721	42 507	37 949	13 248	8 250
Otros	2 928 760	2 079 272	6 802 813	3 267 066	3 154 643	2 890 586
Total	131 650 240	129274601	138 070 062	142 767 173	156540527	145 857 604

Fuente: Industrias Canadá

Este primer grupo comprende a países de donde se importan artículos del hogar de cerámica y porcelana económicas y domésticas, para el higiene y baños.

En el siguiente cuadro podemos apreciar que China mantiene una hegemonía no solo por cantidad, sino por incremento, aunque no muy significativo, durante los últimos cuatro años.

La mayor parte de países tienen cierta estabilidad; sin embargo, existen casos como el de Malasia, que ha presentado una evolución progresiva salvo el año

2014; sin embargo, en el año 2015 recuperó su nivel y se encuentra por encima del año 2013 en el mismo periodo de tiempo.

El Perú se encuentra en el puesto 45 y las importaciones que venían creciendo del año 2010 al año 2012 han venido disminuyendo durante los tres últimos años. Uno de los motivos puede estar asociado a la cantidad de países que participan en este sector y si bien no se busca competir directamente con China, Perú debe incrementar su oferta de productos para aumentar las oportunidades de tener una mayor participación.

⁸ El año 2015 comprende datos de enero a octubre

Tabla N° 5: Principales países exportadores de la subpartida 6913.90 a Canadá, período 2010 – 2015

Subpartida 6913.90 - Estatuas y objetos decorativos (en CAD)

Países exportadores	2010	2011	2012	2013	2014	2015 ⁹
1 China	9 689 604	9 596 880	10 423 977	11 168 458	12 882 175	11 674 575
2 Estados Unidos	1 074 416	930 053	1 052 353	989 037	732 047	552 966
3 Alemania	378 721	555 208	755 707	532 053	583 781	500 305
4 Vietnam	1 365 143	1 190 479	985 320	661 899	490 716	594 626
5 México	401 224	433 447	356 959	415 497	456 764	264 561
6 Italia	213 732	213 975	254 402	325 852	301 346	222 976
7 Portugal	164 655	166 508	206 865	233 076	248 150	230 958
8 Tailandia	511 748	469 437	412 608	316 588	216 980	172 643
9 India	145 501	93 341	126 303	162 776	210 731	206 824
10 Reino Unido	181 060	157 158	139 578	92 637	138 060	51 561
11 Ucrania	39 325	71 789	91 847	104 616	126 244	3 159
12 Indonesia	154 210	50 146	99 748	189 465	120 828	228 621
13 Filipinas	89 275	78 564	90 510	140 838	110 604	117 580
14 Sri Lanka	115 048	104 709	132 999	72 044	78 600	67 344
15 Uruguay	48 327	93 687	100 921	42 963	67 065	26 290
28 Perú	28 912	41 434	61 476	33 031	19 723	20 942
Otros	658 852	753 942	559 901	444 161	404 941	458 408
Total	15 259 753	15 000 757	15 851 474	15 924 991	17 188 755	15 394 339

Fuente: Industrias Canadá

⁹ El año 2015 comprende datos de enero a octubre

Este segundo grupo corresponde a las estatuas y otros objetos decorativos en cerámica y porcelana. En este rubro, Perú tiene una mayor presencia ubicándose en el puesto N° 28, superando de enero a octubre 2015, el valor de las importaciones canadienses del año 2014, aunque muy lejos de los resultados obtenidos entre el año 2011 y año 2013.

Una particularidad de este rubro es que la mayoría de países vienen reduciendo su contribución a las importaciones a partir del año 2013, lo que estaría indicando una tendencia del consumidor canadiense en relación a este tipo de artículos.

Tabla N° 6: Principales países exportadores de la subpartida de la 6914.90 a Canadá, período 2010 – 2015

Subpartida 6914.90 - Artículos diversos (en CAD)							
Países exportadores	2010	2011	2012	2013	2014	2015 ¹⁰	
1 Estados Unidos	4 491 057	5 647 991	6 515 960	7 411 010	9 629 962	10 295 335	
2 China	1 660 687	1 723 917	1 706 409	1 936 770	2 228 815	2 934 968	
3 Alemania	477 703	315 690	470 483	526 643	1 611 721	2 727 423	
4 España	30 587	45 100	3 142	7 002	392 505	708 766	
5 Japón	214 804	130 977	355 748	115 015	223 121	145 367	
6 Francia	214 543	153 716	190 326	108 370	189 649	173 964	
7 Italia	107 769	164 883	193 992	322 382	160 633	83 276	
8 India	43 872	47 988	41 065	62 891	119 377	105 693	
9 Reino Unido	115 396	119 964	173 574	133 757	118 804	92 534	
10 Tailandia	137 616	126 928	162 510	97 963	96 174	208 304	
11 México	46 498	73 959	92 118	104 221	86 454	65 529	
12 Hong Kong	3 062	5 209	30 478	12 880	69 729	9 615	
13 Reimportaciones	38 167	9 426	20 661	101 437	65 684	32 116	
14 Taiwán	52 264	20 185	39 939	37 232	48 266	73 422	

Subpartida 6913.90 - Estatuas y objetos decorativos (en CAD)

Países exportadores	2010	2011	2012	2013	2014	2015 ¹⁰
15 Vietnam	165 162	165 302	162 479	115 050	42 722	162 815
33 Perú	1 196	4 598	5 934	52 171	3 332	602
Otros	564 293	309 774	182 407	898 493	262 171	615 762
Total	8 364 676	9 065 607	10 347 255	12 043 287	15 349 119	18 435 491

Fuente: Industrias Canadá

Este rubro comprende el resto de artículos diversos hechos en cerámica y porcelana.

En esta tabla podemos apreciar a Perú en la posición 33 y con un valor comercial para el 2015 no representativo. Según las proyecciones, debería poder igualar o aumentar los resultados del año 2014.

Una particularidad de esta subpartida es que a diferencia del anterior, la mayoría de los países han venido creciendo significativamente a partir del 2013 en adelante.

Estos resultados favorables podrían reafirmar la tendencia del consumidor en relación a sus hábitos en beneficio de los productos de la subpartida 6914.90 frente a los anteriores de la subpartida 6913.90.

Es importante tomar en cuenta esta curva

favorable de importaciones de estos productos y fortalecer la oferta exportable de los artesanos peruanos para aprovechar esta situación.

En relación a las exportaciones canadienses, el monto total de las mismas ascendió a CAD 19,21 millones de enero a noviembre del año 2015, lo que representa un incremento del 44% en relación al año 2014 sin haber concluido el año. Cabe señalar que el 72% de estas exportaciones se concentran en Estados Unidos, lo que lo hace el principal comprador de productos cerámicos al exterior.

Estos valores han sido tomados de la suma de las tres subpartidas SA considerados en la evaluación de las importaciones, pero de forma integral.

¹⁰ El año 2015 comprende datos de enero a octubre

1.2. Características generales

1.2.1. Uso y formas de consumo

El interés de los canadienses por la artesanía, en particular de la que proviene de los países exóticos, se ha incrementado considerablemente en los últimos años, con una demanda interna anual estimada entre CAD 750 millones y CAD 1 000 millones¹¹.

Más del 60 % de este mercado es suministrado por importaciones provenientes de China, Estados Unidos, miembros de la Unión Europea, India, Filipinas e Indonesia.

Esta demanda está fuertemente influenciada por los siguientes factores:

- » El interés en las artes y las tradiciones culturales de países extranjeros;
- » El nuevo estilo de vida, provocada por el mayor número de viajes y la amplia difusión de las tradiciones culturales a través de los medios de comunicación;
- » Una presencia marcada de grupos étnicos que ha generado un interés hacia un nuevo mercado de artesanías étnicas, lo cual ha generado el interés de los compradores por las prendas de

vestir, joyas y otros artículos relacionados al hogar.

Las artesanías se venden usualmente en las tiendas minoristas de productos de decoración y accesorios del hogar, en donde se incluye a las tiendas de artesanía importada y tiendas de descuento. Según Industrias Canadá¹², existen alrededor de 4,937 minoristas, de los cuales 1,984 se encuentran en Ontario, 1,158 en Quebec, 767 en British Columbia y 542 en Alberta, ocupando en total el 90% del mercado canadiense.

Debido a la gran competencia que existe y una gran presión sobre los precios, una mayoría de tiendas del sector minorista proponen sus productos a "descuento" para agilizar sus ventas y tener una rotación veloz por cada estación (desde la primavera al invierno).

En el caso de los almacenes y tiendas de gran volumen, como Home Sense, Linen Chest, se venden esencialmente productos de marca de fabricantes locales o internacionales, como Home Art, Elegance, J&R Home, entre otros. Para estos grandes almacenes, la artesanía de cerámica importada no representa un gran segmento, ya que están esencialmente focalizados en artesanías de porcelana, acero y madera.

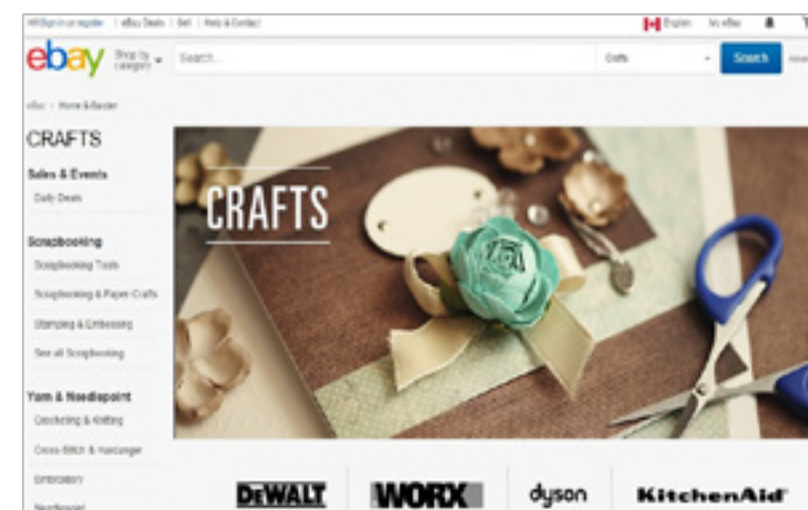
Es importante considerar la progresiva corriente de ventas en línea (Web) de las tiendas minoristas. Según TFO Canada¹³, las ventas en línea podrían alcanzar entre el 15% y 20% del total de ventas.

En este sector, la web ha tomado mucha importancia por la cantidad de información que el consumidor obtiene sobre el producto. Sin necesidad de desplazarse a la tienda minorista, el comprador conseguirá detalles como las dimensiones, los colores disponibles, el origen, el nombre

del artesano o la funcionalidad del producto.

Asimismo, parte de las artesanías ofrecidas en Canadá están presentes en la página de EBay¹⁴, el mercado en línea más grande del mundo, el cual es utilizado principalmente por los artesanos locales y los revendedores. Ciertos minoristas también manejan esta plataforma web para convertirlo en un canal adicional de ventas y proponer descuentos sobre sus productos.

Gráfico N° 1: EBay - Sección artesanías



Fuente: EBay (www.ebay.com/rpp/crafts)

¹¹ TFO Canadá – Decoración del hogar

¹² www.ic.gc.ca/app/scr/sbms/sbb/cis/establishments.html?code=44229&lang=eng

¹³ TFO Canadá – Decoración del hogar, artesanía, artículos del hogar y regalos 2013

¹⁴ www.ebay.ca/rpp/crafts

1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación

Existe una variedad de artículos de cerámica peruana utilitaria y decorativa que es exportada en la actualidad: vajillas, floreros, recipientes, tinajas, maceteros, bases de lámparas, candeleros, candelabros, platos, tazas, azucareras, vasos, fuentes, tarros, jarras, soperas, uasijas formas antropomorfas, entre otros.

La mayoría de los artículos de cerámica comercializados en Canadá son de uso doméstico, como los artículos destinados para la cocina, los comedores y los salones. Esa oferta de cerámica propone artículos con motivos tradicionales hacia una tendencia contemporánea y minimalista.

Los canadienses buscan artículos atractivos de mayor durabilidad, que sean versátiles y que permitan una facilidad de utilización para preparar y servir los alimentos.

Especificaciones de los productos comercializados en Canadá

De acuerdo la Oficina de Estadísticas Canadá, los canadienses buscan artículos de cerámica que sean atractivos, que tengan durabilidad y que sean funcionales. En las exposiciones o ferias donde se presentan estos artículos, destacan los productos coloridos que puedan ser utilizados en la cocina, la sala de estar o de baño.

Los modelos variados y originales son los más solicitados y el factor humano (productos hechos a mano) incrementa su valor de compra.

Dentro de los productos de cerámica más solicitados están los relacionados con la vajilla informal tanto decorativa de mesa como platos, pozos, paneras, entre otros.

En cuanto a las artesanías decorativas o para regalo, existen datos recopilados por el TFO (Trade Facilitation Office). En un estudio de mercado realizado por la Asociación Canadiense de regalos y vajillas sobre decoración del hogar, se indicaba que la influencia de los productos vendidos en Canadá está relacionada con las tradiciones artísticas y culturales de los países extranjeros. Esto es debido a la influencia de la migración y así mismo el valor del comercio equitativo.

Acorde a este estudio este estudio, la demanda de los canadienses por productos étnicos para el hogar y artículos de cerámica relacionados está influenciada por el incremento de los viajes realizados por los canadienses, así como la cobertura de los medios televisivos en lo referido a tradiciones culturales de otros países.

Las artesanías populares pueden variar desde artículos únicos hechos a mano hasta objetos como esculturas y objetos decorativos para el hogar y la oficina.

Marketing de productos competidores

El marketing que es principalmente utilizado por los competidores para impulsar sus ventas está relacionado al desarrollo de diseños y la innovación. Además de los colores y la estética del producto, también se incluyen las nuevas formas de utilizar

estos productos. Todos estos elementos son importantes para generar mayor potencial de ventas.

Asimismo, los productos artesanos con mayor éxito son aquellos que fusionan el aspecto tradicional (cultural) y contemporáneo.

Gráfico N° 2: Modelos de vajillas



Vajilla de Bangladesh
www.tenthousandvillages.ca



Vajilla de Vietnam
www.tenthousandvillages.ca

En el caso de los artículos y accesorios del hogar, la presentación del producto es esencial para brindarle un aspecto refinado. El comprador canadiense considera la artesanía de otro país como un producto exclusivo, y a la vez se inclina hacia los productos de mejor presentación.

En las tiendas minoristas se puede observar artesanías como platos, tazas, teteras o fuentes en presentaciones adecuadas.

Gráfico N° 3: Conjunto de tazas y pequeñas fuentes



Fuente: Shop.ca (www.shop.ca)

Por otro lado, los minoristas canadienses ofrecen sus productos durante un tiempo limitado porque buscan una rápida rotación de su inventario, que se da usualmente en cada estación. Por este motivo, los productos deben adaptarse y desarrollar nuevos diseños y colores. Debido a la acelerada rotación de los inventarios, los minoristas proceden usualmente a los descuentos para mantener el interés de los compradores durante el año.

Por ejemplo, la tienda minorista Danica Imports presenta su línea "London Pottery", cuyas cerámicas son teteras que cuentan con el aspecto clásico de la tradición de beber té al estilo de Gran Bretaña. Hecho de cerámica, las teteras son diseñadas por un ceramista británico en donde cada pieza posee colores fuertes y brillantes. Esta línea presenta tres colecciones por año, lo cual permite la promoción de sus artesanías creando un efecto de novedad en cada colección.

Gráfico N° 4: Línea de producto de London Pottery



Fuente: www.danicaimports.com/london-pottery

Innovaciones en la oferta de productos cerámicos

Por la gran competencia de la artesanía cerámica en el mercado canadiense, los productos que resaltan son los que demuestran esfuerzo en la innovación y el diseño.

Como se ha mencionado en el punto anterior, un producto que puede tener un uso distinto a lo habitual o formas atractivas y contemporáneas generará mayor interés de los compradores. Por lo cual, es importante tener conocimiento de las tendencias y nuevos productos en el mercado que se dan de manera periódica.

Gráfico N° 5: Artesanías cerámicas importadas



www.designhome.ca



www.designhome.ca



www.potterybarn.ca

1.2.3. Auditoría en tiendas

En la siguiente tabla se muestra algunas artesanías peruanas y productos competidores en el mercado canadiense. De esta manera se podrá comparar los diseños, formas y colores de la tendencia actual en Canadá.








www.designhome.ca













www.harbourfrontcentre.com

Tabla N° 7: Artesanía cerámica peruana y productos competidores en Canadá

Producto	Origen y precio promedio	Imagen
Vajilla/Florero www.tenthousandvillage.ca	Chulucanas Allpa USD 13	
Florero www.tenthousandvillage.ca	Chulucanas Allpa USD 55	

Producto	Origen y precio promedio	Imagen
Linterna para vela con motivo nacimiento www.tenthousandvillages.ca	Manos amigas USD 26	
Vajilla con pies www.shop.ca	China USD 50	
Vajilla Rosette www.tenthousandvillages.ca	Vietnam USD 40	
Candelabro www.giftcraft.com	Canadá USD 30	
Recipiente para servir www.giftcraft.com	Canadá USD 40	

Producto	Origen y precio promedio	Imagen
Jarra florero canada.michaels.com	Canadá USD 25	
Taza/Jarra rustica www.tenthousandvillages.ca	India USD 24	
Quemador cer www.tenthousandvillages.ca	China USD 35	
Tetera www.tenthousandvillages.ca	Nepal USD 55	
Vajilla canada.michaels.com	Canadá USD 50	

Producto	Origen y precio promedio	Imagen
Vajilla / Jarrón canada.michaels.com	Canadá USD 46	
Maseteros finefindsimporters.com	China USD 35 / USD 45 / USD 60	
Olla www.linenchest.com	Canadá USD 30	
Tazas www.dezinecorp.com	China USD 6	
Vajilla www.myevergreenonline.com	China USD 25	

1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado

Los compradores canadienses gustan de la cerámica tradicional con influencias de las tendencias modernas. Por ejemplo, están las artesanías que rescatan los elementos ancestrales y culturales, utilizando atractivas formas e iconografías.

El segmento de mercado que está tomando importancia en los últimos años es el de la cerámica contemporánea debido a sus diseños, formas, colores y detalles que se pueden adecuar a todo tipo de ambiente.

Por ejemplo, en el tema decorativo, las salas del hogar y los comedores combinan el estilo casual y formal. Esto se da a través de textiles para la mesa, las vajillas, cristalería, artículos de madera, entre otros.

A nivel utilitario, las vajillas de cerámica ofrecen propuestas que se mezclan en formas de animales y frutas, presentando esquemas de colores con matices tropicales y tonos suaves como el pastel. En lo que corresponde a la cocina, se venden usualmente los juegos de cuatro unidades (vajillas, platos, pocillos, tazas).

En el mercado canadiense, los productos de carácter étnico o indígena tienen una

destacable aceptación en ciertos nichos de consumidores como los viajeros, casuales e inmigrantes.

Sin dejar de lado la presencia sobresaliente de los consumidores de alta gama, quienes consideran las artesanías como productos exclusivos, este nicho de consumidores es exigente con el diseño y deja de lado los productos fabricados en serie, como es el caso de los productos chinos.

Perspectivas de la demanda y tendencia de consumo

Una de las oportunidades de creciente presencia para los productos artesanales está representada en los consumidores de mayor edad. Conforme a las estadísticas de la población canadiense, el 35,3% de la población es actualmente mayor de 50 años. Este es un grupo de consumidores con un mayor poder adquisitivo, educado y que gusta de actividades como los viajes, en donde comúnmente realizan sus compras en tiendas especializadas, las cuales presentan, por ejemplo, novedosos productos por intermedio de catálogos o vía web. Las tiendas especializadas como Danic Imports¹⁵ y Ten Thousand Villages¹⁶, son modelos que cuentan con diversos puntos de venta en Canadá. Ten Thousand Village ofrece en su catálogo internacional artesanías peruanas como

¹⁵ www.danicimports.com

¹⁶ www.tenthousandvillages.com/allpa

cerámicas de Chulucanas, tapicería, entre otros productos.

Otra tendencia que ha ido aumentando gradualmente es el cuidado a los espacios libres y áreas verdes relacionados a la horticultura familiar. Los artículos como las estatuillas o maceteros en cerámica pueden ser utilizados al nivel decorativo en los jardines, principalmente en verano.

Existen minoristas especializados en diseño floral con plantas naturales y artificiales, y que proponen como accesorios las cerámicas importadas.

La tendencia en artículos del hogar continúa su ascenso. Según la revista Web Style At Home¹⁷, los colores populares para el año 2016 serán los tonos rosados, dorados, magenta, verde lima, naranja, colores que hay que considerar para fusionarlos con los diversos adornos y artículos del hogar. En la página web de Style At Home se puede ver imágenes de estas tendencias.

Un segmento que también está ganando interés de los exportadores al mercado canadiense es aquel que está compuesto de inmigrantes y con hijos que crecieron o nacieron en Canadá. Este país tiene una población inmigrante de 21%¹⁸ y seguirá creciendo en los próximos años¹⁹. Este segmento de consumidores es mucho más sensible a los productos internacionales que demuestren una identidad cultural y presenten un diseño poniendo en valor la fusión de las tradiciones del país de origen.

En los últimos años, el consumo de productos artesanales de cerámica en Canadá ha sido sostenido en tres principales zonas. Como muestra la siguiente tabla, desde el 2012 siguen siendo las provincias de Ontario, British Columbia y Quebec las que tienen mayor importación de artesanía cerámica.

Tabla N° 8: Principales provincias canadienses importadoras de cerámicas (en CAD millones)

Provincia importadora	2012	2013	2014	2015 ²⁰
Ontario	90,4	93,5	104,9	104,4
Columbia Británica	29,4	34,7	39,3	38,5
Quebec	27,4	29,9	32,1	35,8
Alberta	9,9	7,1	6,5	5,5
Otras provincias	7,1	5,7	6,2	5,3
Total	164,3	170,7	189,1	189,5

Fuente: Industrias Canadá – Trade Date Online

Comprenden las siguientes subpartidas: 6912.00.00.00, 6913.90.00.00, 6914.90.00.00

Según los resultados de la tabla, la provincia de Ontario ha tenido un aumento más importante que Columbia Británica y Quebec entre el período 2012 y 2014. Para los años futuros, estas tres provincias parecen permanecer los principales importadores de cerámica.

1.4. Ventajas del producto peruano y competencia

1.4.1. Atributos y percepción del producto peruano

Atributos del producto peruano

La cerámica es una de las líneas artesanales peruanas más importantes y

demandadas, tanto la línea tradicional como la contemporánea, folklórica o vanguardista, utilitaria o puramente decorativa.

Su importancia viene desde la Época Pre Inca y fue desarrollada a lo largo del Perú por distintas culturas. Cada producto tiene impregnado la creatividad, ingenio y pasión de sus artesanos. En varios lugares del Perú se sigue elaborando la cerámica respetando su tradición, con las canteras de arcilla y sus auténticos métodos de fabricación.

Vasijas como las pacchas (cataratas o caídas de agua en quechua) que eran usadas para ofrecer líquidos sagrados o las ollas que se siguen elaborando en Simbilá (Piura), Santo Domingo de los Olleros (Lima), Taricá (Ancash), Aco y

¹⁷ www.styleathome.com/decorating-and-design/colour/experts-reveal-the-hottest-paint-colour-trends-for-2016/a/61552#

¹⁸ www12.statcan.gc.ca/nhs-enm/2011/as-sa/99-010-x/99-010-x2011001-eng.cfm

¹⁹ www.immigration.ca/en/2015/179-canada-immigration-news-articles/2015/january/1149-canada-increases-economic-class-immigration-levels-in-2015.html

²⁰ Período Enero - Octubre 2015

Mankalluta (Junín), son algunas de las zonas en donde se elaboran cerámicas con alto valor artístico.

Ciertas formas y decoraciones han variado para acceder al mercado comercial, pero la técnica de confección y quemado sigue siendo un método tradicional. Tenemos el caso de Chulucanas (Piura), por sus finos matices logrados por sus ceramistas en el uso del color negro y blanco, que son ahora reconocidas en las grandes tiendas norteamericanas y europeas. También destacan las cerámicas de Ayacucho, Cusco y Puno.

Percepción del producto peruano

Existen muchas oportunidades para el producto peruano, las nuevas propuestas de artesanías como los diseños, modelos y colores tienen un mercado potencial interesado; el valor agregado que le da la mano de obra artesana y la historia cultural y simbólica que acompaña las mismas son factores muy valorados y reconocidos en Canadá.

Si los productos no solo se limitan al simple elemento decorativo, sino también son funcionales es muy probable que puedan aumentar las ventas en el mediano plazo.

Una constante presencia en las principales ferias del país y el fortalecimiento de la

información de los elementos culturales propios de la cerámica nacional, pueden favorecer positivamente el incremento de la demanda de nuestros productos.

La segmentación del mercado por estaciones climáticas debe ser desarrollada como estrategia para facilitar el envío de los productos adecuados en el tiempo correcto. Se debe tomar en cuenta que la primavera y verano no son estaciones con un largo período de duración, pero son épocas en las que los canadienses invierten significativamente en productos decorativos y utilitarios relacionados con la jardinería, plantas y afines.

Retos y dificultades para introducir y/o posicionar el producto

La innovación y el diseño son fundamentales para tener una ventaja diferenciadora del producto frente a sus competidores más cercanos.

Es importante mencionar que el canadiense promedio tiende a comprar de manera local y busca apostar por el apoyo a sus propios artesanos, sin embargo, si el producto peruano es atractivo y responde a sus expectativas, pueden valorar otros elementos y desistir de la compra del producto local.

El producto peruano debe aprovechar el valor cultural e histórico que tienen sus productos para vender no solo un artí-

culo decorativo sino también parte de la simbología nacional, expresión cultural y ancestral.

Un reto importante está en mantener la calidad, las condiciones de seguridad y la versatilidad del producto para poder favorecer su utilización y beneficio dentro del hogar.

Si se desarrolla variedad y se confeccionan productos en colores que se adapten a las tendencias actuales, las oportunidades del producto peruano crecerán significativamente.

1.4.2. Sugerencias comerciales

El mercado canadiense en el rubro de la cerámica es muy competitivo, dado que son muchos los países que participan con sus productos para poder posicionarse en el mercado canadiense. La estrategia adecuada debe estar enfocada en mantener una identidad clara pero con capacidad de adaptación a las tendencias innovadoras.

La dimensión de los precios bajos no debe influir en la calidad del producto y se deben respetar las características mínimas para la durabilidad y utilidad de los mismos.

Si se establece una relación directa sin la intervención de intermediarios es recomendable utilizar DDP como incoterm de negociación, pues facilitará el proceso logístico y reducirá los riesgos en el

proceso de exportación.

Estrategias para el posicionamiento del producto

Se recomienda fortalecer una formidable identidad de la imagen cultural que se desee reflejar en los productos. Mantener esta representación a pesar de los diseños y colores que pueden tener ciertas particularidades de adaptación a lo moderno facilitarán su identificación y reconocimiento.

Para implementar esta estrategia se debe trabajar con los artesanos para identificar su iconografía propia y definida, tanto a nivel de gráficos como colores para poder adaptarlos a las nuevas tendencias y en las exigencias de los productos que se ofrecen en el mercado.

Se debe participar con mayor frecuencia en ferias relacionadas con regalos, hogar y artesanías como las de Toronto, Alberta y Quebec Gift. Canadá cuenta con tres grandes centros de venta, los cuales son Quebec, Toronto y Vancouver y en las tres provincias existen ferias relacionadas al tema que favorecerían la identificación y promoción de los productos peruanos.

Además, se debe desarrollar programas de formación para la exportación y asegurar que los artesanos estén bien organizados para responder a los requerimientos en cantidad, calidad y tiempo establecidos es fundamental.

También se debe facilitar la información a los artesanos sobre los requisitos y exigencias para la exportación de productos al mercado canadiense mediante un acceso a estos perfiles o mediante charlas de orientación sobre los procesos de exportación de sus productos, considerando que el acceso a esta información facilitará las relaciones comerciales y reducirá las limitaciones por falta de conocimiento o temor al mercado internacional.

Los productos deben mostrar que se encuentran libres de cadmio y plomo, y resaltar que favorecen el comercio justo. Esto se aplica regularmente en las etiquetas en donde se debe indicar que el producto no cuenta con sustancias nocivas.

Promoción y publicidad

Los artículos de cerámica peruanos, son por sus características productos que pueden ser fácilmente exhibidos y motivar una intención de compra. Esto se encuentra favorecido por sus modelos, la influencia cultural y otros factores étnicos.

Se recomienda tomar en cuenta las siguientes recomendaciones para los exportadores con el objetivo de dar una imagen favorable y asegurar la confianza en los potenciales clientes:

- » Si se requieren muestras, se deben mostrar inmediatamente;
- » Cuando se reciben consultas relacionadas con el producto, las respuestas deben ser instantáneas. Es recomendable contar con un catálogo con información sencilla, directa y en los dos idiomas oficiales utilizados. Si la consulta es vía electrónica o telefónica, se debe proceder de la misma manera;
- » Respetar los plazos acordados y las especificaciones técnicas establecidos en el contrato y asegurar un seguimiento de desplazamientos para evitar imprevistos;
- » Utilizar el material de embalaje apropiado para embarques marítimos, instalaciones de manipuleo y almacenaje adecuadas;
- » Tener el conocimiento adecuado de las condiciones de pago;
- » Respetar los acuerdos establecidos.

Tratar de contar con brochures y elementos gráficos de promoción en los dos idiomas oficiales. Además, es importante resaltar que el público canadiense prefiere la información pertinente a las imágenes recargadas y los diseños muy coloridos.

También existen organismos como la Oficina Comercial de Perú en Toronto²¹ (OCEX Toronto) que facilita el proceso de reconocimiento del mercado y las Cámaras de comercio de Perú en Canadá (Toronto y Montreal) que cuentan con especialistas en el tema que pueden orientar a los artesanos.

1.4.3. Análisis de la competencia

En la tabla N° 7 de la sección 1.2.3 se ha presentado algunas variedades de productos que compiten con la artesanía cerámica del Perú.

La competencia en el mercado canadiense es muy dinámica y existe una gran variedad de productos disponibles como vajillas, jarras, floreros, accesorios de cocina, platos, tazas, recipientes, artículos de mesa, bases de lámparas, entre otros.

Por lo expuesto, se debe considerar la existencia de productos ya posicionados en el mercado canadiense con un valor de venta promedio menor al de la mayor parte de productos peruanos similares. Estos productos provienen principalmente de Estados Unidos y China.

Es por ello que en estos casos se debe desarrollar estrategias de acceso a nichos especializados, conformado por

un público interesado en la cerámica que valore el trabajo artesanal con alto contenido cultural.

Para ayudar a visualizar la oferta canadiense, las tendencias, estilos emergentes, los modelos y diseños, se mostrará algunos enlaces de minoristas y artesanos donde se podrá observar las variedades de artesanías de cerámica.

- Danica Imports
www.danicainports.com/london-pottery
- Ten Thousand Villages
www.tenthousandvillages.ca/shop/en/58-home-decor
- Shop.Ca (motor de búsqueda "Vases")
www.shop.ca
- Hilborn Pottery Design
hilbornpottery.ca
- New London Village Pottery and gallery
www.villagepottery.ca
- Artesanos independientes
www.sarabonnymanpottery.com
www.potterycupboard.ca
www.poteriebonmatin.com

²¹ www.perucanadatrade.com

02

Condiciones de Acceso

2.1. Aranceles y otros

Las tres subpartidas correspondientes a productos de artesanía en cerámica exportadas por Perú a territorio canadiense gozan de beneficios arancelarios, por lo que se encuentran exentas del pago de aranceles. Estas medidas se encuentran vigentes por el Tratado de Libre Comercio entre Perú y Canadá, suscrito en el 2009. No obstante, hay ciertos requisitos que deben cumplirse para acogerse a dichos beneficios arancelarios, como por ejemplo, las Reglas de Origen, estipuladas en el capítulo 3 del TLC Perú - Canadá, la cual se observa ingresando a la siguiente página web: goo.gl/rGXLuw

Los productos desarrollados como artesanías en cerámica no tienen otras barreras arancelarias que limiten su ingreso y comercialización dentro del mercado canadiense.

2.2. Barreras, estándares y normas

Tabla N° 9: Tasas máximas aceptadas de compuestos químicos, según tipo de producto

Tipo de producto	Tasa máxima de liberación de plomo (miligramos por litro)	Tasa máxima de liberación de cadmio (miligramos por litro)
Platos y cubiertos	3	0,50

Requisito técnico de ingreso

Todos los productos de cerámica importadas para su uso utilitario deberán respetar las regulaciones de cerámica vidriada y cristalería²² establecidas en el reglamento del Ministerio de la Salud de Canadá (Glazed Ceramics and Glassware Regulations). El importador o vendedor es responsable del respeto de este reglamento.

Estas regulaciones establecidas en el reglamento sobre los productos cerámicos enmallados y los productos de vidrio enmallados²³ buscan proteger a los canadienses mediante el establecimiento de límites legales de los niveles máximos de plomo y cadmio que puede liberar a toda cerámica vidriada o productos de cerámica acristalada. Se aplica a todos los productos importados, vendidos o anunciados en Canadá y destinados a ser utilizados para conservar, preparar o servir alimentos, incluyendo bebidas.

Tipo de producto	Tasa máxima de liberación de plomo (miligramos por litro)	Tasa máxima de liberación de cadmio (miligramos por litro)
Tagas y jarras	0,50	0,50
Vajilla hueco pequeño (excepto tagas y jarrones)	2	0,50
Vajilla hueco grande	1	0,25
Jarras	0,50	0,25

Fuente: Departamento de Salud de Canadá - Health Canada

Si no se cumplen con estas condiciones el producto puede ser retenido y no se permitirá su ingreso al país.

En cuanto a los procedimientos regulares para el ingreso de artesanías, es la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá la entidad responsable de autorizar la comercialización en el país.

Es importante tomar en cuenta que la información contenida en los envases o cajas de transporte debe estar detallada minuciosamente para asegurar que el procedimiento no tenga demoras o rechazos.

Un documento importante que debe ser llenado es el formulario de Certificado de origen siendo el caso de los productos

peruanos el formulario correspondiente el BSF267²⁴, el cual facilitará los procedimientos de liberación arancelaria que correspondan. Para mayor detalle relacionado con este aspecto se puede revisar la página de la CBSA²⁵.

La factura debe contener la información completa de la empresa que vende, así como la de la empresa canadiense que compra el mismo. La factura debe indicar el número de importación de la empresa, la dirección de destino, la descripción del producto, especificaciones y cantidad.

La empresa canadiense debe contar con un código de empresa y otro como importador autorizado para realizar los trámites para el ingreso de los productos. La Agencia de Impuestos de Canadá es la

²² www.hc-sc.gc.ca/cps-spc/pubs/indust/ceramics-ceramiques/index-eng.php

²³ laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/SOR-98-176/index.html

²⁴ www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/forms-formulaires/bsf267-eng.html

²⁵ www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/dm-md/d11/d11-4-2-eng.html

encargada de elaborar éste código y debe ser emitido a una empresa registrada en el país.

Empaque y etiquetado

Si el producto ha pasado los controles de seguridad en salud, los productos no requieren de mayor etiquetado.

No hay indicaciones específicas como si sucede en el reglamento de etiquetaje de alimentos.

Sin embargo, todo el proceso de embalaje y etiquetado está regulado por el reglamento sobre el etiquetado y embalaje de productos de consumo²⁶. La mayor parte de consideraciones implican el tipo de información a incluir en el etiquetado, donde debe estar clara la información del material utilizado, el peso y otros compuestos.

En caso de que la artesanía vaya a ser utilizada para el uso con alimentos, se deberá tomar en cuenta los compuestos químicos utilizados para su protección y para evitar cualquier daño directo a la salud de los individuos.

Otros aspectos a tener en cuenta son que los

datos de empaque tanto como las marcas, los timbres o las estampillas deben de ser visibles y no podrán estar cubiertos o tener una difícil visibilidad. Esta información se encuentra contenida en la página web del ministerio de justicia²⁷.

A continuación de acuerdo a la Guía de la Ley y el Reglamento sobre el envasado y etiquetado de los productos de consumo, se muestra un ejemplo de un etiquetado personalizado para un producto que no requiere indicación de la cantidad neta (correspondiente a la letra B):

A. Indicación de la identidad del producto
C. Nombre e identificación principal del proveedor

Para mayor información de la Guía de la Ley y el Reglamento sobre el envasado y etiquetado de los productos de consumo en Canadá, se puede ingresar al siguiente link:

www.bureaudelaconurrence.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/fra/01248.html

Gráfico N° 6: Muestra de empaque para productos por unidad



Fuente: Oficina del consumidor 2015

Es recomendable que los productos se envuelvan en papel craft y dentro de una bolsa de polipropileno, lo que favorecerá la protección de la pieza. Posteriormente, se deberá ingresar dentro de su envase en caso de que el producto sea para la venta directa.

Procedimientos de importación

Las empresas que desean realizar importaciones de productos en general están regidas por las normas establecidas por la

Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá.

Se debe obtener un número de empresa y un número de importador. Para poder solicitar dicho número es necesario llegar el formulario rc1-14e que se puede descargar gratuitamente de la Agencia de Ingresos de Canadá (Revenue Canada) constituido a nivel federal.

En la guía para la importación de productos se pueden encontrar las exigencias relativas al etiquetado establecido

²⁷ laws.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C.%2C_c_535/page-1.html

03

Canales de Distribución y Comercialización

por Canadá que el proveedor (productor) debe asegurarse de respetar (ver el punto 5.4).

Canadá exige un pago de impuestos sobre los productos y servicios (Good and Services Tax – GST) que equivale al 5% del valor bruto declarado. En el caso del paiche, el producto se encuentra exonerado, según la Ley de Impuestos Exigidos tal como lo establece la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá.

Finalmente, hay que considerar los derechos aduaneros que corresponden al 4% del valor bruto declarado.

Se debe recordar que todos los cobros se realizan en la moneda canadiense, por lo que se recomienda obtener el tipo de cambio aplicable. Para este fin es recomendable utilizar la información del Servicio de Información en la Frontera.

También se debe contar con una empresa de transporte que identifique y conozca bien los formularios aduaneros y que tenga los adecuados conocimientos para que pueda completar el formulario de manera adecuada.

La Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá ofrece una lista²⁸ de Brókers o agentes de aduanas autorizados.

También se debe asegurarse de que todos los documentos requeridos se encuentren en orden y listos al mismo tiempo. Estos documentos son los siguientes: La factura del exportador, el formulario B3, el formulario de control de cargas ABA, el certificado de origen y el formato de embarque.

Formas de pago

La forma de pago más utilizada es la transferencia de fondos o mediante crédito bancario y la proporción de dicho pago es el adelanto ya sea del 40% o 50% y el saldo contra entrega. Se establecen contratos específicos y se determinan las condiciones y los tiempos.

En los casos de empresas especializadas que conocen el mercado tiendan a utilizar el DDP como modalidad de incoterm se pagará por adelantado con tarjeta de crédito en su totalidad.

Es recomendable establecer contacto con agencias de aduanas que se encarguen del proceso de exportación. Estas empresas conocen la documentación y los trámites administrativos requeridos reduciendo los márgenes de riesgo, error y tiempo.

Para el sector artesanías, los principales canales son los minoristas especializados o distribuidores. Las transacciones se realizan de forma directa y por lo general no hay mayores requerimientos como los aspectos técnicos, especificaciones de salud, entre otros, que si son solicitados en otros productos.

En Canadá, las ciudades que concentran la mayor movilización comercial son Vancouver, Toronto y Montreal; es por esta razón que las exportaciones consolidadas de embarques son derivadas a estos puertos en donde posteriormente se realiza la distribución hacia el resto del país. El medio de transporte recomendado es la vía marítima, pues el costo es menor que el de otros medios y el tiempo de transporte no es mayor a 40 días en el caso del puerto más distante que es el de Vancouver.

Para los casos en que se utilice un intermediario para realizar la comercialización, el ciclo de exportación sería el siguiente:

Gráfico N° 7: Muestra de empaque para productos por unidad



Elaboración: Mincetur

²⁸ www.cbsa-asfc.gc.ca/services/cb-cd/cb-cd-eng.html

Canales de distribución

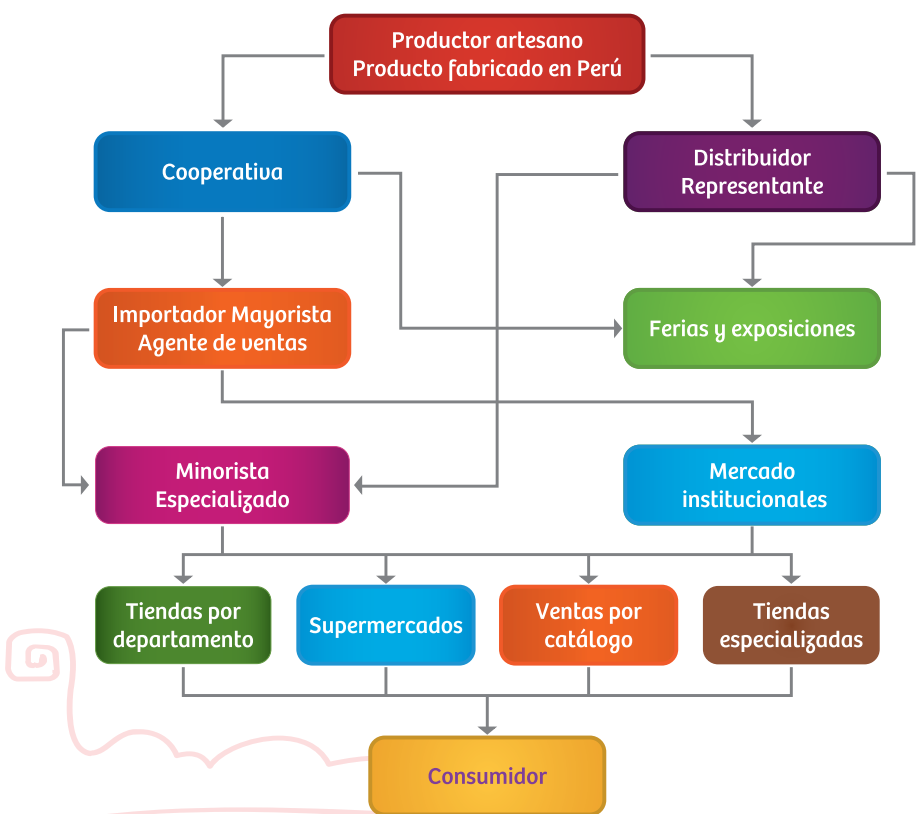
En cuanto a los canales de distribución, la artesanía elaborada en cerámica tiene un ciclo bastante directo y específico.

La estructura de los canales de distribución para las artesanías que se exportan

a Canadá es variada y no tiene una forma de presentación única, debido a que es un producto que puede ser distribuido a través de muchos intermediarios y detallistas.

La siguiente figura muestra de una manera integral dichas relaciones en la distribución del producto:

Gráfico N° 8: Canal de distribución de las artesanías



Elaboración: Mincetur

Los principales agentes de distribución son los minoristas especializados o las instituciones especializadas, como empresas con mercados cautivos. Así mismo, las ferias y exposiciones pueden ser una vía importante para este tipo de productos.

Si se considera el precio inicial como valor base, debemos incrementar entre 5% a 15% dependiendo del agente o bróker para obtener un valor 2, a éste nuevo valor se le debe incrementar entre 20% a 25% a nivel del distribuidor para obtener un valor 3, finalmente este será el precio el que recibirán los minoristas quienes deben incrementar entre 30% a 40% para obtener el valor 4 que será al que comprara el consumidor final.

Comportamiento del intermediario

No existe una política de representación en el caso de las artesanías para la venta en Canadá. La tendencia es que las negociaciones se realizan directamente con el minorista o los mercados institucionales que realizan la compra directa.

Los intermediarios aplican una comisión entre 20% a 25% del valor de negociación y se responsabilizan de identificar, negociar y establecer a los compradores minoristas del producto proveniente de Perú.

04

Información Adicional

4.1. Datos de contacto de importadores

Tabla N° 10: Datos de contacto de importadores

Empresa	Ubicación	Teléfono/otros	Web/E-mail
A e f gift and souvenir co. Limited Kelly elliot	3060 Sawmill Rd, St. Jacobs, Ontario N0B 2N0	Tel: 1-816-313-9440 Tel: 1-519-664-2289 Tel: 1-519-664-3037	kellyexec@gmail.com www.afgift.com
Ceramic arts	3103 Mainway Drive, Burlington, Ontario L7M 1A1	Tel: 1-905-335-1515 Tel: 1-905-332-4403	info@ceramicarts.com www.ceramicarts.com
Artemano	4238 Blvd. St-Laurent, Montréal, QC H2W 1Z3	Tel: 1-877-662-2778	artemanoexperience@artemano.ca www.artemano.ca
Attitudes import	3025 boulevard Le Corbusier Laval, Québec, H7L 4C3, Canada	Tel: 1-450-681-4147 Tel: 1-450-681-5646	sales@attitudesimport.com www.attitudesimport.com
Finefinds importers	14241 BC. V4P-2G2, British Columbia, Canada	Tel: 1-604-536-0766 Tel: 1-800-235-8228	info@finefindsimporters.com finefindsimporters.com
Gift craft ltd.	8550 Airport Road, Brampton, Ontario, L6T 5A3, Canada	Tel: 1-905-790-2000 Tel: 1-800-387-1777	www.giftcraft.com
Linen chest	4455 Autoroute des Laurentides, Laval, H7L 5X8, Canada	Tel: 1-800-363-3832	webcustomerservice@linenchest.com www.linenchest.com
Pier1 imports	3135 Highway 37, Markham, Ontario, L3R 0T9, Canada	Tel: 1-905-475-9843	customer_service@pier1.com www.pier1.ca
Port-style enterprises inc.	1405 Denison Street, Markham, Ontario, L3R 5V2, Canada	Tel: 1-905-470-7971	www.portstyleenterprises.com
Urban barn ltd.	4085 Marine Way, Burnaby, British-Columbia, V5J 5E2, Canada	Tel: 1-604-456-2200	headoffice@urbanbarn.com www.urbanbarn.com

4.2. Oficinas/Gremios en el mercado

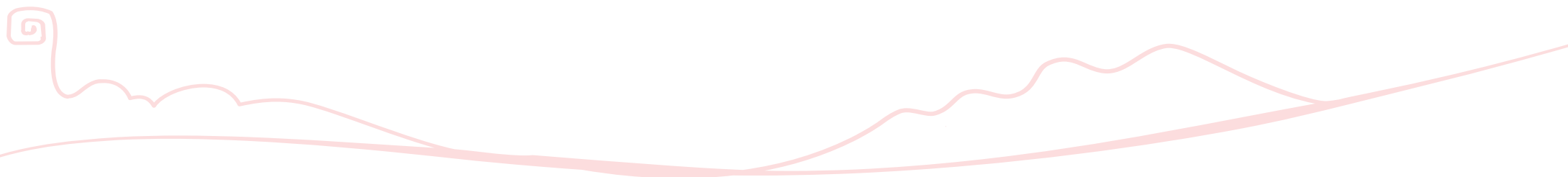
Tabla N° 11: Oficinas/Gremios en el mercado

Oficinas/Gremios	Ubicación	Teléfono/otros	Internet
Agencia de servicios fronterizos de canada Canada border service agency - cbsa	Directorio de oficinas en todo canada www.cbsa-asfc.gc.ca/do-rb/menu-eng.html	Tel: 1-204-983-3500 Tel: 1-506-636-5064	www.cbsa-asfc.gc.ca Contact@cbsa.gc.ca
Federacion canadiense de artesanos Canadian crafts federation	P.O BOX 1231 Fredericton, New Brunswick, Canada E3B 5C8	Tel: 506-462-9560 Fax 506-457-6010	maegen@canadiancraftsfederation.ca canadiancraftsfederation.ca
Estadísticas canada Statistics canada	150 Tunney's Pasture Driveway Ottawa, Ontario K1A 0T6	Tel: 1-514-283-8300 Fax 1-877-287-4369	infostats@statcan.gc.ca www.statcan.gc.ca
Industrias canada Industry canada	C.D. Howe Building 2nd Floor, West Tower 235 Queen Street Ottawa, Ontario K1A 0H5	Información según sector	www.ic.gc.ca
Asociacion de regalos de canada Canadian gift association	42 Voyager Court South Toronto, Ontario, M9W 5M7	Tel: 416-679-0170 Fax: 416-679-0175	info@cangift.com www.cangift.com
Consultora euromonitor Euromonitor	24 S. Michigan Ave. Suite 1500 Chicago, IL 60604 USA	Tel: 1 312 922 1115 Fax: +1 312 922 1157	insight@euromonitorintl.com www.euromonitor.com
Oficina de facilidades comerciales de canada Trade facilitation office canada - tfo	130 Slater Street Suite 1025 Ottawa, Ontario, CANADA K1P 6E2	Tel: 1-613-233-3925 Fax 1-613-233-7860	info@tfoканада.ca www.tfoканада.ca
Contacto canada Contact canada	4917 Prospect Avenue Victoria, British Columbia, Canada V9E 1J5	Tel: 1-250-708-0313 Fax 1-250-708-0429	www.contactcanada.com
Ministerio de salud de canada Health canada	Address Locator 0900C2, Ottawa, Ontario, K1A 0K9	Tel: 1-613-975-2991 Fax 1-613-941-5366	Info@hc-sc.gc.ca www.contactcanada.com

Oficinas/Gremios	Ubicación	Teléfono/otros	Internet
Vivir canadiense Canadian living	TVA Publications – 1010 Sérigny Street, Longueuil, Quebec J4K 5G7	Telf: 514-848-7000	www.canadianliving.com

4.3. Ferias comerciales

- Ciudad de Toronto Del 7 al 10 de Agosto 2016
Gift Fair: www.cangift.org/toronto-gift-fair/en/home
- Ciudad de Alberta
Del 14 al 17 de Agosto 2016
Gift Fair: www.cangift.org/alberta-gift-fair/en/home
- Ciudad de Quebec
Del 20 al 23 de Marzo 2016
Gift Fair: www.cangift.org/quebec-gift-fair/en/home



2016



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo