

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2015



Informe Especializado: Artículos de
Regalo y Decoración en Canadá

prom
perú

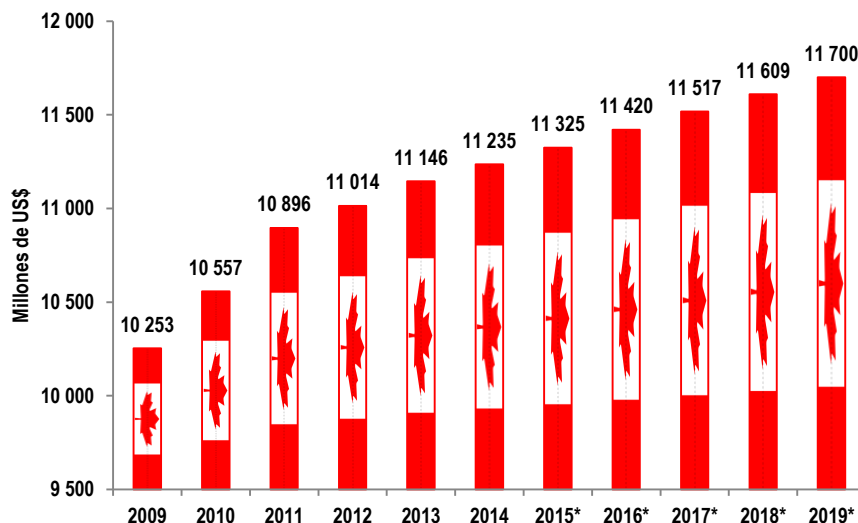
Contenido

1.	Panorama general del mercado	3
2.	Análisis por Categorías de Interés.....	5
2.1.	Productos Hechos a Mano y Artesanías	5
2.2.	Muebles para el hogar	6
2.3.	Textiles para el Hogar / Revestimientos Decorativos.....	6
2.4.	Canales de Distribución	7
3.	Evolución de las Importaciones de Artículos de Regalo y Decoración de Canadá.....	8
4.	Evolución de las exportaciones peruanas de Artículos de Decoración y Regalo a Canadá	10
5.	Oportunidades Comerciales para Artículos de Regalo y Decoración en Canadá	11

INFORME ESPECIALIZADO: OPORTUNIDADES PARA ARTÍCULOS PARA EL HOGAR

1. Panorama general del mercado

Gráfico N° 01: Evolución de ventas minoristas de Artículos para el Hogar en Canadá



Fuente: Euromonitor International Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ Nota: * Proyecciones

De acuerdo a Euromonitor International, el mercado de artículos para el hogar en Canadá está valorizado en US\$ 11,2 mil millones y viene experimentando una lenta recuperación después de la contracción del consumo propiciada por los difíciles momentos que atravesó la economía durante la crisis financiera internacional. Aunque aún persiste la incertidumbre sobre el futuro, lo cual ha vuelto a los consumidores más cautos al momento de compra, la baja tasa de interés que el Banco Central mantiene ha motivado que el sector inmobiliario – residencial se dinamice en ciudades clave como Vancouver y Toronto, lo cual se ha traducido en mayores oportunidades para esta clase de productos.

Para los próximos cinco años, se espera que las ventas se expandan en 4,1% hasta alcanzar cerca de US\$ 12 mil millones en 2019. Esto será resultado directo del buen performance que mostrará la demanda de artículos para la decoración de interiores, la más importante categoría con una participación de 81% sobre el total de ventas, sustentado principalmente en la mejora moderada de las condiciones económicas y la desaceleración gradual del incremento del precio de las viviendas¹.

Por otro lado, los retailers especializados en la comercialización de artículos para el hogar y de regalo han comenzado a mostrarse optimistas respecto al futuro del mercado. The Canadian Gift Association reporta que el 57% incrementó o mantuvo sus ventas durante el primer trimestre de 2014, con respecto a similar periodo del año anterior. Asimismo, de cara al segundo trimestre de 2014, ocho de cada diez estimaron que sus ventas serían mayores a las registradas en igual lapso de tiempo de 2013.

Considerando su naturaleza no esencial, en todo 2014 y con respecto al año anterior, los detallistas se han abastecido en un 18% más de cristalería decorativa; 16% más de artículos eléctricos para el hogar; 10% más de accesorios de moda y 11% más de decoración para festividades y Navidad. En tanto, afirmaron que sus compras estuvieron encabezadas por:

¹ Euromonitor International: Home Furnishing in Canada 2015

- Productos hechos en Canadá - Canadian Made (53% de los encuestados compraron más en 2014)
- Productos Eco – Friendly (44%)
- Prendas de vestir (42%)
- Productos Hechos a Mano (37%)
- Artículos de Decoración para el Hogar (37%)

Para mayor detalle se recomienda revisar el **Cuadro N° 01** en la parte inferior

Cuadro N°01: Porcentajes de Abastecimiento e Intención de Compra de los Minoristas para las líneas de ADR

Categoría de Producto	% Stocking 2014	En 2014, los minoristas compraron ...		
		Más	Igual	Menos
Productos Hechos en Canadá	82%	53%	41%	6%
Productos Eco - Friendly	59%	44%	51%	5%
Accesorios de Moda	69%	42%	49%	9%
Flores Artificiales	43%	37%	47%	16%
Productos Hechos a Mano	49%	37%	55%	8%
Artículos de Decoración para el Hogar	59%	37%	52%	11%
Souvenirs	27%	35%	51%	14%
Productos para Infantes	40%	32%	51%	17%
Textiles del Hogar	31%	32%	50%	18%
Mobiliario	35%	31%	52%	17%
Alimentos Gourmet	39%	31%	49%	20%
Productos para Mascotas	17%	28%	60%	12%
Productos de felpa	38%	28%	49%	23%
Coleccionables	45%	27%	52%	21%
Juguetes y Juegos	35%	27%	54%	19%
Decoración para Festividades y Navidad	79%	26%	54%	20%
Canastas de Regalo	43%	26%	51%	23%
Artículos Eléctricos	32%	26%	66%	8%
Artículos no Eléctricos	40%	26%	58%	16%
Artículos para fiestas	42%	26%	60%	14%
Cuidado Personal, Spa y Fragancias	45%	26%	60%	14%
Relojes	56%	23%	52%	26%
Artículos para Exteriores	49%	23%	56%	21%
Velas y Fragancias para el Hogar	62%	22%	57%	21%
Cristalería Decorativa	52%	20%	60%	20%
Marcos de fotos y Álbumes	46%	17%	53%	30%
Artículos y Accesorios para el Bar	37%	16%	47%	37%
Superficies de Mesa	40%	16%	67%	17%
Papelería e Instrumentos para Escribir	27%	12%	62%	26%

Fuente: The Canadian Gift Association Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

2. Análisis por Categorías de Interés

2.1. Productos Hechos a Mano y Artesanías

El mercado de artesanías está valorizado en más de US\$ 1 mil millones anuales², lo cual ha convertido a Canadá en una de las principales plazas, junto con Estados Unidos y Europa, para esta clase de productos. La demanda se ha visto notablemente impulsada por el mayor interés por las costumbres y técnicas artísticas propias de los países foráneos debido a la alta tasa de inmigrantes (20% de la población), las preferencias por el comercio justo y el aumento de los viajes de turismo de los canadienses. A ello se le debe agregar el rol preponderante que han tomado los consumidores de gama alta quienes han comenzado a ver a las artesanías como sinónimo de exclusividad y diseño frente a los productos fabricados en serie.

La oferta es variada y puede abarcar desde objetos únicos hechos a mano a base de cerámica, madera o piedra, hasta piezas artísticas de alto valor como artículos de orfebrería, tapicería, muebles tallados y esculturas de gran tamaño. Ahora, si bien es cierto, los productos de corte puramente étnico o indígena tienen buena recepción entre algunos nichos de consumidores, la tendencia indica mayores preferencias en los segmentos masivos por estilos que combinen estos diseños con motivos contemporáneos y minimalistas. En líneas generales, los comedores y las salas de estar conjugan dos estilos, el casual y el formal, a través del uso de papeles de mural, textiles para la mesa, vajilla informal, velas, cristalería, marcos de madera y artículos de colección; en tanto, las artesanías que contienen elementos naturales como piedra y mármol son particularmente populares en los baños que se han convertido en espacios de spa y retiro personal.

Las principales oportunidades para los productos hechos a mano están representadas en los consumidores de mayor edad quienes usualmente realizan sus compras en tiendas de descuento de diseñadores como Home Sense y detallistas especializadas en comercio justo como [Ten Thousand Villages](#), la cual cuenta con más de treinta y cinco puntos de venta en Canadá y que ofrece en su amplio catálogo internacional artesanías peruanas como cerámicas de Chulucanas, nacimientos de arcilla, instrumentos musicales, tapicería, prendas de alpaca y joyería de plata. Algunos ejemplos se muestran a continuación:



Fuente: Ten Thousand Villages Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

Asimismo, un nuevo segmento que ha comenzado a ser atendido por los principales operadores de mercado está compuesto por los denominados “Generación 1.5”; es decir, aquellos ciudadanos que nacieron en el extranjero pero que inmigraron a Canadá como niños y crecieron allí. Este grupo de consumidores muestra mayor susceptibilidad a lo

² TFO Canada

internacional y gustan por el diseño que ofrezca una mixtura de tradiciones de sus regiones de origen con las de América del Norte y el resto del mundo.

2.2. Muebles para el hogar

La [Dirección General de Estadísticas de Canadá – STATCAN](#) indica que las ventas minoristas de muebles para el hogar sumaron cerca de US\$ 4,5 mil millones en 2014, lo cual significó un incremento de 3,5% respecto al año anterior. La mejora de la situación económica y la estabilización de los precios de las viviendas permitirán que los consumidores tengan una mayor capacidad de gasto en artículos y servicios no esenciales como los relacionados a renovación de mobiliario. Sin embargo, no se espera un crecimiento importante debido a la madurez del mercado y la competencia fragmentada, por la cual ninguno de los minoristas especializados alcanza 10% de participación sobre las ventas totales. En efecto, las tiendas ubicadas en el Top 10 apenas concentran el 20% del mercado, siendo líder la sueca IKEA que cuenta con 9% del mismo.

Los principales públicos objetivos de estos productos se encuentra entre los adultos jóvenes (25 – 40 años) que recién se encuentran estableciendo sus hogares y adultos mayores que se mudan a viviendas más pequeñas y buscan artículos de mejor estatus. En ambos casos, factores como el diseño, la durabilidad y la calidad de los materiales son factores clave para la decisión de compra.

Las tendencias indican el predominio de materias primas naturales, así como el uso de colores que rememoren la suavidad y calidez de la naturaleza. La madera natural continua siendo el material preferido por excelencia e incluso puede encontrarse, además de en adornos y muebles, en menaje y vajilla. Ello también ha servido de inspiración para piezas de arte para pared, por ejemplo los cuadros con flores y aves, así como las fotografías de pilas de troncos de abedules se encuentran dentro de la lista *must have* de la revista especializada Canadian Living.

Finalmente, vale destacar que la empresa norteamericana [South Cone](#), especializada en la comercialización de muebles y que cuenta con plantas de producción en Perú y Argentina, tiene presencia en Canadá y a la fecha viene comercializando dentro de su catálogo tres líneas inspiradas en la cultura del país: Paracas, Selva y Cuzco.



Fuente: South Cone. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

2.3. Textiles para el Hogar / Revestimientos Decorativos

Canadá cuenta con uno de los diez mercados de textiles para el hogar más grandes del mundo valorizado en US\$ 2 282 millones en 2014. En los últimos años, ha mostrado una evolución positiva pese a la difícil coyuntura económica al incrementarse a una media anual de 2,1%.

Las ventas de textiles para el hogar sumaron US\$ 2 282 millones en 2014 - y han mostrado una evolución positiva en el último quinquenio al crecer a una tasa de 2,1% promedio anual. Para el periodo 2014 – 2019, se proyecta que la demanda

aumentará apenas a 0,5% anual; sin embargo, existen importantes oportunidades para productos elaborados a base de fibras naturales y amigables con el medio ambiente que podría calzar con la oferta peruana de mantas de alpaca, por ejemplo.

Ahora bien, las alfombras mostrarán el mejor desempeño a mediano plazo al expandirse a una tasa media de 3,4% entre 2014 y 2019, como consecuencia de la mayor disponibilidad de gastos prevista y la adquisición de nuevas viviendas. Entre las principales tendencias para estos productos destacan el incremento de las compras en internet, las preferencias por empresas con prácticas de responsabilidad social y empaques que no afecten el medio ambiente.

Además, por cuestiones culturales e históricas, la demanda de alfombras de piel se mantiene constante y siempre encontrará un segmento de consumidores de alta gama dispuestos a adquirirlas en Canadá. La remodelación de las casas de campo por parte de los adultos mayores de alto poder adquisitivo se ha convertido en una actividad primordial para reactivar las ventas de estos productos al ser piezas clave dentro de la decoración.



Fuente: Ten Thousand Villages Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

2.4. Canales de Distribución³

De acuerdo a Cangift, Canadá cuenta con 63 mil tiendas que ofertan regalos y artículos de decoración. La mayor parte de las mismas se encuentra en la región de Ontario, específicamente en Toronto, seguida por Montreal (Quebec) y Vancouver (Columbia Británica). Generalmente, la consolidación de embarques hacia estas tres ciudades se da bajo el modelo mostrado en el **Gráfico N° 02**:

Gráfico N° 02: Cadena de Distribución de ADR en Canadá



Fuente: TFO Canadá Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Normalmente los exportadores y/o fabricantes utilizan intermediarios para ingresar al mercado canadiense. Los importadores y agentes cuentan con un amplio conocimiento de la red comercial del país y cuentan en su cartera una amplia variedad de productos de distintas partes del mundo. Además, buscan obtener referencias y conocer la experiencia

³ TFO Canadá

que tiene el proveedor en exportaciones, posición financiera, entre otros; por lo que aquellos exportadores que no puedan sustentar su solidez no son bien recibidos.

En cuanto a los minoristas, las ventas se realizan por distintos tipos de puntos de venta dependiendo de las características del producto, los cuales incluyen tiendas de artesanías, tiendas de regalos en general, tiendas departamentales y detallistas de descuento. Mientras que las artesanías más pequeñas y producidas en masa se ofertan en las denominadas “tiendas de un dólar”; productos más elaborados como cuentas, amuletos y otras artesanías se comercializan en retailers especializados como [The Sassy Bead Company](#). Así también, tiendas como Ten Thousand Villages se especializan en una amplia gama de artículos de comercio justo para la decoración y galerías de arte son excelentes puntos de venta para productos de alta gama.

Los hoteles boutiques y otras empresas que buscan captar clientela exclusiva a menudo adquieren artesanías y artículos de decoración únicos para realzar el ambiente que tratan de lograr. En estos casos, los arquitectos y diseñadores de interiores actúan en representación de los compradores como usuarios finales y desempeñan un papel clave para la selección de estos productos.

Vale mencionar que las principales temporadas de compra para estos productos son la primavera (marzo – mayo), verano (junio – agosto) y la Navidad. Los importadores realizan sus compras con tiempo suficiente antes de estos periodos, por ejemplo, compran en los primeros meses del año para la próxima campaña navideña. Por lo tanto, los exportadores deben iniciar sus ventas con anticipación a estas fechas.

Finalmente, la consistencia en calidad y entrega de la mercancía con especificaciones solicitadas son clave para darle sostener a los clientes canadienses en el tiempo. La continuidad de suministro también es importante; los embarques esporádicos usualmente dañan la reputación del exportador y la oportunidad de éxito en Canadá.

3. Evolución de las Importaciones de Artículos de Regalo y Decoración⁴ de Canadá

Cuadro N°02: Importaciones de Artículos de Decoración y Regalo en Canadá a nivel de productos

HS06	Producto	Millones de US\$					Var. % 14/13	TCP % 14/10	Part. % 2014
		2010	2011	2012	2013	2014			
950300	Juguetes varios Incluye: Artículos de muñequería	1 199	1 210	1 322	1 351	1 379	2,0	3,6	44
570320	Alfombras y revestimientos para el suelo de nailon	368	387	396	388	386	-0,7	1,2	12
570330	Alfombras y revestimientos para el suelo de demás materias textiles	223	211	233	244	228	-6,4	0,6	7
691200	Vajilla y artículos de uso doméstico de cerámica	128	130	138	139	141	1,8	2,5	4
630392	Visillos, cortinas y guardamalletas de fibras sintéticas	101	107	125	124	132	6,5	6,9	4
701399	Objetos de vidrio para el servicio de tocador	93	100	97	92	94	2,9	0,5	3
701349	Artículos de vidrio para el servicio de mesa, cocina, baño o adorno interior	79	80	89	94	92	-1,5	3,8	3
691110	Artículos para el servicio de mesa o de cocina de porcelana	80	83	84	83	88	5,9	2,5	3
630140	Mantas de fibras sintéticas	55	56	56	65	71	9,6	6,7	2
700992	Espejos de vidrio enmarcados	57	56	58	59	62	4,8	2,0	2
	Resto	438	468	482	475	470	-1,0	1,8	15
	Total	2 821	2 889	3 083	3 114	3 144	1,0	2,8	100

Fuente: Trademap Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

⁴ Para el presente análisis se han tomado en cuenta únicamente aquellas subpartidas arancelarias (HS06) priorizadas por PROMPERÚ

Canadá se encuentra posicionado como uno de los diez principales compradores mundiales de artículos de regalo y decoración con un valor importado de US\$ 3 144 millones en 2014, 1% más que en 2013. Los productos que cuentan con mayor demanda son los juguetes varios (Incl. Artículos de Muñequería), cuyas compras representan cerca de la mitad de las importaciones de la línea de ADR del último año. Sin embargo, algunos productos han mostrado un dinamismo notable en los últimos cinco años, entre los que destacan las alfombras y revestimientos sin aterciopelar confeccionados en lana o pelo fino (+ 29,6% de TCP⁵ 2010 – 2014), artículos de peletería (+ 27,0%) y artículos de mobiliario de punto (+ 22,0%).

Cuadro N°03: Importaciones de Artículos de Decoración y Regalo en Canadá a nivel de mercados

Proveedores	Millones de US\$					Var. % 14/13	TCP % 14/10	Part. % 2014
	2010	2011	2012	2013	2014			
China	1 494	1 505	1 549	1 580	1 617	2,4	2,0	51
EE.UU.	843	856	910	898	861	-4,2	0,5	27
México	47	68	137	156	179	14,6	39,5	6
India	62	66	64	72	75	4,6	4,9	2
Indonesia	22	24	28	34	36	8,4	13,8	1
Alemania	30	35	38	34	31	-7,7	0,7	1
Turquía	16	24	34	28	31	9,7	17,0	1
Reino Unido	26	30	31	33	30	-9,9	3,2	1
Viet Nam	15	15	17	20	27	34,8	15,8	1
Tailandia	18	18	18	22	26	16,9	9,7	1
Taiwán	22	25	33	26	25	-4,3	2,8	1
Egipto	23	21	23	21	21	-0,8	-1,5	1
Italia	21	21	20	19	18	-3,1	-3,6	1
Bélgica	18	19	18	19	16	-15,2	-3,1	1
Francia	19	17	20	18	15	-20,5	-6,2	0
Resto	144	146	141	134	137	1,8	-1,3	4

Fuente: Trademap Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Tal como se puede observar en el **Cuadro N° 03**, China se ha consolidado como el más importante proveedor de artículos de regalo y decoración del mercado canadiense y concentró más del 50% de las importaciones en 2014. Pese a ello, los mercados emergentes son los que han mostrado el mejor desempeño en el último quinquenio, entre los que resaltaron México (+ 39,5% de TCP 2010 – 2014), Turquía (+ 17,0%), Vietnam (+ 15,8%) e Indonesia (+ 13,8%). En tanto Perú es el proveedor mundial número cincuenta y tres (53°) de esta clase de productos a Canadá y el cuarto (4°) a nivel latinoamericano.

Vale indicar que la oferta China se encuentra compuesta, en gran parte, por artículos de producción masiva y está dirigida a segmentos de menores ingresos. En contraste, las piezas elaboradas en Latinoamérica, Medio Oriente, África, Asia – Pacífico y Polinesia cuentan con un importante posicionamiento entre los consumidores de mayor poder adquisitivo debido a su exclusividad, originalidad y calidad.

⁵ Tasa de Crecimiento Promedio

4. Evolución de las exportaciones peruanas de Artículos de Decoración y Regalo a Canadá

Cuadro N°04: Exportaciones Peruanas de Artículos de Decoración y Regalo a Canadá a nivel de productos

Subpartida HS10	Producto	Miles de US\$					Var. % 14/13	TCP % 14/10
		2010	2011	2012	2013	2014		
6301209000	Mantas de lana de alpaca	106	89	120	153	135	-11,9	6,1
9503009300	Peluches, muñecas y títeres de alpaca	39	20	23	52	65	26,2	13,8
6913900000	Estatuillas y adornos de cerámica	58	80	76	114	56	-50,8	-0,9
9602009000	Artículos a base de fibras vegetales talladas	17	3	5	15	28	83,5	12,4
6301201000	Mantas de lana de alpaca	1	6	11	13	20	54,3	106,1
9505100000	Artículos para fiestas de Navidad	8	4	11	-	20	-	24,5
9503009900	Peletería y títeres de alpaca	6	13	1	4	19	439,0	36,8
4303901000	Alfombras de piel de alpaca	34	2	0	4	12	224,2	-23,5
5702410000	Alfombras de lana de oveja / piel de alpaca	0	2	4	0	11	3 667,9	143,5
5805000000	Tapicería tejida a mano	4	3	1	2	10	323,9	26,0
	Resto	42	93	187	62	51	-17,5	5,1
	Total	315	315	440	418	426	1,9	7,8

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Las exportaciones peruanas de artículos de regalo y decoración a Canadá totalizaron US\$ 426 mil en 2014 y han experimentado un crecimiento medio anual de 7,8% en los últimos cinco años. Los productos a elaborados a base de pelo fino y piel de alpaca han mostrado una demanda constante durante dicho periodo, entre los que destacan mantas, productos de muñequería (peluches, muñecas y títeres) y alfombras. Asimismo, adornos a base de cerámicas de Chulucanas y tallados en fibras naturales como los grabados en calabaza también han encontrado oportunidades en este mercado.

Por último, se registraron doce (12) empresas⁶ peruanas que realizaron exportaciones de esta clase de productos a Canadá en 2014; entre ellas destacan Manos Amigas S.A. (US\$ 84 mil en 2014 / 20% de participación), R & P Textiles de Alpaca S.A.C. (US\$ 43 mil / 10%), Incalpaca Textiles Peruanos de Export S.A. (US\$ 35 mil / 8%), Asociación Arte Aymara (US\$ 25 mil / 6%) y Textiles & Artesanías Peruanas EIRL (US\$ 21 mil / 5%). Vale destacar que algunas empresas utilizan estrategias de asociación con minoristas especializados como forma de ingreso a este mercado, tal es el caso de Intercrafts Perú S.A.C. y Allpa S.A.C. que cuentan con alianzas estratégicas con la cadena de artesanías de comercio justo Ten Thousand Villages.

⁶ Se ha tomado en cuenta empresas que registren envíos superiores a US\$ 10 mil

5. Oportunidades Comerciales para Artículos de Regalo y Decoración en Canadá

Cuadro N°05: Artículos de Regalo y Decoración con oportunidades en Canadá⁷

Subpartida HS06	Descripción	Importaciones de Canadá - 2014 Millones de US\$	Categoría CEPAL	Arancel para Perú - TLC
630140	Artículos de vidrio para servicio de mesa, cocina	47	Prometedor	0%
570490	Alfombras y recubrimientos para el suelo, de fieltro	20	Prometedor	0%
691490	Manufacturas de cerámica	14	Prometedor	0%
630130	Mantas de algodón	13	Prometedor	0%
570241	Alfombras y revestimientos aterciopelados de pelo fino	5	Prometedor	0%
430390	Artículos de peletería	4	Prometedor	0%
630120	Mantas de lana o pelo fino	4	Prometedor	0%
630190	Demás mantas	4	Prometedor	0%

* Incluye: Implementos de plástico para la construcción como tapones anti ruidos, mascarillas, entre otros. Fuente: Trademap / SUNAT / Acuerdos Comerciales del Perú Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

De acuerdo a la priorización previamente realizada, Canadá presenta potencial para diversos productos de la oferta exportable peruana de ADR. Los ítems mostrados en el **Cuadro N° 05** han experimentado un importante crecimiento en sus importaciones en el último quinquenio y se encuentran libres de aranceles en el mercado canadiense en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú – Canadá. Para mayor información acerca sobre el acuerdo y preferencias arancelarias revisar [TLC Perú – Canadá](#).





Los textiles para el hogar y los revestimientos para pisos tales como mantas de algodón y pelo fino, alfombras y peletería presentan las mayores oportunidades en Canadá, si se tiene en cuenta que las ventas internas de esta clase de productos se expandirán en 2,5% para el periodo 2014 - 2019⁸. Además, en el caso de algunos productos, Perú ya cuenta con presencia importante y se encuentra posicionado como uno de los principales proveedores; por ejemplo, es el sexto (6°) suplidor de mantas de lana o pelo fino de Canadá.

En tanto, para adornos y estatuillas de cerámica, Perú se encuentra posicionado el tercer (3°) principal abastecedor de Latinoamérica, únicamente por detrás de México y Uruguay. Dentro de esta categoría, algunos de los productos que vislumbran una mayor demanda a mediano plazo son las cuentas, bolitas y otras manufacturas similares.

⁷ Para la selección y priorización de productos con potencial exportador se tomaron las siguientes variables: (i) Importaciones canadienses a nivel de subpartidas arancelarias - HS06 de la línea de ADR para el periodo 2010 – 2014 superiores a US\$ 1 millón (ii) Subpartidas arancelarias categorizadas como "Estrellas" o "Prometedoras" bajo la metodología CEPAL (iii) Subpartidas arancelarias – HS06 de la línea de ADR con exportaciones peruanas al mundo superiores a US\$ 100 mil en 2014 (iv) Subpartidas arancelarias – HS06 cuyas importaciones provenientes desde Perú ingresen exentas de aranceles al mercado canadiense en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú – Canadá (v) Participación del principal país proveedor de la subpartida arancelaria – HS06 menor o igual a 70% de las importaciones de la misma.

⁸ Euromonitor International: Home Furnishings in Canadá (Junio 2015)

ARTÍCULOS DE REGALO Y DECORACIÓN PERUANOS EN CANADÁ

Especificaciones del Producto	Fotos
<p>Florero de Cerámica de Chulucanas</p> <p>Detallista: Ten Thousand Villages Canada Precio: CAD⁹ 14,99– US\$ 11,2 Empresa Proveedora: Allpa</p>	
<p>Nacimiento Andino en Arcilla</p> <p>Detallista: Ten Thousand Villages Canada Precio: CAD 30,9 c/u – US\$ 8,62 c/u Empresa Proveedora: Manos Amigas</p>	
<p>Mate Burilado</p> <p>Detallista: Ten Thousand Villages Canada Precio: CAD 16 – US\$ 12,1 Empresa Proveedora: Manos Amigas</p>	
<p>Maracas labradas en calabaza</p> <p>Detallista: Ten Thousand Villages Canada Precio: CAD 16 – US\$ 12,1 Empresa Proveedora: Manos Amigas</p>	
<p>Títere para el dedo de lana de alpaca</p> <p>Detallista: Ten Thousand Villages Canada Precio: CAD 6 – US\$ 4,5 Empresa Proveedora: Intercrafts Perú</p>	
<p>Monedero Tejido</p> <p>Detallista: Ten Thousand Villages Canada Precio: CAD 6 – US\$ 10,5 Empresa Proveedora: Intercrafts Perú</p>	

⁹ CAD: Dólar Canadiense