

2021

Perfil Mercado:

Joyería de Plata a Vancouver, Canadá



ADEX



Ministerio de Relaciones Exteriores

**PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN INTELIGENCIA COMERCIAL Y ANÁLISIS DE
MERCADOS INTERNACIONALES MRE-ADEX 2020**

PERFIL MERCADO

JOYERÍA DE PLATA

CONSULADO GENERAL DEL PERÚ EN VANCOUVER, CANADÁ

TERCER SECRETARIO EN EL SERVICIO DIPLOMÁTICO DE LA REPÚBLICA

DIEGO RODRIGUEZ SÁNCHEZ

ABRIL, 2021

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	4
CAPÍTULO 1: ANÁLISIS DEL PRODUCTO	6
1.1. Descripción del producto: Joyería de plata.....	6
1.2. Partida arancelaria	7
1.3. FODA del producto exportador.....	8
1.4. Competidores en el mercado local y objetivo	9
CAPÍTULO 2: PANORAMA NACIONAL	10
2.1. Oferta exportable peruana de plata	10
2.2. Exportaciones peruanas de joyería de plata al mundo en los últimos 5 años.....	10
2.3. Principales 10 mercados de destino del producto.....	12
2.4. Principales 10 empresas exportadoras peruanas del producto	17
CAPÍTULO 3: PANORAMA INTERNACIONAL	20
3.1. Principales 10 productores mundiales de plata en 2020.....	20
3.2. Principales 10 importadores mundiales de joyería de plata en los últimos cinco años	21
3.3. Principales 10 exportadores mundiales del producto	24
3.4. Principales 10 proveedores mundiales de joyería de plata de Canadá en los últimos cinco años	26
CAPÍTULO 4: MERCADO POTENCIAL	28
4.1. Tendencias generales del mercado y consumidor	28
4.2. Acceso al mercado	29
4.2.1. Barreras arancelarias	29
4.2.2. Barreras no arancelarias legales	29
4.3. Packaging (empaques y etiquetado)	30
4.3.1. Tipo de empaque	30
4.3.2. Requisitos de etiquetado, protección y utilización.....	31
4.4. Canales de comercialización	32
4.5. Precio	32
4.6. Promoción.....	33
4.6.1. Promoción directa.....	33
4.6.2. Promoción indirecta.....	34
4.7. Clientes potenciales	36
CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES	37
CAPÍTULO 6: RECOMENDACIONES	38
BIBLIOGRAFÍA	39

RESUMEN EJECUTIVO

El proceso que un exportador peruano debe ejecutar para colocar satisfactoriamente sus productos a un mercado en el extranjero resulta una tarea muy compleja. Si lo que se desea es realizar operaciones comerciales con resultados predecibles y evitar situaciones inesperadas, es menester conocer información muy vasta. Como parte del referido proceso, se encuentra, por ejemplo, la necesidad de cumplir con normas comerciales y aduaneras, tanto del país de origen como de destino, así como estar al tanto de los costos que implica cada transacción. La mercadotecnia no es ajena a este proceso, dada la importancia de identificar el mercado de destino y su comportamiento, para determinar la rentabilidad del negocio, en base a diversas variables como precio, demanda, entre otras.

En esa línea, este documento pretende ser una de las tantas herramientas que utilicen los exportadores para la elaboración de sus respectivas estrategias orientadas al envío de sus productos al mercado de destino. Para ello, el presente estudio tiene como objetivo brindar información del perfil del mercado canadiense, con énfasis en la ciudad de Vancouver, para la exportación desde el Perú de artículos de joyería de plata, identificados con partida arancelaria 7113.11.00.00.

En cuanto a la descripción del producto, un factor para tener en cuenta es que la plata cuenta con propiedades muy positivas: sin llegar a ser altamente costoso, es un material idóneo para el sector joyería, pues su excelente calidad le otorga una larga duración, además de alta competitividad desde el punto de vista estético. Otro aspecto positivo de este material es que, a diferencia de otros, lejos de ser dañino para la salud por su uso en el cuerpo humano (joyas a modo de adorno), otorga diversos beneficios que han hecho de la joyería de plata muy popular y demandada.

Según información que se presenta en este trabajo, las exportaciones peruanas de joyería de plata al mundo, expresadas en valor FOB (US\$) y cantidad exportado, sufrieron una caída gradual en los últimos cinco años, lo cual representa una oportunidad para apuntar al fortalecimiento y revalorización del producto peruano, así como para trabajar en los aspectos que puede ser mejorados de la industria local. Dentro de esta tendencia decreciente, veremos cómo Canadá aparece como un mercado receptivo de las exportaciones peruanas de este producto, lo que refleja un alto potencial de penetración de la joyería de plata de origen peruano.

El Perú, junto con México y China, es uno de los líderes en la producción de plata a nivel mundial, lo cual resulta ventajoso para fines de la exportación de artículos de joyas fabricados con esa materia

prima. Sin embargo, a diferencia de México y China, el Perú no figura en los rankings de principales proveedores de joyería de plata de Canadá, debido a una posible brecha entre el Perú y estos países, con relación a la falta de industrialización, uso de tecnología de punta y a la informalidad del sector. Por ello, es importante la realización de diversos estudios como el presente que permitan a las empresas productoras orientar sus estrategias para convertir esta fortaleza en una ventaja competitiva.

Por otro lado, cabe destacar las actuales tendencias mundiales, derivadas de la actual coyuntura pandémica. La masificación de videollamadas y videoconferencias, tanto por motivos laborales como académicos a raíz de las medidas globales de cuarentena o restricción de reuniones de grupos de personas, han generado nuevas tendencias de consumo en el mercado de la joyería, como el uso de joyas de adorno en mascarillas o la mayor atención en joyas en partes del cuerpo que aparecen en las videollamadas (manos, orejas, cuello, etc.), que representan una excelente oportunidad para aprovechar el potencial de este producto.

En este estudio podrá encontrarse también información relevante del mercado de destino, como las barreras y requisitos de acceso al mercado, normas para la comercialización, recomendaciones sobre canales de distribución, precio y promoción del producto, así como una lista de potenciales clientes.

A lo largo del desarrollo de este trabajo, se presenta información cuantitativa y cualitativa que detalla lo mencionado en los párrafos precedentes, así como las conclusiones y recomendaciones para poder implementar acciones orientadas a aumentar las exportaciones de productos de joyería de plata al mercado canadiense.

CAPÍTULO 1: ANÁLISIS DEL PRODUCTO

1.1. Descripción del producto: Joyería de plata

Por un lado, el producto cubre la necesidad de lucir/vestir bien (moda, vanidad), que podría catalogarse como una necesidad de índole cultural. En este aspecto de carácter estético, las joyas de plata, a diferencia de otros materiales como el acero, tienen la ventaja de poder ser trabajadas de manera artesanal, lo cual permite lograr mejores y más finos acabados, luciendo más natural. Asimismo, tienen alta durabilidad, son muy brillantes, y nunca pierden su textura. Otro beneficio de las joyas de plata es ser más económicas que otros metales de similar calidad.

Por otro lado, es conocido que la joyería de plata tiene propiedades favorables a la salud. Por ejemplo, es antimicrobiana (elimina gérmenes) e hipoalergénica (puede ser usado por personas alérgicas). Se dice también que reduce la presión arterial, ayuda a prevenir enfermedades, favorece la formación ósea y regeneración de la piel, reduce los síntomas de la artritis, entre otros beneficios.

Desde un punto de vista místico o supersticioso, según algunas creencias populares, la joyería de plata estimula la conciencia psíquica, es símbolo de riqueza y prosperidad (se conecta con la energía de la luna), es el metal de las emociones y absorbe las malas vibras, por lo cual blind a quienes la visten de la envidia, mala intención y el “mal de ojo” de otras personas.

- Aspectos tangibles

La joyería de plata se materializa principalmente en aretes, collares, prendedores y anillos. Generalmente, la presentación de las joyas de plata es similar a la joyería en general, es decir, viene dentro de una funda o cajita, que se abren a modo de cofre.



1.2. Partida arancelaria

País de origen: Perú

Partida Arancelaria:	7113.11.00.00
Descripción Arancelaria:	ART. DE JOYERIA DE PLATA, INCLUSO REVESTIDA O CHAPADA DE OTRO METAL PRECIOSO (PLAQUE)

Figura 1. Partida arancelaria en país de origen

Fuente: SIICEX

Elaboración: Propia

País de destino: Canadá

Partida Arancelaria:	7113.11.10.00	7113.11.90.00
Descripción Arancelaria:	Articles jewellery & pts t/o, findings, of silver, n pltd/clad w o prec metal	Articles jewellery & parts thereof, of silver, w/n pltd/clad w o prec metal, nes
Arancel NMF	5%	
Arancel Preferencial a Perú	0%	

Figura 2. Partida arancelaria en Canadá

Fuentes: Government of Canada / Market Access Map

Elaboración: Propia

1.3. FODA del producto exportador

	FORTALEZAS - F	DEBILIDADES - D
	F1: Artesanos, joyeros y orfebres expertos por herencia milenaria. F2: Beneficios para la salud. F3: Perú importante productor de plata.	D1: Informalidad del sector. D2: Escasa tecnología. D3: Falta de innovación y actualización en cuanto a estándares internacionales.
OPORTUNIDADES - O	ESTRATEGIAS - FO	ESTRATEGIAS - DO
O1: Alto potencial de penetración en mercado canadiense. O2: Alto poder adquisitivo en mercado canadiense. O3: Popularidad y preferencia de joyería de plata.	O1F1: Aprovechar abundancia de plata en Perú y potencialidad de penetración en Canadá. O2F2: Difundir beneficios de joyería de plata peruana para formar imagen positiva. O3F3: Potenciar la tradición milenaria peruana para aprovechar la capacidad adquisitiva.	O1D1: Combatir la informalidad del sector. O2D2: Invertir en tecnología de punta para aprovechar potencial de penetración. O3D3: Promover especialización del sector y actualización a tendencias internacionales.
AMENAZAS - A	ESTRATEGIAS - FA	ESTRATEGIAS - DA
A1: Alta competencia: penetración de México y otros países (varios asiáticos). A2: Competidores con mejor tecnología e industria. A3: Competidores mejor adaptados a tendencias internacionales.	A1F1: Aprovechar abundancia de plata en Perú para contrarrestar alta penetración de competidores. A2F2: Difundir beneficios de joyería de plata peruana sobre los competidores. A3F3: Potenciar la tradición milenaria peruana como un plus ante mejor adaptación de competidores a tendencias internacionales.	A1D1: Combatir la informalidad del sector para acercarse a tecnificación de competidores. A2D2: Invertir en tecnología de punta e industrialización. A3D3: Promover especialización del sector y actualización a tendencias internacionales.

Figura 3. Análisis FODA
Elaboración: Propia

1.4. Competidores en el mercado local y objetivo

Imagen Referencial	Marca	Precio	Certificados	Fuente
	ARIN SA	-	CADMIUM FREE	https://www.arinsa.com.pe/english-version/index2.html
	DEORO SAC.	-	-	https://pe.linkedin.com/company/marcas-de-oro-sac
	NEW FASHION PERU SA	-	-	https://www.newfashionperu.com/aretes-de-plata/
	LINEA NUOVA SA.	-	-	http://lineanuova.com/es/aretes/

Figura 4. Competidores en el mercado local

Elaboración: Propia

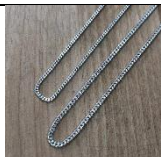
Imagen Referencial	Marca	Precio	Certificados	Fuente
	Bluboho	USD 52	-	https://www.bluboho.com/collections/silver-earrings
	Moonglow	USD 56	-	https://moonglow.ca/collections/earrings?pf_t_materials=Silver
	My Name Necklace	USD 76	-	https://www.mynamenecklacecanada.com/
	Silver Suspensions	USD 24	-	https://www.silversuspensions.com/
	Melanie Auld	USD 140	-	https://www.melanieauld.ca/

Figura 5. Competidores en el mercado de destino (Canadá)

Elaboración: Propia

CAPÍTULO 2: PANORAMA NACIONAL

2.1. Oferta exportable peruana de plata

Según información del Ministerio de Energía y Minas, entre 2015 y 2017 hubo un incremento gradual de la producción de plata en el Perú, aumentando de 4, 101,568 Kgf. a 4, 417,987 Kgf.; en los dos años posteriores se produjo un retroceso llegando a 3, 860,386 Kgf. en 2019.

Tabla 1
Producción minera metálica de plata, 2015 – 2019 / (Kg.f)

	2015	2016	2017	2018	2019
Total	4,101,568	4,375,337	4,417,987	4,160,162	3,860,386

Fuente: MINEM
Elaboración: Propia

De acuerdo con esta información, la producción de plata en el Perú se concentra principalmente en la sierra peruana, siendo las principales regiones productoras las siguientes (ranking según volumen de producción):

1. Arequipa
2. Cajamarca
3. La Libertad
4. Cuzco
5. Ayacucho
6. Apurímac

2.2. Exportaciones peruanas de joyería de plata al mundo en los últimos 5 años

A continuación, se presenta un análisis de la evolución de las exportaciones peruanas de joyas de plata al mundo en los últimos cinco años (2016-2020).

Tabla 2
Exportaciones Totales del Perú al Mundo de la S.P.N: 7113.11.00.00, joyería de plata/ 2016 - 2020, expresado en Valor FOB (US\$), Cantidad (Un) y Precio Promedio (US\$/Un)

	2016	2017	2018	2019	2020
Valor FOB (US\$)	6,184,553	6,991,501	5,351,026	4,075,101	3,263,180
Cantidad (Un)	2,864,110	3,228,986	2,838,586	1,851,788	1,663,107
Precio Promedio (US\$/Un)	6,452	5,039	4,300	6,907	6,174

Fuente: Adex Data Trade
Elaboración: Propia

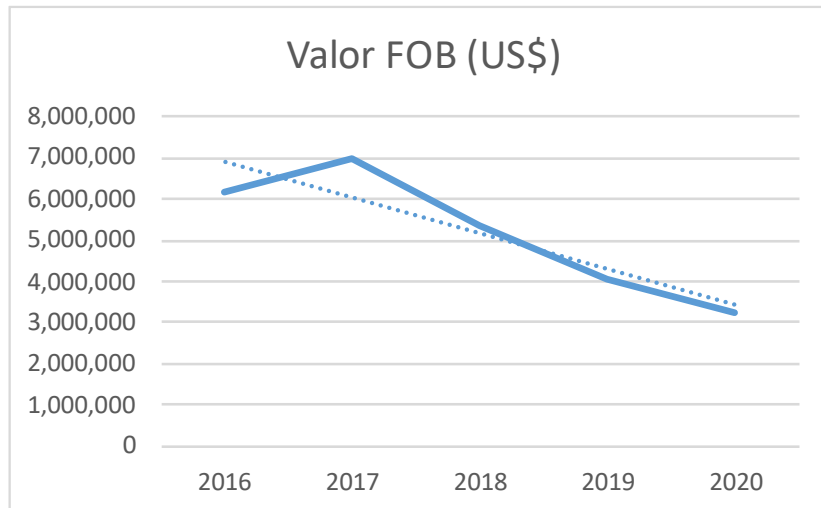


Figura 6. Exportaciones Totales del Perú al Mundo de la S.P.N: 7113.11.00.00, joyería de plata/ 2016 - 2020, expresado en Valor FOB (US\$)
Fuente: Adex Data Trade
Elaboración: Propia

La tabla y el gráfico anteriores reflejan que luego de un pequeño crecimiento entre 2016 y 2017, las exportaciones expresadas en valor FOB de joyería peruana de plata al mundo experimentaron una caída gradual en el periodo 2017-2020, pasando de US\$ 6,991,501 a US\$ 3,263,180, es decir, se produjo una reducción mayor al 50%.

Esta coyuntura se presenta como una excelente oportunidad para relanzar y revalorizar el producto peruano, especialmente en países industrializados y de altos ingresos como Canadá, los cuales, gracias a su fortaleza económica y el alto poder adquisitivo de su población, no sufrirían un impacto considerable de la crisis económica derivada de la pandemia del Covid-19 y podrían lograr una recuperación más rápida que países en desarrollo de ingresos medios y bajos.

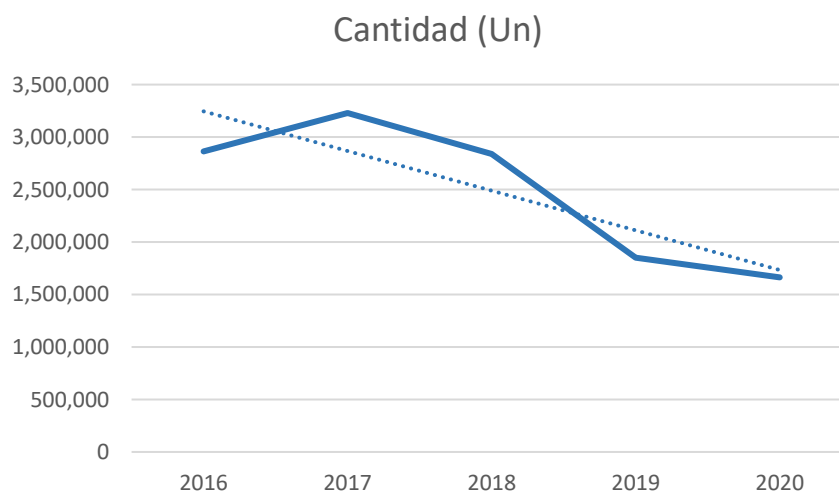


Figura 7. Exportaciones Totales del Perú al Mundo de la S.P.N: 7113.11.00.00, joyería de plata/ 2016 - 2020, expresado en Cantidad (Un)
Fuente: Adex Data Trade
Elaboración: Propia

En el caso de las exportaciones joyería de plata expresadas por cantidad exportada, podemos observar una situación es muy similar a la del valor FOB, con una caída gradual en los últimos cinco años (2016-2020), donde las exportaciones se redujeron de 2,864,110 unidades en 2016 a 1,663,107 unidades en 2020. Cabe destacar una leve recuperación en 2019.

Sin embargo, analizando la variación en el precio promedio exportado en los últimos cinco años, podremos determinar cuánto ha podido afectar esta caída a los exportadores.

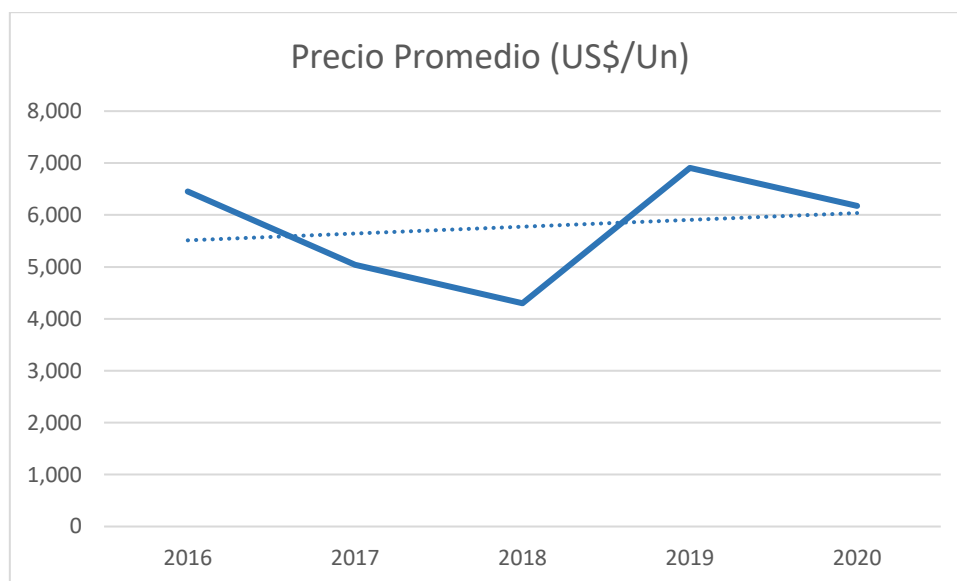


Figura 8. Exportaciones Totales del Perú al Mundo de la S.P.N: 7113.11.00.00, joyería de plata/ 2016 - 2020, expresado en Precio promedio (US\$/Un)

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Propia

La última gráfica demuestra que entre 2016 y 2020 la disminución del precio promedio de las exportaciones no ha sido tan acentuada como la baja en el precio FOB y cantidad, escenario menos desfavorable para los exportadores: el precio promedio exportado pasó de US\$ 6,452.00 en 2016 a US\$ 6,174.00 en 2020, es decir, solo decreció US\$ 278.00. Además, la variación ha sido más fluctuante, lo cual podría ser señal de una volatilidad del precio que otorgaría un mayor margen de maniobra a los exportadores para atenuar posibles pérdidas.

2.3. Principales 10 mercados de destino del producto

En este apartado se presenta análisis de diversos cuadros y gráficos referidos a los 10 principales mercados de destino de la joyería de plata peruana en los últimos cinco años, mediante información estadística de las exportaciones en valor FOB, cantidad y precio promedio.

Tabla 3

Principales 10 mercados de exportación del Perú de S.P.N. 7113.11.00.00 en los años 2016 al 2020, expresado en valor FOB (US\$)

N°	País	Valor FOB (US\$)					Flujo	Var%
		2016	2017	2018	2019	2020	2019/2020	2019/2020
1	CHILE	1,891,659	2,056,643	1,930,601	1,253,423	1,395,423	142,000	11%
2	ESTADOS UNIDOS	3,517,613	4,472,132	2,955,716	2,042,575	1,349,248	-693,327	-34%
3	ESPAÑA	253,618	20,134	826	217,722	152,708	-65,014	-30%
4	URUGUAY	0	73,774	51,340	72,296	90,424	18,127	25%
5	ECUADOR	124,859	65,343	63,368	138,914	60,040	-78,873	-57%
6	ALEMANIA	43,726	37,680	45,590	35,619	56,857	21,237	60%
7	REINO UNIDO	149,403	75,512	30,106	62,645	37,484	-25,161	-40%
8	CANADA	45,871	47,841	15,284	14,948	32,030	17,082	114%
9	BELGICA	17,458	1,875	11,259	11,927	20,216	8,289	69%
10	AUSTRIA	41,338	34,632	23,879	24,017	17,407	-6,610	-28%
Otros países (26)		99,007	105,937	223,055	201,015	51,343	-149,671	-74%
TOTAL		6,184,553	6,991,501	5,351,026	4,075,101	3,263,180	-811,921	-20%

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Propia

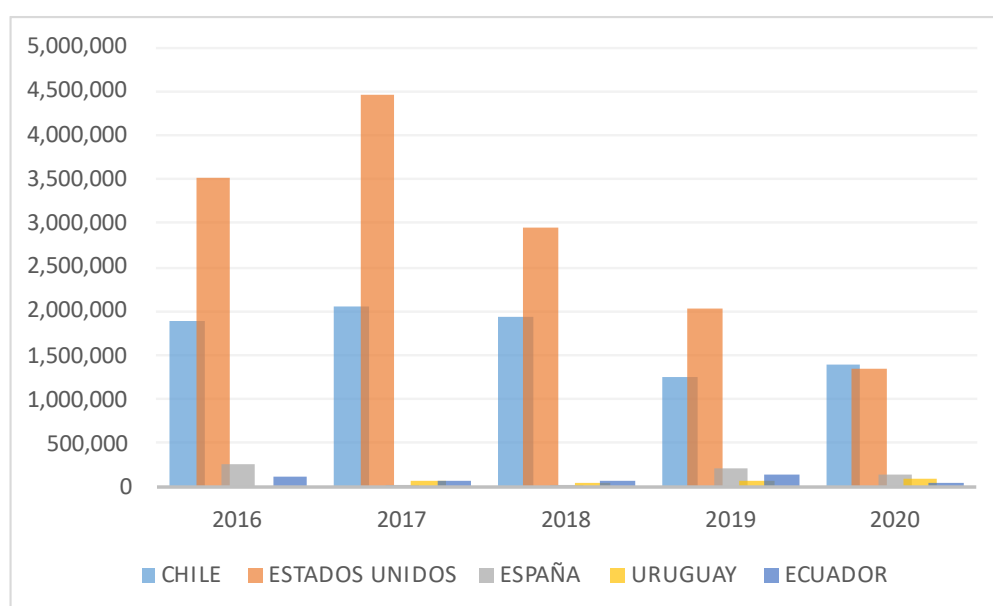


Figura 9. Principales importadores mundiales de los últimos 5 años (en valor FOB, dólares)

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Propia

Evidentemente, los dos principales mercados de la joyería de plata peruana, según valor FOB exportado, en los últimos cinco años, han sido Estados Unidos y Chile, seguidos desde muy lejos por España. Entre 2016 y 2019, Estados Unidos fue primer lugar con una alta ventaja sobre Chile, aunque dicha ventaja se fue acortando de manera gradual. En 2020, Chile llega a superar a Estados Unidos por una diferencia mínima. Muy probablemente, en el último año tuvo influencia las restricciones

sanitarias producto de la pandemia del Covid-19, siendo más favorable exportar a Chile al ser un país vecino.

El hecho de que, en un contexto previo a la pandemia, Estados Unidos hay sido el principal mercado de exportaciones de la joyería peruana de plata, representa una señal positiva para los planes de exportación a Canadá, al ser Estados Unidos su vecino y principal socio comercial.

Otro hallazgo que resaltar es la presencia de Canadá en el Top 10 de mercado de destino (en valor FOB). Si bien en 2018 hubo una fuerte caída de las exportaciones del producto a dicho país, en 2020 se experimentó un crecimiento de 114% con respecto al año previo. Esta importante alza en el primer año de la pandemia podría ser reflejo de que la demanda se mantuvo o aumentó a pesar la crisis económica y las restricciones sanitarias. Lo mencionado representa una oportunidad para reforzar el trabajo orientado a aumentar la penetración en el mercado canadiense.

Tabla 4

Principales 10 mercados de exportación del Perú de S.P.N. 7113.11.00.00 en los años 2016 al 2020, expresado en Cantidad (Un)

N°	Países	Cantidad (Un)					Flujo	Var%
		2016	2017	2018	2019	2020	2019/2020	2019/2020
1	CHILE	2,312,596	2,593,939	2,327,752	1,552,304	1,474,191	-78,114	-5.0%
2	ESTADOS UNIDOS	501,180	502,102	236,823	80,544	72,011	-8,533	-10.6%
3	URUGUAY	0	102,160	72,506	106,195	71,623	-34,572	-32.6%
4	ARGENTINA	0		73,652	23,359	12,183	-11,176	-47.8%
5	BOLIVIA	3,906	1,724	572	8,282	8,071	-211	-2.5%
6	AUSTRIA	5,130	3,406	2,037	1,737	7,290	5,553	319.6%
7	ALEMANIA	5,382	3,883	4,181	3,580	5,873	2,293	64.1%
8	ESPAÑA	3,917	3,211	8	4,140	3,013	-1,127	-27.2%
9	CANADA	3,538	4,661	1,656	1,831	2,414	583	31.9%
10	BELGICA	1,932	250	1,075	1,098	1,520	422	38.4%
	Otros Países (26)	26,529	13,651	118,324	68,718	4,918	-63,800	-92.8%
	TOTAL	2,864,109.6	3,228,986.4	2,838,586.01	1,851,787.63	1,663,107	-188,681	-10.2%

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Propia

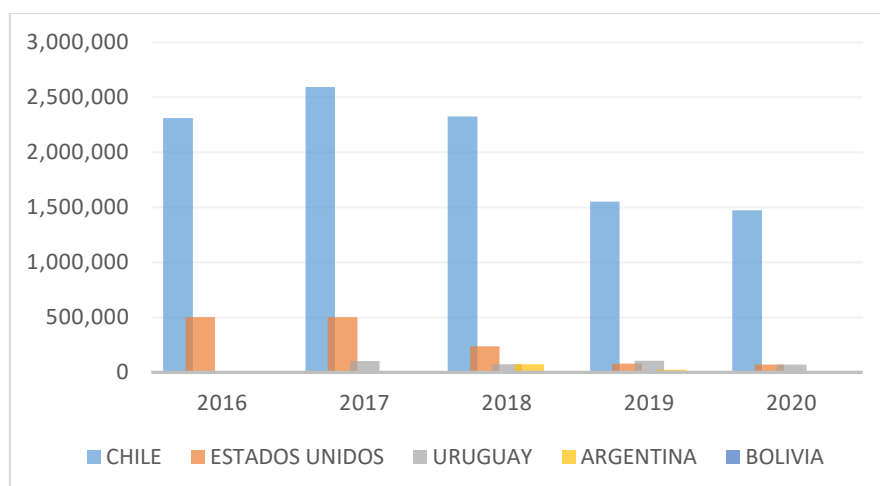


Figura 10. Principales mercados de exportación del Perú de S.P.N. 7113.11.00.00 en Cantidades (Un) del 2016 al 2020

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Propia

En el caso de exportaciones del producto expresadas en cantidades (Un.), la data presentada arroja que, si bien Estados Unidos y Chile son también los principales mercados destino del producto, Chile se mantiene en todos los últimos cinco años en el primer lugar, con una gran diferencia sobre Estados Unidos. Sin perjuicio de lo mencionado, le cantidad exportada a Estados Unidos disminuyó gradualmente en dichos años, pasando de exportarse 501,180 unidades en 2016 a 72,011 unidades en 2020.

En el caso de Canadá, la situación es similar a la descrita sobre las exportaciones en valor FOB, con la diferencia que en el 2020 se aprecia una caída en lugar de un crecimiento, con respecto al año anterior.

Tabla 5

Principales 10 mercados de exportación del Perú de S.P.N. 7113.11.00.00 en los años 2016 al 2020, expresado en Precio Promedio (US\$/Un).

N°		Precio Promedio (US\$/kg)					Flujo	Var%
		2016	2017	2018	2019	2020	2019/2020	2019/2020
1	CHILE	8	1	1	16	59	43.1	268%
2	ESTADOS UNIDOS	253	1,672	200	92	45	-46.9	-0.5
3	ESPAÑA	65	64	103	57	52	-4.7	-8%
4	URUGUAY		1	1	1	100	99.6	116.7
5	ECUADOR	251	55	32	34	70	35.4	104%
6	ALEMANIA	9	10	18	9	10	1.6	0.2
7	REINO UNIDO	2,047	2,451	1,398	1,035	36	-998.9	-97%
8	CANADA	867	12	11	12	14	1.3	0.1
9	BELGICA	10	8	10	11	14	2.5	23%
10	AUSTRIA	10	1,688	630	1,584	343	-1241.6	-0.8

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Propia

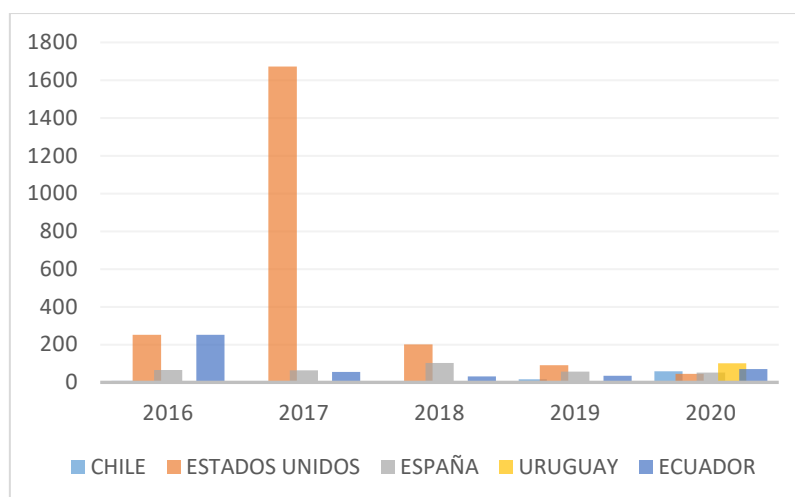


Figura 11: Principales mercados de exportación del Perú de S.P.N. 7113.11.00.00 en Precio Promedio (US\$/Un) del 2016 al 2020
Fuente: Adex Data Trade
Elaboración: Propia

En el caso de las exportaciones expresadas en precio promedio en los últimos cinco años, si bien Estados Unidos y Chile mantienen importantes posiciones en el ranking, en este criterio el precio promedio exportado a Chile es siempre mayor al exportado a Estados Unidos. Asimismo, resalta la aparición de Reino Unido como primer lugar de 2017 a 2019 y de España como primer lugar en 2016.

Cabe destacar la importancia de Canadá como destino de exportaciones expresadas en precio promedio, pues mantuvo buenas posiciones en general y en 2020 ocupó el octavo lugar en este criterio, reafirmando lo mencionado anteriormente, con relación a la relevante demanda del producto a pesar de coyunturas complejas como la actual.

En suma, se observa que, en cualquiera de los criterios de exportaciones, los mismos países han mantenido sus posiciones como principales mercados de destinos de joyería peruana de plata, observándose una tendencia a la baja en los últimos cinco años en cuanto a exportaciones expresadas en valor FOB y cantidad, aunque cifras distintas respecto al precio promedio.

Dentro de esta tendencia decreciente, aparece Canadá como un mercado receptivo de estas exportaciones peruanas, lo cual lo convierte en llamativo y con alto potencial para el crecimiento de la penetración la joyería de plata de origen peruano.

2.4. Principales 10 empresas exportadoras peruanas del producto

Este apartado presenta un análisis de las 10 principales empresas exportadoras de joyería peruana de plata, tomando en consideración el valor FOB, cantidad y precio promedio de las exportaciones de los últimos cinco años (2016-2020).

Tabla 6

Principales empresas peruanas exportadoras al mundo de la S.P.N: 7113.11.00.00, joyería de plata, en los años 2016 al 2020, expresado en Valor FOB (US\$)

N°		Valor FOB (US\$)					Flujo 2019/2020	Var% 2019/2020
		2016	2017	2018	2019	2020		
1	NEW FASHION PERU S.A.	1,730,046	1,951,806	1,909,544	1,193,793	1,433,638	239,844	20%
2	ARIN S A	1,213,150	2,046,515	1,739,672	1,189,427	574,353	-615,074	-52%
3	DEORO S.A.C.	218,922	219,641	285,621	376,087	406,199	30,112	8%
4	NOVICA S.A.C.	263,540	181,632	111,072	157,994	190,951	32,956	21%
5	PERFUMERIAS UNIDAS S.A.	131,006	10,666	0	215,637	150,726	-64,911	-30%
6	ALLPA S.A.C.	176,810	167,815	150,727	196,768	127,631	-69,137	-35%
7	MIS JOYAS S.A.C.	0	0	111,344	161,110	69,411	-91,699	-57%
8	GROUP V&L SAC	7,398	12,528	5,796	16,226	54,790	38,564	238%
9	R.BERROCAL S.A.C.	74,943	77,512	69,007	103,506	42,973	-60,533	-58%
10	MANOS AMIGAS S.A	36,443	41,172	35,096	47,787	37,871	-9,915	-21%
Otros empresas (75)		2,332,295	2,282,214	933,148	416,766	174,637	-242,129	-58%
TOTAL		6,184,553	6,991,501	5,351,026	4,075,101	3,263,180	-811,921	-20%

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Propia

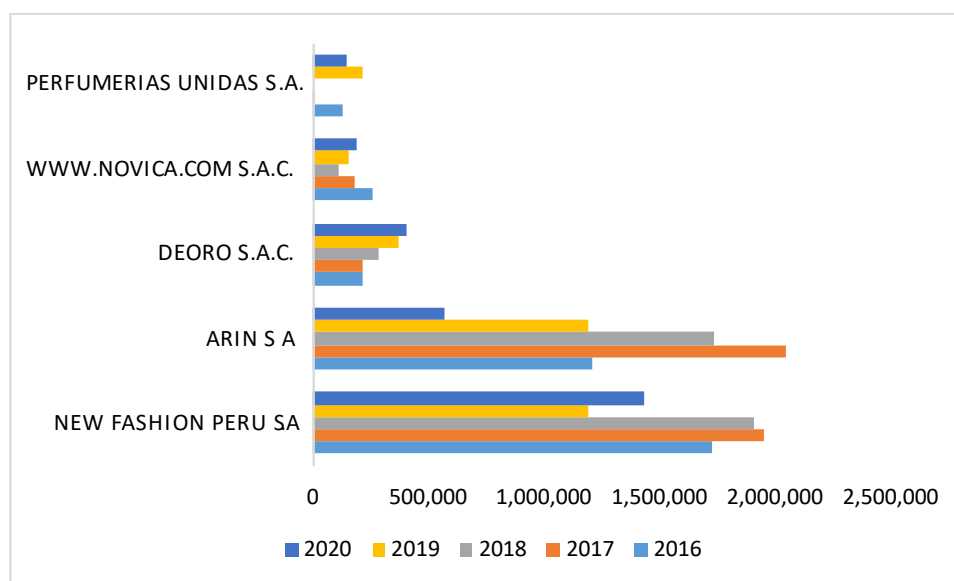


Figura 12. Principales empresas peruanas exportadoras al mundo de la S.P.N: 7113.11.00.00, joyería de plata, en los años 2016 al 2020, expresado en Valor FOB (US\$)

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Propia

En el caso de exportaciones expresadas en cantidades, se observa un claro liderazgo de las empresas New Fashion Perú y Arin, en los últimos cinco años, aunque con ciertas variaciones.

Tabla 7

Principales empresas peruanas exportadoras al mundo de la S.P.N: 7113.11.00.00, joyería de plata, en los años 2016-2020, expresado en cantidad (Un)

N°	Empresas	Cantidad (Un)					Flujo 2019/2020	Var% 2019/2020
		2016	2017	2018	2019	2020		
1	NEW FASHION PERU S.A	2,185,765	2,437,706	2,269,607	1,467,915	1,454,338	-13,577	-1%
2	MIS JOYAS S.A.C.			165052.26	220921.5	91597.9	-129,324	-59%
3	ARIN S A	34408.317	466.065	522.956	415.618	27256.167	26,841	6458%
4	GUERRERO SENSE IMPORT EXPORT S.A.C.			84,846	53,576	27,211	-26,364	-49%
5	ALLPA S.A.C.	15944	15173	14123	19659	11171	-8,488	-43%
6	DEORO S.A.C.	14,970	8739.944	14,592	8846.314	10635	1,789	20%
7	GROUP V&L SAC	1300	2320	1080	2440	8041	5,601	230%
8	ARTES MANOLITA S.A.C.	600	2046.3	246		7042	7,042	-
9	WWW.NOVICA.COM S.A.C.	8275	5722	3750	4922	5533	611	12%
10	MANOS AMIGAS S.A	4,285	4,200	5108	5700	4453	-1,247	-22%
Otros empresas (75)		591,512	748,773	359,920	109,519	43,825	-65,694	-60%
TOTAL		2,864,110	3,228,986	2,838,586	1,851,788	1,663,107	-188,681	-10%

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Propia



Figura 13. Principales empresas peruanas exportadoras al mundo de la S.P.N: 7113.11.00.00, joyería de plata, en los años 2016-2020, expresado en cantidad (Un)

Fuente: Adex Data Trade

Elaboración: Propia

Cuando analizamos la estadística de las exportaciones en cantidad (Un.), resalta la empresa Arin SA con un primer lugar durante todos los últimos cinco años, con una ventaja considerable sobre New Fashion Perú (la cual encabeza el ranking en valor FOB) que ocupa el segundo lugar en los tres

primeros años, aunque en los últimos es desplazada por Mis Joyas. Otra empresa que destaca en exportaciones del producto expresadas en cantidad es Gerrero Sense import export SAC. Por su parte, la empresa Arin, que en valor FOB se posicionaba en segundo lugar del ranking, en cantidad tiene una posición tan destacada.

Tabla 8

Principales empresas peruanas exportadoras al mundo de la S.P.N: 7113.11.00.00, joyería de plata, en los años 2016-2020, expresado en Precio Promedio (US\$/Un)

N°	Empresas	Precio Promedio (US\$/Un)					Flujo 2019/2020	Var% 2019/2020
		2016	2017	2018	2019	2020		
1	NEW FASHION PERU S.A	3.20	0.84	0.88	15.60	60.61	45.0116	289%
2	ARIN S A	2703.00	36687.81	3926.35	2596.08	603.80	-1992.2853	-77%
3	DEORO S.A.C.	35.20	1392.08	816.32	279.77	41.06	-238.7068	-85%
4	NOVICA S.A.C.	36.87	30.36	29.81	32.25	35.09	2.8393	9%
5	PERFUMERIAS UNIDAS S.A.	65.49	56.41		56.39	50.85	-5.5369	-10%
6	ALLPA S.A.C.	11.37	11.54	10.79	10.76	12.29	1.5305	14%
7	MIS JOYAS S.A.C.			1.24	1.90	0.76	-1.1410	-60%
8	GROUP V&L SAC	6.22	5.40	5.40	6.65	44.23	37.5793	565%
9	R.BERROCAL S.A.C.	21.62	26.30	25.99	21.59	13.64	-7.9460	-37%
10	MANOS AMIGAS S.A	10.57	10.35	7.65	9.47	9.37	-0.0966	-1%

Fuente: Adex Data Trade
Elaboración: Propia

En el caso de exportaciones de joyería de plata expresadas en precio promedio, destacan en los primeros lugares Arin S.A y New Fashion S.A dos empresas que en los dos criterios anteriores (valor FOB y cantidad) se encontraban en el Top 10, pero por debajo de las compañías antes mencionadas. En exportaciones por precio promedio, salvo excepciones, se observan cifras más parejas que en los criterios anteriores.

Haciendo un análisis general de todos los criterios de exportación, en la información estadística presentada se puede apreciar que las 10 principales empresas exportadoras peruanas de joyería de plata han sufrido una moderada disminución en sus cifras de los últimos cinco años, con algunos casos en los que incluso ha habido crecimiento. Esto significa que el Perú cuenta con un sector con potencial de crecimiento en sus envíos al mundo.

CAPÍTULO 3: PANORAMA INTERNACIONAL

3.1. Principales 10 productores mundiales de plata en 2020

En este acápite presentamos a los países que destacan en la producción de plata, materia prima del producto objeto de estudio de este trabajo.

Tabla 9

Ranking de los principales países productores de plata a nivel mundial en 2020 (en toneladas métricas)

País	Producción en 2020
México	5,600
Perú	3,400
China	3,200
Rusia	1,800
Polonia	1,300
Australia	1,300
Chile	1,300
Bolivia	1,100
Argentina	1,000
Estados Unidos	1,000

Fuente: US Geological Survey
Elaboración: Propia

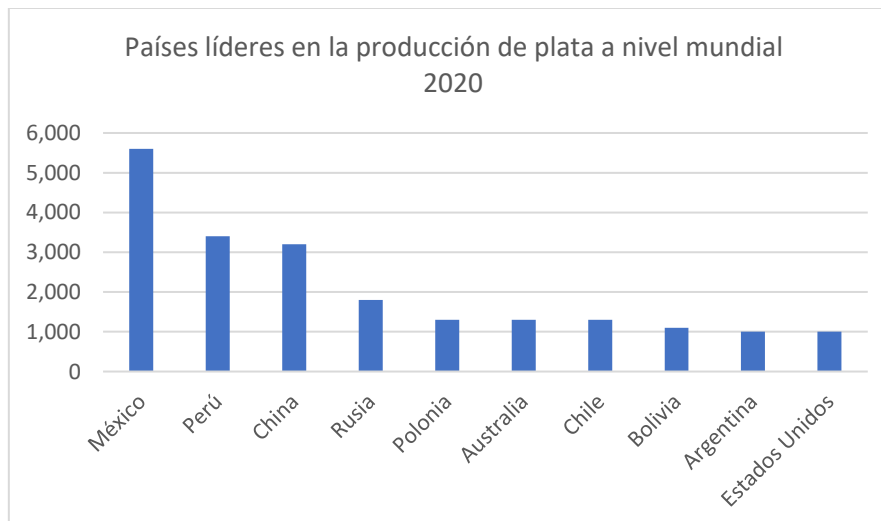


Figura 15. Ranking de los principales países productores de plata a nivel mundial en 2020 (en toneladas métricas)

Fuente: US Geological Survey
Elaboración: Propia

La tabla 9 y en la figura 15, presentan un ranking de los 10 principales países productores de esta materia a nivel mundial en 2020, cuya producción está expresada en toneladas métricas. Como se puede apreciar, México, Perú y China destacan como líderes en la producción mundial de plata en dicho año, siendo México el principal productor con una cierta ventaja sobre los otros dos países, los cuales tuvieron una producción muy pareja.

A partir de estos datos, podemos realizar las siguientes interpretaciones:

- La posición del Perú como uno de los líderes en la producción de plata a nivel mundial resulta ventajosa para fines de la exportación de artículos de joyas fabricados con esa materia prima. Por ello, es importante la realización de diversos estudios como el presente que permitan a las empresas productoras enfocar sus estrategias de manera que saquen provecho de esta ventaja competitiva.
- México no solo ocupa el primer lugar como productor de plata, sino que es un importante socio comercial de Canadá, con el cual comparte un tratado de libre comercio (CUSMA), que le otorga ciertas facilidades. Por ello, como veremos más adelante, México se ubica dentro de los 10 principales proveedores de joyería de plata en Canadá, representando sus empresas importantes competidores especialmente dentro de América Latina.
- Al igual que México, China ha sacado provecho de su posición como productor mundial de plata, ya que también se encuentra en el Top 10 de los proveedores de joyería de plata en Canadá, lo cual no sucede con el Perú, a pesar de ser uno de los principales productores de la materia prima. Cabe precisar que esta situación puede ser favorecida debido al importante tamaño de las comunidades mexicana y china en Canadá.

3.2. Principales 10 importadores mundiales de joyería de plata en los últimos cinco años

Tabla 10

Top 10 de importadores mundiales de joyería de plata, en valor FOB en miles de dólares (US\$), 2016 a 2020

N.º	Importadores	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019	Valor importado en 2020
1	Suiza	8989189	11337683	16202365	16509078	7845953
2	Emiratos Árabes Unidos	7270929	6211460	13385524	14869236	-
3	Hong Kong, China	11364828	12150760	13113097	13641847	-
4	Estados Unidos	9062826	9131051	8804071	8825265	7700812
5	Francia	4121250	4389478	4789657	5205673	3235735
6	Reino Unido	3603355	3078931	3195819	4630187	2666847
7	Singapur	3232025	2623627	2832749	3023197	2151992
8	Irak	3175160	3450372	2278054	2509696	
9	China	983827	916423	1510064	2389382	3682881
10	Japón	1849835	1935878	1891522	2014633	1561792

Fuente: Trade Map
Elaboración: Propia

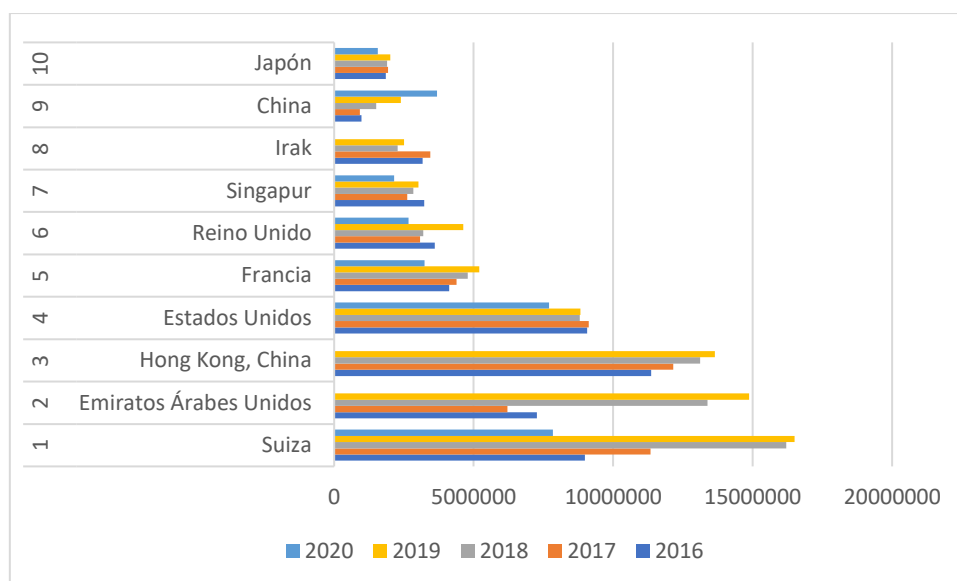


Figura 16. Principales 10 importadores mundiales de 2016 a 2020 de la S.P.N: 7113.11.00.00, joyería de plata, ordenados por valor importando, en miles de dólares americanos.

Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

Como se puede observar en los dos últimos gráficos, Suiza, Emiratos Árabes Unidos, Hong Kong y Estados Unidos resaltan como los principales importadores de joyas de plata en los últimos cinco años, considerando importaciones expresadas en valor FOB (miles de US\$ dólares americanos). En este ranking, Canadá no figura dentro de los 10 principales importadores.

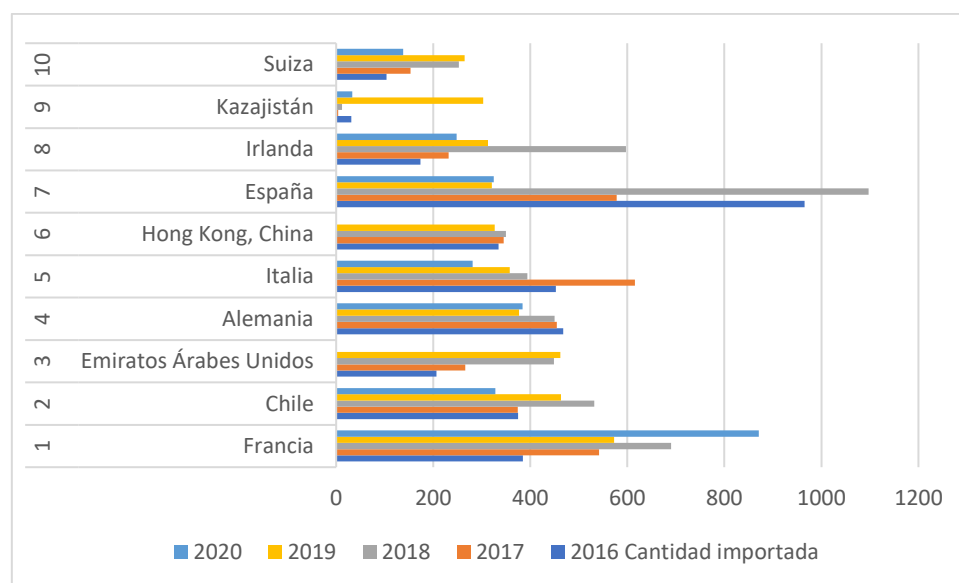
La tabla y el gráfico a continuación presentan a los 10 principales importadores del producto, desde el punto de vista de la cantidad importada, expresada en toneladas, donde podremos verificar si se mantienen los países líderes en importaciones por valor FOB.

Tabla 11*Top 10 de importadores mundiales de joyería de plata, en Cantidad (toneladas), 2016 a 2020*

N.º	Importadores	2016	2017	2018	2019	2020
Cantidad importada (toneladas)						
1	Francia	385	542	690	573	871
2	Chile	375	374	532	463	328
3	Emiratos Árabes Unidos	207	266	449	462	
4	Alemania	468	455	450	377	384
5	Italia	453	616	394	358	281
6	Hong Kong, China	335	345	350	327	
7	España	965	578	1097	321	325
8	Irlanda	174	232	597	313	248
9	Kazajistán	31	4	12	303	33
10	Suiza	104	153	253	265	138

Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

**Figura 17.** Principales 10 importadores mundiales de 2016 a 2020 de la S.P.N: 7113.11.00.00, joyería de plata, ordenados por cantidad importada, en toneladas.

Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

Según esta información, los cuatro países líderes en importación de joyería por valor FOB son desplazados por España, Francia, Italia, entre otros, como principales importadores considerando la cantidad importada. Cabe precisar que, si bien no se encuentran liderando el ranking, dichos países se mantienen en el Top 10 de importaciones expresadas en toneladas, a excepción de Estados Unidos.

Esto podría darse a raíz de la existencia de ciertas condiciones que llevan a países a importar mayor cantidad/peso a un menor precio.

Un detalle importante que considerar es que Canadá no se encuentra en ninguno de los rankings, sea principales importaciones en valor FOB o Cantidad

3.3. Principales 10 exportadores mundiales del producto

Tabla 12

Top 10 de exportadores mundiales de joyería de plata, en valor FOB en miles de dólares (US\$), 2016 a 2020

N°	Exportadores	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020
1	Emiratos Árabes Unidos	11,821,439	14,585,308	15,663,916	16,443,028	-
2	India	12,552,590	12,766,966	12,436,849	13,555,272	-
3	China	13,290,693	11,075,906	13,331,703	13,294,789	7,985,962
4	Suiza	10,938,162	11,189,883	11,754,729	11,654,964	8,117,689
5	Estados Unidos	9,807,979	10,298,641	9,930,198	9,187,844	5,333,123
6	Hong Kong, China	6,029,949	6,234,352	7,099,018	7,854,573	-
7	Italia	6,073,780	6,954,262	7,064,579	7,180,983	5,291,581
8	Reino Unido	4,543,821	4,715,089	4,442,132	6,624,024	3,405,832
9	Francia	4,693,566	5,013,992	5,815,988	6,592,297	4,384,341
10	Turquía	3,760,968	4,134,706	4,412,230	5,102,492	3,573,607

Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

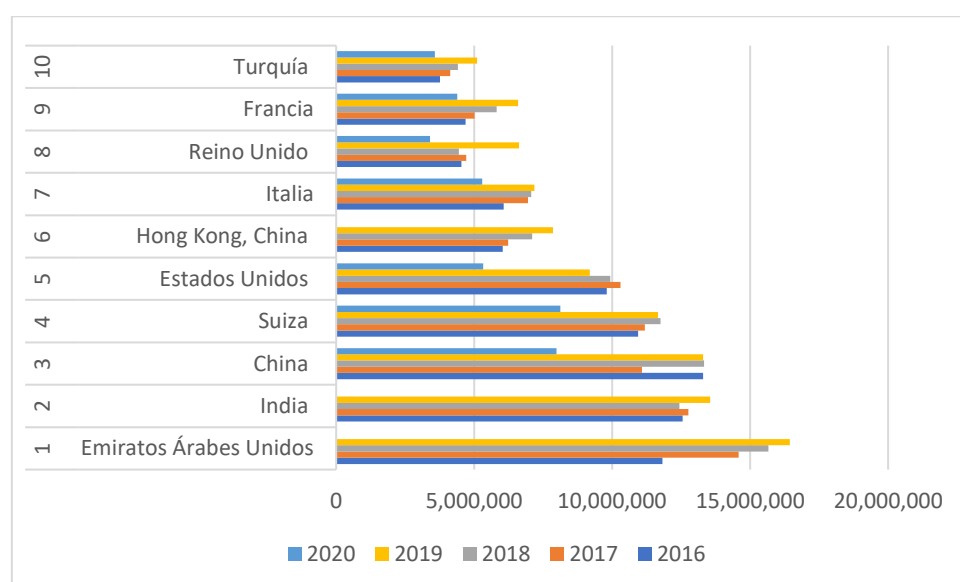


Figura 18. Principales 10 países exportadores mundiales de 2016 a 2020, por valor en miles de dólares americanos

Fuente: Trade Map

En la tabla 10 y la figura 16 se observa los 10 principales países exportadores mundiales de 2016 a 2020, por valor FOB en miles de dólares americanos. Se puede apreciar que en los cinco años analizados se mantienen mayormente dos grupos de países con valores similares y sin mucha distancia entre ellos: un primer grupo en los cinco primeros lugares (Emiratos Árabes Unidos, India, China, Suiza y Estados Unidos) y un segundo bloque en las posiciones sexta a décima (Hong Kong, Italia, Reino Unido, Francia, y Turquía). Vale mencionar que el Perú no se encuentra en este ranking.

En los siguientes gráficos se presenta a los principales exportadores por cantidad exportada (en toneladas), para determinar si se mantiene los mismos países de las exportaciones por valor FOB.

Tabla 13

Top 10 de exportadores mundiales de joyería de plata, en Cantidad (toneladas), 2016 a 2020

N°	Exportadores	2016	2017	2018	2019	2020
		Cantidad exportada (toneladas)				
1	República Dominicana	1832	1174	5402	3062	-
2	Tailandia	1296	1510	1300	1393	1111
3	China	519	605	702	650	777
4	España	1755	-	498	536	458
5	India	480	460	490	535	
6	Emiratos Árabes Unidos	386	529	674	533	
7	Francia	494	314	363	382	389
8	Alemania	454	404	358	301	259
9	Turquía	220	237	277	294	179
10	Hong Kong, China	300	276	274	265	

Fuente: Trade Map
Elaboración: Propia

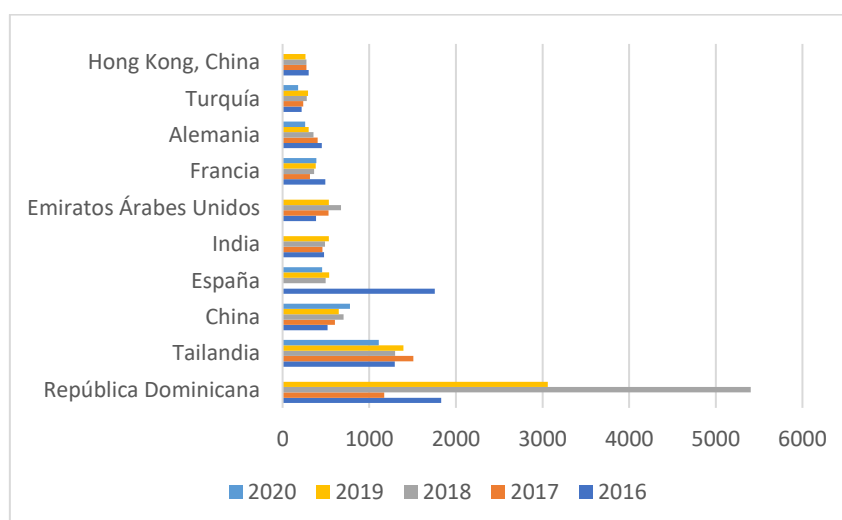


Figura 19. Principales 10 países exportadores mundiales, por toneladas, de 2016 a 2020

Fuente: Trade Map
Elaboración: Propia

Como se puede apreciar, son otros países los que lideran el ranking de cantidad (toneladas) de exportaciones de joyería de plata, algunos de ellos incluso no figuraban en el ranking de exportaciones por valor FOB. Al igual que lo mencionado en el punto 3.2 referido a los principales importadores, esta diferencia en las cifras se podría deber a la existencia de ciertas condiciones que permiten que algunos países exporten mayor cantidad/peso a un menor precio.

Cabe mencionar que a pesar de ser uno de los líderes en la producción de plata a nivel mundial, el Perú no figura dentro de los 10 principales exportadores de joyas fabricadas con esa materia prima en los últimos cinco años, lo cual representa un potencial para seguir trabajando en la especialización, crecimiento, potenciación de cadenas de valor e innovación tecnológica de la industria peruana de dicho producto.

3.4. Principales 10 proveedores mundiales de joyería de plata de Canadá en los últimos cinco años

Tabla 14

Top 10 de proveedores mundiales de joyería de plata, en valor FOB en miles de dólares (US\$), 2016 a 2020

N°	Proveedores	2016	2017	2018	2019	2020
1	Estados Unidos	303266	311061	330968	294521	239370
2	Italia	74907	90132	120230	139541	123972
3	India	124839	112602	121801	134968	108915
4	Tailandia	153378	119432	106815	106334	101363
5	China	98711	101870	103811	104726	85312
6	Francia	42101	46677	72025	52181	66973
7	Turquía	16324	19858	20126	22385	24243
8	Suiza	12867	14036	16219	17422	17731
9	México	26665	19834	18492	16552	17019
10	Hong Kong, China	17465	54506	43637	20490	9021

Fuente: Trade Map
Elaboración: Propia

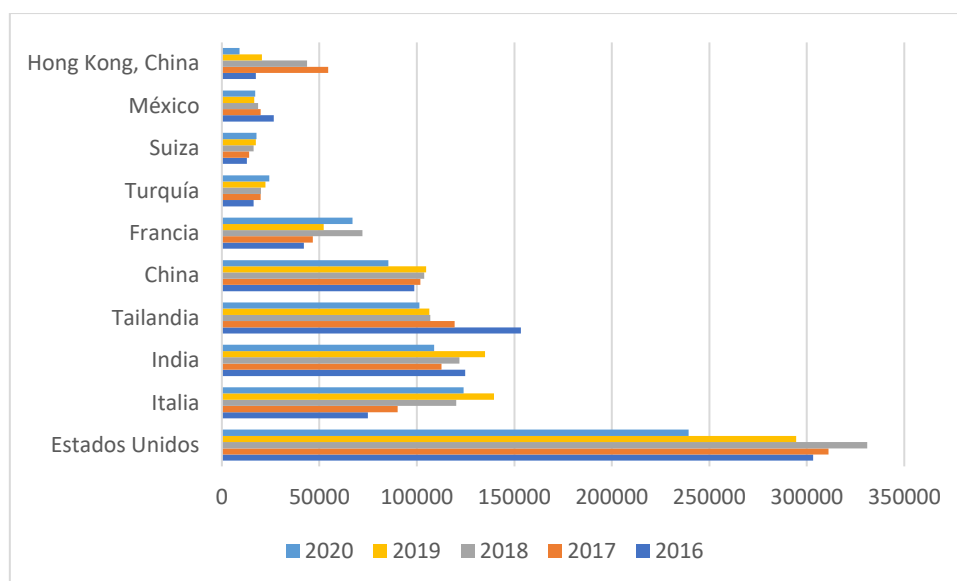


Figura 20. Principales 10 países proveedores de Canadá, en valor miles de dólares americanos, de 2016 a 2020.
Fuente: Trade Map
Elaboración: Propia

Esta información muestra claramente a Estados Unidos como el principal país proveedor de joyería de plata de Canadá, considerando el valor en dólares americanos de los envíos de los últimos cinco años, los cual sacan larga ventaja a los siguientes proveedores del ranking. La razón de ello es, como ya se ha mencionado anteriormente, que Estados Unidos es el principal socio comercial de Canadá y único país vecino, por lo cual cuentan con economías altamente interconectadas e interdependientes. Habida cuenta que Estados Unidos es uno de los principales destinos de la joyería de plata peruana, esto podría significar una ventaja para la comercialización y distribución de este producto peruano en Canadá.

De los demás proveedores incluidos en este ranking, es pertinente resaltar la presencia de China y México, pues ambos países son, junto al Perú, líderes en la producción mundial de plata. Sin embargo, el Perú no se encuentra en esta lista por posibles razones ya mencionadas:

- México tiene la ventaja de contar con el CUSMA con Canadá y ubicarse geográficamente en el mismo continente, con una importante población de comunidad mexicana residente en Canadá.
- China cuenta también con una numerosa comunidad de connacionales residentes en Canadá. Además, es conocida por su alta industrialización en diversos sectores, lo cual le otorga una alta capacidad en la producción de productos de calidad a precios competitivos.

- Es posible que exista una brecha entre el Perú y estos países, con relación a la industrialización y profesionalización del sector. Sería recomendable que los productores peruanos enfoquen sus esfuerzos en luchar contra la informalidad del sector, invertir en capital y tecnología, realizar estudios y aplicar innovación y actualización en cuanto a estándares internacionales.

CAPÍTULO 4: MERCADO POTENCIAL

4.1. Tendencias generales del mercado y consumidor

Hoy en día, las tendencias globales en el mercado de joyería de plata están marcadas por el actual contexto de la pandemia del coronavirus (Covid-19). Por un lado, la obligación del uso de mascarillas faciales en buena parte del mundo ha generado la tendencia del uso de joyería elegante para adornar los cubrebocas.

Por otra parte, la popularización de las videoconferencias o videollamadas a través de diferentes servicios de comunicación, como Zoom o Google Meets, tanto para fines laborales, académicos como sociales, es una realidad global, que probablemente nos continúe acompañando más allá de la etapa pandémica.

En consecuencia, considerando que las videollamadas no muestran el cuerpo completo sino mayormente la parte superior, como la cara, cuello y manos, una tendencia apunta a un mayor uso de adornos y joyas en orejas, manos y cuello, lo que representa una oportunidad en el mercado de joyas en general.

4.2. Acceso al mercado

4.2.1. Barreras arancelarias

De acuerdo con el Tratado de Libre Comercio suscrito entre el Perú y Canadá, en vigencia desde el 2019, los productos de joyería de plata entran desde el Perú a Canadá con arancel base de 5%.

Tabla 15

Arancel para el producto en mercado de destino

Partida arancelaria	Descripción	Arancel NMF	Ad valorem
7113.11.10	Articles of jewelry and parts thereof, of precious metal or of metal clad with precious metal: Of precious metal whether or not plated or clad with precious metal: Of silver, whether or not plated or clad with other precious metal.	5% / 8.5% (Tarifa preferencial 0 % por TLC)	5% / 8.5% (Tarifa preferencial 0 % por TLC)

Fuente: ITC (Market Access Map)

4.2.2. Barreras no arancelarias legales

Las principales barreras no arancelarias o legales que aplican a diversos productos en Canadá son las siguientes:

- **Requisito de envío directo:** Requisito de que las mercancías deben enviarse directamente desde el país de origen, sin hacer escala en un tercer país.

Fuente: ITC (Market Access Map)

- **Impuestos al consumo:** Un impuesto sobre las ventas de productos que generalmente se aplica a todos o la mayoría de los productos.

Fuente: ITC (Market Access Map)

- **Regulaciones de empaque y etiquetado:** Norma (C.R.C., c. 417) que impone el requisito de etiquetado para importación cuando un producto se fabrica o produce en su totalidad en un país que no sea Canadá. En esta ley se define las características que debe cumplir el etiquetado y empaquetado del producto a importar a Canadá.

Fuente: Gobierno de Canadá:

https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C.,_c._417/FullText.html

- **Requisito de etiquetado en idioma oficial:** Según esta norma (C.R.C., c. 535), el texto o parte del texto del etiquetado debe estar en el idioma oficial del país de destino. Se señala que “(...)

las mercancías de una descripción o clase especificadas en un artículo importadas a Canadá se marcarán, sellarán, marcarán o etiquetarán con palabras legibles en inglés o francés, en un lugar visible que no esté cubierto ni ocultado por cualquier adjunto o arreglo posterior, a fin de indicar el país de origen”.

Fuente: Gobierno de Canadá:

<https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C., c. 535/FullText.html>

4.3. Packaging (empaques y etiquetado)

4.3.1. Tipo de empaque

Para determinar el tipo de empaque, se recomienda tener en cuenta las tendencias actuales presentes en el mercado de destino, de manera que se pueda satisfacer la demanda del producto en el mismo. En Canadá, existe una alta valoración por parte de los consumidores por el cuidado del medio ambiente; por ello, sería favorable que el empaque cuente con materiales que sean ambientalmente sostenibles.

Es recomendable también que los empaques cuenten con aspectos de creatividad e innovación, ya que esto podría reeditar en un aumento de las ventas, gracias a ser estéticamente atractivos. Una posibilidad sería que los empaques cuenten con motivos peruanos, lo cual otorgaría al producto originalidad y diferenciación respecto a la competencia.

En tal sentido, las piezas de joyería podrían ofertarse empacadas tanto en bolsas de lona fina, como en cajas especiales de joyería (que pueden ser plástico o cartón duro, recubiertos de tela o lona fina), lo cual dependerá tanto del precio como del tipo de la pieza de joyería.

Aunque parezca una obviedad, es necesario mencionar que el empaquetado debe pasar por controles de calidad que garanticen la protección de los productos a lo largo de su trayecto desde el punto de inicio de comercialización en el Perú hasta el punto de venta final en Canadá. Asimismo, se debe tener especial cuidado en el embalaje para su transporte internacional.

A continuación, se presenta algunas imágenes descargadas del buscador Google, para brindar una idea de posibles empaques ecoamigables y creativos:



4.3.2. Requisitos de etiquetado, protección y utilización

Se presenta a continuación una breve descripción de las normas canadienses relativas al etiquetado de productos en general que deben ser cumplidas por todos los países y empresas importadoras, (presentado en el apartado 5.2):

- **Regulaciones de empaque y etiquetado para consumidores:** Norma (C.R.C., c. 417) que impone el requisito de etiquetado para importación cuando un producto se fabrica o produce en su totalidad en un país que no sea Canadá. En esta ley se define las características que debe cumplir el etiquetado y empaquetado del producto a importar a Canadá.

Fuente: Gobierno de Canadá:

<https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C., c. 417/FullText.html>

- **Requisito de etiquetado en idioma oficial:** Según esta norma (C.R.C., c. 535), el texto o parte del texto del etiquetado debe estar en el idioma oficial del país de destino. Se señala que "(...) las mercancías de una descripción o clase especificadas en un artículo importadas a Canadá

se marcarán, sellarán, marcarán o etiquetarán con palabras legibles en inglés o francés, en un lugar visible que no esté cubierto ni ocultado por cualquier adjunto o arreglo posterior, a fin de indicar el país de origen”.

Fuente: Gobierno de Canadá:

https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C.,_c._535/FullText.html

4.4. Canales de comercialización

De acuerdo con las condiciones en el mercado del destino, la comercialización deberá seguir recomendablemente el siguiente flujo:

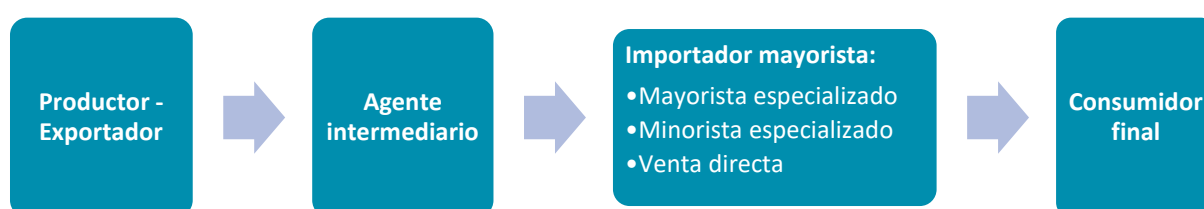


Figura 21. Flujograma de comercialización de joyas de plata exportadas a Canadá
Elaboración: Propia

Como se puede observar en el gráfico, se recomienda que el productor y/o exportador utilice los servicios de un agente intermediario que actuará como interlocutor entre el exportador del producto y el importador mayorista. Este funciona como conexión con los últimos intermediarios que permitirán hacer llegar el producto al consumidor final: mayoristas especializados (grandes almacenes, grandes perfumerías, supermercados), minoristas especializados (cadenas independientes, tiendas de accesorios de moda, boutiques, supermercados, etc.) o tratar de colocar el producto mediante comercializadores de venta directa (*e-commerce*, televenta, telemarketing).

4.5. Precio

Como se ha mencionado, la joyería de plata consiste en una variedad de productos, como pulseras, aretes, pendientes, collares, brazaletes, etc. Para este trabajo, se realizó una indagación sobre los precios de estos productos en el mercado local canadiense. A modo de ejemplo, se ha escogido los aretes de plata para ilustrar los precios existentes de este producto específico.

En tal sentido, se ha podido conocer que el precio promedio de aretes plata oscila entre los US\$ 30 y US\$ 100 aproximadamente. En base a la información de precios en el mercado de destino, el

exportador puede analizar si es posible obtener una ganancia y utilidad con dichos precios, descontando los costos de producción y flete.

A continuación, se presenta un cuadro con algunos ejemplos de precios de aretes de plata.

Tabla 16

Precios de artículos de joyería de plata de las principales empresas en Vancouver

Empresa	Marca	Producto	Descripción	Precio	Imagen
Kingdom fine jewelry	Kingdom	Aretes	Aretes de plata únicos. Estilo vintage	US\$ 90	
Leah Alexandra	Leah Alexandra	Aretes Roma Hoops	Aretes de plata en forma de argolla.	US\$ 105	
Mimi Marge Jewellery	Mimi Marge	Aretes de plata	Aros hechos a mano.	US\$ 66	

4.6. Promoción

La promoción del producto es un aspecto importante, a efectos de hacerlo conocido entre los diferentes agentes que intervienen en la cadena de comercialización. En las siguientes líneas se presenta, a modo de ejemplo, algunas opciones de promoción directa e indirecta.

4.6.1. Promoción directa

Canadá cuenta con un territorio muy extenso, por lo cual es importante identificar y saber llegar a los mercados internos. La zona más poblada se ubica al este del país, en las provincias de Ontario y Quebec, seguidos por la parte oeste, con las provincias de Columbia Británica y Alberta. Por ello, para la promoción directa es recomendable encontrar eventos en ambas zonas geográficas, a fin de facilitar el conocimiento de los productos en todo el territorio.

En tal sentido, a modo ilustrativo se presenta a continuación los cuadros de resumen de, por un lado, una feria que se realiza dos veces al año en la ciudad de Toronto, provincia de Ontario (este) y, por otro lado, una feria también organizada dos veces cada año en la ciudad de Edmonton, provincia de Alberta (más inclinada al oeste).

Tabla 17

Feria para promoción directa en mercado de destino

	Mode Accessories Show
Lugar	Toronto (Ontario, Canadá)
Fechas	Enero y agosto
Frecuencia	Dos veces al año
Año	2021, 2022
Organizador	Two Plus One Group Inc. Teléfono: +1 416 5100114 https://www.modeshow.ca/
Equipo del proyecto	https://www.modeshow.ca/contact-us
Sector principal	Ropa, moda, accesorios, artículos de regalo, relojes, joyas, artesanía y artículos de fiesta.

Fuente: AUMA

Elaboración: Propia

Tabla 18

Feria para promoción directa en mercado de destino

	Alberta Gift Show
Lugar	Edmonton (Alberta, Canadá)
Fechas	Febrero y setiembre
Frecuencia	Dos veces al año
Año	2021, 2022
Organizador	CANGIFT - Canadian Gift Association Teléfono: +1 416 6790-170 http://www.cangift.org
Equipo del proyecto	http://www.canadiangiftshows.com http://www.albertagiftshow.com
Sector principal	Artículos de regalo, relojes, joyas, artesanía y artículos de fiesta.

Fuente: Canadian Gift Association / AUMA

Elaboración: Propia

4.6.2. Promoción indirecta

La mayoría de las tiendas minoristas en Canadá donde se puede comercializar productos de joyería de plata cuentan con opciones de *e-commerce*, a través de las cuales es posible llegar al consumidor final. Para acceder a estas tiendas es necesario contar con intermediarios, como se ha mencionado en el apartado sobre canales de distribución.

Existen también tiendas virtuales que ofrecen servicio de *e-commerce* de productos donde es posible colocar directamente este tipo de productos en el mercado local, como por ejemplo Amazon Canadá, eBay Canadá, Walmart Canadá, Canadian Tire Canadá, Facebook Marketplace, etc.

A continuación, se presenta ejemplos de Amazon y Facebook Marketplace:

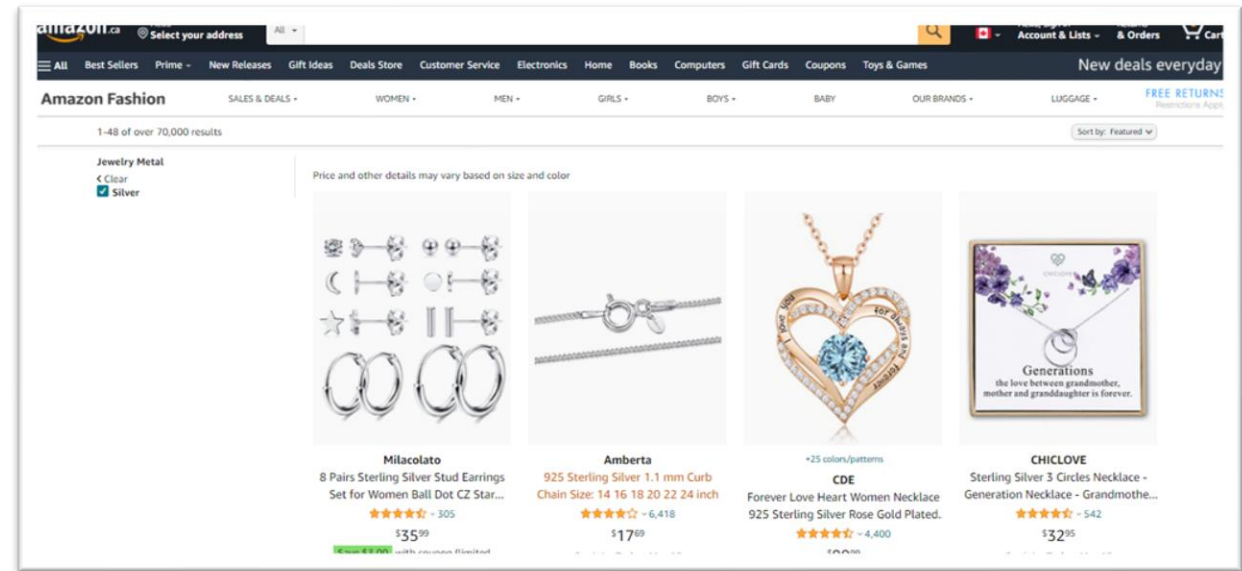


Figura **22**
Fuente: Amazon Canadá
Fecha de búsqueda: 13-03-2021

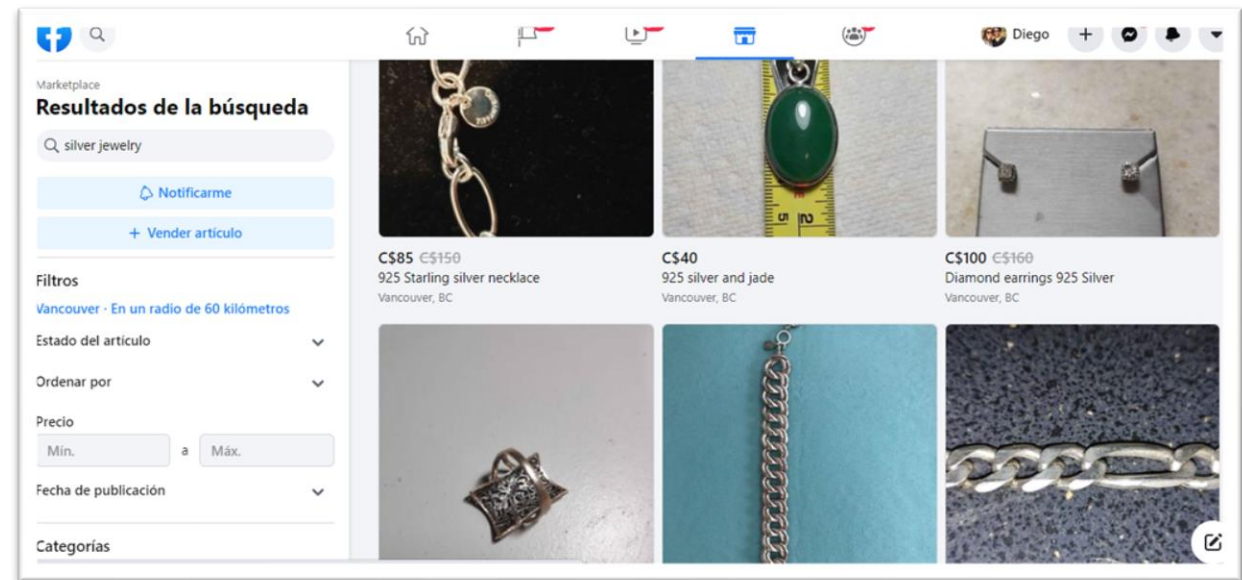


Figura **23**
Fuente: Facebook Marketplace
Fecha de búsqueda: 13-03-2021

4.7. Clientes potenciales

Al ser la costa oeste de Canadá un mercado menos explorado por los productores peruanos, se presenta a continuación un cuadro con potenciales clientes ubicados en la provincia de la Columbia Británica, especialmente en la ciudad de Vancouver, donde el Perú cuenta con un Consulado General.

Tabla 19

Clientes potenciales del sector joyería de plata en Vancouver, Canadá

N°	Empresa	Correo	Teléfono	Web	Distrito / Localidad	Código postal
1	CUCINELLI RETAIL VANCOUVER	ymega@hotmail.com	+1 (604) 681-4875	https://shop.brunello Cucinelli.com	Vancouver	V7Y 1B3
2	HRA GROUP HOLDINGS LTD.	info@hragroup.com	+1 (604) 669-9562	https://www.hragroup.com	Burnaby	V5H 3Z7
3	J.W. HISTED DIAMONDS LTD.	info@jwdiamonds.ca	+1 (604) 681-8519	http://www.jwdiamonds.ca	Vancouver	V6Z 1G3
4	KINGDOM FINE JEWELRY INC.	turquoise_kingdom@hotmail.com	+1 604-255-0365	https://kingdomfinejewelry.com	Vancouver	V5N 4A3
5	LEAH ALEXANDRA DESIGNS INC.	studio@leahalexandra.com	+1 (604) 771-0645	https://leahalexandra.com	Vancouver	V6K 2C5
6	MIMI & MARGE JEWELLERY	info@editoragency.ca	+1 (604) 662-8086	https://www.mimiandmarge.com	Vancouver	V5L 2J9
7	OMNIVITA CUSTOM WEALTH MANAGEMENT INC.	info@omnivitawealth.com	+1 778-373-8086	https://www.omnivitawealth.com	Vancouver	V7Y 1K8
8	PYRRHA DESIGN INC.	sales@pyrrha.com	+1 604.688.1834	https://pyrrha.com	Vancouver	V5Y 3E1
9	SECA GEMS LTD.		+1 604.925.2043	https://www.lugaro.com/	West Vancouver	V7T 1A1
10	SPENCE DIAMONDS LTD.	vancouver@spencediamonds.ca	+1 (604) 734-3912	https://spencediamonds.com	Vancouver	V6Z 1X9

Fuente: Government of Canada

Elaboración Propia

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES

La plata es un metal que, sin llegar a ser altamente costoso como el oro, tiene propiedades que la convierten en un material idóneo para el sector joyería. Por un lado, su alta calidad le otorga una larga duración, además de un genuino sentido estético. Por otra parte, a diferencia de otros materiales, la joyería de plata no es dañina para la salud; por el contrario, tiene ciertos beneficios. En suma, la joyería de plata es un sector con mucho potencial en cualquier mercado, especialmente en países industrializados con poblaciones de alto poder adquisitivo, como Canadá.

La proliferación de las videollamadas y videoconferencias, derivadas de la generalización del teletrabajo y clases virtuales a raíz de las medidas mundiales producto de la pandemia del Covid-19, ha generado nuevas tendencias de consumo en el mercado de la joyería que representan una oportunidad, para aprovechar el alto potencial de este producto.

Las exportaciones peruanas de joyería de plata al mundo, expresadas en valor FOB (US\$) y cantidad, sufrieron una caída gradual en los últimos cinco años (2016-2020). Este hecho representa una oportunidad para fortalecer todos los aspectos de la producción del producto en el Perú. Dentro de esta tendencia decreciente, Canadá aparece como un mercado receptivo de las exportaciones peruanas de este producto, lo que refleja un alto potencial de crecimiento de la penetración en dicho mercado de la joyería de plata de origen peruano.

El Perú es uno de los líderes en la producción de plata a nivel mundial, ocupando el segundo lugar en 2020. Esto debería significar una ventaja para fines de producción y exportación de artículos de joyas fabricados con esa materia prima. No obstante, a diferencia de México y China, los otros dos líderes en la producción mundial de plata, el Perú no figura en los rankings de los principales proveedores de joyería de plata en Canadá. La razón podría ser una posible brecha entre el Perú y estos países, con relación a la falta de industrialización, uso de tecnología de punta y a la informalidad del sector.

En los últimos cinco años, Estados Unidos ha sido el principal mercado de destino de las exportaciones peruanas del producto. Asimismo, es el primer importador mundial en el sector. Estados Unidos comparte la frontera más grande del mundo con Canadá y es su principal socio comercial. Todo ello representa una oportunidad para que exportadores peruanos de joyería de plata encuentren mecanismos que permitan aprovechar rutas de envío de mercancías y productos utilizadas hacia Estados Unidos, para envíos hacia Canadá.

CAPÍTULO 6: RECOMENDACIONES

Diseñar una estrategia de marketing que explote todas las potencialidades de la joyería de plata y, en base a un estudio de mercado, permita identificar los perfiles de los potenciales consumidores finales, a fin lograr una buena acogida del producto en los mismos.

Desarrollar un capítulo en la referida estrategia de marketing, enfocado en identificar claramente las actuales tendencias globales (incluido el mercado canadiense) del uso de joyería de plata, especialmente en la mencionada masificación de las videollamadas para fines laborales y académicos, a fin de adaptar la oferta exportable de productos a estas nuevas necesidades.

Sacar provecho de la abundancia de plata en el Perú (uno de los productores mundiales líderes) y de la potencialidad de la penetración en el mercado canadiense. Esto podría lograrse a través de una estrategia que difunda los beneficios de la joyería de plata peruana, apelando a nuestra tradición milenaria, para formar una imagen positiva y lograr diferenciación de los competidores.

Desplegar una serie de acciones orientadas a exportar productos de joyería de plata a Canadá, de manera que se obtenga un máximo provecho del contexto de recuperación económica postpandemia, así como del potencial del mercado canadiense para estos productos, al ser una economía de ingresos altos con una población con alta capacidad adquisitiva.

Promover un trabajo dentro del sector de joyería de plata en el Perú que permita en un mediano plazo superar las brechas que impiden a la industria peruana estar a la par de las de otros países. En esa línea, sería recomendable invertir en tecnología de punta e industrialización, fomentar la especialización del sector y la actualización a tendencias internacionales, así como combatir la informalidad.

Realizar estudios sobre las posibilidades de aprovechar la alta demanda de Estados Unidos de productos de joyería de plata en beneficio de las exportaciones peruanas hacia Canadá, para determinar si es viable implementar una estrategia conjunta de exportaciones a ambos países vecinos y socios comerciales.

BIBLIOGRAFÍA

- **Alberta Gift Show:** Feria de artículos de regalo, relojes, joyas, artesanía y artículos de fiesta en Edmonton (provincia de Alberta, Canadá).
<http://www.albertagiftshow.com>
- **Government of Canada:** Información arancelaria y de comercio exterior de Canadá con el mundo de partida arancelaria 711311 - Articles of jewellery & pts thereof, of silver, w/n plated/clad w o precious metal - Canadian Importers Database (CID)
<https://www.ic.gc.ca/app/scr/ic/sbms/cid/productReportHS10.html;jsessionid=0001ja31RH5dLiTRHmIY7dHxmLf:-4DQI70?hsCode=711311>
- **Government of Canada:** Normas de etiquetado y empaque de productos
<https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C., c. 417/FullText.html>
<https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C., c. 535/FullText.html>
- **ITC (Market Access Map) y Trade Map:** Identify customs tariffs, tariff rate quotas, trade remedies, regulatory requirements and preferential regimes applicable to your product
<https://www.macmap.org/en/query/results?reporter=124&partner=604&product=711311&level=6>
- **Market Access Map:** Información arancelaria y de comercio bilateral entre Perú y Canadá de partida arancelaria 71131110 – Articles of jewellery and parts thereof, of precious metal or of metal clad with precious metal : Of precious metal whether or not plated or clad with precious metal : Of silver, whether or not plated or clad with other precious metal : Findings, not plated or clad y partida arancelaria 71131190 – Articles of jewellery and parts thereof, of precious metal or of metal clad with precious metal : Of precious metal whether or not plated or clad with precious metal : Of silver, whether or not plated or clad with other precious metal : Other.
<https://www.macmap.org/en/query/results?reporter=124&partner=604&product=711311&level=6>
- **Ministerio de Energía y Minas:** Producción minera en el Perú en 2019
<https://www.minem.gob.pe/estadistica.php?idSector=1&idEstadistica=13273>

- **Portal Aduanet de la Sunat:** Exportaciones Totales del Perú al Mundo de la S.P.N: 7113.11.00.00, joyería de plata.
<http://www.aduanet.gob.pe/servlet/AIScrollini?partida=7113110000>
- **Portal Golden Chennai:** Información sobre precio de la plata
<https://www.goldenchennai.com/finance/silver-rate-in-hong-kong/>
- **Portal Kitco Metals:** Información sobre precio de la plata
<https://www.kitco.com/silver-price-today-usa/>
- **Portal Policy Bazaar:** Información sobre precio de la plata
<https://www.policybazaar.com/silver-rate>
- **Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior – SIICEX:** Información estadística de comercio del Perú y del mundo de la partida arancelaria 7113110000 – Joyería de plata.
https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproducto=&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=104&pnomproducto=Joyer%EDa
- **Veritrade:** Información sobre precios de exportadores de joyería de plata
<https://www.veritrade.com/>
- **Adex Data Trade:** Información de Estadísticas de exportaciones peruanas al mundo, correspondiente a productos, mercados y empresas.
<http://www.adexdatatrade.com/>