# OPORTUNIDADES DE LA ARTESANIA PERUANA

# Tipos de Artesanía

**Artesanía Tradicional o Étnica.**

**Artesanía Artística o Pieza Única.**

**Artesanía de Souvenirs.**

**Artesanía Contemporánea, Moderna o de Vanguardia.**

***Es importante determinar que tipo de artesanía estamos trabajando, para determinar la estrategia y los mercados a atacar.**

# Artesanía Tradicional o Étnica

**Representa las costumbres o connotación de un país o una región determinada.**
**Organización familiar o individual.**
**Actividad de refugio para complementar ingresos del agro o comercio.**
**Elaboran productos standarizados, que reflejan modos de expresión local o regional.**
**Ofrecen por años los mismos diseños.**
**Orientado al mercado local.**
**Integración vertical:  Vivienda – Taller – Tienda.**

# Artesanía Artística o Pieza Única

**Expresión de una tradición cultural, producto altamente estético.**
**Trabajan individualmente, aprovechando nichos de mercado.**
**Poseen capacidad creativa de renombre internacional (Grandes maestros artesanos)**
**Elaboran piezas únicas de alto valor en el mercado.**
**Supeditan visión empresarial a visión cultural.**
**Orientado al mercado de museos.**

# Artesanía de Souvenier

**Se basan en la artesanía tradicional y tratan de imitarla sin lograr sus patrones de calidad.**
**Organización familiar.**
**Pocos cambios en los diseños, resistencia al cambio.**
**Orientado a la venta local, principalmente, al mercado turístico, como recuerdo o regalo.**

# Artesanía de Contemporanea

Desarrollan diseños propios o adoptan diseños sugeridos por compradores internacionales y/o trader.
Tienen identidad. Se pueden hacer en cualquier lugar.
Siguen cambios de tendencia del mercado y preferencias de consumidores.
Trabajan con soporte de un grupo de artesanos o asociaciones.
Empresas con visión empresarial.
Elaboran productos funcionales, de moda y novedosos.
Orientados al mercado internacional.
Compite con productos de regalo que tienen origen industrial.

# Tipos de Mercados diferenciados

**Oferta Artesanal**

**Mercado Local**

Mercado limitado. Atendido por artesanos tradicionales y de souveniers.

US$ 10 millones

**Mercado Turístico**

Conformado por turistas nacionales e internacionales. Estos últimos consideradas una exp. Indirecta US$ 98 por turista

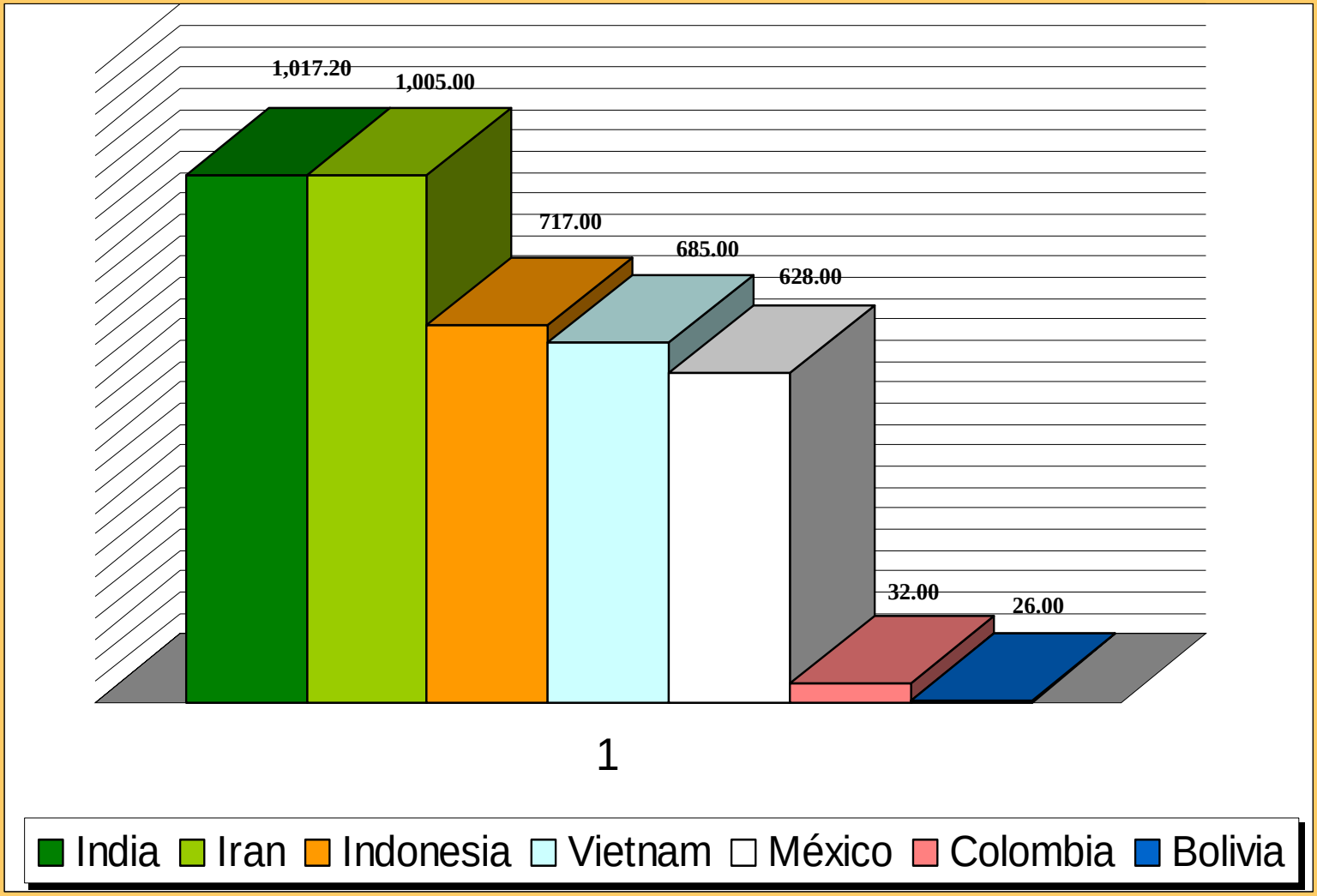
US$ 98 millones

**Mercado Internacional**

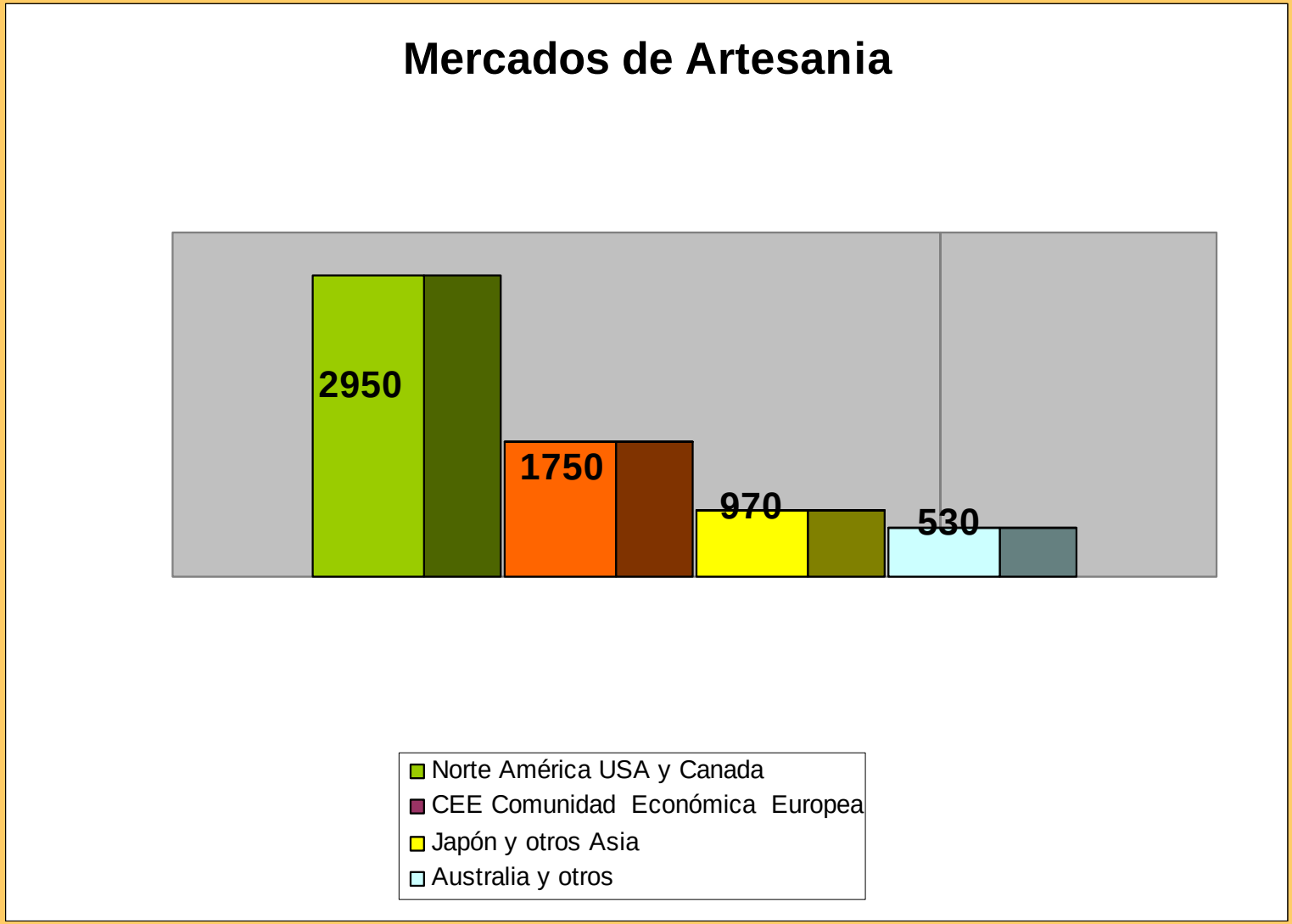
Altamente exigente. Se requiere de productos constantemente renovados y novedosos en diseño y colores.

US$ 60 mil millones

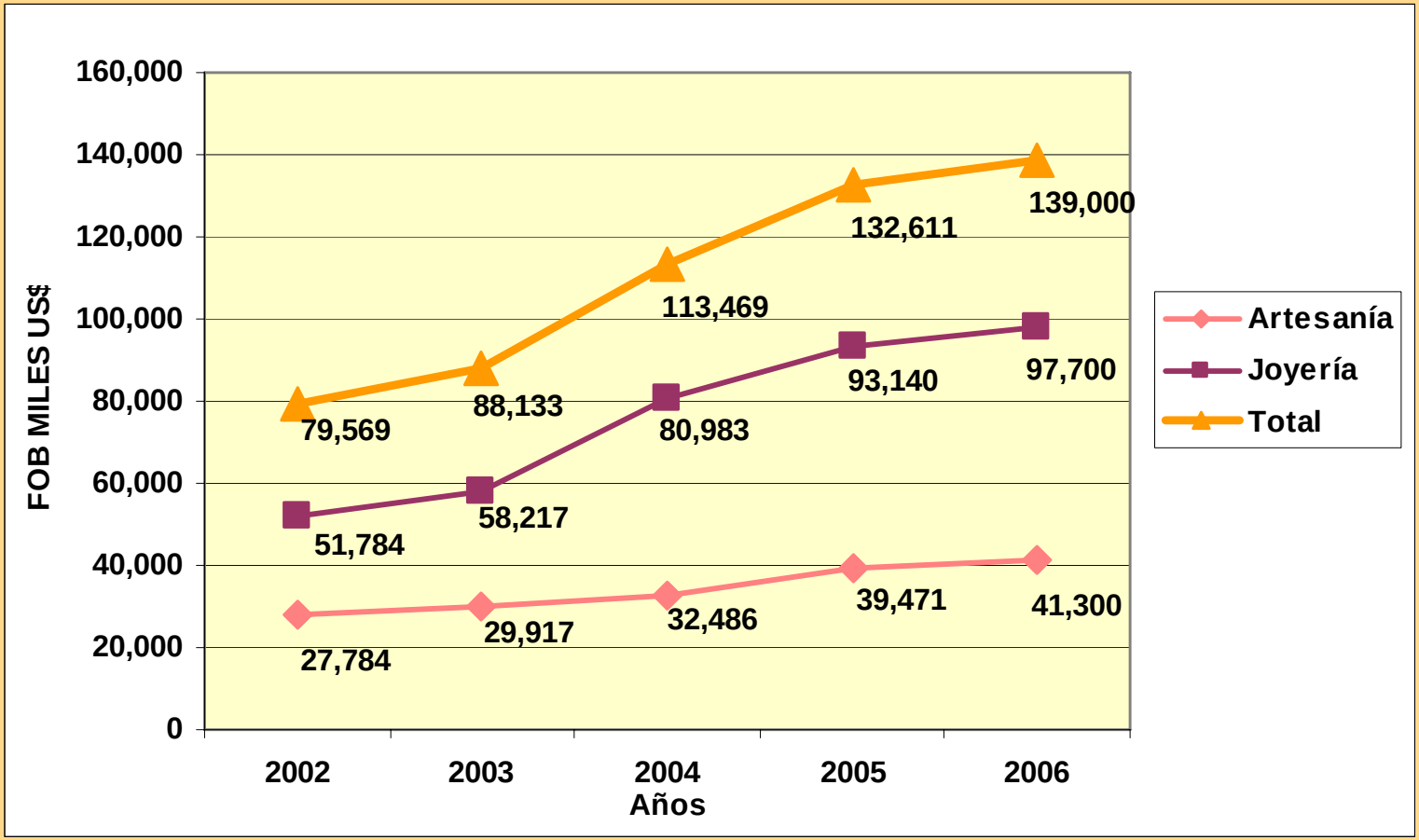
# ESTADISTICAS DE EXPORTACION MUNDIAL DE ARTESANIAS 2006



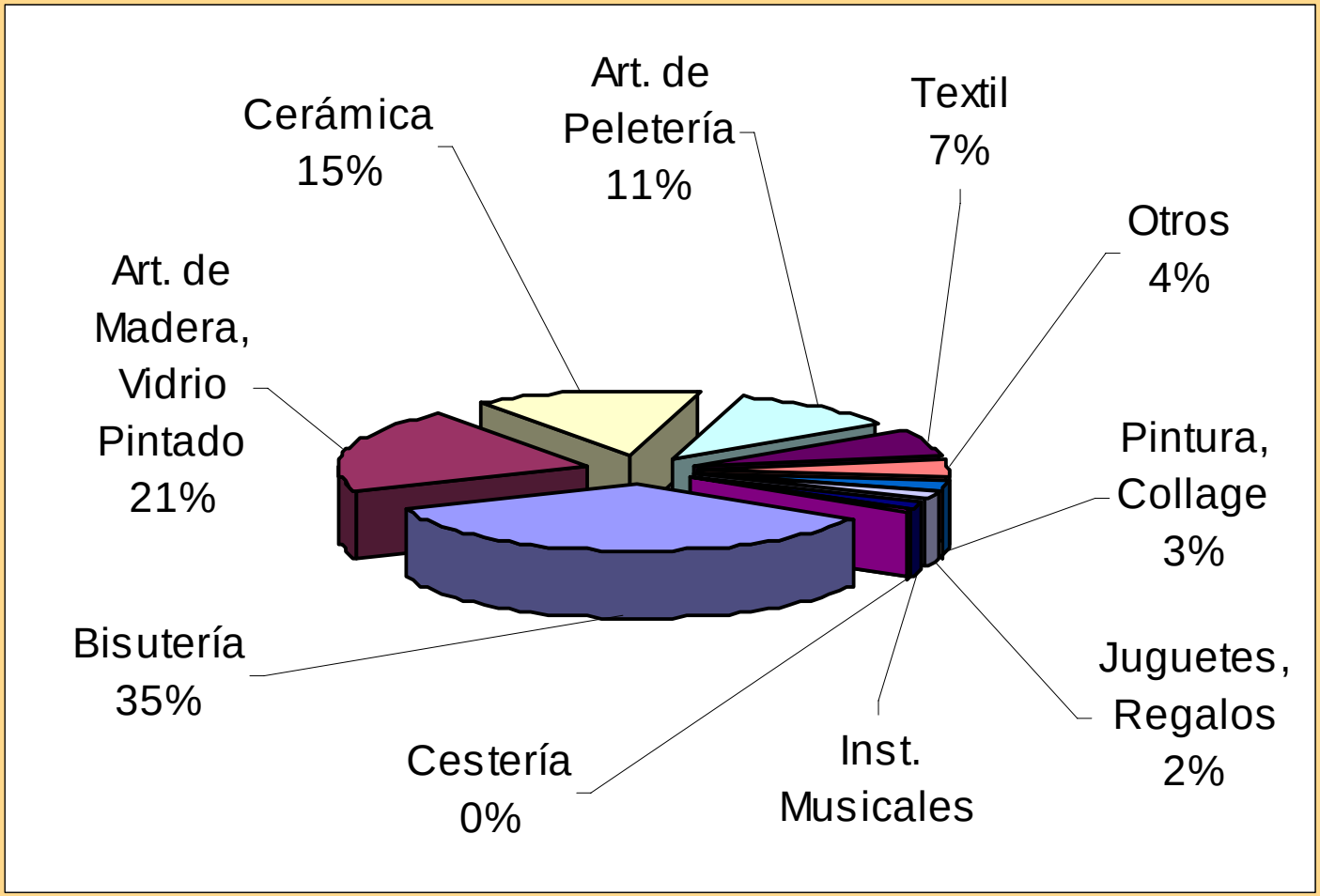
# PRINCIPALES MERCADOS



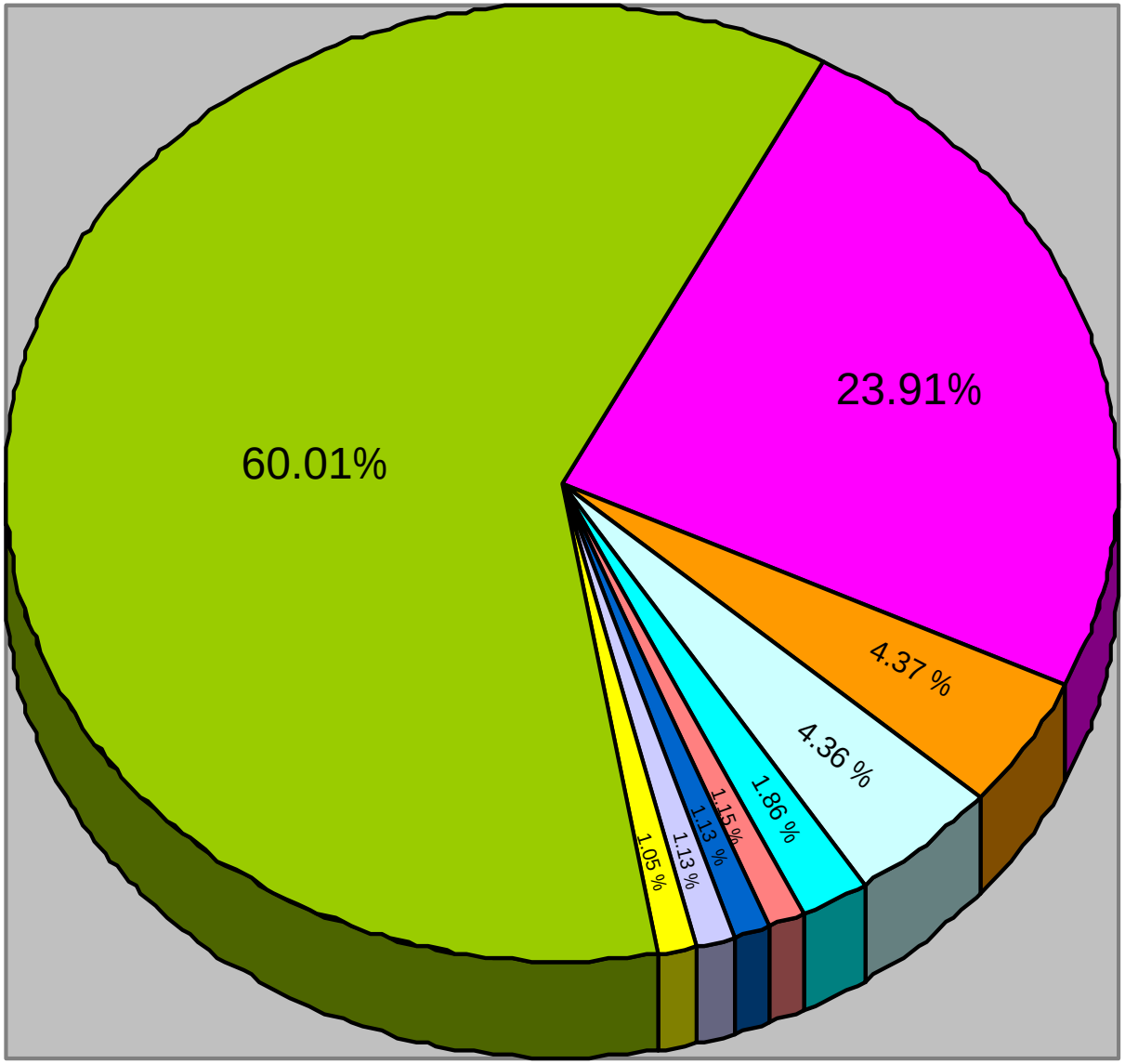
# Exportaciones de artesanías 2002 - 2006



# Exportaciones de artesanía, por rubro 2006



# Ranking de Exportaciones Peruanas por mercado de destino 2005




- Estados Unidos 60.01 %
- Europa 23.91 %
- Japon 4.37 %
- Sudamerica 4.36 %
- Australia y Nueva Zelada 1.86 %
- Mexico y Centro America 1.15 %
- Canada 1.13 %
- Asia 1.13 %
- Medio Oriente 1.05 %

# CARACTERISTICAS DEL SECTOR ARTESANIA

# FODA

# FODA

## FORTALEZAS

- ✓Una gran población a nivel nacional con capacidades innatas.
- ✓Diversidad de líneas de producción y materias primas.
- ✓Rápida adaptación a cambios tecnológicos y de diseño.
- ✓Productos con alto valor agregado.
- ✓Reconocimiento internacional en algunas líneas.

# FODA

## DEBILIDADES

- ✓ Desconocimiento de los estándares internacionales de calidad y precio.
- ✓ Carencia de diseños adecuados a la demanda.
- ✓ Ausencia de una estrategia comercial adecuada y sistematizada.
- ✓ Falta de organización para producción en volúmenes importantes.

- ✓ Talleres con una ineficiente infraestructura productiva.
- ✓ Dificultad para ingresar a créditos formales.
- ✓ Dificultad para trabajar asociativamente.
- ✓ Carencia de organización gremial.
- ✓ Sector exportador incipiente.

# FODA

## OPORTUNIDADES

- ✓ Existencia de un gran mercado potencial.
- ✓ Presencia de organismos internacionales y nacionales interesados en el desarrollo el sector.
- ✓Aranceles libres en la mayoría de países.
- ✓Apoyo del estado en ferias,diseño,tecnología....
- ✓Organizaciones exportadoras con interés en el sector.

# FODA

## AMENAZAS

- ✓ Competencia desigual con países que sobre explotan al artesano con precios muy bajos.
- ✓ Gran informalidad del sector.
- ✓ Inestabilidad política.

# OFERTA EXPORTABLE

Son los productos con los que cuenta una empresa que se encuentran en condiciones de ser exportados (y que además cuentan con potenciales mercados externos). El concepto de oferta exportable va mas allá del producto en sí:

- Capacidad instalada y/o disponibilidad de producto
- Capacidad económica
- Capacidad de financiamiento
- Capacidad de gestión de exportaciones

El análisis de estos elementos definirá la real oferta exportable que posee la empresa y se encuentra en capacidad de ofertar al mercado internacional

# EJEMPLO

E S T R A T E G I A

Mercado Potencial

Analisis de la demanda

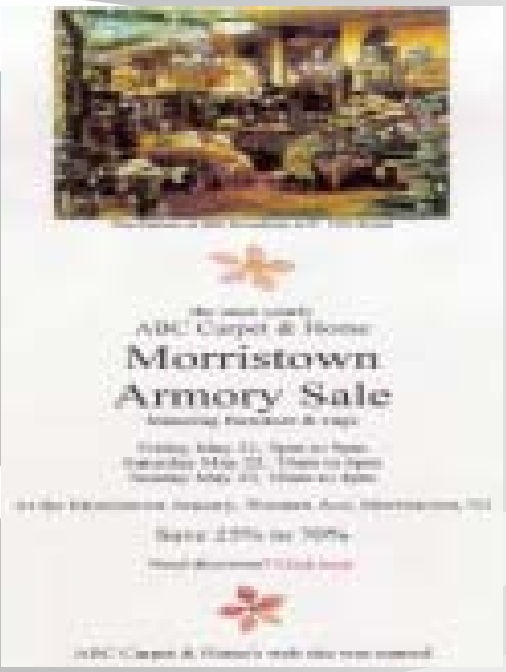
Analisis de la Oferta

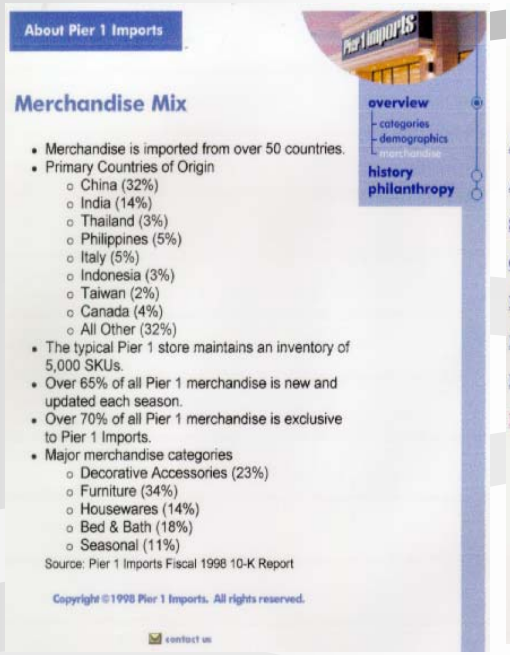
Mercado Internacional

Diseño tecnologia y produccion

# CANALES DE DISTRIBUCION

# Páginas Web


Morristown
Armory Sale


About Pier 1 Imports
Merchandise Mix
overview
categories
demographics
merchandise
history
philanthropy
• Merchandise is imported from over 50 countries.
• Primary Countries of Origin
o China (32%)
o India (14%)
o Thailand (3%)
o Philippines (5%)
o Italy (5%)
o Indonesia (3%)
o Taiwan (2%)
o Canada (4%)
o All Other (32%)
• The typical Pier 1 store maintains an inventory of 5,000 SKUs.
• Over 65% of all Pier 1 merchandise is new and updated each season.
• Over 70% of all Pier 1 merchandise is exclusive to Pier 1 Imports.
• Major merchandise categories
o Decorative Accessories (23%)
o Furniture (34%)
o Housewares (14%)
o Bed & Bath (18%)
o Seasonal (11%)
Source: Pier 1 Imports Fiscal 1998 10-K Report
Copyright ©1998 Pier 1 Imports. All rights reserved.
contact us

AMS Imports, Inc.
Area Rugs
Unique Area Rugs from Around the World
About AMS
Area Rug Collections
Showroom Locations
Contact AMS
News Articles
Request Information
Dealer Information
Home
AMS Imports specializes in bringing unique area rugs, pillows, and home accessories to the American market. AMS Imports has been a pioneer since 1979 in searching the globe for "new and different" products to add to their Collections.
After traveling to Jordan, AMS Imports' president Anne Schewe began importing the traditional rugs and pillows created by women of the Bedouin tribes. And recently rugs from Peru and Egypt have joined the AMS Imports Collections. A number of these special weaving projects are devoted to helping women's weaving projects in their countries.
AMS Imports is known for its unusual hand-woven, all wool, and flatweave area rugs from around the globe. We have Collections from:
JORDAN
PERU
FINLAND
EGYPT
CHINA
ITALY
NEPAL
UNITED STATES

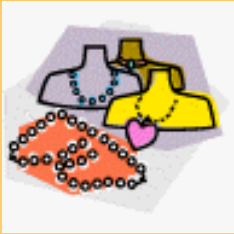
POTTERY BARN
Welcome to Pottery Barn. Our collection of attractive, affordable furniture and accessories has made us a leader in casual home furnishings. We offer a range of distinctive lamps, rugs, draperies and comfortably oversized sofas and chairs. All Pottery Barn products are exclusive, and feature seasonally coordinated colors and designs that make stylish home decorating easy.
Use our on-line store locator to find the Pottery Barn store nearest you. The list includes the location of our Design Studio stores, which provide all the tools you need to become your own confident interior designer.
Request our catalog through the catalog request page. To place an order, call us day or night at 1-800-922-5507.
Thank you for visiting Pottery Barn.

World2Market.com
Home Client Services Supplier Network Product Showcase About Us
Meet the Artisan,
Explore the Region,
Experience the
Positive Impact
Product Showcase
Imagine taking a tour of the Peruvian village where knitters are finishing another alpaca sweater or hearing the percussive rhythm of copper being hand hammered into breathtaking vase by Nepalese artisans. Our range of web-based point-of-sale presentations will soon provide your customers with exactly that experience - an opportunity to explore the power behind each purchase by virtually meeting the artisan, exploring the region, and witnessing the positive impact your company creates around the world.
Coming September 2000
opyright © 2000 World2Market.com, Inc. Use of this Web site constitutes acceptance of our privacy policy.

# CATEGORIAS DE PRODUCTOS DEL MERCADO NORTEAMERICANO

- REGALOS
- MANTELERIA
- ACCESORIOS DECORATIVOS
- HOGAR,OFICINA Y PAPELERIA
- TEXTILES PARA EL HOGAR
- ARTICULOS PARA LA ESTACION
- ACCESORIOS PERSONALES
- JUGUETES
- INSTRUMENTOS MUSICALES
- PRODUCTOS PARA MASCOTAS

- MUEBLES
- ROPA DE CAMA Y ACCESORIOS PARA NIÑOS
- JOYERIA
- ROPA DE CAMA
- FLORERIA Y JARDINERIA
- PRODUCTOS DE COCINA
- ALFOMBRAS ARTICULOS DE BAÑO
- LAMPARAS

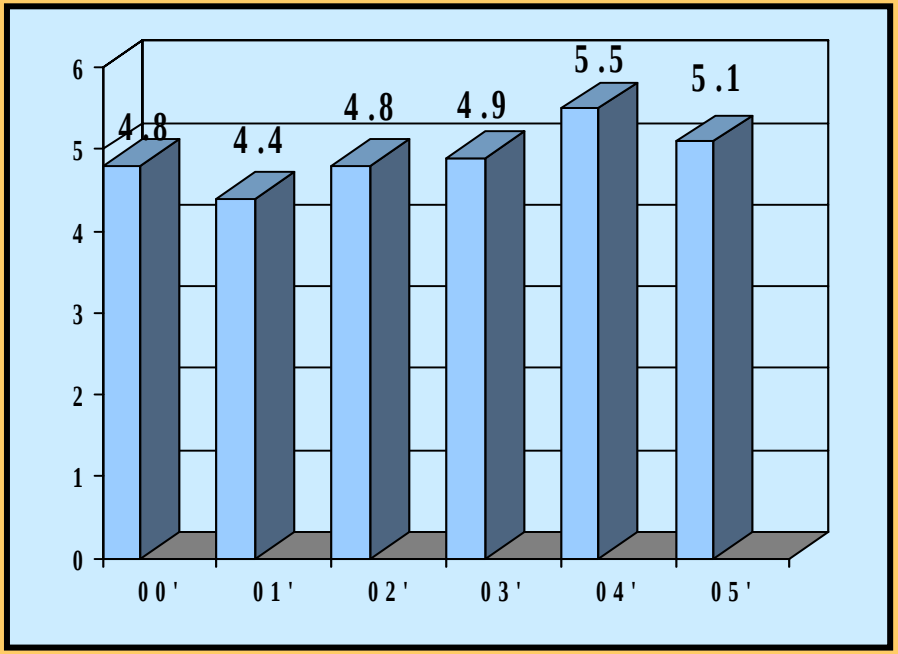


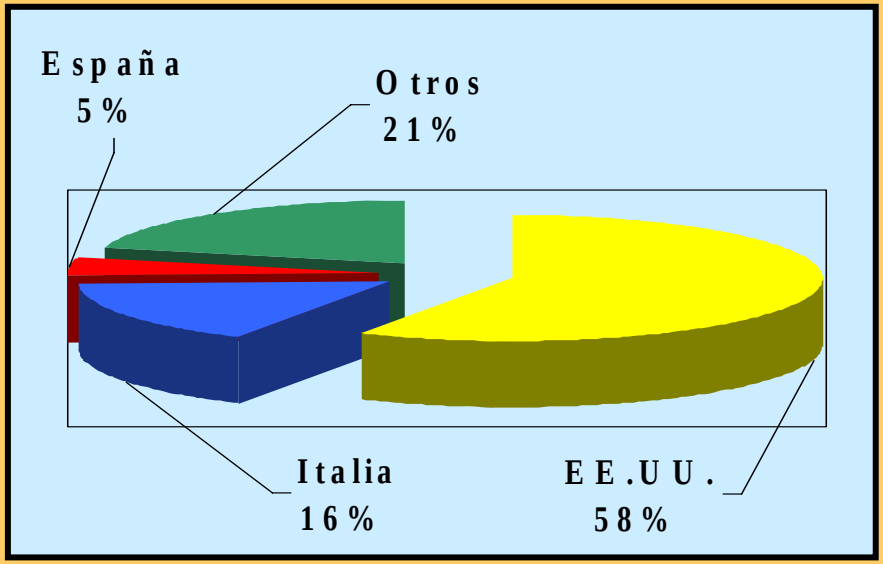
# OFERTA EXPORTABLE PERUANA

# Cerámica

**6913900000 Las demás objetos de adornos, de cerámica, excepto porcelana.**
**6912000000 Vajilla y demás art. De uso doméstico de cerámica**

**La cerámica de Chulucanas es una de las más reconocidas en el mundo, por sus finos matices logrados por sus ceramistas en el uso del color negro y blanco. Desatacan, también, la cerámica de Ayacucho, Cusco y Puno.**



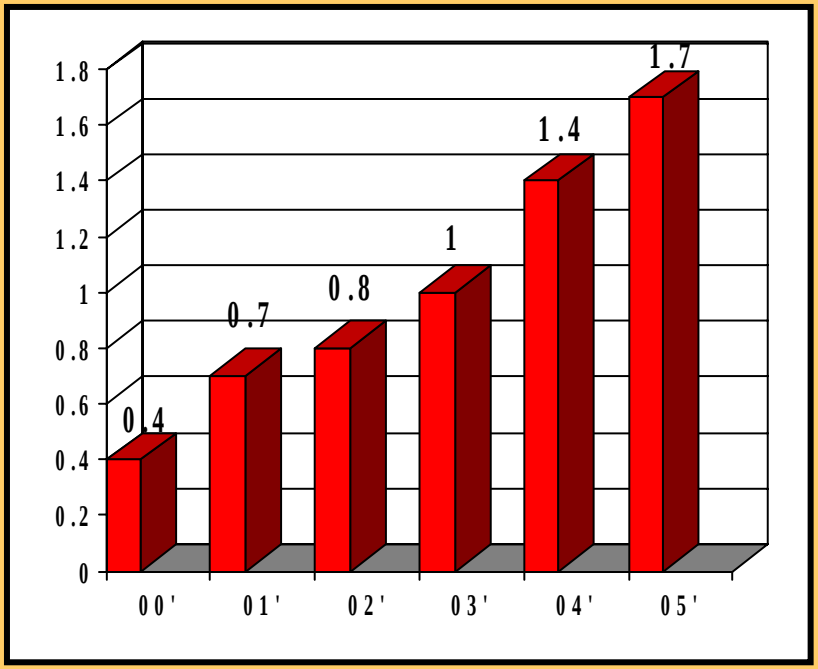

| Empresa | Total Exp. | % |
|---|---|---|
| R Berrocal | 0.7 | 16.3 |
| Jallpanina | 0.6 | 14.0 |
| Allpa | 0.3 | 7.0 |
| Otros | 2.7 | 62.8 |

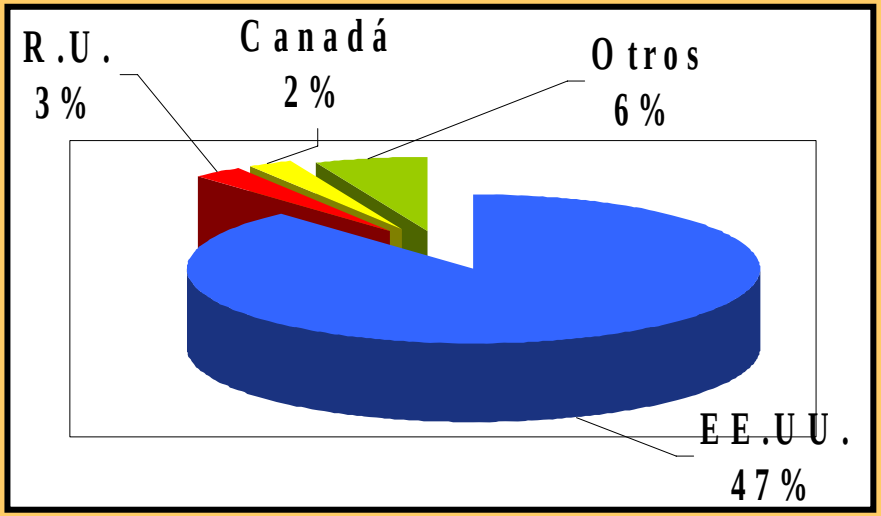
WG-03
WB-05
WF-02
WK-01
WC-08
WC-07
WL-02
WH-09
WH-04
WH-10
WC-06
WM-01
WE-02
WN-01

# Espejos de vidrio con marco

**7009920000 Espejos de vidrio, excepto retrovisores para vehículos.**

**La pintura sobre vidrio es una derivación de la práctica de los vitrales, está orientada hacia los artículos como espejos, bandejas, joyeros y aplicaciones en muebles. Se produce en Lima (Cantogrande)**

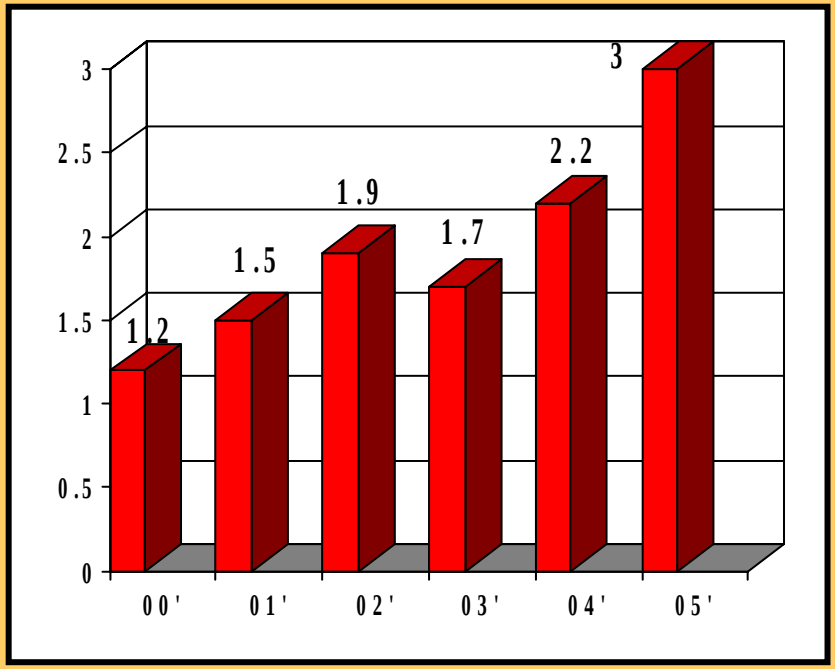


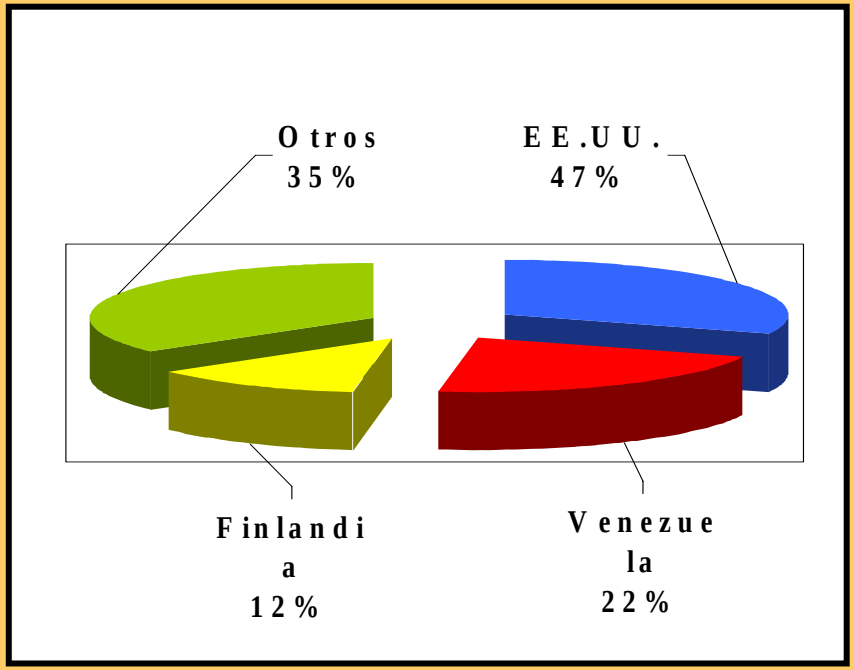




| Empresa | Total Exp. | % |
|---|---|---|
| R. Berrocal | 0.7 | 41.2 |
| Shehadi | 0.2 | 11.8 |
| Exportimo | 0.1 | 5.9 |
| Otros | 0.7 | 41.2 |

# Textiles Planos

## (Telares, alfombras, cojines)



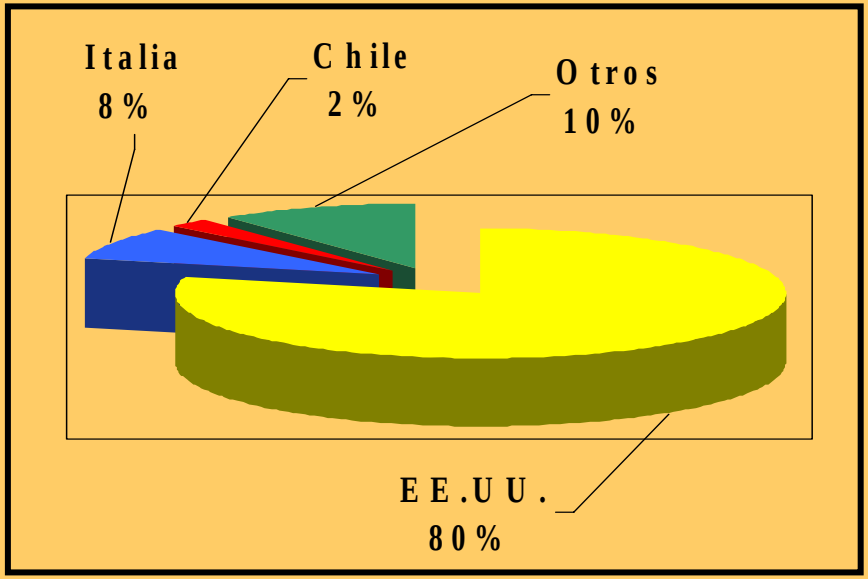



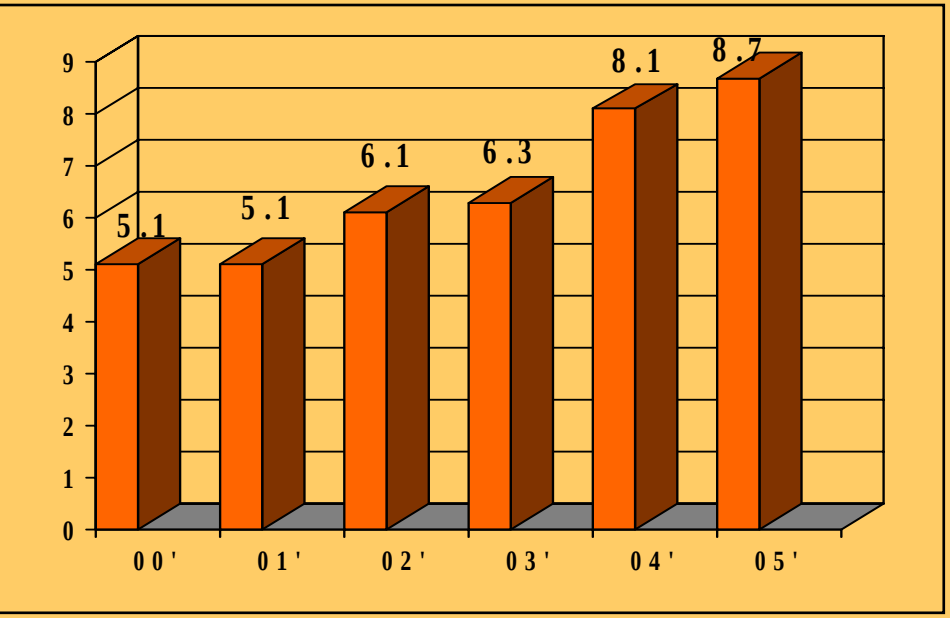

- El arte textiles el Perú se remonta a 5,000 años de antigüedad,
- La maestría de los antiguos peruanos se ve en las técnicas de hilado, teñido, uso de los telares de cintura, de pedal y verticales,
- Las fibras que se utilizan algodón lana de oveja o de camélidos
- En los últimos tiempos se viene utilizando nuevos materiales y diseños.
- Destacan los telares de San Pedro de Cajas, en Tarma, Hualhuas y Viques en Huancayo, Cotahuasi en Arequipa, Puno, Cusco y Cajamarca.

# Muebles de madera

**9403600000 Demás muebles de madera**

**El Perú cuenta con materia prima abundante y de variedades exóticas. Existe una masa crítica de artesanos diestros en el manejo de la madera y en técnicas complementarias. Larga tradición desde el período virreinal. Cuentan con diseños propios y buena calidad.**



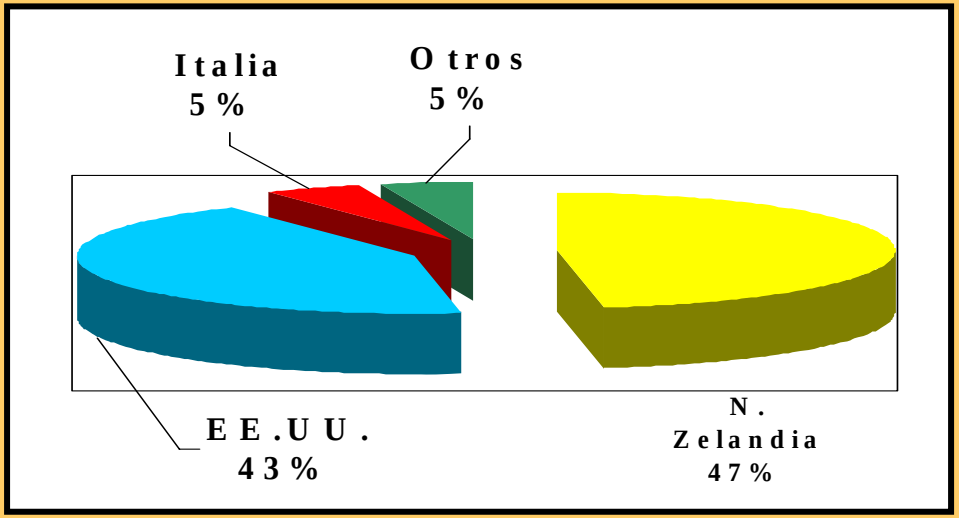



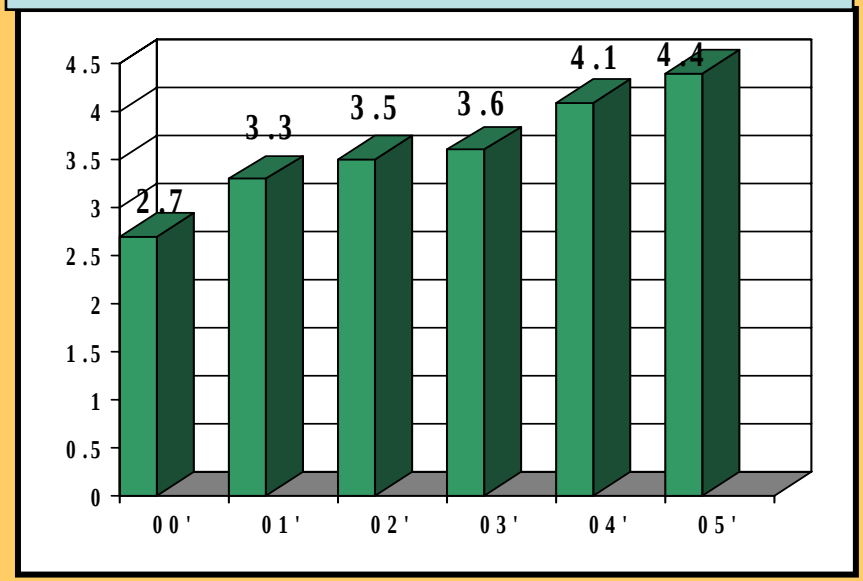

| Empresa | Total Exp. | % |
|---|---|---|
| Exportimo | 3.2 | 36.8 |
| Asoc. Art. Don Bosco | 0.5 | 5.7 |
| Alida | 0.5 | 5.7 |
| Otros | 4.5 | 51.7 |

# Peletería

**4303900000 Los demás artículos de peletería de alpaca.**

**El Perú es poseedor de pieles únicas. Trabajar estas pieles constituye un elemento diferenciador importante para competir en el mercado internacional.**
**Producir moda de pieles es altamente exigente.**
**Se producen en Cusco, Junín, Huancavelica y Puno. Principalmente, artículos de decoración, mantas, cubrecamas, colchas y cojines.**




| Empresa | Total Exp. | % |
|---|---|---|
| Art. Amamanti | 0.7 | 15.9 |
| Juan Fernando Villalobos | 0.6 | 13.6 |
| J y Art. Calsin | 0.4 | 9.0 |
| Otros | 2.7 | 61.3 |

# Mates Burilados

- Los "mates burilados" son artesanías hechas a base de un fruto llamado"calabaza"(legenaria bulgaris).
- Dichos productos son elaborados en el Departamento de Junín en la parte central del Perú, específicamente en el pueblo de Cochas-Huancayo.
- El instrumento utilizado para elaborar este tipo de artesanías es el "buril" y la técnica es llamada "burilado".
- Los artesanos plasman en los mates diferentes motivos, así tenemos "Mates Burilados con diseños tradicionales y "Mates Burilados con diseños modernos.
- Se producen mates utilitarios (ceniceros, cofres, porta lapiceros, servilleteros, paneras) y Decorativos (figuras de aves, animales, bombitas navideñas y mates tradicionales)
- Ventas aproximadas 2005, US$ 360 Mil, crecimiento promedio de 17% comparado con el 2004

# Principales Productos de Joyería, por Mercado 2006 (En millones de US $)

| DESCRIPCIÓN | 2006 | PAISES % | | |
|---|---|---|---|---|
| JOYERIA DE ORO | 92.1 | EE.UU. | BOLIVIA | GUATEMALA |
| | 95.3% | 99,2% | 0.6% | 0,2% |
| JOYERIA DE PLATA | 2.4 | EE.UU. | FRANCIA | ALEMANIA |
| | 2.5% | 50.0 % | 6.0% | 6.0% |
| ORFEBRERIA | 2.1 | VENEZUELA | ALEMANIA | RUSIA |
| | 2.2% | 25.8% | 17.6% | 11.9% |
| TOTAL | 96.6 | | | |
| | 100.0% | | | |

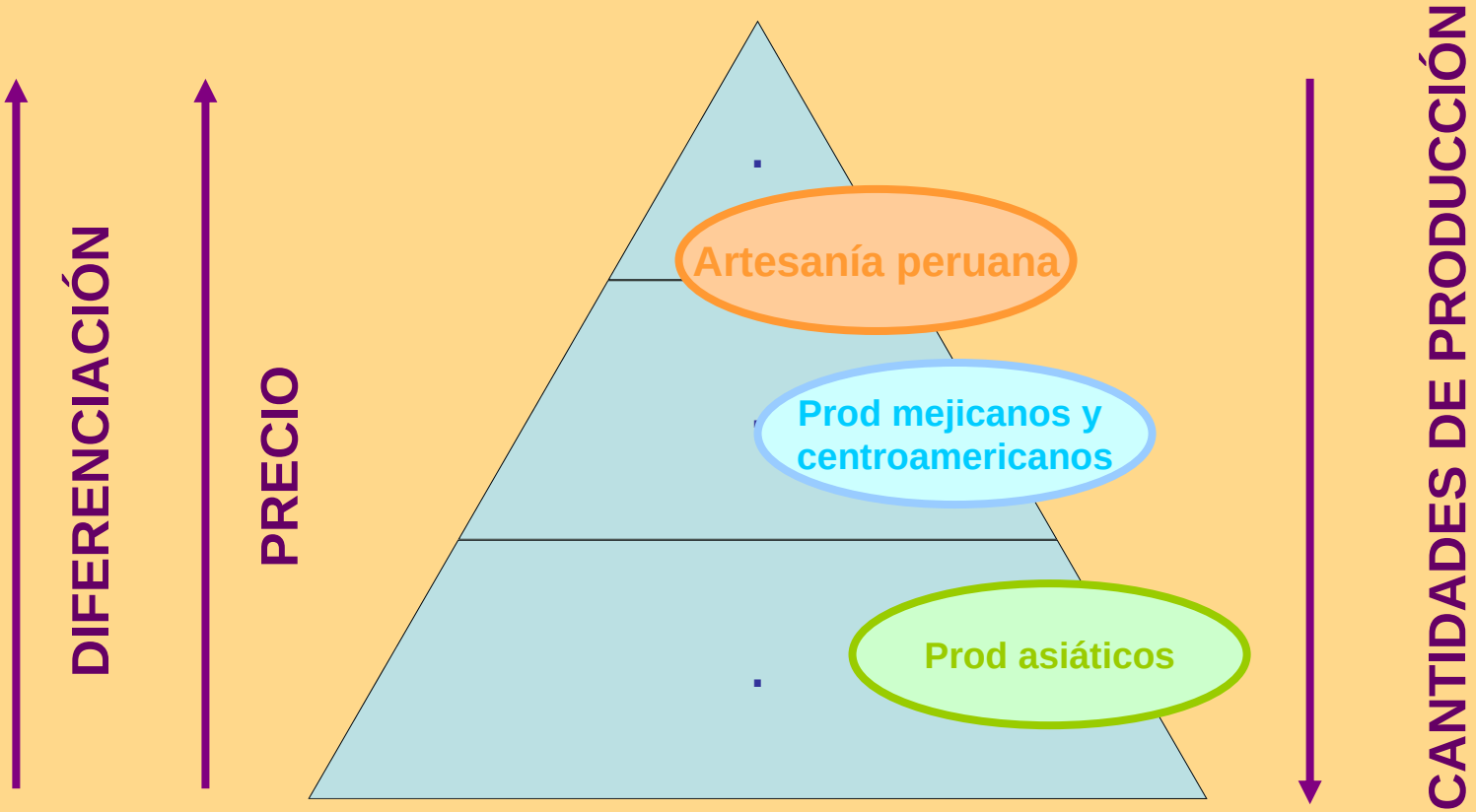
# ANÁLISIS EXTERNO:

## ¿DONDE ESTAMOS  UBICADOS?

## ¿QUÉ ESPERA EL COMPRADOR INTERNACIONAL?

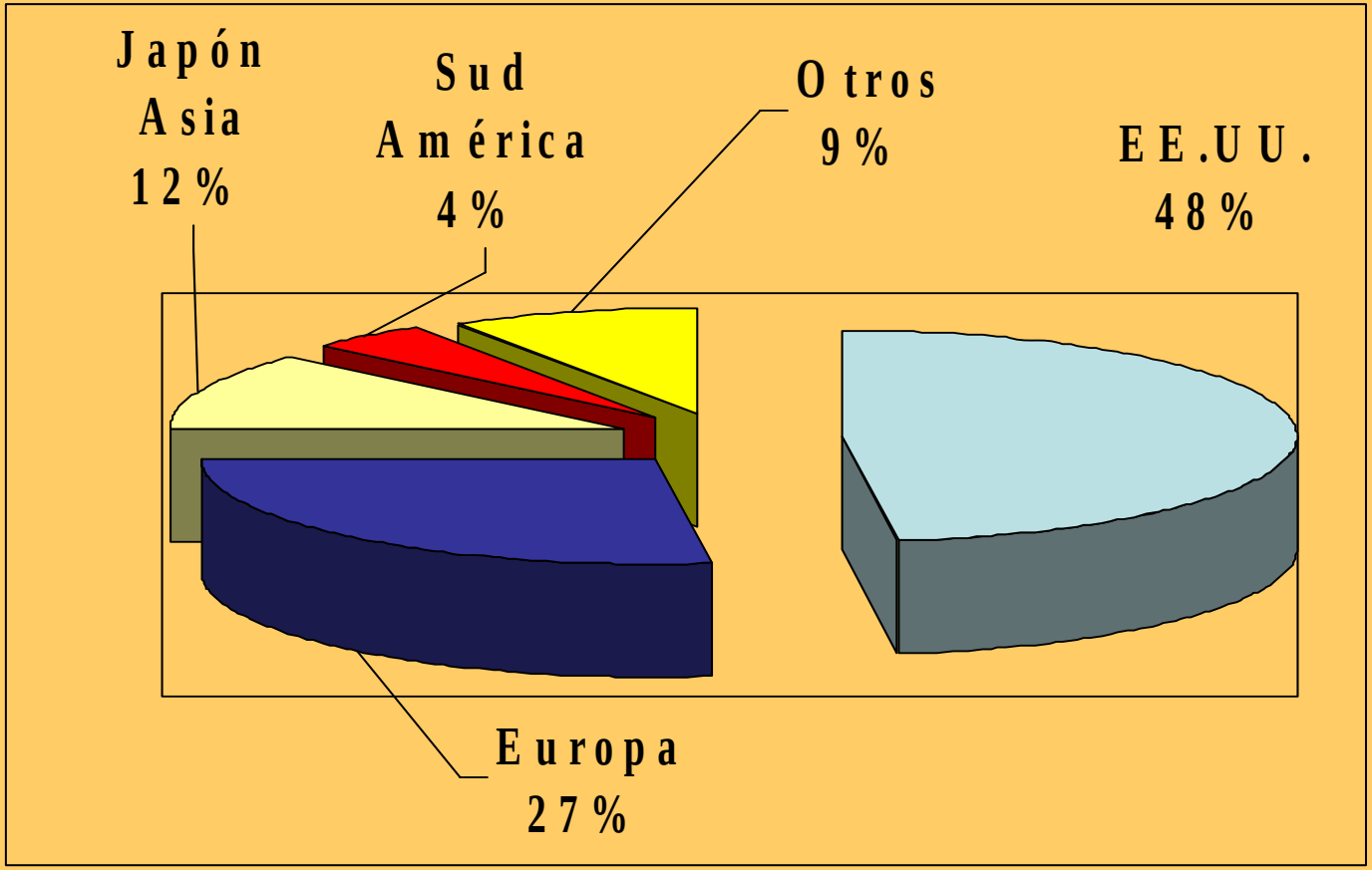
# ¿DONDE ESTAMOS UBICADOS?

**PIRAMIDE DE UBICACIÓN DE LA ARTESANÍA EN EL MERCADO MUNDIAL DE EXPORTADORES**



# Principales Países Importadores 2005

- **Las compras mundiales de accesorios para el hogar y artículos de regalo en el 2004 llegan a US$ 50 mil millones**
- **Compras mundiales de productos étnicos US$ 3 mil millones**



# EXPECTATIVAS TÍPICAS DEL COMPRADOR

# EXPECTATIVAS TÍPICAS DEL COMPRADOR

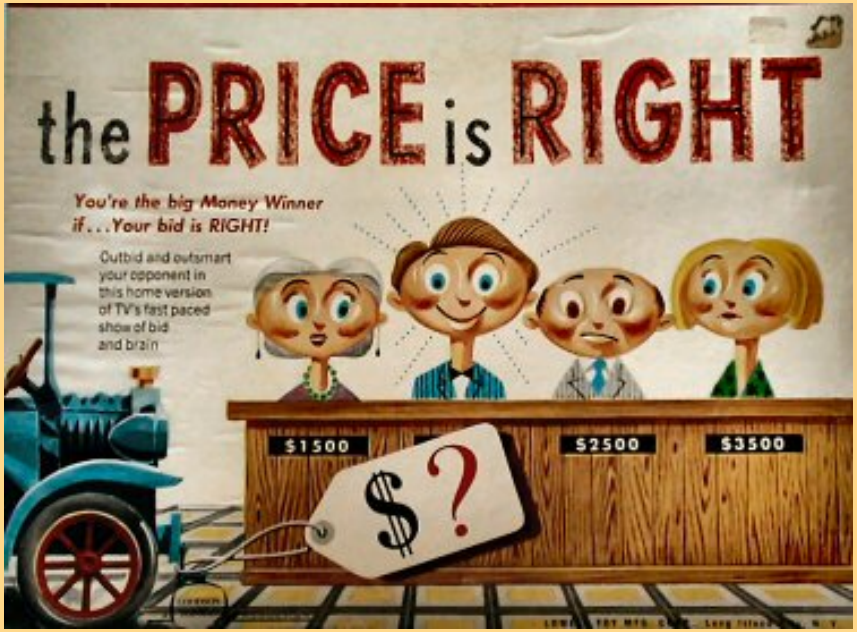
## PRODUCTO

- **Diversidad**

- **Innovación**
- **Valor & Función**
- **Calidad**

# EXPECTATIVAS TÍPICAS DEL COMPRADOR

## PRECIO




- **Realista**
- **Competitivo**
- **Consecuente**

# EXPECTATIVAS TÍPICAS DEL COMPRADOR

## SERVICIO

- **Prácticas básicas de negocio.**
- **Receptibilidad.**
- **Precisión.**

# EXPECTATIVAS TÍPICAS DEL COMPRADOR

## ENTREGA

- A tiempo
- Todo el tiempo
- Sin excepciones

# EXPECTATIVAS TÍPICAS DEL COMPRADOR

## CALIDAD

- **En conformidad**
- **Controlada**
- **Consecuente**

# PRECIOS Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIA

# DESCOMPOSCION TIPICA DEL PRECIO FOB ( Artesanias)

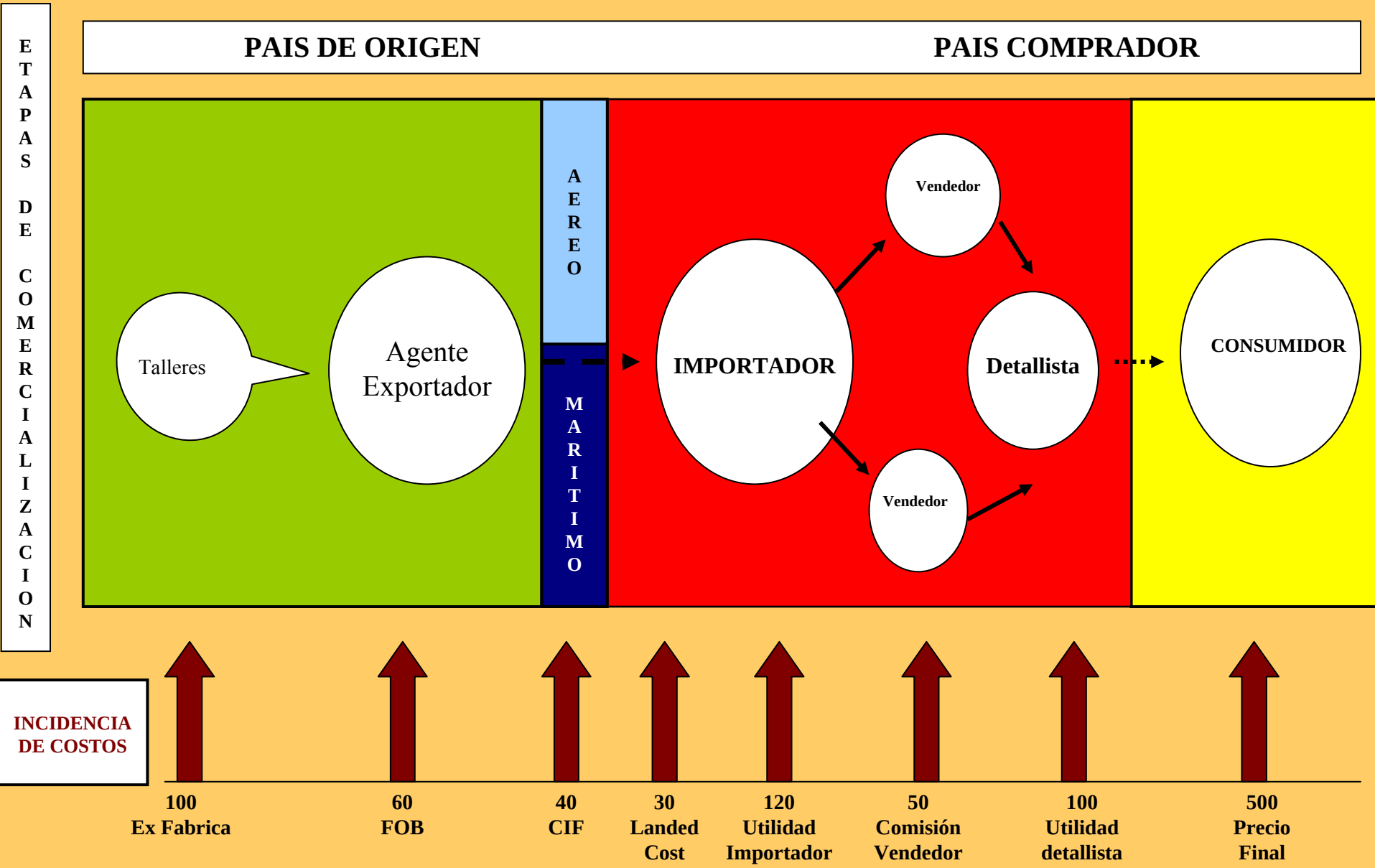
**INCIDENCIAS EN COSTOS**

| Ex Taller | Empaque Embarque Interno | Flete Interno | Daños Roturas | Gastos Administrativos Del exportador | Utilidad Exportador | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **ET** | **EEI** | **FI** | **DR** | **GAE** | **UI** | **FOB** |
| **100** | **+10** | **+7** | **+8** | **+25** | **+15** | **= 165** |

**ETAPAS DEL PROCESO**

- Materia Prima
- Salario operarios
- Salario maestro
- Gastos generales
- Gastos financieros
- Gastos administrativos
- **Depreciación**
- Utilidad

# PROCESO TIPICO DE COMERCILIZACION DE ARTESANIAS



# Actividades de PROMPERU

## Sector Artesanía y Joyería

# Actividades de Mercado

## Ferias

- Las Vegas Market ( Las Vegas , Estados Unidos - Julio)
- Peruvian Gift Show (Lima, Perú - Octubre)
- Ambiente 2008 ( Frankfurt, Alemania – Febrero)

# Sector Artesanía

## PROGRAMA DE DESARROLLO DE OFERTA EXPORTABLE

### Programa Integral de Desarrollo de Oferta

- Gestión de Exportación
- Diseño
- Negociación con Importadores

### Entidades Involucradas

- Prompex
- Mincetur
- Foncodes
- Dirceturs
- Gobiernos Regionales

# Sector Artesanía

## Ciudades Donde se Desarrolla el Programa

- Programa Piura
- Programa Pucallpa
- Programa Arequipa
- Programa Ayacucho
- Programa Puno
- Programa Cajamarca
- Programa Junin
- Programa Iquitos
- Programa Lambayeque
- Programa Cusco
- Programa Lima

# FERIAS INTERNACIONALES DE ARTESANIA

# TIPOS DE FERIAS DE ARTESANIAS

- **Ferias al Detalle**

  **Duración: 10 a 15 días**
  **Público: Público en general**
  **Negocios: Venta al detalle**
  **Objetivos de la feria: Inmediatos**

# TIPOS DE FERIAS DE ARTESANIAS

- **Ferias de contacto Comercial**

  **Duración: 3 a 5 días**
  **Publico: Compradores profesionales**
  **Negocios: Contacto Comercial**
  **Objetivos: Mediano y Largo Plazo**

# TIPOS DE FERIAS DE ARTESANIAS

**Ferias al Detalle – EXPOARTESANIAS (Colombia)**

KUSKAYA
KUSKAYA

PERÚ

PERU
SURITEX
Alpaca

PERU
TAPICES INDITOOS
ANDINOS

PERU
TAPICES MISTICOS
ANDINOS

# TIPOS DE FERIAS DE ARTESANIAS

**Ferias de Contacto Comercial – SOURCES NY (USA)**

Bolivia Peru Ecuador
Colombia Venezuela
PAITITI
PERU

PROMPEX
PERU

KUNCKEL / ARTESANIAS COLLA
PERU

Bolivia Perú Ecuador
Colombia Venezuela
RAYMISA

ANANAY QUIPUS FOUNDATION
BOLIVIA

# TIPOS DE FERIAS DE ARTESANIAS

**Ferias de Contacto Comercial – PERUVIAN GIFT SHOW 2005 (PERÚ)**

Tanha
Candles Design

SANDIA

# FERIAS INTERNACIONALES
# SECTOR ARTESANIAS

| FERIA | PAIS | CIUDAD | CALIFICACION | FECHA | FRECUENCIA |
|---|---|---|---|---|---|
| New York Gift Fair | EE.UU. | New York | Art. de regalo, decoración y joyería | Enero y Agosto | Bianual 2006 |
| California Gitf Show | EE.UU. | Los Angeles | Art. de regalo, decoración y joyería | Enero y Jul | Bianual 2006 |
| Las Vegas Market | EE.UU. | Las Vegas | Art. de muebles ,regalo y decoración en general | Enero y Julio | Bianual 2006 |
| Tendence | Alemania | Frankfurt | Art. de regalo, decoración y joyería | Agosto – Septiembre | Anual 2006 |
| Ambiemte | Alemania | Frankfurt | Art. de regalo, decoración y joyería | Febrero | Anual 2006 |
| Maison & Objet Paris | Francia | París | Art. de regalo, decoración y joyería | Enero y Septiembre | Anual 2006 |
| International Housewares | Japón | Tokio | Art. de regalo, decoración y | Junio | Bianual |

| FERIA | PAIS | CIUDAD | CALIFICACION | FECHA | FRECUNCIA |
|---|---|---|---|---|---|
| Feria Artesanal de Cordova | Argentina | Cordova | Art. de regalo, decoración y joyería | Marzo | Anual 2006 |
| Feria de Tenerife | España | Tenerife | Art. de regalo, decoración y joyería | Noviembre - Diciembre | Anual 2006 |
| Intershop Berlin | Alemania | Berlin | Art. de regalo, decoración y joyería | Noviembre | Anual 2006 |
| Expoartesanias | Colombia | Bogota | Art. de regalo, decoración y joyería | Diciembre | Anual 2006 |
| Expocruz | Bolivia | Santa Cruz | Art. de regalo, decoración y joyería | Setiembre – Octubre | Anual 2006 |
| Feria de Levante | Italia | Bari | Art. de regalo, decoración y joyería | Septiembre | Anual 2006 |
| Feria de Milan | Italia | Milan | Art. de regalo, decoración y joyería | Diciembre | Anual 2006 |

# MAYOR INFORMACION

**COMISION PARA LA PROMOCION DE EXPORTACIONES PROMPERU**

**DIRECCCION:**
**REPUBLICA DE PANAMA 3647 – LIMA 27 SAN ISIDRO.**
**TELEFONO**
**222 – 2212  221-0880**
**FAX**
**421-3938**

**mviana@promperu.gob.pe**

**www.promperu.gob.pe**