

# **Sector Joyería en el Perú**

**Lima, 11 de diciembre del 2007**

**Hérbert Figueroa R.**

**Sector Artesanías y Joyería**

**PROMPERU**

# Joyería y Orfebrería

## joyería.

(De *joyero*).

1. f. Trato y comercio de joyas.
2. f. Tienda donde se venden.
3. f. Taller en que se construyen.

## joya.

(Del fr. ant. *joie*, hoy *joyau*).

1. f. Adorno de oro, plata o platino, con perlas o piedras preciosas o sin ellas, usado especialmente por las mujeres.

# Joyería y Orfebrería

## orfebrería.

1. f. Arte del orfebre.

## orfebre.

(Del fr. *orfèvre*).

1. com. Persona que labra objetos artísticos de oro, plata y otros metales preciosos, o aleaciones de ellos.
2. com. *Col.* Persona que labra objetos artísticos de cobre u otros metales.

# Bisutería

## **bisutería.**

(Del fr. *bijouterie*).

- 1. f.** Industria que produce objetos de adorno, hechos de materiales no preciosos.
- 2. f.** Local o tienda donde se venden dichos objetos.
- 3. f.** Estos mismos objetos de adorno.

# Importancia del Sector en el Perú

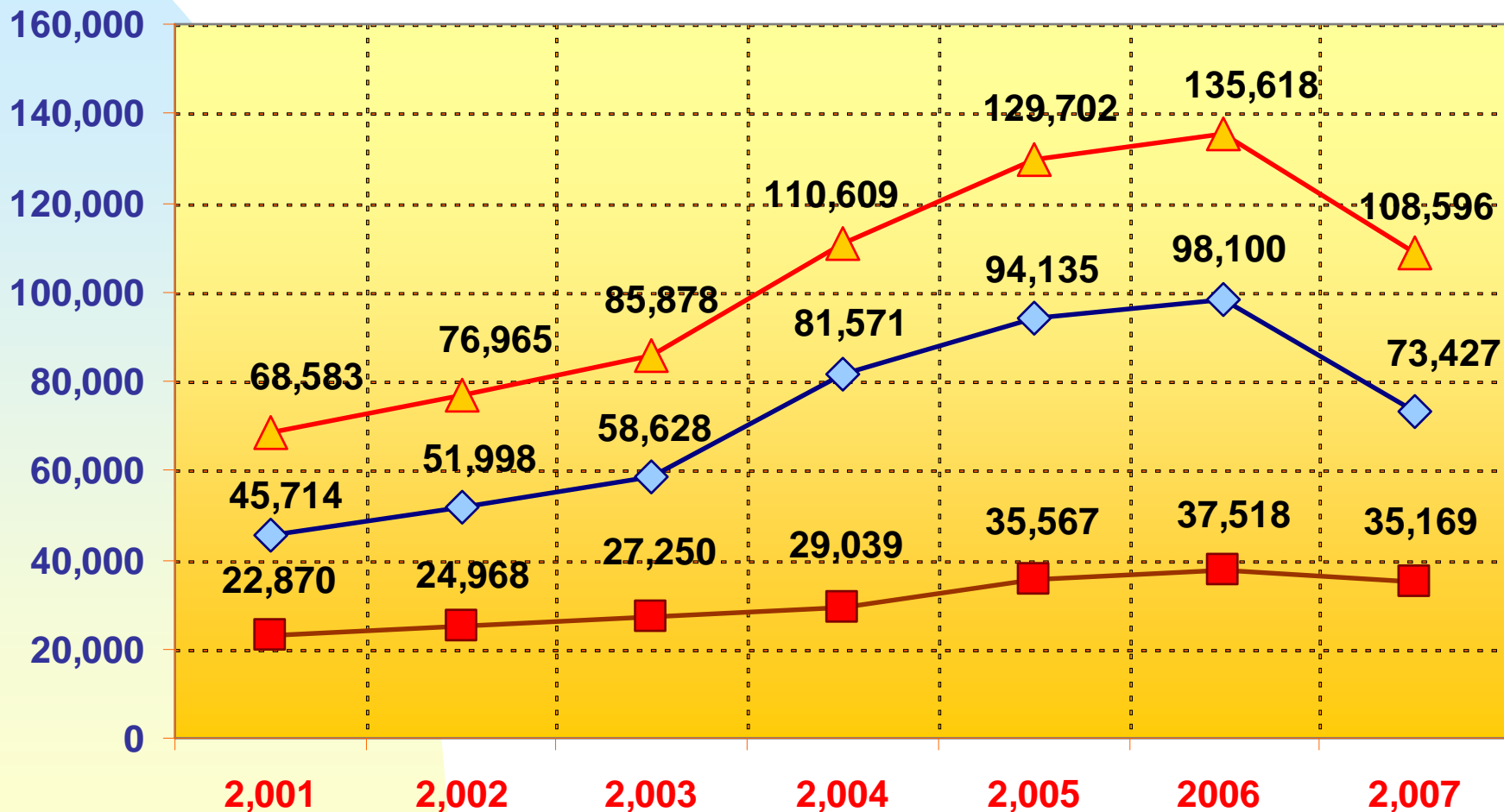
- **Actividad socio-económica generadora de divisas:**
  - ◆ Intensiva en mano de obra.
  - ◆ Efecto multiplicador en la economía.
- **Herramienta para enfrentar la pobreza,**
  - ◆ Zonas rurales y urbano marginales.
  - ◆ Producción artesanal asociada a economía familiar.

# Importancia del Sector en el Perú

- **Elevado potencial de crecimiento**
  - ◆ Creciente demanda en mercados de alto poder adquisitivo
- **En el sector artesanía se encuentran involucrados alrededor de 1 millón de personas.**

# Exportaciones del Sector en el Perú 2000 - 2007

Montos FOB en Miles de US\$



Fuente: ADUANAS  
Elaboración: Propia

—◆— JOYERÍA —■— ARTESANÍAS —▲— TOTAL

# Principales conglomerados

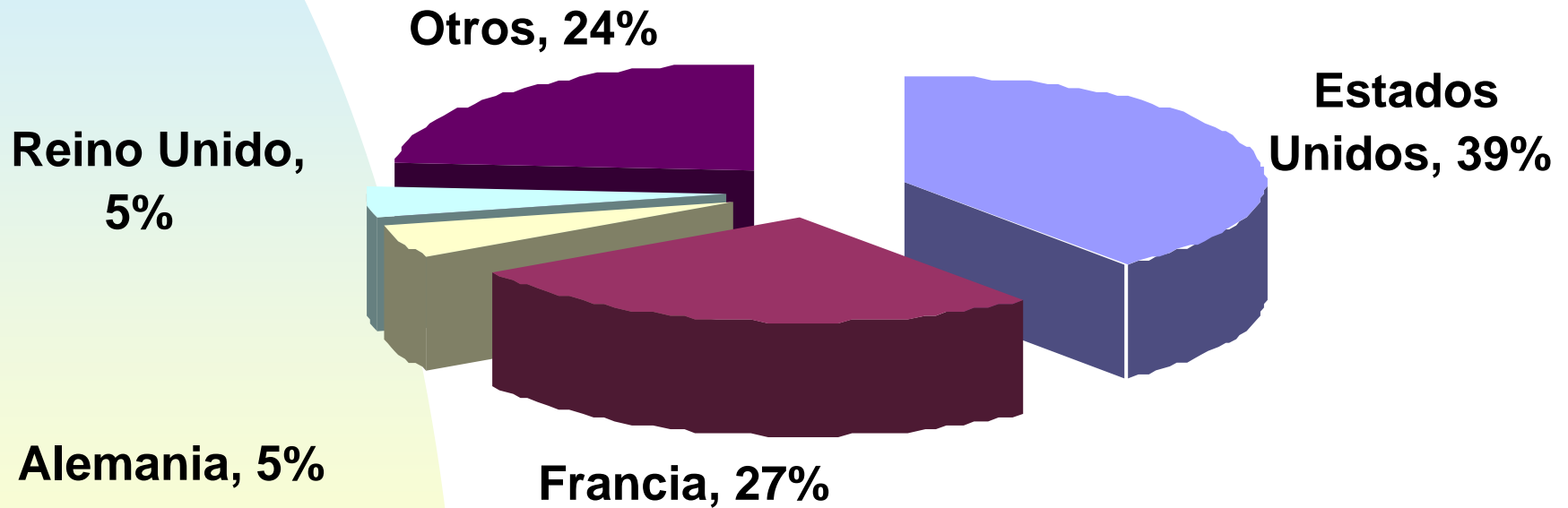




# FODA Joyería de Plata

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"><li>■ Elevada <b>abundancia de plata</b> (1er. Productor mundial).</li><li>■ <b>Tradición</b> milenaria de joyería y orfebrería.</li><li>■ Posibilidades de <b>articulación empresarial</b>. Eslabón minero – joyería.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ <b>Trabas institucionales</b> que no permiten que la abundancia de oferta de plata sea efectiva para el joyero de plata.</li><li>■ Débil <b>capacidad de desarrollo e innovación de diseños</b> en función a tendencias internacionales.</li><li>■ Bajo nivel de <b>acceso y uso de tecnología</b> de punta.</li><li>■ Alto nivel de <b>informalidad</b> en el sector.</li><li>■ Escasa cultura exportadora.</li><li>■ <b>Sobrecostos laborales y tributarios</b> frente a competidores.</li><li>■ Escasa <b>capacidad de gestión</b> de las pymes.</li><li>■ <b>Atomización de la oferta</b> productiva artesanal.</li><li>■ Falta de <b>inversiones en el sector</b>.</li><li>■ Falta de <b>normas técnicas, certificaciones, Marca Perú</b>.</li></ul>
Amenazas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"><li>■ Agresiva <b>penetración de India, Turquía, Tailandia, China y México</b> al mercado internacional.</li><li>■ Mayor <b>capacidad de respuesta</b> de países competidores ante nuevas <b>tendencias</b>.</li><li>■ Propensión de competidores hacia la <b>tecnificación y estandarización de su producción</b>.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Alto <b>potencial de penetración en el mercado de EE.UU. Y la Unión Europea</b>.</li><li>■ Incremento del <b>poder adquisitivo</b> de mujeres trabajadoras en EE.UU.</li><li>■ <b>Preferencias arancelarias</b> en EE.UU., Unión Europea, CAN, Brasil, Chile.</li><li>■ Mayor <b>preferencia por artículos de plata</b> a nivel internacional (crecimiento mundial anual de 12% 01 – 05)</li></ul>

# Exportaciones de Joyería de plata, principales mercados de destino en 2006 (%)

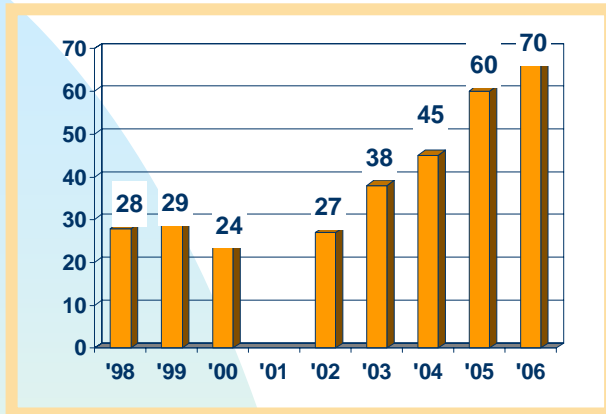




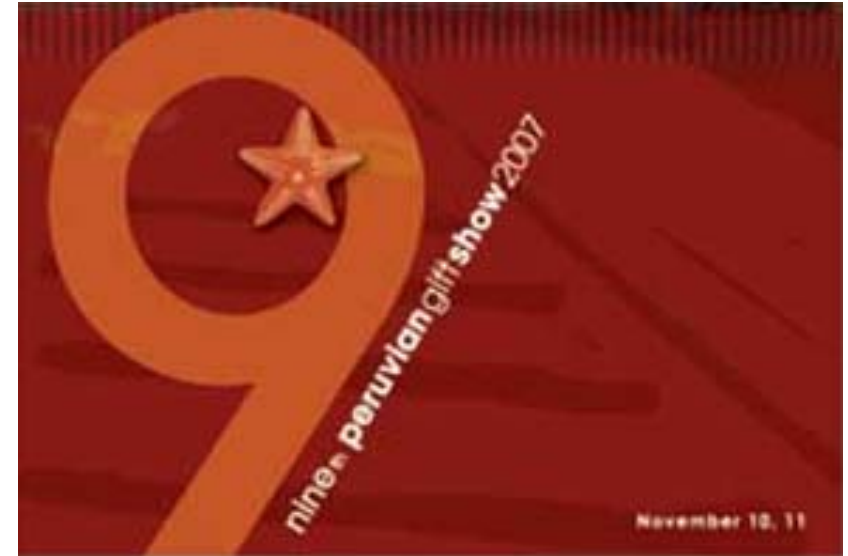
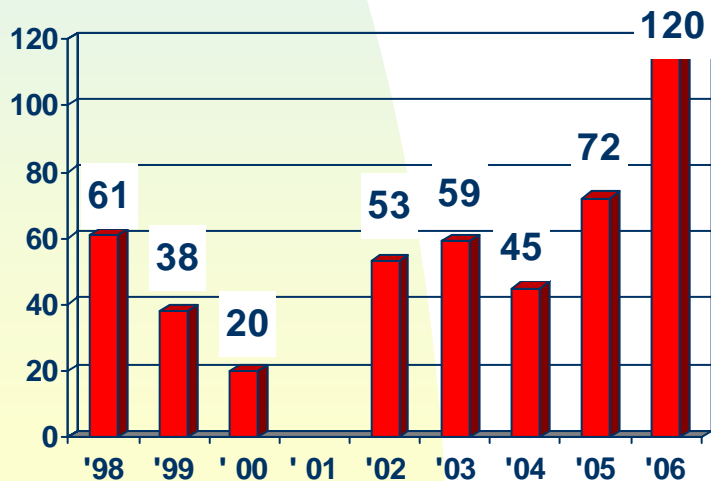
# **Actividades de nuestra institución**

# Peruvian Gift Show

NUMERO DE EXPOSITORES 1998 - 2006



NUMERO DE IMPORTADORES 1998 - 2006



Se estima que hasta la última versión de la PGS se han concretado negocios por un monto aproximado de

**US\$ 32 millones**

# Ferias al Detalle en Iberoamérica

## Dirección Nacional de Artesanías



expoartesanías

Bogotá – Colombia  
06-19 Diciembre 2007 / Anual

Feria Internacional de  
**artesanías**

Córdoba – Argentina  
Abril 2008 / Anual



**FERIA  
INTERNACIONAL DE  
ARTESANIA  
IBEROAMERICANA  
TENERIFE – ESPAÑA  
NOV – DIC 2008  
/ Anual**

**FERIA INTERNACIONAL DE  
ARTESANIA DE LA HABANA  
LA HABANA – CUBA  
DICIEMBRE 2008  
Anual**

*prom*  
**perú**

COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

# Ferias Internacionales de Joyería en Estados Unidos y Europa



Organizador :  
**PROMPERU**  
6 empresas



Organizador:  
**PROMPERU**  
Apoyo: Unión Europea  
6 empresas



Alemania  
15 – 18 Febrero 2008 - Anual

Organizador:  
**PROMPERU**  
Apoyo: Unión Europea  
6 empresas



# Elaboración de Material Gráfico

- ☞ Catálogo de Oferta Exportable del sector de joyería y Artesanía.
- ☞ Directorio de Empresas Exportadoras.
- ☞ Elaborar material de video sobre la joyería peruana y artesanía.

# Principales conglomerados





# Principales conglomerados



# Promover la conformación de grupos de exportación en Lima y regiones:

- ◆ Reunión para elaborar un plan de acción con las empresas participantes en el Peruvian Gift Show.
- ◆ Coordinar y apoyar la relación de mesas de joyería y grupos de exportación en las regiones:
  - ☞ Mesa de joyería en Arequipa.
  - ☞ Mesa de joyería en Junín.
  - ☞ CITE Koriwasi
  - ☞ CITE Catacaos
  - ☞ Mesa de joyería en Cusco.
- ◆ Promover mecanismos de subcontratación.

**Promover la conformación de grupos de exportación en Lima y regiones:**



# Articulación Institucional

- **PROMPERU**
- **Dirección Nacional de Artesanías – MINCETUR**
- **CITEs**
- **Relaciones Exteriores**
- **FONCODES**
- **INPART**
- **ADEX**
- **Gobiernos Regionales**
- **DIRCETUR**
- **ONG´s**
- **Asociaciones artesanales**

# Apoyo a Instituciones

- Trabajo conjunto con el INPART y la Asociación de Exportadores – ADEX.
- Apoyo actividades gremiales.
- Apoyo al Cluster Artesanal de Puno, realizado por el INPART, ENTORNO y ADEX.

- **Componente Desarrollo Oferta exportable**



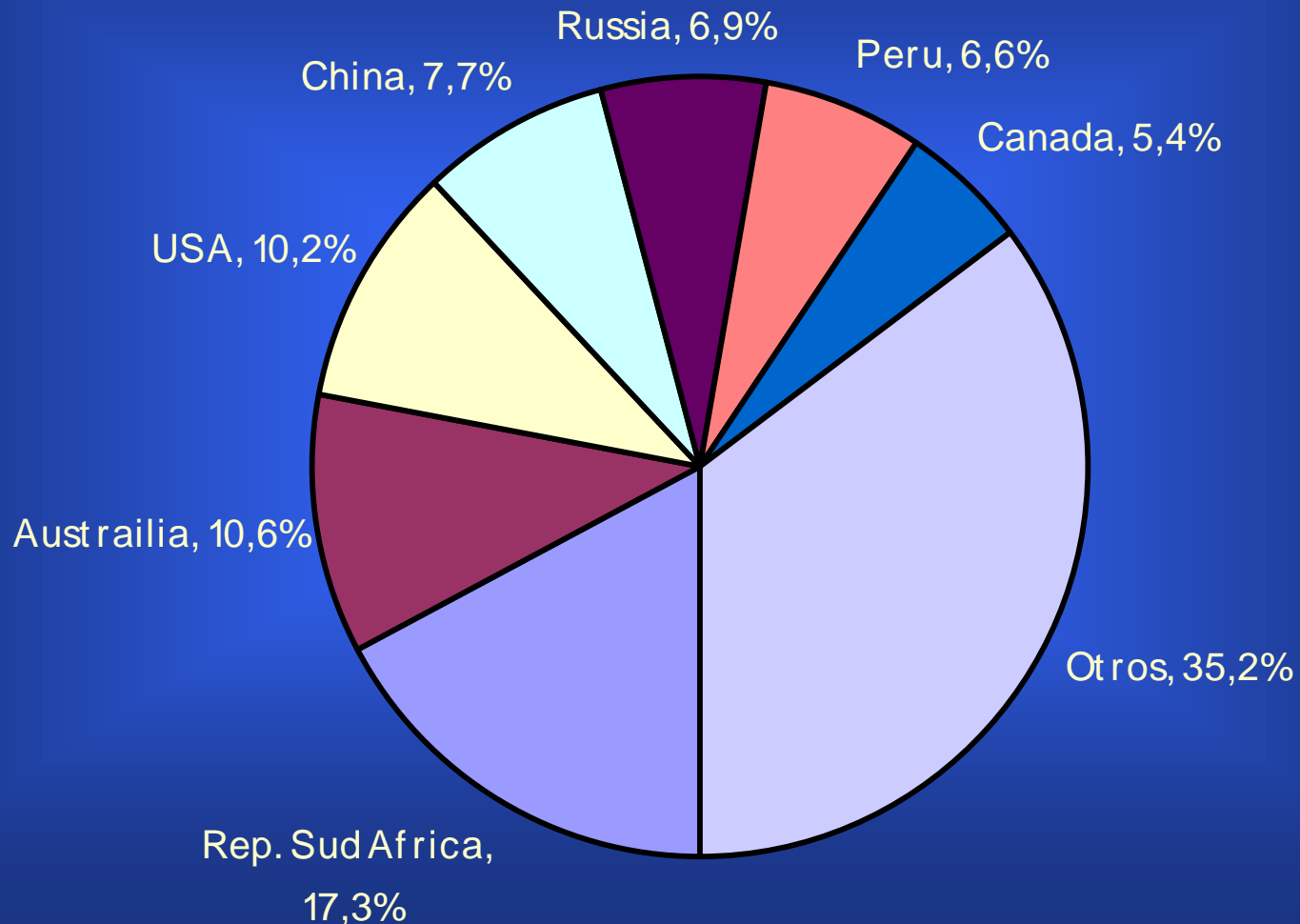
# **MERCADO INTERNACIONAL DE JOYERIA**



# Análisis Global de la Industria



# Produccion del Oro (Global)



**Producción Total ~2,600 toneladas/año**

# Industria Joyera Global

## ■ Oro:

☞ ~\$45-\$50 Billones (“mil millones”), estimados a nivel de Venta Retail

## ◆ Valor agregado:

☞ Como Depósito de valor 30%

## ■ Plata:

☞ ~\$1.5-\$2.0 billones (estimado)

# Principales Productores de Joyería

- Turquía
- India
- Italia
- Tailandia
- China
- República de Sud África

# La Industria de la Joyería en Perú

- Exportación de joyería en oro ~\$95 millones (~98% a los EE. UU.)
  - ◆ Cadenas de Oro y Collares Estilo Cuerda: \$42 millones
  - ◆ Cadenas de Oro y Collares del mismo tamaño y estilo Cuerda: \$41.8 millones
- Principales productores de joyería en oro (>96% exportaciones)
  - ◆ Arin
  - ◆ Minero Metalúrgico Andina
  - ◆ De Oro
- Exportaciones de joyería en Plata: ~\$2.4 millones (~50% USA)
- Principales productores de joyería en Plata ( ~>80% ventas)
  - ◆ ALLPA

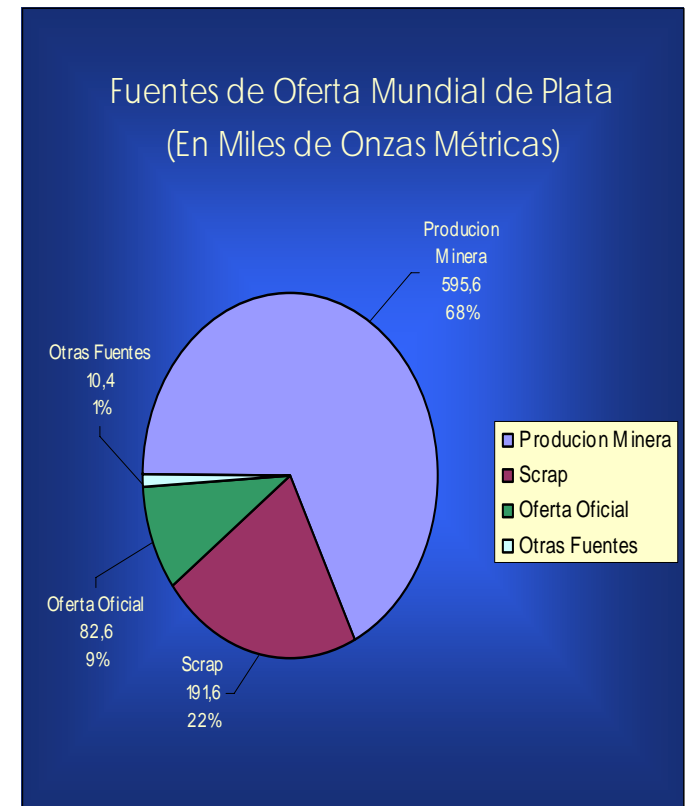


---

# Perspectiva de la Industria de la Plata

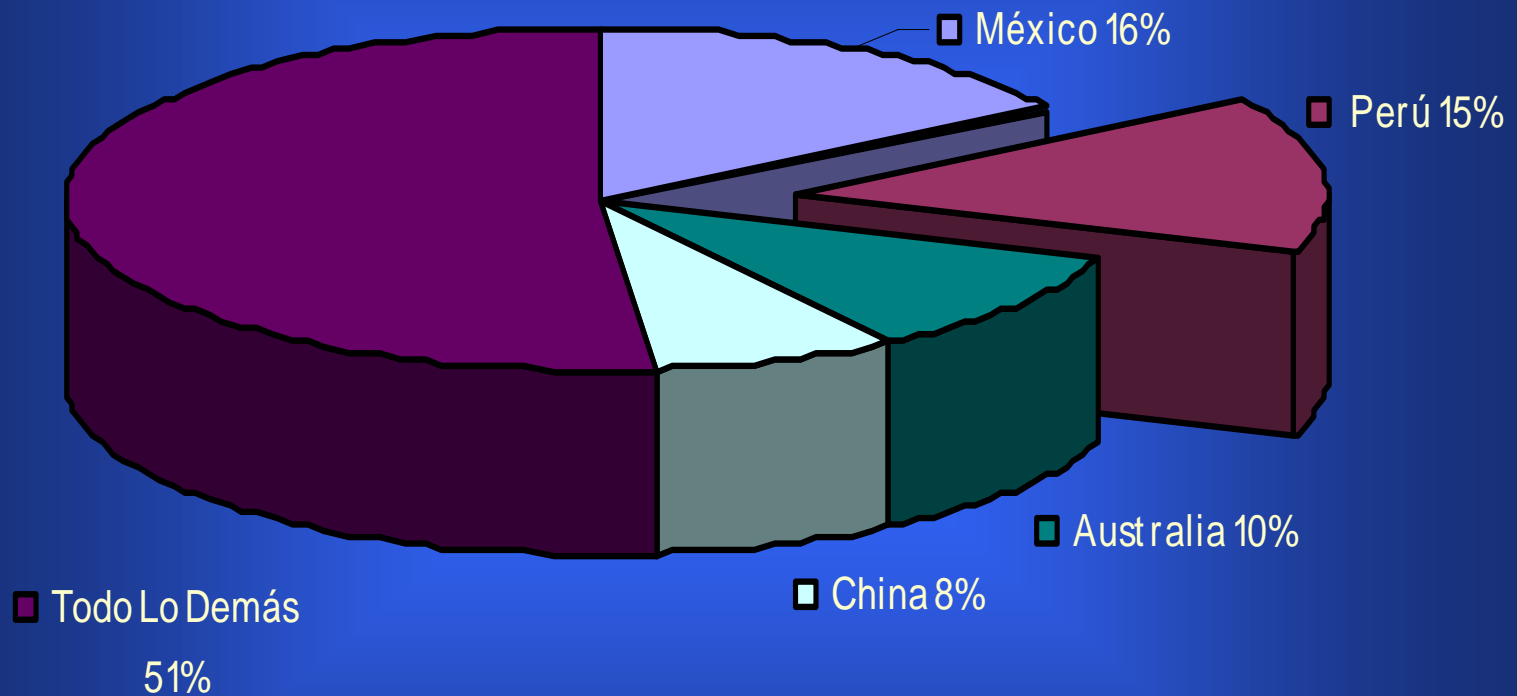
# Oferta Mundial de Plata

- ◆ Oferta Mundial Total de Plata: 880.2 MMoz



# Producción de Plata - Países Claves

595.6 M Moz Total



Mexico, 93.8-M Moz

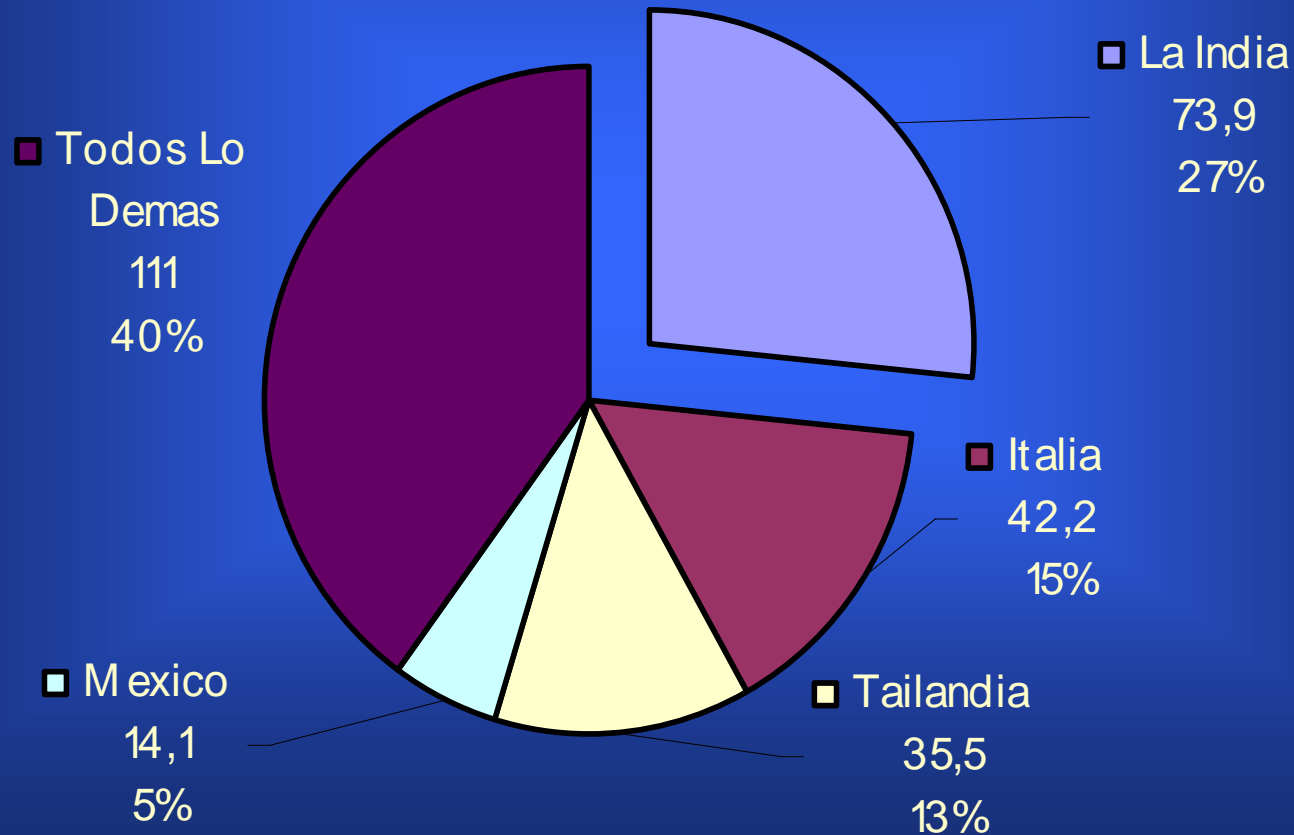
Peru, 89.3-M Moz

Australia, 60.2-M Moz

China, 44.9-M Moz

Todo lo Demas

# Demanda Mundial, Plata para Joyería y Platería (Por País) en MMoz

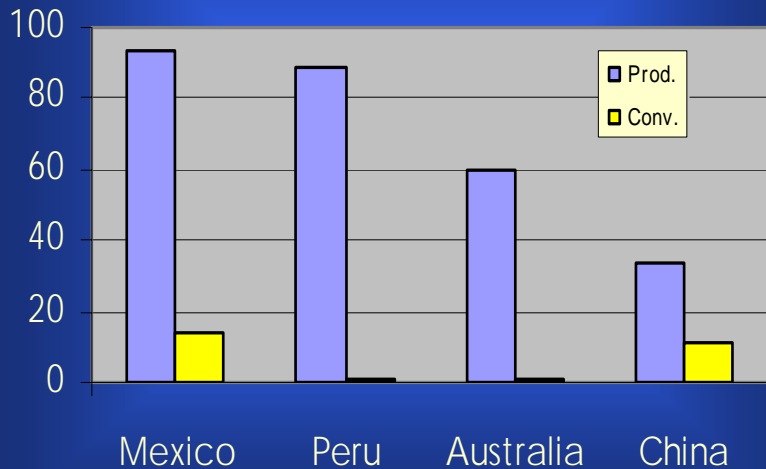


**Consumo Global Total de Plata para Joyería y  
Platería: 276.7 MMoz**

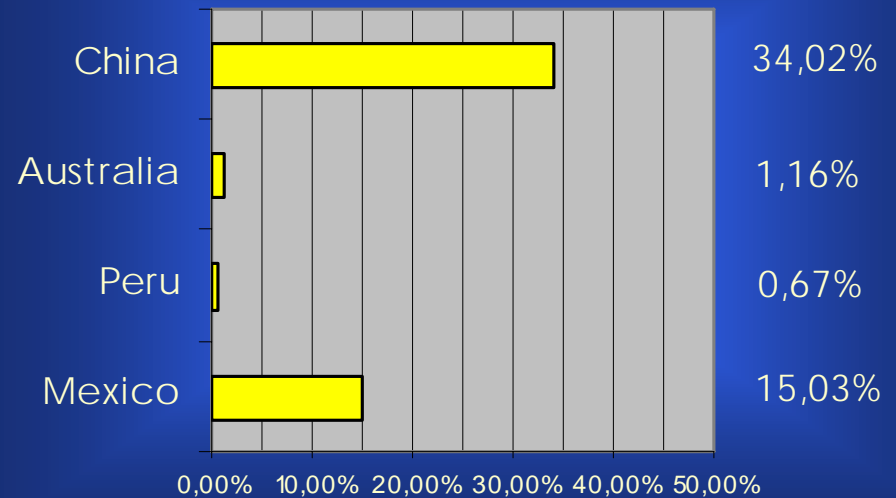


# Comparación de los Mayores Productores y su Consumo para la Fabricación (MMoz)

Materia Prima y "Valor Añadido"  
(MMoz)



Porcentaje de Produccion Convertida



# Mercado de los EE.UU..

- ◆ Demanda Total de Plata de los EE.UU.....: 13.69 MMoz
- ◆ Canal de Distribución para la Joyería de Plata
  - ☞ Tiendas de Joyería Tradicionales
  - ☞ Tiendas por Departamentos (“Grandes Superficies”)
  - ☞ Grandes Comercializadores (como WalMart®)
  - ☞ Venta directa

# Las 4 Principales Canales de Venta EU/USA

“Mass Retailers”

Walmart, Carrefour, KMART, Hipercor



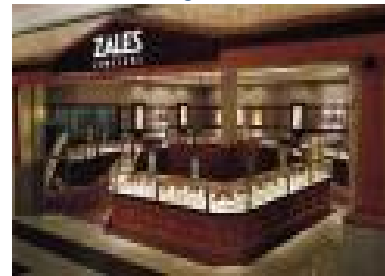
“Tiendas Por Departament o”

Macys, Nordstroms, Corte Ingles

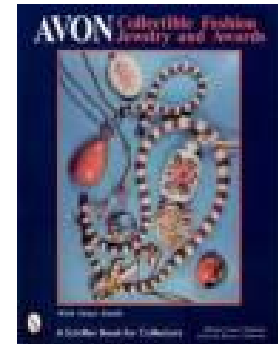


“Joyeros”

Cadena o Particular  
Zales, Kay, o Local



Directo o “no tienda”



approved  
**amazon.com**  
affiliate