



# TALLER DE INTRODUCCION A NEGOCIOS ARTESANIA Y JOYERIA

## TALLER CON MYPES ARTESANALES

Manuel Eguiguren C.



## BREVE VISION DEL MERCADO INTERNACIONAL

- Estadísticas de exportación Mundial de Artesanías
- Principales mercados
- Ranking de exportaciones Peruanas a otros países.
- Exportaciones Munduales
- Principales aspectos de mercado.





# El Sector Artesanía



La UNESCO ha definido el término de artesanía de la siguiente manera:

Producido completamente a mano ó con la ayuda de herramientas manuales, así también como con herramientas mecánicas, siempre y cuando la contribución manual haya sido el componente principal del producto acabado.

# La artesanía a nivel internacional



Se encuentra ubicada dentro del segmento de productos como:

*" Gifts and Home Decor "*

*(Regalos y artículos decorativos para el hogar)*



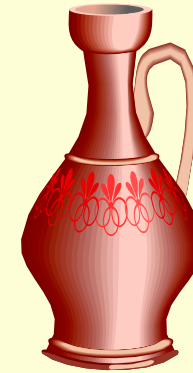


## Perfil del Entorno Comercial y Mercados Potenciales

● Seleccionemos Mercados Potenciales

- Estados Unidos
- Unión Europea
- Otros





Total de importaciones de artículos de regalos,  
accesorios de decoración y artesanías

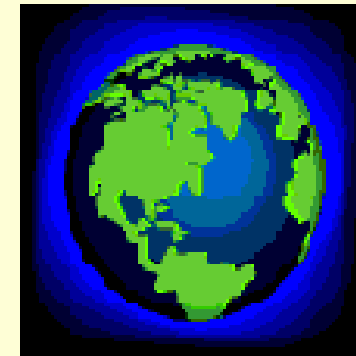
( Handicrafts ) o ( Handmade )  
que ha consumido el Mercado de los Estados Unidos  
- 2009\* -

49% del Mercado Mundial



## Mercado de accesorios para el hogar compra al año más de 50,000 millones de dólares

●	Estados Unidos	49 %
●	Europa	27 %
●	Japón, Asia	11 %
●	Sudamérica	4 %
●	Otros	9 %





# Perfil del Entorno Comercial y Mercados Potenciales



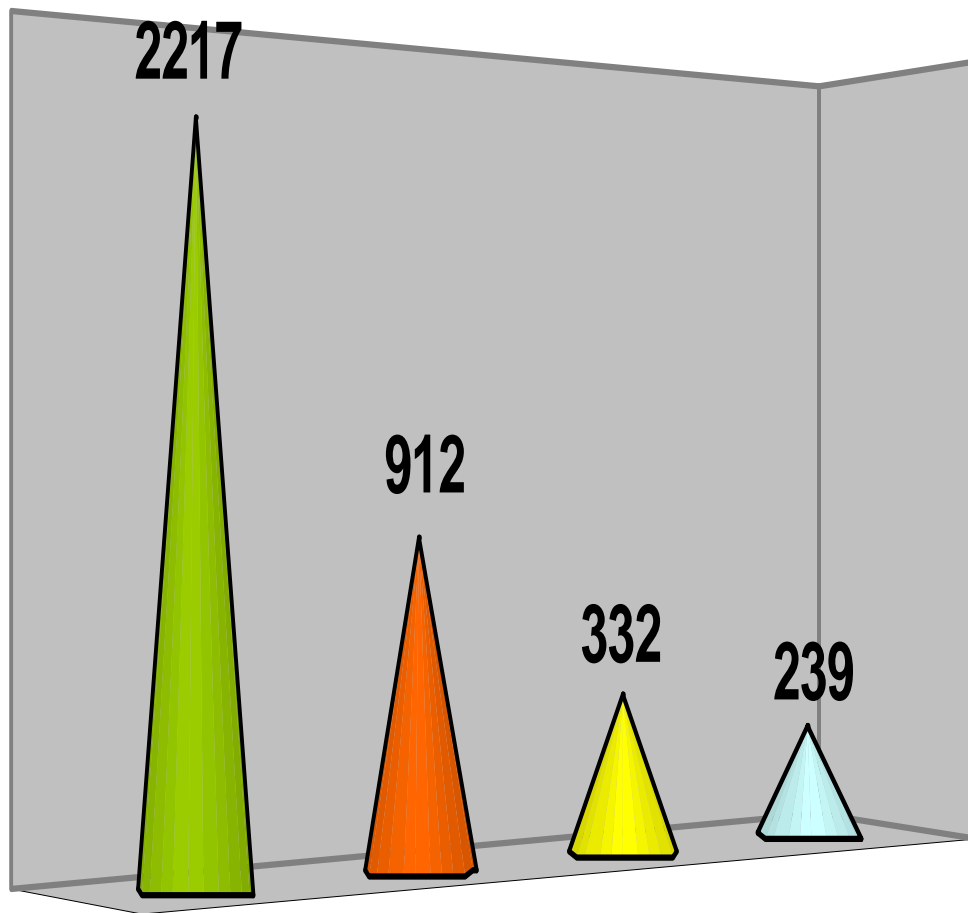
## Mercados Potenciales



- ¿Tenemos ventajas Competitivas?
- ¿Existe Demanda Insatisfecha?
- ¿Existe acceso al mercado potencial?
- ¿Cuál es la intensidad de la Competencia?
- ¿Cuales son los riesgos?







- Norte América USA y Canada
- CEE Comunidad Económica Europea
- Japón y otros Asia
- Australia y otros

## Mercados de Artesanía Tradicional

## Estadísticas de Exportación Mundial de Artesanías

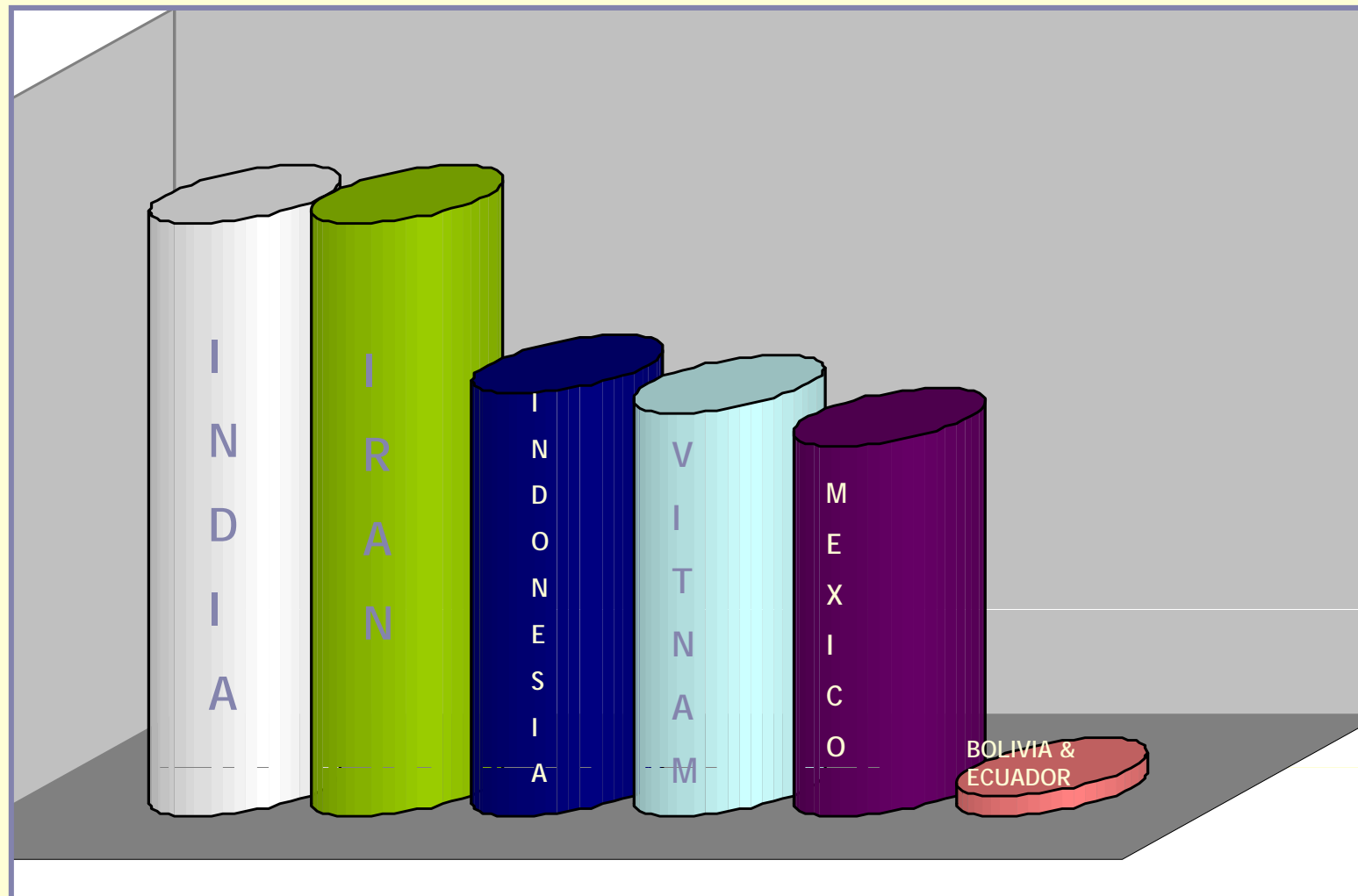


Los siguientes países han suministrado estadísticas de ventas para la exportación de artesanías (2009\*)

● India	1,028.00	millones de dólares americanos
● Irán	1,007.00	millones de dólares americanos
● Indonesia	728,00	millones de dólares americanos
● Vietnam	325,00	millones de dólares americanos
● México	632,00	millones de dólares americanos
● Colombia	37,00	millones de dólares americanos
● Bolivia	25,00	millones de dólares americanos

## Estadísticas de Exportación Mundial de Artesanía

Los siguientes países han suministrado estadísticas de ventas para la exportación de artesanías (2009\*)



# COMPETENCIA INTERNACIONAL

Nuestros principales competidores a nivel país son:



- India, tiene ventajas en variedad de productos
- Irán, tiene ventajas en exclusividad de productos
- Indonesia y Bali son fuertes porque tienen certificación ecológica a nivel país
- Tailandia, su fortaleza está en la calidad y precio de sus productos
- Filipinas, tiene ventaja por tener una oferta exportable consolidada
- México, su fortaleza está en haber desarrollado un programa integral a largo plazo en el fomento y desarrollo de la artesanía mexicana
- Bolivia, es fuerte en Chompas de Alpaca y en la Promoción que ofrece a nivel gubernamental



## COMPETENCIA INTERNACIONAL



¿Por qué ellos venden más que nosotros?





# 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 y precio
- Carencia de diseños adecuados a la demanda
- Ausencia de una estrategia comercial adecuada y sistemática
- 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 del sector
- Aranceles libres en la mayoría de países
- Apoyo del estado en ferias, diseños, 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

# FERIAS INTERNACIONALES



WHOLESALE  
NEW YORK INTERNATIONAL  
GIFT FAIR



# FOB

## TENDENCE - AMBIENTE

### HIGH POINT



# PERUVIAN GIFT FAIR

Creada en  
1998 para  
introducir  
al Perú en  
la cadena  
de  
proveedores  
para el  
mercado de  
accesorios  
para el  
hogar





## PERFIL DEL CONSUMIDOR EUROPEO

Las personas que utilizarán nuestras artesanías se caracterizarán por:

- Tienen aprecio por la cultura
- El Consumidor Europeo es de un nivel socio-económico diverso
- Están a la Búsqueda de Novedades, productos diferentes, que estén a la moda
- Les interesa Mucho y le dan preferencia por lo Hecho a Mano







# *la*Rinascente

**Dirección:**

**Via Santa Redegonda, 3 - Milan, 20121**

**Pagina Web:**

**<http://www.rinascentelistanozze.it>**





**Dirección:**

**Hermosilla, 112 - 28009 Madrid**

**Pagina Web:**

**[http:// www.elcorteingles.es](http://www.elcorteingles.es)**



**Dirección:**

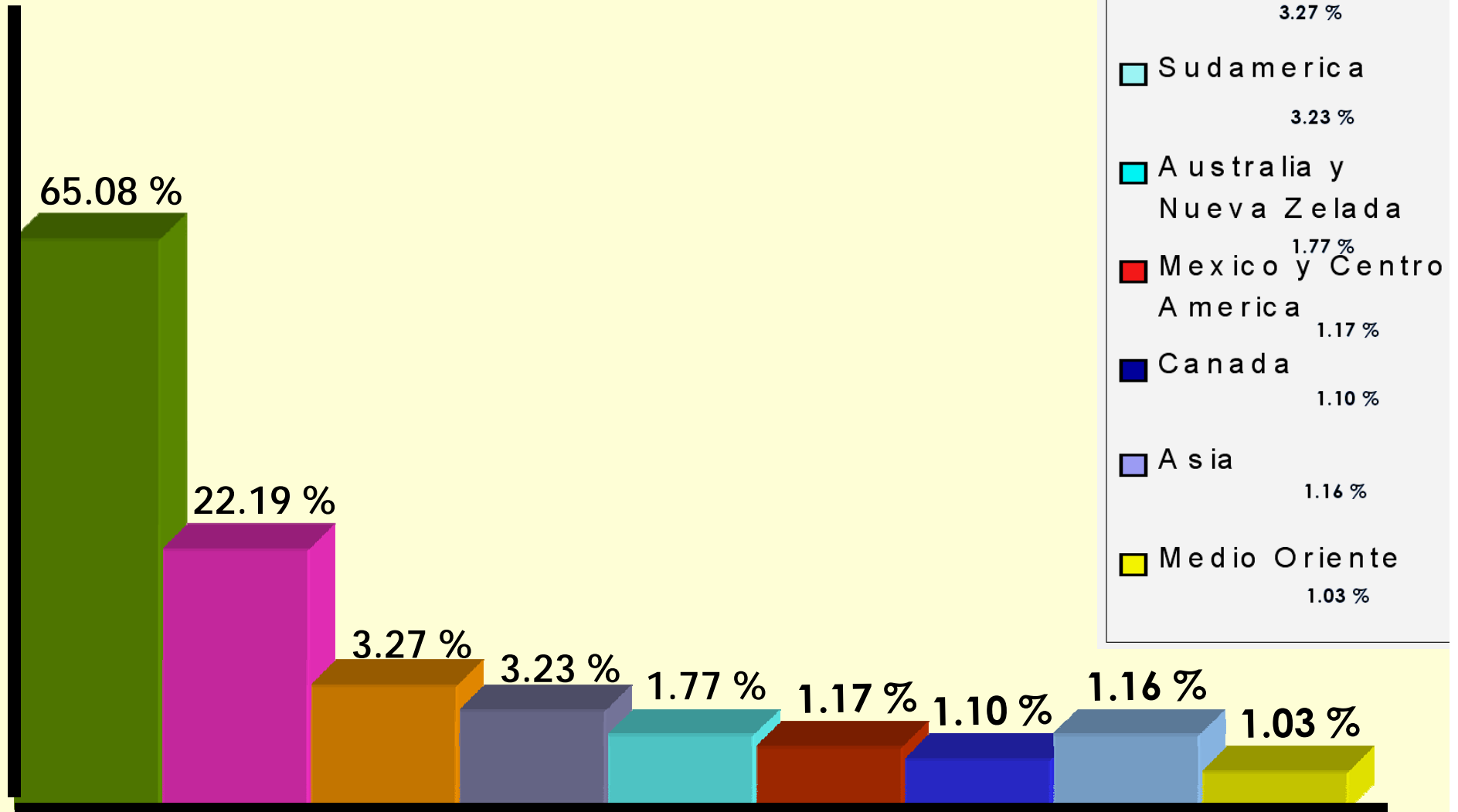
**40 Boulevard Haussmann, 9th  
Arrondissement**

**Pagina Web:**

**[http:// www.galeriesslafayette.com](http://www.galeriesslafayette.com)**

# Ranking de Exportaciones Peruanas

## Por mercado de destino 2009



# A quien dirigir el producto USA





Es importante tener en cuenta:

Un hecho que cambió el Mundo y que influyó directamente en todo lo relacionado al Comercio Internacional, es que después del 11 de septiembre el mundo definitivamente fue diferente.

Cambiaron las costumbres y la gente pasa más tiempo en su hogar, a este fenómeno, la americana Faith Popcorn, una visionaria de las tendencias, lo llamó el efecto “ cocoon”, que simboliza al hogar como el nido, el refugio.



Las personas que utilizarán productos artesanales, así como accesorios para el hogar o artículos de regalo de origen Peruano en USA, se caracterizan por:

Preferencia por el producto Hecho a Mano

- ✓ Buscar productos diferentes a los que ofrece el Asia
- ✓ Nivel socio-económico medio alto
- ✓ Preferencia por las nuevas tendencias de la moda
- ✓ Tener conciencia ecologica para los productos que incorporen este valor

# Que es la Tendencia?



- Es un grupo de ideas hacia un mismo fin
- Son inspiraciones para tomar en cuenta
- Hay muchas corrientes, no solo uno

La clave esta en interpretarlas de una manera personal, no copiarlas.....



# Nuevos estilos de Vida



Los nuevos consumidores prefieren productos útiles e inteligentes, que nazcan de las actuales formas de vida.

# Se impone:



Vida,  
Paz,  
tranquilidad,  
seguridad,  
naturalidad,  
organico

## EL OBJETIVO DE HOY

“Debe tener identidad de origen, pero, ser global  
en funcionalidad y calidad”