

BOLETIN SECTORIAL

ARTESANIAS – JOYERIA Y ORFEBRERIA




Av. Javier Prado Este 2875- San Borja




EDICION
OCTUBRE / NOVIEMBRE 2011

GERENCIA DE MANUFACTURAS


Sra. Eco. Ysabel Segura A.
Gerente de Manufacturas

 : ysegura@adexperu.org.pe
Anexo 4300


Srta. María Julia Castillo
Coordinadora Comités Artesanía – Joyería y
Textil

 : mcastillo@adexperu.org.pe
Anexo 4302

Srta. Sindy Márquez Fox
Coordinadora Comité Químico y Metalmecánica
Gerencia de Manufacturas

 : smarquez@adexperu.org.pe
Anexo 4303

Sr. Ricardo Agama Anduaga
Coordinador Comité Confecciones

 : ragama@adexperu.org.pe
Anexo 4301

Envíe sus sugerencias a:
mcastillo@adexperu.org.pe

EDITORIAL

No cabe duda del fuerte avance económico que nuestro país viene alcanzando en los últimos años, las clasificadoras internacionales de riesgo cada vez nos otorgan mejores puntuaciones y por ende, mejor posición en las escalas de evaluación.

Sin embargo, sentimos que el sector manufacturero exportador aún no llega a alcanzar ni a optimar el fuerte potencial que tiene y que debe ser apuntalado por sus características de encadenamiento productivo, generación de valor agregado y niveles de empleo.

El aprovechamiento de los TLC's que ha firmado el Perú debe ir acompañado de una serie de acciones que permitan al sector manufacturero ser competitivo en el mercado internacional, el aprovisionamiento de las materias primas en precios y tiempos competitivos es de vital importancia, la mejora del tipo de cambio, así como la reducción de los sobre costos laborales, de distribución física y financiamiento requieren ser abordados a la brevedad de manera tal que permitan dar el salto y convertirnos en un país mayoritariamente exportador de productos con mayor valor agregado.

Gerencia de Manufacturas

FELIZ ANIVERSARIO

Y que tengan muchos años más de exitosa gestión

ARIN S.A.

NEW FASHION PERU S.A.

ROCIO SILVER S.A.C.

DISTRIBUIDORA MERCADO E INVERSIONES E.I.R.L.

EN ESTA EDICIÓN:

1. EDITORIAL
2. COMPORTAMIENTO DE EXPORTACIONES SECTOR JOYERÍA - ORFEBRERÍA DE METALES PRECIOSOS
- RANKING POR SUBPARTIDA, EMPRESA Y MERCADOS
3. COMPORTAMIENTO DE EXPORTACIONES SECTOR ARTESANÍAS
- RANKING POR SUBPARTIDA, EMPRESA Y MERCADOS
4. RESULTADOS DE HECHO A MANO PARA HOTELES 2011
5. REPORTES COMERCIALES ELABORADOS POR EL AREA DE INTELIGENCIA COMERCIAL DE ADEX
6. CONOCIENDO A NUESTROS ASOCIADOS: NEW FASHION PERU S.A.

**2. COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR JOYERIA – ORFEBRERIA:
PERIODO ENERO - SETIEMBRE 2011 – Cifras en miles de US\$**
Cuadro n. 1: RANKING DE PRODUCTOS:

Las exportaciones del sector joyería y orfebrería en el período Enero - Setiembre llegaron a los US\$30 millones con una variación de. -5% en comparación al mismo período del año pasado.

Las subpartidas más afectadas fueron 7113190000 ART. DE JOYERIA DE LOS DEMAS METALES PRECIOSOS, INCLUSO REVESTIDOS O CHAPADOS y la 7114119000 ART. DE ORFEBRERIA DE PLATA, LEY <> 0,925.

La subpartida con mejor comportamiento durante estos meses fue:

7114111000: Es la subpartida con el mejor comportamiento, aunque no muy significativo (3% de incremento). Estos productos son exportados principalmente a Ecuador y Chile, la principal empresa exportadora es IDEAS APLICADAS.

N°	#PARTIDA	DESCRIP. ARANCELARIA	VALOR FOB (Miles de US\$)			
			2011	2010	VAR % 2011/2010	PART. % 2011
TOTALES			30,198	31,763	-5%	100%
1	7113190000	ART. DE JOYERIA DE LOS DEMAS METALES PRECIOSOS, INCLUSO REVESTIDOS O CHAPADOS	21,581	23,081	-6%	71%
2	7113110000	ART. DE JOYERIA DE PLATA, INCLUSO REVESTIDA O CHAPADA DE OTRO METAL PRECIOSO (PLAQUE)	7,826	7,901	-1%	26%
3	7114111000	ART. DE ORFEBRERIA DE PLATA DE LEY 0,925	663	647	3%	2%
4	7114119000	ART. DE ORFEBRERIA DE PLATA, LEY <> 0,925	128	134	-5%	0%
5	7114190000	ART. DE ORFEBRERIA DE METALES PRECIOSOS, EXC. PLATA, INCLUSO REVESTIDOS O CHAPADOS	0	0	-	0%

Cuadro N. 3: LAS 5 PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS

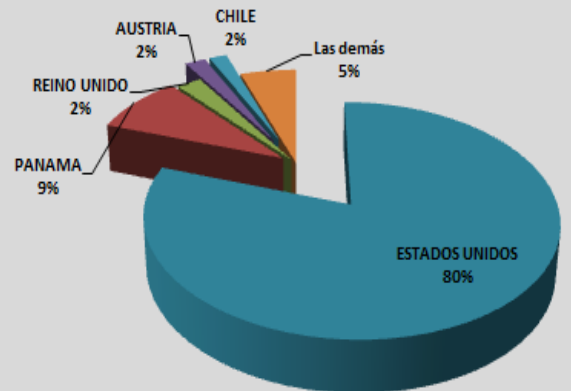
Para este período las 5 principales empresas concentran el 93% de las exportaciones, de estas 5 la que ha tenido el mejor comportamiento en sus exportaciones en cuanto al resultado de su crecimiento es AMANECER TRADING, quien exporta a Panamá y a Estados Unidos.

N°	RUC	EMPRESA	VALOR FOB (Miles de US\$)			
			2011	2010	VAR % 2011/2010	PART. % 2011
TOTALES			30,198	31,763	-5%	100%
1	20100078369	ARIN S A	18,515	18,773	-1%	61%
2	20100727278	DE ORO SA AMANECER TRADING SOCIEDAD	4,048	6,100	-34%	13%
3	20522170675	ANONIMA CERRADA	2,532	1,273	99%	8%
4	20507940910	DESIGNS QUALITY EXPORTS SAC	2,194	2,017	9%	7%
5	20100052131	LINEA NUOVA S A	684	709	-4%	2%
Las primeras 5			27,973	28,872	-3%	93%
Las demás			2,225	2,890	-23%	7%

Cuadro N. 2: LOS 5 PRINCIPALES MERCADOS DE DESTINO

Los 5 principales mercados de destino concentran el 95% del total de las exportaciones, siendo Estados Unidos el mayor comprador con un 80% de participación, mientras que REINO UNIDO ha presentado un incremento de 155% en comparación al año pasado; otro mercado que presenta buen comportamiento es Panamá, al cual hemos incrementado nuestras exportaciones en 76%.

N°	PAIS	VALOR FOB (Miles de US\$)			
		2011	2010	VAR % 2011/2010	PART. % 2011
TOTALES		30,198	31,763	-5%	100%
1	ESTADOS UNIDOS	24,275	25,433	-5%	80%
2	PANAMA	2,589	1,472	76%	9%
3	REINO UNIDO	688	270	155%	2%
4	AUSTRIA	589	525	12%	2%
5	CHILE	504	378	33%	2%
Las primeras 5		28,645	28,078	2%	95%
Las demás		1,553	3,685	-58%	5%

**Los 5 Principales Mercados de Destino: Sector Joyería
Período Enero-Setiembre 2011 / Valor US\$FOB**

LOS 2 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS AL REINO UNIDO


N°	#PARTIDA	DESCRIP. ARANCELARIA	VALOR FOB (Miles de US\$)			
			2011	2010	VAR % 2011/2010	PART. % 2011
TOTAL			688	270	155%	100%
1	7113110000	ART. DE JOYERIA DE PLATA, INCLUSO REVESTIDA O CHAPADA DE OTRO METAL PRECIOSO (PLAQUE)	461	60	666%	67%
2	7113190000	ART. DE JOYERIA DE LOS DEMAS METALES PRECIOSOS, INCLUSO REVESTIDOS O CHAPADOS	188	201	-6%	27%
Las principales 2			648	261	149%	94%
Las demás			40	9	318%	6%

3. COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR ARTESANIAS: PERIODO ENERO – SETIEMBRE 2011

Cuadro n. 4: RANKING DE LOS 5 PRINCIPALES PRODUCTOS

Las exportaciones del sector Artesanías durante los meses de Enero a Setiembre se han incrementado en 8% en comparación al año anterior, los principales 5 productos del ranking tienen una participación en conjunto de 26% del total de las exportaciones, de los cuales la subpartida **6110191090** correspondiente a **Los demás suéteres (jersey), de punto, de las demás lanas y pelos finos** han tenido una variación positiva de 9%, mientras la subpartida **6117100000 Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos similares** ha presentado un comportamiento de -12% estos meses.

N°	#PARTIDA	DESCRIP. ARANCELARIA	VALOR FOB (Miles de US\$)			
			2011	2010	VAR % 2011/2010	PART. % 2011
TOTALES			42,366	39,237	8%	100%
1	4303901000	Demas articulos de peleteria, de alpaca	3,955	3,797	4%	9%
2	6913900000	ARTICULOS PARA ADORNOS DE CERAMICA	2,276	2,124	7%	5%
3	6110191090	Demás suéteres (jerseys), de punto, de las demás lanas o pelos finos	1,856	1,702	9%	4%
4	6110193000	Cardiganes, de punto, de las demás lanas o pelos finos	1,614	1,683	-4%	4%
5	6117100000	CHALES, PAÑUELOS DE CUELLO, BUFANDAS, MANTILLAS, VELOS Y ARTICULOS SIMILARES	1,438	1,626	-12%	3%
Las primeras 5			11,140	10,932	2%	26%
Las demás			31,226	28,305	10%	74%

Fuente: SUNAT/ADUANAS - Elaboración Gerencia de Manufacturas- Data al 03.11.11
Cifras en miles de US\$ dólares

Cuadro N.6: LAS 5 PRINCIPALES EMPRESAS

Durante Enero a Setiembre las 5 principales empresas exportadoras del sector tienen un 19% de participación, siendo KERO DESIGN SAC la que mejor desempeño ha tenido con un 101% de crecimiento.

N°	RUC	EMPRESA	VALOR FOB (Miles de US\$)			
			2011	2010	VAR % 2011/2010	PART. % 2011
TOTALES			42,366	39,237	8%	100%
1	20413770204	ART ATLAS S.R.L.	2,142	1,370	56%	5%
2	20512451480	CY ARTESANIAS TRADING S.A.C	1,805	1,190	52%	4%
3	20101283403	ALLPA S.A.C.	1,613	1,620	0%	4%
4	20341823537	KERO DESIGN S.A.C.	1,470	733	101%	3%
5	20107745948	NAKAYAMA DEL PERU S.A.C.	1,230	788	56%	3%
Las primeras 5			8,260	5,700	45%	19%
Las demás			34,106	33,537	2%	81%

Fuente: SUNAT/ADUANAS - Elaboración Gerencia de Manufacturas- Data al 03.11.11
Cifras en miles de US\$ dólares

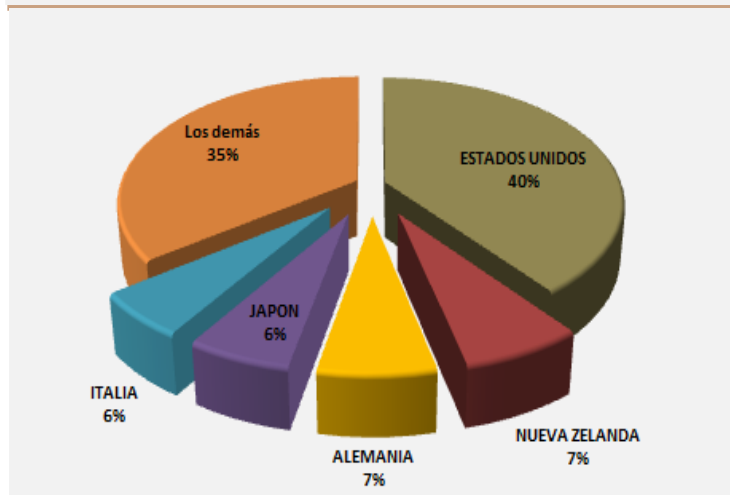
Cuadro N. 5: LOS 5 PRINCIPALES MERCADOS DE DESTINO

El mercado más destacado del ranking es ALEMANIA con 30% de crecimiento, seguido de Japón.

Estos 5 principales mercados: ESTADOS UNIDOS, NUEVA ZELANDA, ALEMANIA, JAPON e ITALIA concentran el 65% de nuestras exportaciones totales y en términos generales han tenido todos un comportamiento positivo en comparación al mismo período el año pasado.

N°	PAIS	VALOR FOB (Miles de US\$)			
		2011	2010	VAR % 2011/2010	PART. % 2011
TOTALES		42,366	39,237	8%	100%
1	ESTADOS UNIDOS	16,745	16,395	2%	40%
2	NUEVA ZELANDA	2,925	2,713	8%	7%
3	ALEMANIA	2,821	2,169	30%	7%
4	JAPON	2,520	2,109	19%	6%
5	ITALIA	2,416	2,364	2%	6%
Los 5 primeros		27,427	25,750	7%	65%
Los demás		14,939	13,487	11%	35%

Los 5 Principales Mercados de Destino: Sector Artesanías
Período Enero – Setiembre 2011 / Valor US\$FOB



LOS 2 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS HACIA ALEMANIA



N°	#PARTIDA	DESCRIP. ARANCELARIA	VALOR FOB (Miles de US\$)			
			2011	2010	VAR % 2011/2010	PART. % 2011
TOTAL			2,821	2,169	30%	100%
1	6110191090	Demás suéteres (jerseys), de punto, de las demás lanas o pelos	618	6	9522%	22%
2	6110193000	Cardiganes, de punto, de las demás lanas o pelos finos	350	3	13476%	57%

4. RESULTADOS HECHO A MANO PARA HOTELES 2011



EXITOSA VERSION DE FERIA HECHO A MANO PARA HOTELES

La satisfacción por esta 3ra versión de Hecho a Mano Para Hoteles fue contundente tanto para visitantes como para expositores, esta feria es relativamente nueva y se está abriendo paso para llegar a convertirse en la vitrina de la gama más destacada de productos peruanos para el sector hospitality y empresarial.

1 MILLON 377 MIL DOLARES
en PROYECCION DE NEGOCIOS
en el período de un año

¡84% de crecimiento!

OFERTA DE EXHIBICIÓN

HMH contó con la participación de más de 30 empresas expositoras que presentaron líneas exclusivas de exhibición en cerámica decorativa y utilitaria, textil, platería, muebles, regalos corporativos, tallado en piedra, vidrio, productos gourmet, entre otros.

Los expositores, que buscaban en esta feria captar nuevos clientes y presentar sus productos y servicios, lograron establecer contacto principalmente con hoteles, restaurants, tiendas de decoración de interiores, boutiques, entre otros.



VISITANTES ESPECIALIZADOS

815 visitantes nacionales e internacionales de importantes cadenas hoteleras.

VISITANTES INTERNACIONALES

¡Empresarios de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Italia, Estados Unidos, Suiza, Francia y España, se hicieron presentes!

- Colombia: Hotel Agua, Hotel Agua Baru y 104 Art Suites.
- Chile: Hotel Casa Higuera, Hotel Boutique Acontraluz, Revista Chef & Hotel y la Asociación de Empresarios Hoteleros.
- Argentina: Aura Suites Boutique Hotel.
- Brasil: Attico Latin American Hand.

VISITANTE NACIONALES

Reconocidas cadenas de hoteleras como Hotel El Libertador, Sonesta Posada del Inca Hotel, Hotel Golf Los Incas, El Polo Apart Hotel & Suites, Hotel Las Dunas, Hotel Roosevelt, entre otros. Proprietarios y representantes de restaurantes entre los que destacan: Señorío de Sulco, Rodrigo, Vivaldi.

Tiendas por departamento como Ripley y profesionales de los rubros de decoración de interiores, arte, arquitectura apreciaron la exclusiva oferta de exhibición presentada por las empresas.

Satisfacción de los visitantes:

- **90% de los compradores internacionales obtuvo los contactos de negocios que esperaba.**
- **100% de los compradores identificó nuevos productos potenciales para su hotel.**
- **80% de los compradores considera que la oferta de exhibición y las empresas expositoras son de excelente calidad.**

INFORMES

Srta. María J. Castillo Mendoza
 Teléfono: 618-3333 anexo 4302 RPC 997547466
 E-mail: mcastillo@adexperu.org.pe
 Web: www.hechoamanoparahoteles.com

Encuétranos también en:



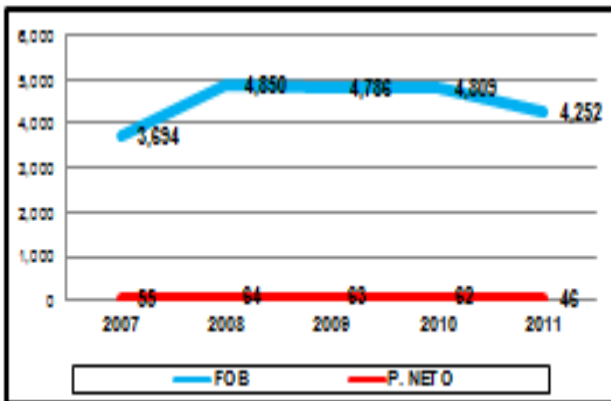
5. REPORTES COMERCIALES ELABORADOS POR EL AREA DE INTELIGENCIA COMERCIAL DE ADEX:

PARTIDA Nº 6110193000: CARDIGANES, DE PUNTO, DE LAS DEMÁS LANAS O PELOS FINOS.

1. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES PERUANAS DE LA PARTIDA 6110193000

Se puede apreciar en el gráfico Nº 1, que las exportaciones del producto en estudio han tenido un crecimiento muy ligero en los últimos 4 años, tanto en valor FOB como en volumen (9% y 4%, respectivamente).

Gráfico Nº 1



*En miles de US \$
Fuente: Aduanas - ADI
Elaboración: Inteligencia Comercial - ADEX.

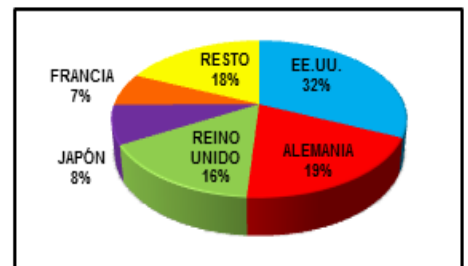
Tabla Nº 1

Partida	Crec. Prom.	Ene-Dic.	Ene-Dic.	Var.	Ene-Ago.
6110193000	2007-2010	2009	2010	09-10	2011*
Valor FOB	9%	4,786	4,809	0.5%	4,252
Peso Neto (TN)	4%	63	62	-2%	46

(* 2011 Enero - Agosto, definitivo.
Fuente: Aduanas - ADI
Elaboración: Inteligencia Comercial - ADEX.



Gráfico Nº 2: MERCADOS DE DESTINO 2010



Fuente: Aduanas - ADT
Elaboración: Inteligencia Comercial - ADEX.

Tabla Nº 2

MERCADO	2009	2010	VAR.	ENE.-AGO.	ARANCEL
			09-10	2011	PARA PERÚ
EE.UU.	1,551	1,527	-1.5%	1,468	0%
ALEMANIA	862	931	8%	848	0%
REINO UNIDO	717	755	5.3%	617	0%
JAPON	260	388	49.2%	174	10.09%
FRANCIA	505	326	-35.4%	374	0%
RESTO	891	882	-1%	771	-
TOTAL	4,786	4,809	0.5%	4,252	-

*En miles de US \$
Fuentes: Aduanas - ADT
Export Help Desk, USITC
Elaboración: Inteligencia Comercial - ADEX.

2. PRINCIPALES MERCADOS DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES PERUANAS

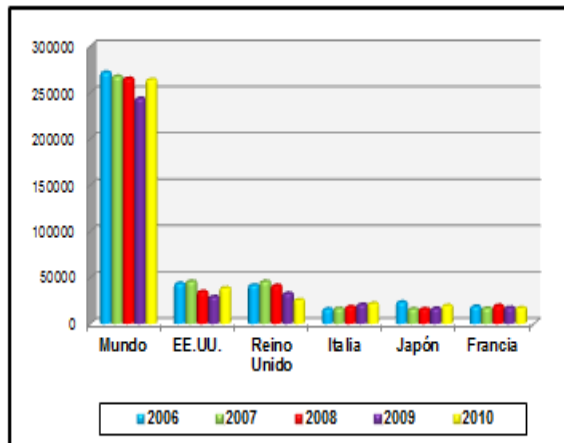
Los principales mercados de destino para la partida 6110193000, durante el 2010, fueron EE.UU., Alemania, Reino Unido, Japón y Francia (como lo muestra el gráfico Nº 2), países que representaron el 82% de las exportaciones peruanas de este producto. De estos países, el que mostro tener un crecimiento mayor de su demanda durante el último año fue Japón (49.2%), esto a pesar de no contar con las mismas preferencias que los demás mercados.

Se debe resaltar que estos países están dentro de los 10 principales importadores mundiales de cardiganes de lana o pelo fino.

3. PRINCIPALES IMPORTADORES MUNDIALES DE LA PARTIDA 611019

Los cinco (05) principales importadores mundiales para la partida 611019 durante el año 2010 fueron EE.UU., Reino Unido, Italia, Japón, y Francia, países que tuvieron una participación de 46% del total de compras mundiales. Según se puede apreciar en el gráfico Nº 3, las exportaciones mundiales de este producto disminuyeron se han mantenido casi en el mismo nivel, pues entre el 2006 y 2010, el crecimiento promedio anual ha sido de 1%.

Gráfico N° 3



Fuente: Cálculos del CCI con base en estadísticas de COMTRADE
Elaboración: Inteligencia Comercial - ADEX.

Tabla N° 3

	Mundo	EE.UU.	Reino Unido	Italia	Japón	Francia
2010 Miles US\$	264101	38494	25673	21664	19495	17148
Cantidad 2010 (TN)	-	634	935	522	247	308
Valor unitario (USD/unidad)	-	60.716	27.458	-	78.927	55.675
Crec. Prom. 2006-2010	1%	-7%	-12%	9%	-3%	-1%
Variación 2009-2010	8%	33%	-21%	5%	19%	-1%
Arancel para Perú	-	0%	0%	0%	10.09%	0%

Fuente: Cálculos del CCI con base en estadísticas de COMTRADE
Elaboración: Inteligencia Comercial - ADEX.

3.1 PRINCIPALES PROVEEDORES DE ESTADOS UNIDOS

EE.UU., que ha sido el mayor importador de cardiganes de lana o pelo fino durante el 2010, tuvo como principal abastecedor a China, que concentró el 70% de las compras hechas por este mercado.

Podemos ver también que Perú figura entre los principales proveedores para este país, creciendo el último año en un 39%.

Tabla N° 3.1

	2010 Miles US\$	Part. 2010	Crec. Prom. 2006-2010	Variación 2009-2010
Mundo	38494	100%	-7%	33%
China	26884	69.8%	-1%	23%
Italia	5373	14.0%	-4%	79%
Perú	2475	6.4%	-14%	39%
Francia	726	1.9%	22%	619%
Hong Kong	551	1.4%	-49%	299%

Fuente: Cálculos del CCI con base en estadísticas de COMTRADE
Elaboración: Inteligencia Comercial - ADEX.

3.2 PRINCIPALES PROVEEDORES DE REINO UNIDO

El principal proveedor de Reino Unido, que en el 2010 fue el segundo importador de la partida analizada, fue también China, con una tasa de participación de 38%.

En general se puede apreciar que la demanda para este producto dentro de este mercado está disminuyendo (12% en promedio anual), con lo que se muestra como un mercado poco atractivo.

Tabla N° 3.2

	2010 Miles US\$	Part. 2010	Crec. Prom. 2006-2010	Variación 2009-2010
Mundo	552496	100%	-12%	-21%
China	328184	38%	43%	-44%
Turquía	96945	17.4%	-16%	70%
Bangladesh	22871	7.5%	-16%	61%
Italia	17800	4.2%	-4%	-44%
Indonesia	15471	3.4%	-40%	-59%

Fuente: Cálculos del CCI con base en estadísticas de COMTRADE
Elaboración: Inteligencia Comercial - ADEX.

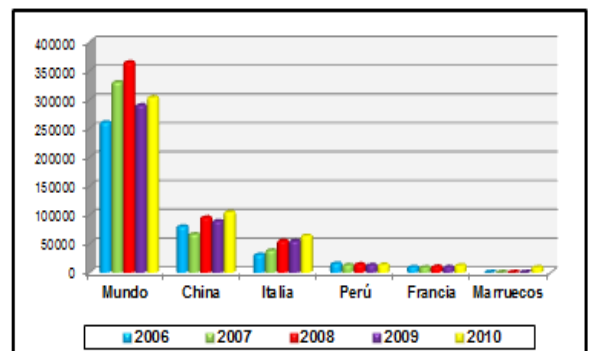
3. PRINCIPALES EXPORTADORES MUNDIALES DE LA PARTIDA 611019

Los principales proveedores mundiales de la partida en análisis durante el año 2010 fueron China, Italia, Perú, Francia y Marruecos, que representaron el 67% del total de las exportaciones mundiales de cardiganes de pelo fino.

Podemos apreciar que China es el gran abastecedor mundial de este producto, con una participación de 34% (al 2010).

Por otro lado, es importante destacar el crecimiento, repentino y de gran magnitud, de las exportaciones de Marruecos durante el último año (10622%).

Gráfico N° 4



Fuente: Cálculos del CCI con base en estadísticas de COMTRADE
Elaboración: Inteligencia Comercial - ADEX.

Tabla N° 4

	Mundo	China	Italia	Perú	Francia	Marruecos
2010 Miles US\$	305559	104872	63886	13792	12713	9114
Cantidad 2010 (TN)	-	1305	381	214	158	32
Crec. Prom. 2006-2010	5%	9%	20%	-3%	6%	364%
Variación 2009-2010	19%	17%	17%	5%	31%	10622%

Fuente: Cálculos del CCI con base en estadísticas de COMTRADE
Elaboración: Inteligencia Comercial - ADEX.

6. CONOCIENDO A NUESTROS SOCIOS: NEW FASHION PERU S.A.



NEW FASHION PERU es una empresa dedicada a la fabricación de joyas en Plata esterlina 925 de primera calidad. Con más de 15 años de éxito en esta gratificante labor de transformar metal de plata en bellos productos de calidad y siempre innovando con nuevos diseños.

Empezaron fabricando cadenas maquinadas con la mejor tecnología y maquinaria Italiana, rápidamente calaron en el mercado con gran aceptación.

Ahora siguen creciendo con gran velocidad debido a que continuamente diversifica, sumando nuevos productos, creativos y siempre con la mejor calidad.

MISIÓN

Con una actitud activa y emprendedora sumada a nuestra fascinación por la transformación de los metales en finas joyas buscamos el perfecto equilibrio para amalgamarlos en un excelente producto. Nuestra misión es seguir creando nuevos productos, nuevos diseños con gran compromiso fabricándolos con orgullo y alegría. En nuestra empresa estamos hechos de un excelente grupo humano, muy comprometido en nuestra labor, todos compartimos nuestro objetivo, calidad e innovación.

VISIÓN

Nuestra empresa tiene como visión ser líder en la fabricación de joyería en el mercado Sudamericano con joyas de excelente calidad, buen diseño y sobre todo con precios competitivos.

**DATOS DE CONTACTO**

Oficina: Prolongación Mariscal D. Nieto # 260. Lima 03 - Perú
Teléfonos: +511 3262078 / +511 3261576 / RPC: 989155309
Ventas: Sra. Amanda Saba.
Email: ventas@nfpjoyeria.com