



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

Dirección de Gestión y
Monitoreo de las Oficinas
Comerciales del Perú
en el Exterior

OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN BEIJING

FICHA MERCADO PRODUCTO (ARTESANÍA)

1. Nomenclatura arancelaria
Adornos o artículos de plata HS code: 71141100
Adornos de madera HS code: 44201011, 4420101120 y 4420101190
2. Denominación o nombre comercial en el país de destino
Adornos o artículos de plata (白银的工艺品 bai yin de gong yi pin)
Adornos de madera (木头的工艺品 mu tou de gong yi pin)
3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)

Certificaciones: Para los adornos de madera, además de los documentos generales, se necesita certificado de fumigación, certificado de origen, certificado de cuarentena de plantas. Adicionalmente, si es un tipo de madera que se encuentra en peligro de extinción, también se debe adjuntar el permiso para exportar especies en peligro de extinción.

Aranceles :

- Adornos o artículos de plata: impuesto de arancel CERO.
- Adornos de madera: impuesto de arancel CERO.

4. Tendencias del mercado

En el mercado chino el comercio de productos de artesanía por sus características de sofisticación y su alto nivel de precio se ubica dentro de la clasificación de productos de lujo. El mercado de artículos de lujo en general estuvo valorizado en 246 billones de dólares para el 2014, habiendo disminuido en un 2% con respecto al año anterior debido entre otros motivos a la desaceleración en la venta de artículos de cuero, relojes y prendas de vestir de hombres. Dentro del mercado de lujo podemos ubicar a la artesanía dentro de las categorías de accesorios de decoración, artículos de joyería y artículos de cuero, el resto de categorías que también comprende este mercado son artículos de vestir de hombre y mujer, zapatos, relojes y cosméticos, permufes y cuidado personal.

Para el consumidor chino de esta categoría es importante adquirir productos dirigidos a un nicho específico de mercado y siempre que se trate de marcas emergentes con estilos propios y únicos. Este enfoque en la individualidad es lo que permite generar atractivo en las piezas de artesanía, que sea auténticas y de contenido singular o único. De acuerdo a una última encuesta en la categoría de productos de lujo, más del 80% de los consumidores afirman que estarían más interesados en marcas y estilos emergentes, asimismo el 44% afirma que continuará comprando en los próximos 3 años productos de estas características.

El gusto de los consumidores chinos en esta categoría de productos está migrando de la auto-expresión hacia la auto-satisfacción. El consumidor sofisticado chino se está inclinando por adquirir productos o servicios que les proporcionen mayor satisfacción y



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

Dirección de Gestión y
Monitoreo de las Oficinas
Comerciales del Perú
en el Exterior

están relegando paulatinamente el conocido deseo por reconocimiento de estatus o poder adquisitivo. Es por ello que empiezan a destinar sus gastos hacia viajes o hacia productos con un significado especial como arte o antigüedades y hacia productos únicos de artesanía que contengan un significado valioso.

Asimismo hay que tener en cuenta que en este nicho de mercado encontramos a un consumidor habituado a realizar las compras de estos productos principalmente a través de dos modalidades. La primera es con ocasión de los diferentes viajes que realiza, donde a través del interés por la cultura y la historia de los lugares que visita es que realiza la compra de diferentes objetos de decoración, de indumentaria o de joyería. La segunda es a través de portales de venta extranjeros, debido a la mayor variedad ofrecida y donde encuentran un menor precio por los mismos productos, comparado al que obtienen comprando en el mercado interno. Este modelo de venta es conocido como “Daigou” y se ha extendido ampliamente en los últimos años debido a la alta demanda de productos de lujo extranjeros, motivo por el cual a partir del 2016 el gobierno chino determinó colocar límites a la compra de productos extranjeros para consumo personal en portales internacionales, con la clara intención de frenar este canal e incentivar la oferta a través de canales de venta al interior de China.

Con respecto a la ubicación de este nicho de mercado en el territorio de China, podemos indicar que de acuerdo al reporte de riqueza Hurun del 2014, el cual señala que habían en China 1.09 millones de millonarios y 67,000 super ricos para el 2013, es posible concentrarlos geográficamente en tres provincias, estando Beijing en el primer lugar, con 192,000 millonarios y 11,300 super ricos, seguido por Guandong, con 180,000 millonarios y 10,000 super ricos, y Shanghai con 159,000 millonarios y 9,100 super ricos.

5. Estacionalidad de la producción local

China es reconocida en el mundo por ser uno de los principales productores de artesanía y su fama se ha debido en gran parte a sus atractivos diseños étnicos, finos materiales en base a arcilla china y una excelente mano de obra. China junto con India concentran una importante proporción de la producción de artesanía en el mundo, sin embargo es China quien logra totalizar el 30% de la producción mundial de artesanía.

Sin embargo, es ampliamente conocido también que debido a la amplia demanda de sus productos ha venido recurriendo a la mecanización para la producción de su artesanía, la cual actualmente es vista por muchos especialistas como de uso excesivo para la fabricación de estas piezas. La mayor parte de la artesanía proveniente de China es producida por máquinas y el trabajo manual se limita a los retoques finales en cada pieza, lo cual constituye una de las principales razones para el bajo precio que se le otorga a estos productos. En términos del establecimiento de empresas, son las empresas privadas de origen chino y las empresas de capitales extranjeros las que dominan la industria de la manufactura de artesanía en China, la cual se viene desarrollando de manera intensiva en la producción en masa de sus productos gracias al uso de tecnología.

Las exportaciones de artesanía china en categorías claves como vidrio y sus manufacturas, cerámicas y lámparas y luces festivas, se han venido incrementando a altas tasas. Asimismo, la demanda de productos relacionada a la categoría de lámparas y luces festivas, cerámicas y productos decorativos se ha incrementado en el mercado mundial en los últimos 4 años.

6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos / aeropuertos)

44201011 Volumen de ingreso 2015	Puerto Shanghai	162,204 USD
	Puerto Tianjin	66,942 USD
	Puerto Huangpu	47,646 USD
	Puerto Chengdu	15,796 USD
	Puerto Guangzhou	11,372 USD

71141100 Volumen de ingreso 2015	Puerto Shanghai	1,054,483 USD
	Puerto Beijing	1,017,664 USD
	Puerto Zhengzhou	79,190 USD
	Puerto Guangzhou	50,799 USD
	Puerto Dalian	27,962 USD

7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores).

El principal canal de comercialización de los productos de artesanía son las tiendas físicas en centros comerciales de lujo. Estas se constituyen como una vitrina de exhibición de estos productos y de generación de una experiencia directa con el cliente que les permite comunicar de manera óptima la historia, el significado y el mensaje de cada una de las piezas de artesanía que se expenden. Se ofrece también a través de este canal un ambiente exclusivo para el cliente que permite generar una experiencia de compra excepcional e busca introducirlo hacia un estilo de vida más internacional.

Si bien el canal de venta por internet está bastante desarrollado en China, las empresas de esta categoría de productos se muestran todavía renuentes a incursionar en este canal por dos motivos principales. El primero es la pérdida de la experiencia directa con el cliente y como consecuencia la pérdida del valor en la transmisión del significado de las piezas, lo cual finalmente es determinante para la compra. El segundo es el riesgo al que se expone la empresa dada la falta de garantías para asegurar la autenticidad de sus productos, con lo que las empresas prefieren evitar el riesgo de copia de sus productos por parte de otras empresas.

8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

Dirección de Gestión y
Monitoreo de las Oficinas
Comerciales del Perú
en el Exterior

- Calidad y autenticidad del producto, que sea un producto con un alto grado de elaboración manual que permita ofrecerlo como pieza única y que al mismo tiempo mantenga un nivel de calidad bastante aceptable.
- Significado y valor del producto, que sea un producto con una historia definida sobre su origen y significado, el cual debe expresarse claramente en las características físicas del producto.
- Seguridad de un abastecimiento permanente y de calidad, se debe garantizar al cliente un abastecimiento continuo de los productos y una óptima entrega de los productos hacia sus almacenes.

9. Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)

No hay presencia de productos peruanos en esta partida.

10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.

- Visibilidad en redes sociales como Weibo a través del contacto con Bloggers, con quienes se puede realizar convenios para la mención o el auspicio de los productos. Lo cual ha resultado uno de los métodos más efectivos para la promoción de esta categoría de productos de alto valor adquisitivo y dirigido hacia un nicho de mercado.
- Apertura de showrooms temporales en hoteles de lujo en alianza con empresas peruanas que busquen incursionar en el mercado chino.
- Instalación de un "corner" de exhibición de artesanía peruana en una institución china.
- Establecer un mecanismo de cooperación con una feria o evento del gobierno chino para la exhibición de artesanía peruana.



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Despacho Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

Anexo de Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg, otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
<p>Jing dong: http://www.jd.com/pinpai/11935-115011.html</p>	<p>pieza</p>	<p>20 – 900 USD por unidad</p>	<p>Tailandia, Dinamarca</p>	<p>Junio 2016</p>	<p>Joyas artesanales</p> 	



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Despacho Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

<p>http://item.jd.com/1951384625.html</p>	<p>pieza</p>	<p>75 USD</p>	<p>Italia</p>	<p>Junio 2016</p>	<p>Joyería de marca famosa, diferentes formas de uso, cada pieza es única</p>  <p>乔贝拉进出口贸易有限公司代理的意大利著名首饰品牌“ESTER BIJOUX”（艾比丘）创立于1990年，所开发的植物首饰系列在世界首饰界独树一帜，自成一家。用纯手工三天时间，将天然叶子、种子、花朵、贝壳上镶嵌24K金和925银，将大自然与华贵金属融为一体，秀成“大自然与人类的精诚之作”。天下没有一片树叶是相同的，华丽大气，匠心独运，与众不同，将大自然永恒地定格，使一片片树叶和一颗颗种子转化为具有生命力和个性的首饰品，将天地间的纯净永久保存。</p>	 <p>全球购 乔贝拉意大利首饰 艾比丘 金叶子 纯手工天然海星贝壳镶嵌 24K金/925银 银色大号</p> <p>价格 ¥488.00</p> <p>颜色 <input checked="" type="checkbox"/> 银色 <input type="checkbox"/> 金色</p> <p>数量 <input type="text" value="1"/></p> <p>加入购物车</p>
<p>http://item.jd.com/1809966434.html</p>	<p>pieza</p>	<p>368 USD</p>	<p>Tailandia</p>	<p>Junio 2016</p>	<p>Adorno</p> 	 <p>泰域 手工雕刻木质家居饰品实木雕花板特色进口东南亚木雕壁挂件</p> <p>京东价: ¥2392.00 (降价通知)</p> <p>配送至: 北京市朝阳区三环到四环之间 有货 运费支付运费230元</p> <p>服务: 由 泰域家居官方旗舰店 从广东深圳市发货, 并提供售后服务。</p> <p>白条分期: 30天免息 ¥797.33*3期 ¥398.67*6期 ¥205.31*12期 ¥111.63*24期</p> <p>加入购物车</p> <p>温馨提示: 支持7天无理由退货</p>



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Despacho Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

<p>Jing Dong: http://item.jd.com/1810014956.html</p>	<p>pieza</p>	<p>1247 USD</p>	<p>Tailandia</p>	<p>Junio 2016</p>	<p>Artesanía hecha totalmente a mano</p> 	
<p>JD: http://item.jd.com/10345794046.html</p>	<p>pieza</p>	<p>207 USD</p>	<p>Indonesia</p>	<p>Junio 2016</p>		



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Despacho Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

<p>JD: http://item.jd.com/1478669100.html</p>	<p>pieza</p>	<p>1567 USD</p>	<p>Indonesia</p>	<p>Junio 2016</p>	<p>Diseño fino y moderno</p>  <p>工艺品顶部展示 纯手工雕刻精工制作的珍稀纯象，加以优化的设计，彰显浪漫与自然。 Beautiful hand carved, make you delude one to fully reflect elegant classical art, filled with modern healthy life.</p>  <p>工艺品雕刻展示 立体雕刻，精致细腻，凹凸有致，处处表现出与众不同的高贵与气质。</p>  <p>底座展示 底座！主体的依托，造型有层次、比例协调，重心稳定，整体感强！ Beautiful hand carved, make you delude one to fully reflect elegant classical art, filled with modern healthy life.</p>	 <p>柚皇 装饰品 家居摆件 木雕工艺品 实木雕刻 海豚D2 实木工艺品 手工雕刻 印尼原装进口</p> <p>京东价: ¥10200.00 (降价通知)</p> <p>配送至: 北京海淀区四环到五环之间 <input type="checkbox"/> 有货 免运费</p> <p>服务: 由 柚皇家具旗舰店 从北京发货, 并提供售后服务。</p> <p>白条分期: 30天免息 <input type="checkbox"/> ¥3400×3期 <input type="checkbox"/> ¥1700×6期 <input type="checkbox"/> ¥875.5</p> <p>1 <input type="button" value="加入购物车"/></p> <p>温馨提示: 1. 支持7天无理由退换货</p>
---	--------------	-----------------	------------------	-------------------	--	--