



ESCUELA DE POSGRADO

TESIS

**DESARROLLO DE MERCADOS PARA
LA EXPORTACION DE ARTESANIA,
CIUDAD DE IQUITOS, 2020**

**PARA OPTAR EL GRADO DE
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

MARAZA TORRES NATHALY

ASESOR: LIC. SALVADOR CALDERON FERREIRA

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE MERCADOS Y
TERRITORIOS**

**Iquitos – Perú
2020**

DEDICATORIA

A mi Dios por haberme dado una divina familia que me apoya y me anima a seguir confiando en mí, para mi superación profesional y personal, y continuar con mi pasión siempre con sacrificio y humildad.

Y a todos los involucrados por haber confiado y creído en mis sueños para conseguir esta investigación.

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

El presidente del Comité de Ética de la Universidad Científica del Perú - UCP

Hace constar que:

La Tesis titulada:

**“DESARROLLO DE MERCADOS PARA LA EXPORTACION DE ARTESANIA,
CIUDAD DE IQUITOS, 2020”**

De los alumnos: **MARAZA TORRES NATHALY**, de la Escuela de Posgrado, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **5% de plagio**.

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que estime conveniente.

San Juan, 16 de diciembre del 2020.



Dr. César J. Ramal Asayag
Presidente del Comité de Ética - UCP

ACTA DE SUSTENTACIÓN



UNIVERSIDAD
CIENTÍFICA
DEL PERÚ

ESCUELA DE
POSGRADO

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Directoral N° 033-2021-UCP-EPG, del 27 de febrero de 2021, se autorizó la sustentación para el 13 de marzo de 2021.

Siendo las 18.00 horas del día 13 de marzo de 2021 se constituyó de modo no presencial el Jurado para escuchar a través del programa virtual ZOOM, la presentación y defensa del Informe Final de Tesis **DESARROLLO DE MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN DE ARTESANÍA, CIUDAD DE IQUITOS, 2020.**

Presentado por:

MARAZA TORRES NATHALY

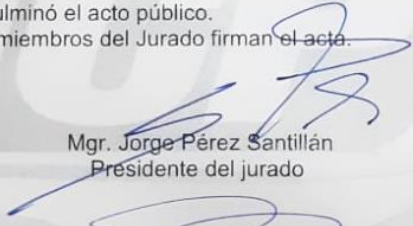
Para optar el grado académico de Magister en Administración

Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:

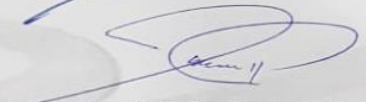
La sustentación es: **APROBADA POR UNANIMIDAD**

A las 19.52 horas culminó el acto público.


En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acto.



Mgr. Jorge Pérez Santillán
Presidente del jurado



Mgr. Juan Pio Flores Tang
Miembro del Jurado



Mgr. Magaly García Vilchez
Miembro del Jurado

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Hoja de antiplagio.....	iii
Acta de aprobación.....	iv
Índice de contenido.....	v
Índice de tablas.....	vi
Índice de figuras.....	vii
Resumen.....	1
Summary.....	2
CAPÍTULO I: Marco teórico.....	03
1.1. Antecedentes del estudio.....	03
1.2 Bases teóricas.....	06
1.2.1 Sector de artesanía.....	06
1.2.2 Desarrollo de mercados de exportación.....	12
1.3 Definición de términos básicos.....	16
CAPÍTULO II: Planteamiento del problema.....	19
2.1 Descripción del problema.....	19
2.2 Formulación del problema.....	22
2.2.1. Problema general.....	22
2.2.2. Problema específico.....	22
2.3 Objetivos.....	22
2.3.1 Objetivo general	22
2.3.2 Objetivos específicos.....	22
2.4 Hipótesis.....	23
2.4.1 Hipótesis general.....	23
2.4.2 Hipótesis específicas.....	23
2.5 Variables.....	24
2.5.1 Identificación de las variables y operacionalización.....	24

CAPÍTULO III: Metodología	25
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	25
3.2 Población y muestra.....	26
3.3 Técnica, instrumento y procedimiento de recolección datos.....	26
3.4 Procesamiento y análisis de datos.....	27
CAPITULO IV: Resultados de la investigación	29
4.1 Exportaciones de artesanía desde el mercado peruano	29
4.2. Mercados externos por productos de artesanía	34
Conclusiones.....	40
Recomendaciones.....	41
Referencias bibliográficas.....	42

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Partidas arancelarias de productos artesanías exportadas desde la región Loreto.....	16
Tabla 2. Partida arancelaria, producto de artesanía: MARIPOSAS E INSECTOS DISECADOS.....	17
Tabla 3. Partida arancelaria, producto de artesanía: CANASTAS FRUTERAS.....	17
Tabla 4. Clasificación de la Unión Europea producto de artesanía: CANASTAS FRUTERAS, partida 4602199000.....	18
Tabla 5. Artesanos por líneas de artesanía, comparativo Perú y Loreto, a diciembre 2019.....	21
Tabla 6. Variables, indicadores e índices del tema de estudio.....	24
Tabla 7. Prueba de validez de constructo del instrumento de recolección de datos.....	26
Tabla 8. Importación mundial de artesanía, total, periodo 2015 – 2019...	31
Tabla 9. Exportación mundial de artesanía, total, periodo 2015 – 2019...	31
Tabla 10. Exportación de artesanía desde Perú, total, periodo 2015 – 2019.....	32
Tabla 11. Exportación de artesanía desde Loreto, total, periodo 2015 – 2019.....	32

ÍNDICE DE FIGURAS

Página.

Figura 1. Los productos en la artesanía, clasificación general, Perú	07
Figura 2. La mano de obra en la artesanía, Perú.....	08
Figura 3. La artesanía como parte de la estrategia del turismo, Perú.....	10
Figura 4. Desarrollo de mercado: como internacionalización y diversificación, Perú.....	13
Figura 5. Desarrollo de mercados para la artesanía, posicionamiento, Perú.....	14

RESUMEN

Desarrollo de mercados para la exportación de artesanía, ciudad de Iquitos, 2020

Nathaly Maraza-Torres

El objetivo es describir el comportamiento de las exportaciones de productos artesanales, y determinar el grado de concentración de los mercados de exportación, con potencialidad para Loreto. La metodología comprendió revisión de data histórica, según registro de SUNAT,

Los resultados señalan una actividad pequeña, entre el 0.039% y el 0.028% respecto del total del país. El comportamiento decreciente en valor, -13% en el periodo del 2015 al 2019. Alta concentración de las exportaciones de artesanía en 10 principales productos, 89.07% en el año 2015, y se mantiene en el 2019, 89.98%. Respecto a los mercados por tipo de producto por partida arancelaria se tiene diversos niveles de concentración de mercados en los cuatro productos de artesanía analizados. En uno de ellos, partida arancelaria 4202320000, la concentración de los 10 principales mercados crece significativamente, va del 73.46% en el 2015 al 92.07% en el año 2019. En otro de ellos, partida arancelaria 4420100000, la concentración de los 10 principales mercados se reduce significativamente, va del 80.25% en el 2015, al 67.23% en el año 2019. La exportación desde la región Loreto a través de la aduana de Iquitos, es nula, no registra ningún año.

Palabras claves: artesanía, grado de concentración y mercados, oportunidades para los negocios.

SUMMARY

Development of markets for the export of handicrafts, city of Iquitos, 2020.

Nathaly Maraza-Torres

The objective is to describe the behavior of exports of artisan products, and determine the degree of concentration of export markets, with potential for Loreto. The methodology included a review of historical data, according to the SUNAT registry,

The results indicate a small activity, between 0.039% and 0.028% of the total for the country. The decreasing behavior in value, -13% in the period from 2015 to 2019. High concentration of handicraft exports in 10 main products, 89.07% in 2015, and remains in 2019, 89.98%. Regarding the markets by type of product by tariff heading, there are different levels of market concentration in the four handicraft products analyzed. In one of them, tariff heading 4202320000, the concentration of the 10 main markets grows significantly, going from 73.46% in 2015 to 92.07% in 2019. In another of them, tariff heading 4420100000, the concentration of the 10 main markets it is significantly reduced, going from 80.25% in 2015 to 67.23% in 2019. Exports from the Loreto region through the Iquitos customs are null, it does not record any year.

Keywords: crafts, degree of concentration and markets, business opportunities.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes del estudio.

Llanos Rodríguez y Tirado Tello (2015), en su tesis *Análisis de las exportaciones de artesanías de la región Loreto, periodo: 2009 – 2013*, tienen como objetivo analizar el nivel de exportaciones de artesanías de Loreto en el periodo 2009 - 2013.

Consideró como marco poblacional todas las exportaciones de artesanías de la región realizadas en el periodo de tiempo, registradas en SUNAT- ADUANAS y SERPOST de Loreto como jurisdicción de salida.

Concluye que, las exportaciones de artesanía de la región Loreto durante el periodo 2009 – 2013, mostró un comportamiento variable, por ejemplo, el año 2010 creció 77.37% en relación al año anterior; en el año 2011 fue negativo, -35.46%, para luego volver a crecer moderadamente en el año 2012, 5.64%; y cerró el año 2013 con un comportamiento negativo, -39.84%.

Finalmente, respecto a los países de destino de las exportaciones de artesanía de la región Loreto, tres de ellos concentran el 76.92% de los envíos, siendo el principal Estados Unidos con el 60.04% del total. Esta situación es de alto riesgo, pues si uno de ellos entrara en crisis, tal como sucedió en año 2008 con Estados Unidos, afectaría negativamente las cifras de exportación.

Canal Baca y Mamani Suarez (2017), en su tesis *Potencialidades y limitaciones para la exportación de joyas de plata en las micro y pequeñas empresas productoras del Cusco – 2016*, tienen como objetivo conocer las potencialidades y limitaciones para la exportación de joyas de plata en las micro y pequeñas empresas productoras de la ciudad.

La población de estudio fue de 27 micro y pequeñas empresas dedicadas a la producción y exportación de joyas de plata en la ciudad del Cusco.

Concluyen que, las micro y pequeñas empresas productoras de joyas de plata para la exportación poseen alto nivel de potencialidades (92.6%), siendo las más representativas, el hecho de ser Perú un país joyero por tradición, la experiencia laboral en joyería que tiene su población, la producción con diseños étnicos con raíces culturales tradicionales, y la existencia de una mano de obra calificada y barata para la producción de joyas, y finalmente los empresarios son creativos y emprendedores.

Finalmente, las micro y pequeñas empresas productoras de joyas de plata para la exportación tienen un alto nivel de limitaciones (77.8%), como la reducida experiencia en mercadeo y comercio internacional, la limitada capacidad financiera y la escasa capacidad gerencial que tienen en la conducción de sus empresas.

Mariaca Canaza (2018), en su tesis *La innovación empresarial en el desarrollo de la exportación de artesanía textil de la región Puno, periodo 2014*, tiene como objetivo analizar el efecto de la innovación empresarial en el desarrollo de las empresas de artesanía textil para la exportación de sus productos desde la región.

Su muestra poblacional estuvo conformada por 655 empresas legalmente constituidas; no todas ellas se dedicaron a la exportación de sus productos, solo 15 empresas se dedicaron a la exportación de sus productos textiles de fibra de alpaca.

Concluye que, el número de empresas de artesanía textil que exportaron en el año 2014 descendió en el orden del 11.76% en relación al año 2012. El 58.35% de las empresas no aplican técnicas de innovación; el 87.50% no realizó el análisis estratégico de su empresa. Asimismo, el 59.78% califican como empresas competitivas, en el 58.31% de estas empresas, sus gerentes no se capacitaron, y el 52.72% no participaron en ferias de artesanía.

Valverde Paredes y Zuoleta Sánchez (2016), en su tesis *Oportunidad de Negocios en el Mercado Canadiense para incentivar las*

Exportaciones Peruanas de Artesanía de Cerámica producida en la Región Cajamarca, periodo 2017-2021, plantea como objetivo determinar las características del mercado de Canadá como mercado para las exportaciones peruanas de artesanía de cerámica producida en la región.

El tipo de investigación es descriptiva; con una población y muestra constituida por todas las exportaciones de artesanía de cerámica, desde Perú hacia este mercado.

Concluye, que, el mercado de Canadá cuenta con las características cualitativas y cuantitativas favorables que lo hacen un mercado de oportunidad comercial para incentivar las exportaciones de la artesanía de cerámica producida en Cajamarca.

Ochoa Zuloeta (2018), en su tesis *Plan de negocios para la exportación de bufandas a base de algodón nativo al mercado de estados unidos de la Asociación Huaca de Barro del distrito de Morrope, 2017 – 2022*, tiene como objetivo proponer un plan de negocio para la exportación de bufandas con el insumo señalado.

Su muestra poblacional estuvo conformada por todos los trabajadores de la Asociación de Artesanos del territorio señalado, 12 trabajadores.

Concluye que, las asociaciones percibidas como competencia son Arbolsol, Romero, la Colorada en Morrope. Elaborar una bufanda con diseño requiere de dos días, y en cada día de seis horas de trabajo, con un total de 12 horas, y un día y medio sin diseños. Su ventaja competitiva es la diferenciación en diseños de bufanda, y hechas a mano en el telar de cintura. El precio de venta en el museo de una bufanda es de 50 soles y en ferias es de 70 soles, el precio en Morrope es de 25 a 30 soles,

Finalmente, Estados Unidos ha importado del mundo 8,697 toneladas con la partida de bufandas, Canadá y Alemania 7, 072 y 5,064 toneladas respectivamente. El mercado seleccionado según el Método Screening, que combate la selección adversa del mercado de destino, recomienda exportar a Estados Unidos.

1.2 Bases teóricas.

1.2.1 Sector de artesanía.

Hay sectores económicos grandes en un país, cuyo estudio requiere de dividirlos en subsectores, más específicos, para lograr mayor conocimiento de su grado de fragmentación, nivel de competitividad, regulaciones vigentes en ella, oportunidades y riesgos presentes.

El turismo tiene diversos subsectores, entre ellos la artesanía. Su análisis se inicia con conocer la cadena de valor, desde la fase productiva hasta la fase de entrega al cliente, en el mercado local o en el mercado externo. De modo particular, se analizan los productos que ofrecen, la mano de obra necesaria para realizar las actividades, la tecnología utilizada en los procesos productivos, los segmentos de mercado que atienden, las empresas que las generan, etc.

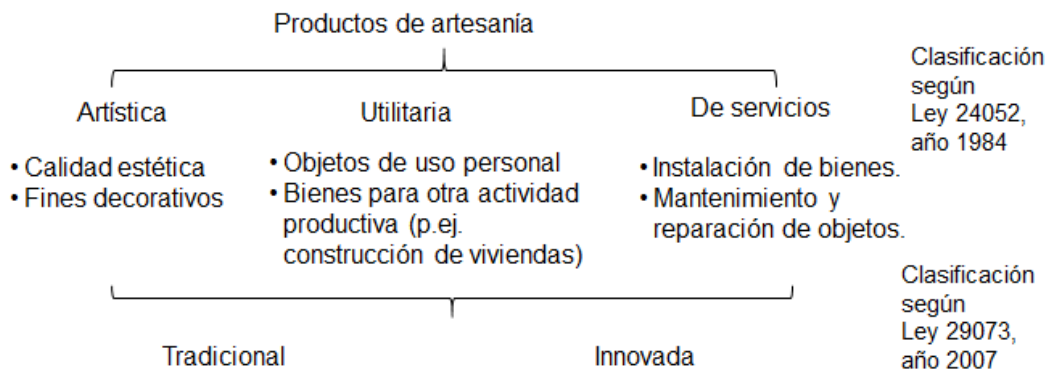
Referente a los productos que se ofrecen en el subsector artesanías son diversos en formas, tamaños y destinos de uso. La clasificación de estos productos ha variado en el tiempo.

Una primera clasificación general comprendía bienes, artísticos y utilitarios, y servicios de instalación, mantenimiento y reparación de objetos (Ley 24052, 1984, **Ley de Promoción Artesanal**).

Los servicios ya no son comprendidos en una segunda clasificación, y solo considera a los bienes, artísticos y utilitarios agrupados por su esencia tradicional o innovado (Ley 29073, 2007, **Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal**).

Figura 1

Los productos en la artesanía, clasificación general, Perú



Elaboración: la autora

Respecto a las materias primas para la elaboración de los productos, estas se obtienen de la naturaleza, y por lo tanto su uso intensivo puede generar problemas ambientales.

La UNESCO (1997) ha manifestado esta preocupación sobre las materias primas en la actividad de artesanía y ha señalado que deben proceder de fuentes sostenibles:

"[...] Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente."

El factor trabajo para elaborar estos productos tiene predominio de la labor manual, resultado del conocimiento o habilidad de algún arte u oficio, que puede realizarse en el domicilio del artesano o fuera de él (título preliminar, Ley 24052, 1984, Ley de Promoción Artesanal).

También se entiende al factor trabajo como aquella que realiza la elaboración y producción totalmente a mano o con ayuda de herramientas,

incluso apoyado en medios mecánicos, siempre y cuando el valor agregado principal sea el compuesto por la mano de obra directa y esta continúe siendo el componente más importante del producto acabado, empleando materias primas de la zona de origen y que se identifiquen con un lugar de producción (art. 5, Ley 29073, 2007, Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal).

Las características del trabajo de la mano de obra son importantes para definir planes de capacidades, desde el pensamiento sustentado en la cultura predominante en el territorio donde vive, hasta el conocimiento que debe tener de los rendimientos y riesgos del uso de las materias primas de la región.

Los productos de artesanía son el resultado en la capacidad creativa del autor (artesano). Esta capacidad le permite elaborar productos totalmente diferenciados y en muchos casos únicos en el mercado,

Figura 2

La mano de obra en la artesanía, Perú



- Pensamiento en la cultura, tradiciones
- Creatividad en el diseño del producto
- Trabajo en casa
- Aprendizaje, primero en familiares
- Uso de las manos
- Complementariedad de herramientas
- Materias primas de la zona de origen

Fotografía tomada de: <http://dibujosa.com/dibujosgratisapp.php>

Elaboración: la autora

El Estado promueve la protección de la creatividad del artesano a través de la protección de la propiedad intelectual con las regulaciones respectivas.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, a través de los gobiernos regionales, emite una constancia de autoría artesanal como medio probatorio de su autoría, características de originalidad y fecha de creación, y en determinados casos sellos de conformidad. Indecopi otorga la denominación de origen de la obra artesanal.

El Estado trabaja en políticas para lograr mayores capacidades en el trabajo en la artesanía- En el año 2020 el Mincetur a través de la Dirección General de Artesanía, lanzó el nuevo ciclo de talleres gratuitos “Jueves del Diseño Artesanal”, los cuales tienen como objetivo promover la innovación en el desarrollo de la artesanía peruana. Esta iniciativa busca que los artesanos, diseñadores, instituciones educativas y actores relacionados al sector artesanal, aprendan a innovar sus productos considerando las nuevas tendencias y diseños que el mercado demanda a nivel nacional e internacional.

Los productos están agrupados en 16 líneas, clasificados por la materia prima utilizada y el producto final. Hay una correlación entre la abundancia y disponibilidad de materia prima en un territorio y el producto final predominante en la oferta del mercado. Por ejemplo, las shicras (bolsas hechas con fibra vegetal), en la región Huánuco; las bolsas y hamacas (hechas con hojas de la palmera chambira) en la región Loreto.

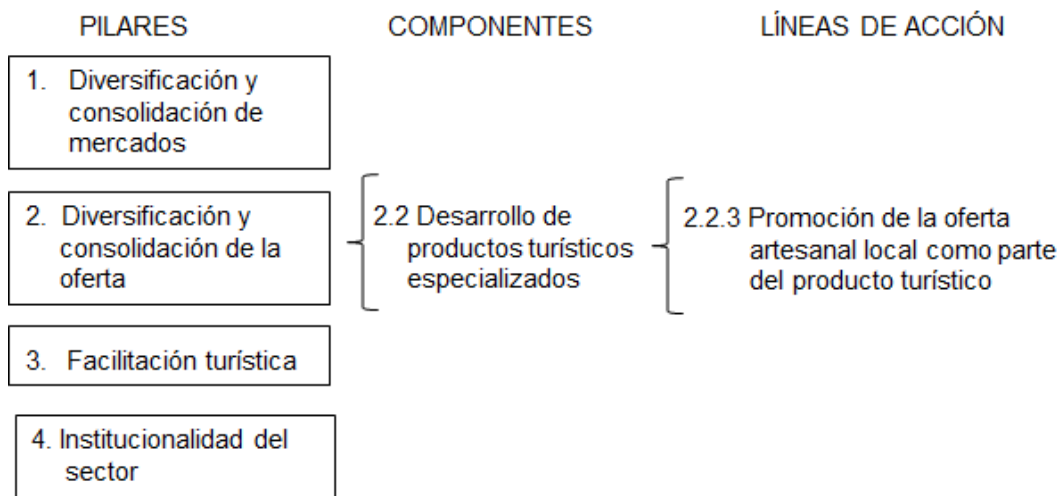
Se han elaborado diversas acciones por parte del Estado para promover el desarrollo de la artesanía. UNESCO busca recompensar a los artesanos-creadores (mediante el Premio UNESCO de Artesanía 1990-2005¹, con el fin de estimular la creación de productos de calidad e incitar a los artesanos a la comercialización de los productos artesanales en el mercado internacional.

¹ Creado en 1990 y atribuido por región. En el 2006, es reemplazado por el Programa Sello de Excelencia, creado por Unesco y la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN).

En Perú, diversos planes estratégicos se han elaborado. El Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025 (PENTUR 2025) ha definido 4 pilares, y componentes para cada uno de ellos, y sus respectivas líneas de acción. De modo específico, la línea de acción 2.2.3 promueve la oferta de artesanía de cada localidad.

Figura 3

La artesanía como parte de la estrategia del turismo, PENTUR 2025, Perú



Fuente: Mincetur, Pentur 2025
Elaboración: la autora

El Estado realiza actividad de promoción de la actividad artesanal orientada por los lineamientos estratégicos, entre estos el acceso a mercados, con énfasis en los externos (art. 14, Ley 29073, 2007, Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal):

- a. Promover la actividad artesanal impulsando la inversión privada y el acceso al mercado interno y externo de este sector. La mejor producción no se venderá sino se tiene los canales para acceder a cada mercado.
- b. Fomentar el uso de normas técnicas para el mejoramiento de la calidad y competitividad de los productos artesanales. Los mercados de destino de los productos son exigentes en cuanto al cumplimiento de su normatividad.

- c. Propiciar la articulación, cooperación y asociatividad de los diferentes agentes que intervienen en el sector artesanal. Para llegar al mercado final, participan diversos agentes con sus respectivos roles, y esto tiene mayor importancia cuando los mercados son externos y mas distantes.
- d. Promover la permanente capacitación del artesano, estimulando el desarrollo de las aptitudes y habilidades que incrementen su potencial creativo, técnico y económico.
- e. Fomentar y difundir, en el sector artesanal, el uso y aplicación de la regulación relativa a la propiedad intelectual.
- f. Promover una cultura de conservación y sostenibilidad del medio ambiente en los procesos productivos de la actividad artesanal.

PromPerú y MINCETUR (2008) elaboraron *La Guía Artesanal Turística del Perú*, en la que mostraron la artesanía peruana como un conjunto de bellos objetos hechos a mano. Resalta las manos de los artesanos, crean productos que llevan mensaje de generación en generación, y revelan las aspiraciones de los pueblos de todas sus regiones que forjan su futuro con una rica producción artesanal.

La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y Turismo – PROMPERÚ tiene entre sus funciones desarrollar un plan estratégico de promoción de las exportaciones, posicionar y supervisar el uso de la Marca País; ejecutar las actividades de promoción, investigación de mercados, asistencia y capacitación empresarial.

Esta institución trabaja integradamente con los gobiernos regionales y locales, Consejo Regional de Fomento Artesanal – Loreto, Direcciones Regionales de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía, Buró de Convenciones, asociaciones de artesanos, Ong, federaciones de las diferentes cuencas. Perú tiene 36 Oficinas Comerciales en el Exterior (OCEX), quienes realizan la promoción de las líneas artesanales.

1.2.2. Desarrollo de mercados de exportación.

El mercado de destino puede segmentarse por varios atributos: por territorio (local, nacional y externo); uso del producto (decorativo en la vivienda o insumo de otros productos), recuerdo de estancia en un destino.

Referente a la segmentación por territorio, hay interés creciente en llegar al mercado externo, muchos más grande en volúmenes de compras pero más exigente en cumplimiento de las regulaciones públicas, observadas en las medidas para arancelarias.

PROMPERÚ (2008) publicó la investigación *El Mercado Global de Artesanías*, elaborada por Herbert Figueroa, gerente general e Investigación y Negocios SAC, concluyendo que los canales de distribución internacional brindan información sobre las herramientas de promoción que debe poseer el artesano, las características del mercado y el consumo de las mismas, las líneas artesanales más exportadas, los principales destinos internacionales que demandan de artesanía peruana.

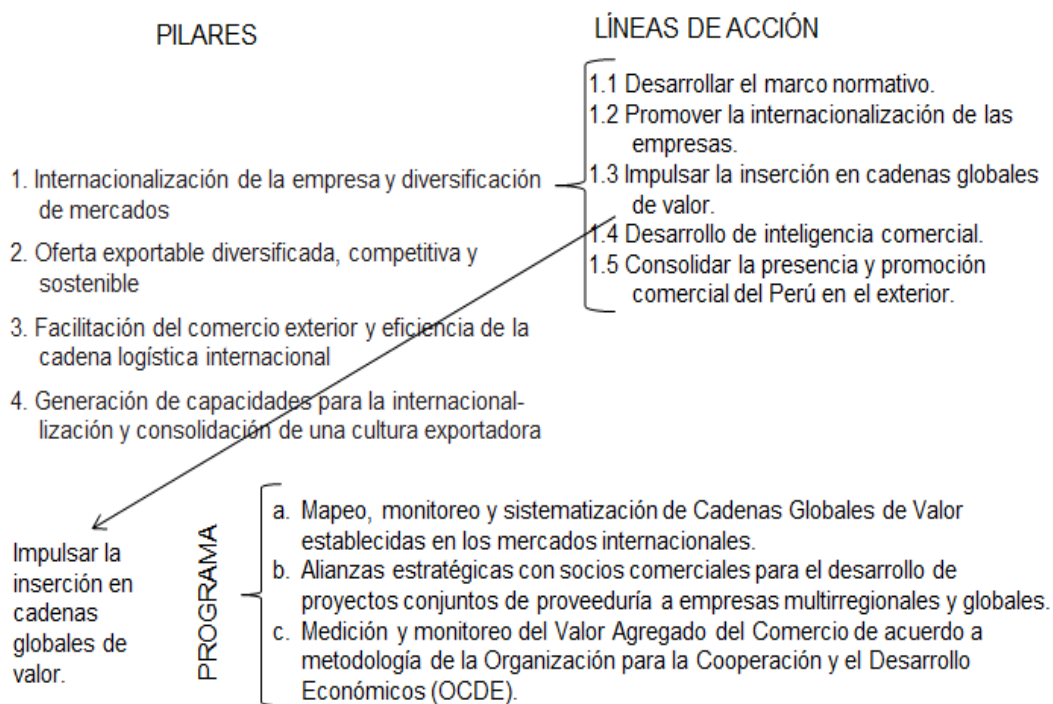
Las ventas en los mercados externos han sido posibles por el apoyo de la política de promociones de las exportaciones, y ello ha impactado en el bienestar en el país.

Magaly Silva Bardales-Álvarez (2103), ministra de Comercio Exterior y Turismo, señala que “desde hace más de una década, el comercio exterior se ha convertido en uno de los principales motores de la economía peruana. Esto ha sido posible gracias a que la política comercial ha estado firmemente enfocada en incrementar y diversificar el comercio, con todos los beneficios que ello trae a la economía: creación de empleo, reducción de costos de producción y mejoras generales en la competitividad y desarrollo del país”.

El Plan Estratégico Nacional Exportador al 2025, PENX 2025, presenta los pilares, líneas de acción y actividades, y propone un marco institucional fortalecido para su implementación efectiva.

Figura 4

Desarrollo de mercado: como internacionalización y diversificación, Perú



Fuente: Mincetur, PENX 2025

Respecto a la línea de acción *Impulsar la inserción en cadenas globales de valor*, este plan parte del fundamento siguiente:

“La búsqueda de oportunidades comerciales en el mercado internacional debe estar acompañada de mecanismos de soporte que brinden al sector empresarial la capacidad de decisión para introducir los negocios de exportación en las cadenas globales de valor y fomentar la internacionalización de empresas peruanas en el exterior. [...] La inserción en cadenas globales de valor permite incrementar la presencia de empresas peruanas en los negocios internacionales, así como el escalamiento de las exportaciones en términos de conocimiento, contenido tecnológico y capital humano. En ese

sentido, esta línea de acción tiene por objetivo generar, medir y monitorear la información relativa a cadenas globales de valor y, además, atraer socios estratégicos para el desarrollo de proyectos de inserción en tales cadenas”.

En el sector artesanía en el año 2011 se ha elaborado el Plan Estratégico Nacional de Artesanía -PENDAR hacia el 2021, documento que establece objetivos y estrategias, brindando las herramientas que permitan el ordenamiento y estructuración del sector impulsando el desarrollo de la artesanía con un enfoque sostenible, inclusivo y ambientalmente responsable.

Figura 5

Desarrollo de mercados para la artesanía, posicionamiento, Perú

1. Lograr el posicionamiento de la artesanía en el mercado.
 2. Fortalecer las empresas de artesanía y la asociatividad en el sector.
 3. Preservar el valor cultural de la artesanía, para su puesta en valor.
 4. Impulsar la innovación, la calidad y la productividad de la oferta de artesanía de acuerdo a los requerimientos del mercado.
 5. Contribuir a la tecnificación y profesionalización del artesano y otros actores del sector.
 6. Desarrollar la articulación multisectorial y el alineamiento de estrategias entre los diferentes actores.
 7. Fortalecer las capacidades y las competencias de los entes rectores del sector artesanía, a nivel nacional, regional y local.
 8. Gestionar la información del sector artesanía en forma integrada y descentralizada.
 9. Propiciar y fortalecer la inversión en el sector, el financiamiento a las unidades artesanales y la cobertura social.
- { Mercado de exportaciones
Mercado turístico
Mercado local

Fuente: Mincetur, PENDAR hacia el 2021

Basados en los objetivos estratégicos, Planes de Acción General (PAGs) y Planes de Acción Específicos (PAEs), se presentarán los programas y proyectos del PENDAR. Los PAE han sido agrupados en

proyectos, los cuales a su vez constituyen programas que el sector debe implementar para lograr los objetivos estratégicos.

Esta nueva forma de agrupar los PAGs y PAEs de acuerdo a programas y proyectos, facilita la construcción del presupuesto del PNDAR y la implementación del mismo.

Programa 1. Desarrollo de Oferta de Artesanía.

Programa 2. Articulación Turismo – Artesanía.

Programa 3. Promoción de la Oferta Exportable.

Programa 4. Fortalecimiento del Mercado Local.

Programa 5. Valor cultural de la artesanía.

Programa 6. Tecnificación del artesano.

Programa 7. Gestión de la información.

Programa 8. Facilitación para la implementación del PNDAR

Ingresar a la actividad de exportación puede hacerse de muchas modalidades:

- a. Como persona natural o jurídica, por cuenta propia o de terceros. También, esta actividad de exportación de artesanías pueden hacerlo las organizaciones sin fines de lucro legalmente constituidas y que tengan como miembros artesanos.
- b. Puede ubicarse en cualquiera parte de la cadena de valor, en las etapas de producción y también en la de comercialización.
- c. En cualquiera de las modalidades o etapas señaladas, la empresa constituida debe inscribirse en el Registro Nacional de Artesanos.
- d. La empresa debe tener presente que el trabajo de las personas puede ser manual o con herramientas de ayuda. El valor agregado de la mano de obra incorporada en el producto de artesanía no debe ser mayor al valor de la materia prima. Este producto no debe perder su valor cultural ni histórico. El producto procesado de manera industrial, pierde su condición de artesanía.

1.3 Definición de términos básicos.

- a. Exportación de artesanías. La exportación de productos requiere de determinar su partida arancelaria. Este dato inicial permitirá construir los datos estadísticos para convertirse en información para la toma de decisiones.

Tabla 1

Partidas arancelarias de productos artesanías exportadas desde la región Loreto

1401900000	Artesanía de fibra vegetal
3926200000	Accesorios (llaveros en plástico)
4016100000	Artesanía de caucho vegetal
4202210000	Bolsos de mano incl. C/bandolera o sin asa, con la superficie exterior de cuero
4202290000	Bolso de chambira
4202320000	Shicras grandes de diversos colores
4420100000	Artesanías de madera
4420900000	Artesanías de Wingo
4421909000	Artesanías diversas de madera
4429900000	Artesanías diversas
4602190000	Canastas fruteras
4602900000	Pantalla de fibra vegetal para lámpara
5701900000	Textiles, pantalones y t-shirts shipibos
6307909000	Tejidos de fibra vegetal
6505909000	Sombreros de fibra vegetal
6601990000	Sombrillas de diversos colores
7117900000	Bisutería diversa
8302500000	Llaveros artesanales
9205909000	Okarinas
9206000000	Instrumentos musicales (huevitos musicales, maracas)
9503004000	Juguetes
9601900000	Artesanías diversas
9602009000	Sonajas artesanales, collares, pulseras
9701100000	Pinturas y dibujos
9705000000	Mariposas e insectos disecados

Fuente: SUNAT

Tabla 2

Partida arancelaria, producto de artesanía:

MARIPOSAS E INSECTOS DISECADOS

SECCIÓN: XXI OBJETOS DE ARTE O COLECCION Y ANTIGÜEDADES

CAPITULO:97 Objetos de arte o colección y antigüedades

97.05	Colecciones y especímenes para colecciones de zoología, botánica, mineralogía o anatomía o que tenga interés histórico, arqueológico, paleontológico, etnográfico o numismático.
9705.00.00.00	Colecciones y especímenes para colecciones de zoología, botánica, mineralogía o anatomía o que tengan interés histórico, arqueológico, paleontológico, etnográfico o numismático

Fuente: SUNAT

Tabla 3

Partida arancelaria, producto de artesanía:

CANASTAS FRUTERAS

SECCIÓN: IX MADERA, CARBON VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA; CORCHO Y SUS MANUFACTURAS; MANUFACTURAS DE ESPARTERIA O CESTERIA

CAPITULO:46 Manufacturas de espartería o cestería

46.02	Artículos de cestería obtenidos directamente en su forma con materia trenzable o confeccionados con artículos de la partida no 46.01; manufacturas de esponja vegetal (paste o "lufa").
4602.11.00.00	- - De bambú
4602.12.00.00	- - De roten (ratán)
4602.19.00.00	- - Los demás
4602.90.00.00	- Los demás

Fuente: SUNAT

- b. Mercados de destino. Cada mercado al cual se dirigen las exportaciones de productos, específicamente artesanías, tiene una serie de regulaciones y exigencias, las que deben ser cumplidas para evitar detenciones o rechazos de las exportaciones. Es importante

conocer estas exigencias, pues en varios casos requiere tiempo su implementación.

PROMPERU, institución de promoción, ha desarrollado guías que explican los requisitos sanitarios y fitosanitarios para los principales países de destino. Tiene la plataforma virtual RAM (Requisitos de Acceso a Mercados).

Tabla 4
Clasificación de la Unión Europea producto de artesanía:
CANASTAS FRUTERAS, partida 4602199000

Manufacturas de espartería o cestería	46
Artículos de cestería obtenidos directamente en su forma con materia trenzable o confeccionados con artículos de la partida 4601; manufacturas de esponja vegetal (paste o lufa)	4602
De materia vegetal	
De bambú	4602110000
De roten (ratán)	4602120000
Los demás	4602190000
Fundas de paja para botellas de embalaje o de protección	4602191000
Los demás	4602199000

CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Descripción del problema.

El turismo se ha convertido en un sector que contribuye al desarrollo de los países, pues mueve otros sectores como el transporte, hotelería, restaurante, ocio y otros. Este hecho lo ha convertido en un factor preponderante para la lucha contra la pobreza porque es altamente generador de empleo en diversas actividades, y una de ellas es la producción de artesanía.

Los productos de artesanía se dirigen a dos mercados, mercado de exportación, a través de canales de distribución que inician en Perú o en el país de destino donde ubica el importador – mayorista, y el mercado local, constituido por los turistas que llegan a un destino turístico. Los compradores de cada uno de estos mercados tienen sus características de compra y uso.

El mercado de exportaciones es sumamente exigente con sus medidas de regulación arancelaria y para arancelaria. También con sus transacciones comerciales y financieras, con la cotización de precios y los medios de pago.

El comercio exterior integra una demanda específica de productos idóneos, según la necesidad, con una oferta ubicada en uno o varios países, promoviendo acuerdos de cooperación, que están sujetos a normas, tratados, acuerdos o convenios entre los países involucrados. El comercio exterior, es vital para la economía y para cubrir la demanda de los mercados.

Los gobiernos crean mejores condiciones para promover el comercio exterior y con ello incrementar la producción y la generación respectiva de empleo, para lo cual tienen instituciones de desarrollo.

En México, ProMéxico promueve la atracción de inversión extranjera directa y las exportaciones de productos y servicios, así como la internacionalización de las empresas mexicanas para contribuir al desarrollo económico y social del país, y al fortalecimiento de la imagen de México como socio estratégico para hacer negocios.

En Colombia, ProColombia promociona las exportaciones de bienes no minero energéticos y servicios en mercados con potencial, la expansión de las empresas colombianas, la atracción de inversión extranjera directa a Colombia, el posicionamiento del país como destino turístico de vacaciones y reuniones y Marca País, son los principales ejes en los que centra su trabajo PROCOLOMBIA.

En Perú, PromPerú señala que más del 90% de exportaciones, que están cubiertas por acuerdos comerciales, la palabra Perú en el mundo, con respecto a la Artesanía, es significado de tradición y técnicas ancestrales, por ello, es muy valorada, y existe un crecimiento de exportación.

La actividad artesanal a nivel nacional desempeña un rol fundamental en la economía nacional, por ser considerada una fuente de trabajo, sobre todo en las zonas rurales y urbanas marginales.

Loreto, es la región más grande de la Amazonía peruana y tiene en su territorio diversas tradiciones amazónicas. Estas han sido incorporadas en sus productos de artesanía, logrando diferenciación de los productos de otras zonas del país.

Se trabaja artesanía en los centros urbanos, con artistas que han logrado en el tiempo el conocimiento de las cualidades de las materias primas, como la madera dura, palo sangre, como la madera suave, topa

(conocido como palo balsa), fibra vegetal como el tamshi, el huambé, el bombonaje. La formación de la unidad empresarial se queda en el ámbito de la microempresa y con trabajadores que provienen del núcleo familiar.

Tabla 5
Artesanos por líneas de artesanía, comparativo Perú y Loreto, a diciembre 2019

	Línea	Perú	Participación	Loreto	Participación
1	Trabajo en cuero y pieles.	1,922	2.34%	5	0.18%
2	Productos de imaginería.	1,178	1.43%	41	1.50%
3	Trabajos en madera	3,391	4.13%	454	16.57%
4	Productos de fibra vegetal	7,223	8.79%	1,561	56.97%
5	Tapices y alfombras	210	0.26%	-	0.00%
6	Metales preciosos y no preciosos	5,836	7.10%	-	0.00%
7	Textiles	52,079	63.38%	306	11.17%
8	Sombreros y tocados	1,865	2.27%	1	0.04%
9	Piedra tallada	947	1.15%	-	0.00%
10	Cerámica	4,576	5.57%	244	8.91%
11	Vidrio	134	0.16%	1	0.04%
12	Instrumentos musicales	180	0.22%	1	0.04%
13	Muebles	143	0.17%	-	0.00%
14	Productos de mate	295	0.36%	2	0.07%
15	Trabajos en cera y parafinas	88	0.11%	-	0.00%
16	Pinturas, estampados y teñidos	1,909	2.32%	124	4.53%
17	Otros	195	0.24%	-	0.00%
	Total	82,171	100.00%	2,740	100.00%

Fuente: Registro Nacional de Artesanos (obtenida el 17 de octubre de 2020)

La cerámica por su parte, el diseño responde a las exigencias del mercado donde cumple doble función de ser utilitaria y decorativa.

2.2 Formulación del problema.

2.2.1 Problema general

¿Cuál es el comportamiento de las exportaciones de productos artesanales desde Perú, como generación de oportunidades de negocio en la región Loreto, periodo 2015-2019?

2.2.2 Problemas específicos

¿Cuál es el comportamiento de las exportaciones de productos artesanales desde Perú, periodo 2015-2019?

¿Cuál es el grado de concentración de los mercados de destino de exportación por productos de artesanía desde Perú, con potencialidad para Loreto, periodo 2015-2019?

2.3 Objetivos.

2.2.1 Objetivo general.

Estudiar el comportamiento de las exportaciones de productos artesanales desde Perú, como generación de oportunidades de negocio en la región Loreto, periodo 2015-2019.

2.2.2 Objetivos específicos.

- a. Describir el comportamiento de las exportaciones de productos artesanales desde Perú, periodo 2015-2019.
- b. Describir el grado de concentración de los mercados de destino de exportación por productos de artesanía desde Perú, con potencialidad para Loreto, periodo 2015-2019.

2.4 Hipótesis.

2.4.1 Hipótesis general.

Se presenta comportamiento creciente de las exportaciones de productos artesanales desde Perú, como generación de oportunidades de negocio en la región Loreto, periodo 2015-2019.

2.4.2 Hipótesis específicas.

Se observa comportamiento creciente de las exportaciones de productos artesanales desde Perú, periodo 2015-2019.

Se observa alto grado de concentración de los mercados de destino de exportación por producto de artesanía desde Perú, con potencialidad para Loreto, periodo 2015-2019.

2.5 Variables.

2.5.1 Identificación de las variables y operacionalización.

Tabla 6
VARIABLES, INDICADORES E ÍNDICES DEL TEMA DE ESTUDIO

Variable	Indicadores	Índices
	1. Mercado de exportación de productos artesanales, desde Perú	1.1 Monto exportado. 1.2 Índice 2015 = 100 1.3 Variación anual 1.4 Participación en las exportaciones totales 1.5 Tendencia comparativa 1.6 Grado de concentración por cantidad de productos de artesanía 1.7 Principales partidas arancelarias
	2. Grado de concentración de mercados de destino por producto de exportación	3.1 Cantidad de mercados principales y otros mercados 3.2 Participación en el total exportado 3.3 Participación de cada mercado de destino 3.5 Aduanas de salida de la exportación de artesanía

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación.

La presente investigación, es cuantitativa por la estructura de los datos que recolecta; retrospectiva por la información histórica que analiza, y por la intensidad es transversal, porque los datos se recolectaron en un solo momento.

Es de diseño no experimental porque no se aplicó ningún programa de trabajo para modificar la variable antes del estudio y lograr cambios en el comportamiento de los sujetos de estudio.

3.2 Población y muestra.

La primera población está constituida por un periodo de tiempo de la información histórica.

La segunda población comprende a los artesanos que han realizado o están realizando exportación de artesanías.

Para determinar el tamaño de la muestra se empleó el muestreo no probabilístico por juicio: se tomaron los artesanos de mayor movimiento comercial, observado físicamente en sus ventas en los momentos de visita. Estas micro empresas están concentradas en varias áreas de la ciudad.

De las seleccionadas, se aplicó la encuesta a las personas, propietarios o trabajador, con información del contexto de la empresa.

3.3 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos.

La técnica de recolección de datos utilizada fue la observación de información histórica resumida en tablas de contingencia (de 2 variables): aduana de salida del país y mercado de destino.

El instrumento se presenta en anexo 1, y a continuación se hace una medición de su validez de su elaboración, mostrando concordancia con los indicadores e índices.

Tabla 7

Prueba de validez de constructo del instrumento de recolección de datos

Indicadores	Índices	Tabla o Gráfico
1. Mercado de exportación de productos artesanales, desde Perú	1.1 Monto exportado.	Tabla 8
	1.2 Índice 2015 = 100	Tabla 8
	1.3 Variación anual	Tabla 8
	1.4 Participación en las exportaciones totales	Tabla 8
	1.5 Tendencia comparativa	Gráfico 2
	1.6 Grado de concentración por cantidad de productos de artesanía	Gráfico 3
	1.7 Principales partidas arancelarias	Tabla 9
	1.8 Tendencia por partidas	Gráfico 4
2. Grado de concentración de mercados de destino por producto de exportación	3.1 Cantidad de mercados principales y otros mercados	Tablas 10, 12 y 14
	3.2 Participación en el total exportado	Tablas 10, 12 y 14
	3.3 Participación de cada mercado de destino	Tablas 10, 12 y 14
	3.5 Aduanas de salida de la exportación de artesanía	Tablas 11, 13 y 15

3.4 Procesamiento y de análisis de datos.

Para el procesamiento de los datos se utilizó la hoja de cálculo Excel, y para el análisis univariado se emplearon tablas de frecuencias simples, de contingencia (variables) y porcentajes.

La confiabilidad de la información se presenta mediante el cálculo del Alfa de Cronbach, expresándose en un puntaje

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

K items o preguntas del cuestionario=

$\sum Vi$ Sumatoria de la varianza de los items =

$\sum Vt$ Varianza de los totales =

Alfa = 0.813001 Más cerca de 1, más grado de confiabilidad

Se realizarán pruebas de hipótesis de los indicadores de demanda de competencias de los profesionales en negocios de las empresas de la ciudad de Iquitos.

Primera prueba: Probar estadísticamente si hay comportamiento creciente de las exportaciones de productos artesanales, periodo 2015-2019.

Segunda prueba: Probar estadísticamente si hay alto grado de concentración de los mercados de destino de exportación por producto de artesanía desde Perú, con potencialidad para Loreto, periodo 2015-2019.

Se estableció por cada hipótesis específica, su hipótesis nula y alternativa:

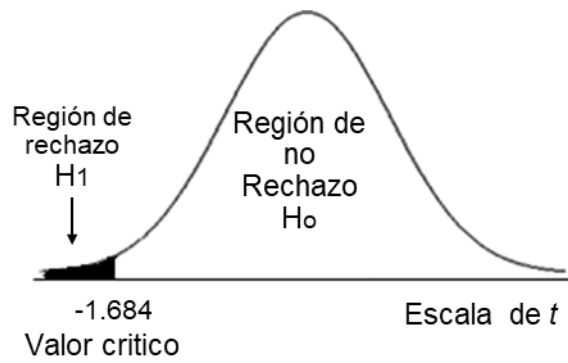
Nivel de significancia (α): 0.05. Es la probabilidad de un error de Tipo 1, que es la probabilidad de que se rechace una hipótesis nula cuando en realidad es verdadera.

Grados de libertad: $36 - 1 = 35$

Prueba estadística:

$$t = \frac{\bar{x} - u}{S/\sqrt{n}}$$

Regla de decisión:



CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Exportaciones de artesanía desde el mercado peruano.

El mercado de la exportación de artesanía muestra un comportamiento decreciente en el periodo de tiempo, ha perdido algo más del 13%. El año de mayor caída ocurrió en el 2017, con -11,83% respecto al año anterior. El tamaño del mercado de artesanía es sumamente pequeño en el contexto del total de exportaciones que realiza el país, está entre el 0.039% y el 0.028%.

Tabla 8

Comportamiento de las exportaciones de artesanía, Perú, periodo 2015 - 2019

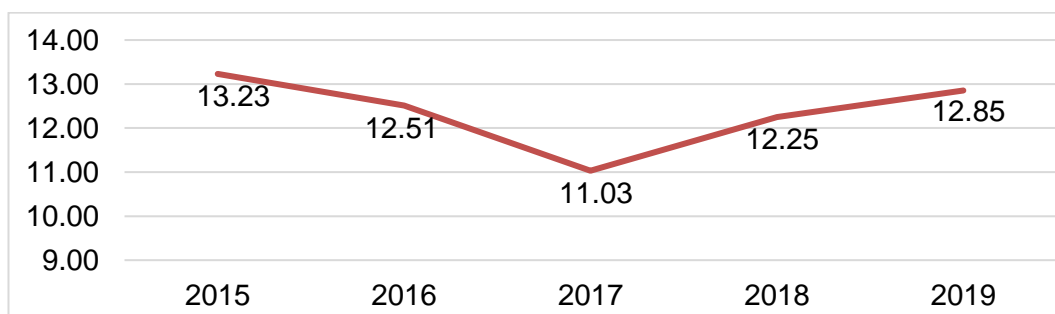
	2015	2016	2017	2018	2019
Monto exportado (millones de US\$)	13.23	12.51	11.03	12.25	12.85
Índice 2015 = 100	100.00	94.57	83.38	92.58	97.13
Variación anual		-5.43%	-11.83%	11.04%	4.92%
Participación en las exportaciones totales del Perú	0.039%	0.034%	0.025%	0.026%	0.028%

Fuente: SUNAT, operatividad aduanera
Elaboración: la autora

Gráfico 1

Exportaciones de artesanía, Perú, periodo 2015 – 2019

(en millones de US \$ dólares)

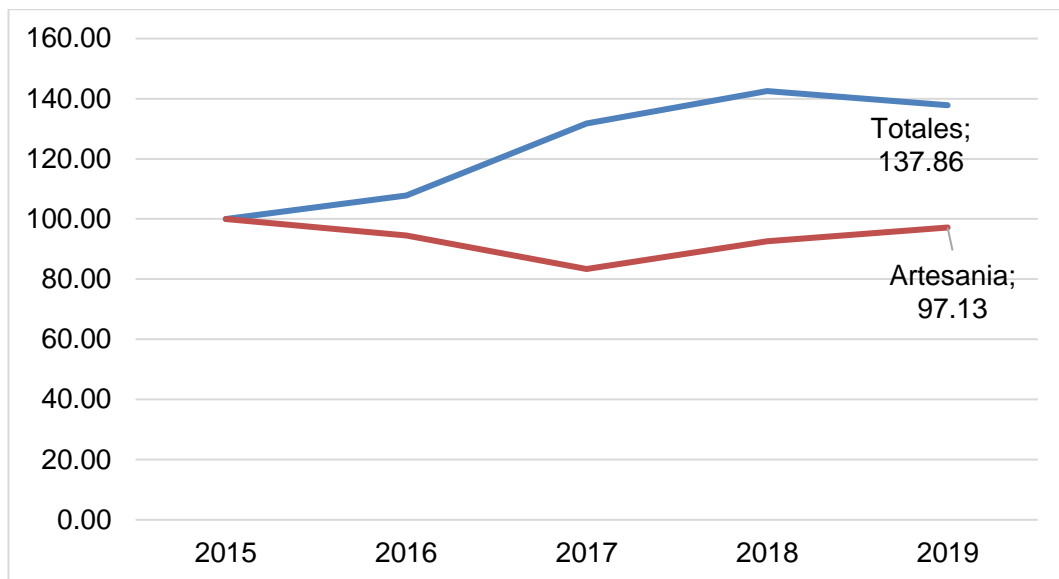


Fuente: Tabla 8
Elaboración: la autora

Las exportaciones totales del Perú muestran una tendencia creciente en el tiempo, distinto es el comportamiento de las exportaciones de artesanía, tal como se puede apreciar en el siguiente gráfico. Diversas causas explican este hecho, como la caída de siete de los diez principales productos.

Gráfico 2

Tendencia comparativa de las exportaciones totales y de artesanía, Perú, periodo 2015 – 2019



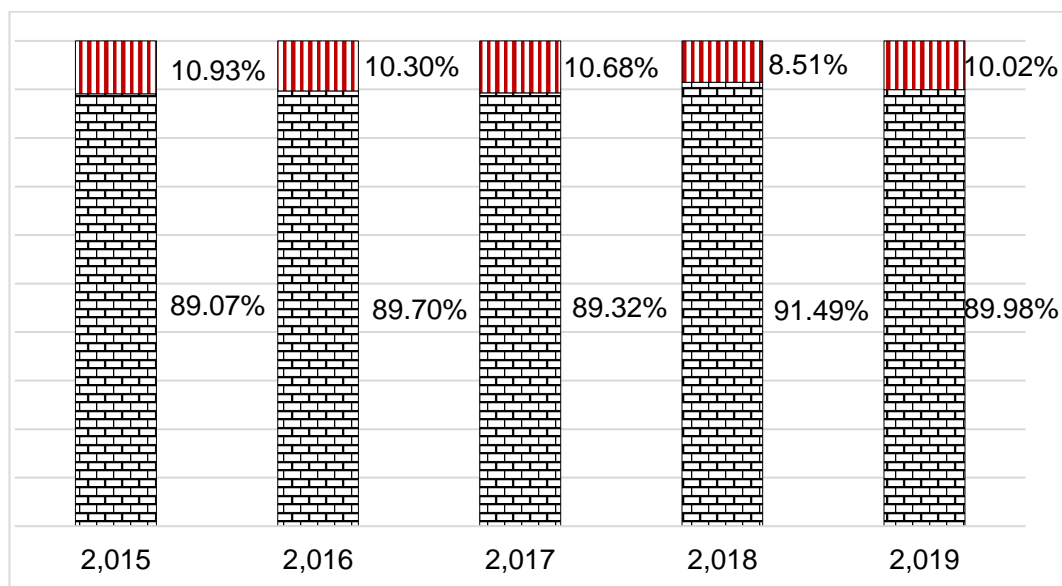
Fuente: Tabla 8
Elaboración: la autora

Las teorías financieras señalan que una alta concentración de las ventas, en este caso exportaciones de un país, en unas cuantas líneas de productos significa alto riesgo, pues la caída de una de ellas puede causar graves problemas en las empresas que están dirigiendo sus estrategias a ese mercado.

Se observa una alta concentración de las exportaciones de artesanía en 10 principales productos, el 89.07% en el año 2015, y ello se mantiene en el año 2019, el 89.98%.

Gráfico 3

Grado de concentración de las exportaciones de artesanía en 10 principales productos, periodo 2015 - 2019



El desarrollo de mercados que está realizando el Perú presenta oportunidades para generar productos desde Loreto. En los diez principales productos exportados, encontramos varios de ellos que utilizan insumos de la región y sobre las cuales los artesanos ya tienen las habilidades.

De esta lista, se toman cuatro productos y se analizan los mercados al cual se están exportando en el capítulo siguiente.

Tabla 9
Exportaciones de artesanía, Perú, principales partidas arancelarias, periodo 2015 – 2019
(en millones de US \$ dólares)

Partida arancelaria	2015	2016	2017	2018	2019
7117900000	4.063	3.382	2.835	3.450	3.184
4202320000	0.581	1.797	1.715	2.453	2.483
6307909000	1.469	0.932	0.964	1.010	1.469
9602009000	0.654	0.943	1.030	0.825	1.144
9701100000	1.072	1.090	0.339	0.427	0.356
9705000000	1.561	0.769	0.635	0.651	0.789
9205909000	0.662	0.735	0.625	0.782	0.589
4420900000	0.630	0.600	0.894	0.649	0.753
9206000000	0.615	0.564	0.501	0.607	0.367
4420100000	0.479	0.410	0.316	0.352	0.428
Otros	1.446	1.288	1.178	1.042	1.288
Total	13.231	12.512	11.032	12.249	12.851

Fuente: SUNAT, operatividad aduanera

Elaboración: la autora

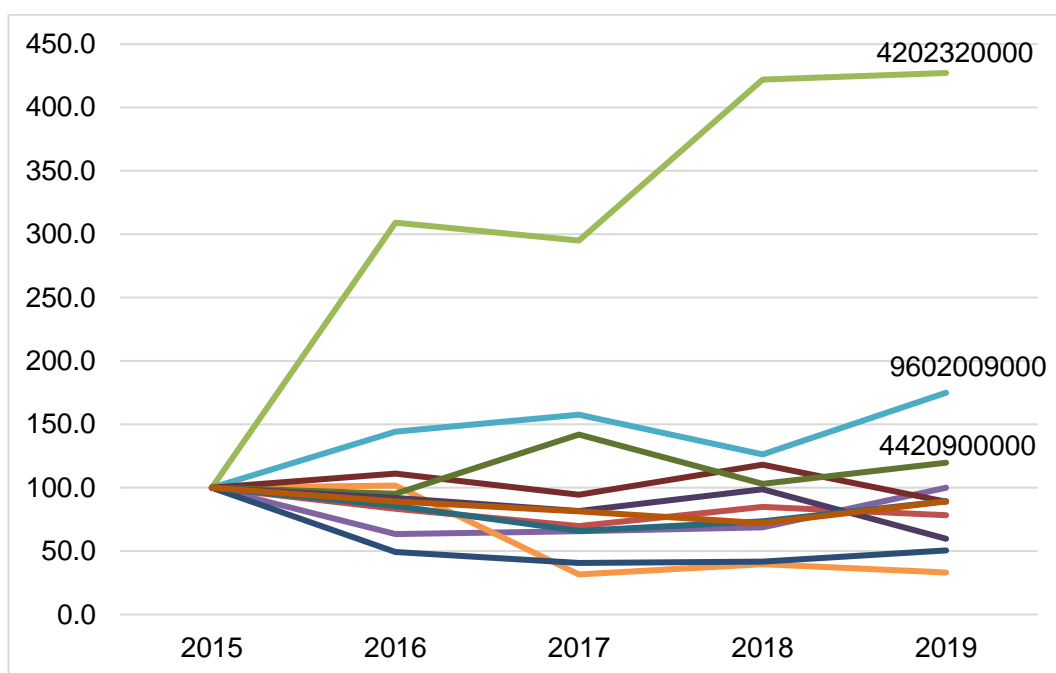
Leyenda: Identificación arancelaria que se la ha dado al producto originario de Loreto.

7117900000	Bisutería diversa
4202320000	Shicras grandes de diversos colores
6307909000	Tejidos de fibra vegetal
9602009000	Sonajas artesanales, collares, pulseras
9701100000	Pinturas y dibujos
9705000000	Mariposas e insectos disecados
9205909000	Okarinas
4420900000	Artesanías de Wingo
9206000000	Instrumentos musicales (huevitos musicales, maracas)
4420100000	Artesanías de madera

Similar a la observación del comportamiento de exportación de productos de artesanía con el total nacional, ahora se observa la tendencia por tipo de producto.

De los diez principales productos identificado en la tabla anterior, resultados señalan 1 producto, partida arancelaria 4202320000, con alto crecimiento en el mercado en el periodo de tiempo del 2015 al 2019. Otro producto con regular crecimiento en el mercado es la partida arancelaria 9602009000. Y con un reducido crecimiento se encuentra el producto de partida arancelaria 4420900000

Gráfico 4
Tendencia comparativa de los productos de artesanía, Perú, periodo 2015 – 2019



Fuente: Tabla 9
Elaboración: la autora

1.2 Mercados externos por productos de artesanía.

Tabla 10

Mercados de destino de exportaciones de artesanía, Perú, periodo 2015 – 2019

Partida arancelaria:

4202320000: ARTÍCULOS DE BOLSILLO O DE BOLSO DE MANO C/LA SUPERF. EXT. DE HOJAS DE PLASTICO

Comprende: SHICRAS GRANDES DE DIVERSOS COLORES

	2015	2016	2017	2018	2019
Mercados principales (cantidad)	10	10	10	10	10
Participación del total exportado	73.46%	96.59%	94.18%	93.51%	92.07%
Otros mercados (cantidad)	40	31	37	44	38
Participación del total exportado	26.54%	3.41%	5.82%	6.49%	7.93%

	2015	2016	2017	2018	2019
Usa	23.09%	6.86%	3.59%	6.76%	8.62%
Colombia	12.08%	77.77%	70.99%	67.76%	69.95%
Chile	5.51%	3.12%	7.75%	6.21%	2.69%
Bolivia	8.21%	1.23%	3.53%	1.89%	1.39%
Ecuador	0.44%	1.73%	0.82%	1.77%	2.62%
Canadá	5.44%	0.21%	0.33%	0.24%	0.13%
Costa Rica	2.47%	1.77%	1.38%	3.45%	0.72%
España	4.83%	0.83%	1.07%	0.67%	0.78%
República Dominicana	7.52%	0.38%	2.16%	1.08%	1.69%
México	3.87%	2.68%	2.56%	3.68%	3.47%
Otros	26.54%	3.41%	5.82%	6.49%	7.93%
Total	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
Total (millones de US \$)	581,240	1,797,074	1,714,546	2,453,071	2,483,118

Fuente: SUNAT, operatividad aduanera

Elaboración: la autora

Gráfico 5

Tendencia de tres principales mercados de exportación, Perú, partida arancelaria 4202320000, periodo 2015 – 2019

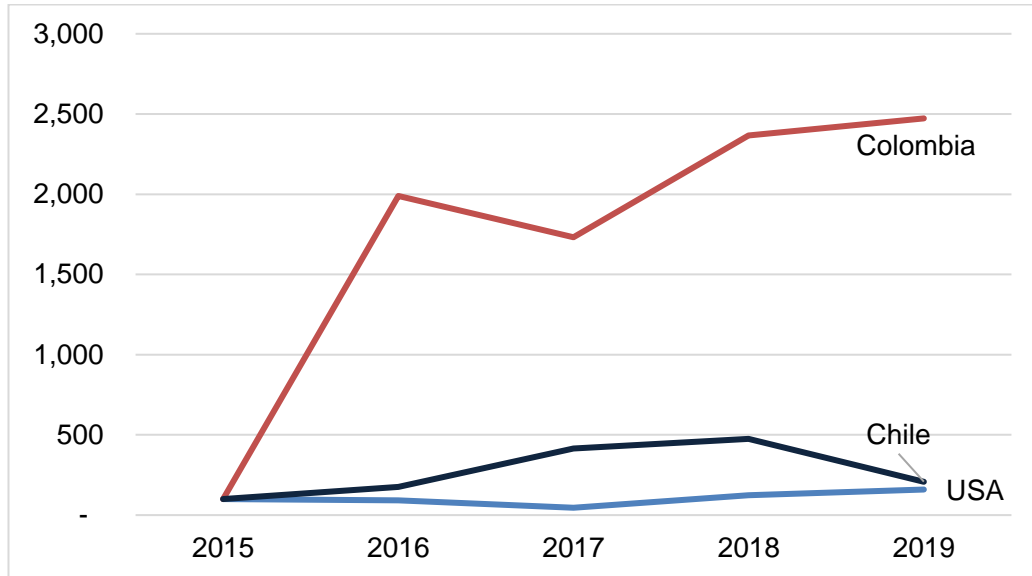


Tabla 11

Aduanas de salidas de las exportaciones de artesanía, Perú, partida arancelaria 4202320000, periodo 2015 – 2019

	2015	2016	2017	2018	2019
Marítima del Callao	9.78%	80.74%	75.12%	71.73%	71.08%
Aérea del Callao	86.52%	18.56%	22.37%	27.90%	27.95%
Tumbes	0.30%	0.47%	0.36%	0.15%	0.62%
Paita	0.00%	0.00%	0.00%	0.01%	0.00%
Tacna	0.48%	0.14%	0.18%	0.06%	0.06%
Desaguadero	2.92%	0.10%	1.97%	0.15%	0.28%
Iquitos	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

Fuente: SUNAT, operatividad aduanera
Elaboración: la autora

Tabla 12

Mercados de destino de exportaciones de artesanía, Perú, periodo 2015 – 2019

Partida arancelaria:

4420100000: ESTATUILLAS Y DEMAS OBJETOS DE ADORNO, DE MADERA

Comprende: ARTESANÍAS DE MADERA

	2015	2016	2017	2018	2019
Mercados principales (cantidad)	10	10	10	10	10
Participación del total exportado	88.40%	86.42%	89.23%	92.97%	94.97%
Otros mercados (cantidad)	38	36	34	32	26
Participación del total exportado	11.60%	13.58%	10.77%	7.03%	5.03%

	2015	2016	2017	2018	2019
Usa	55.19%	48.47%	65.57%	73.85%	79.05%
Italia	18.64%	16.73%	10.26%	13.34%	7.26%
Alemania	1.02%	4.84%	1.98%	0.53%	2.12%
España	0.67%	1.52%	0.85%	0.01%	1.27%
Francia	0.23%	0.37%	0.93%	0.02%	1.44%
Chile	5.70%	0.14%	0.18%	1.92%	0.01%
Colombia	1.35%	10.19%	1.98%	0.15%	0.22%
Ecuador	3.65%	0.99%	1.02%	0.17%	1.00%
Canada	1.44%	1.08%	0.04%	0.03%	0.00%
Panamá	0.52%	2.08%	6.42%	2.95%	2.60%
Otros	11.60%	13.58%	10.77%	7.03%	5.03%
Total	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
Total (millones de US \$)	478,563	410,184	315,714	352,131	428,110

Fuente: SUNAT, operatividad aduanera
Elaboración: la autora

Gráfico 6

Tendencia de tres principales mercados de exportación, Perú, partida arancelaria 4420100000, periodo 2015 – 2019

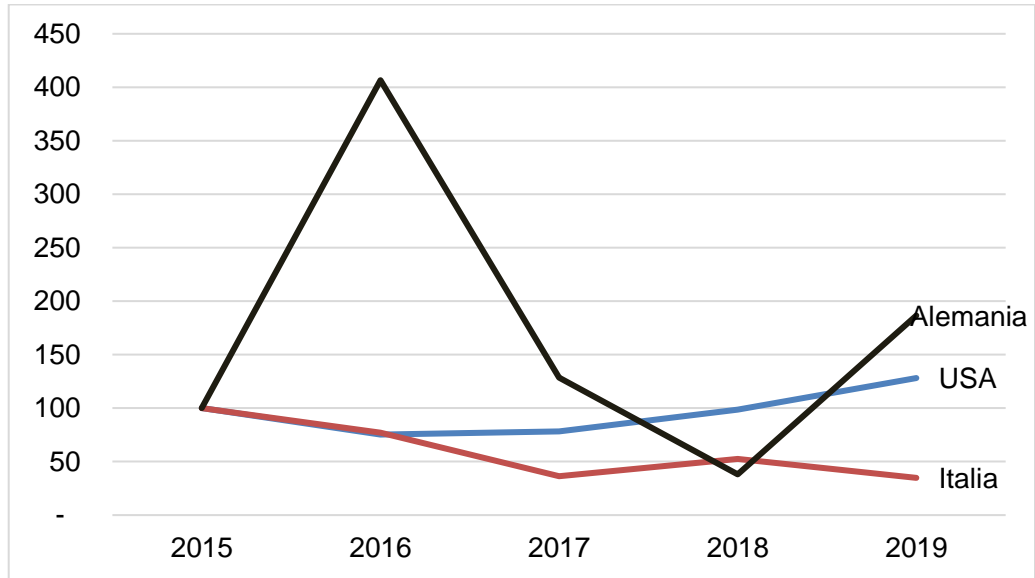


Tabla 13

Aduanas de salidas de las exportaciones de artesanía, Perú, partida arancelaria 4420100000, periodo 2015 – 2019

	2015	2016	2017	2018	2019
Marítima del Callao	55.02%	34.44%	45.81%	60.91%	45.60%
Aérea del Callao	44.79%	64.76%	53.76%	38.38%	54.16%
Tumbes	0.01%	0.50%	0.27%	0.17%	0.14%
Paita	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Tacna	0.15%	0.29%	0.16%	0.54%	0.10%
Desaguadero	0.03%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Iquitos	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

Fuente: SUNAT, operatividad aduanera
Elaboración: la autora

Tabla 14

**Mercados de destino de exportaciones de artesanía, Perú, periodo 2015 –
2019**

Partida arancelaria:

6307909000 - LOS DEMAS ARTICULOS CONFECCIONADOS

Comprende: TEJIDOS DE FIBRA VEGETAL

	2015	2016	2017	2018	2019
Mercados principales (cantidad)	10	10	10	10	10
Participación del total exportado	80.25%	92.09%	84.60%	82.69%	67.23%
Otros mercados (cantidad)	51	51	42	44	51
Participación del total exportado	19.75%	7.91%	15.40%	17.31%	32.77%

	2015	2016	2017	2018	2019
Usa	58.26%	30.32%	26.59%	27.06%	29.47%
Reino Unido	0.06%	0.21%	3.12%	4.07%	2.74%
Alemania	1.04%	1.38%	1.61%	1.61%	2.74%
España	0.25%	11.78%	0.29%	2.95%	0.66%
Francia	0.92%	1.43%	0.45%	0.48%	0.40%
Chile	10.00%	12.23%	16.82%	17.40%	6.09%
Colombia	3.51%	2.18%	3.98%	2.98%	2.31%
Ecuador	1.19%	12.55%	8.98%	12.11%	5.16%
Bolivia	0.29%	5.48%	1.32%	12.21%	12.04%
México	4.73%	14.53%	21.44%	1.83%	5.62%
Otros	19.75%	7.91%	15.40%	17.31%	32.77%
Total	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
Total (millones de US \$)	1,468,695	931,893	964,408	1,009,798	1,468,822

Fuente: SUNAT, operatividad aduanera

Elaboración: la autora

Gráfico 7

Tendencia de tres principales mercados de exportación, Perú, partida arancelaria 6307909000, periodo 2015 – 2019

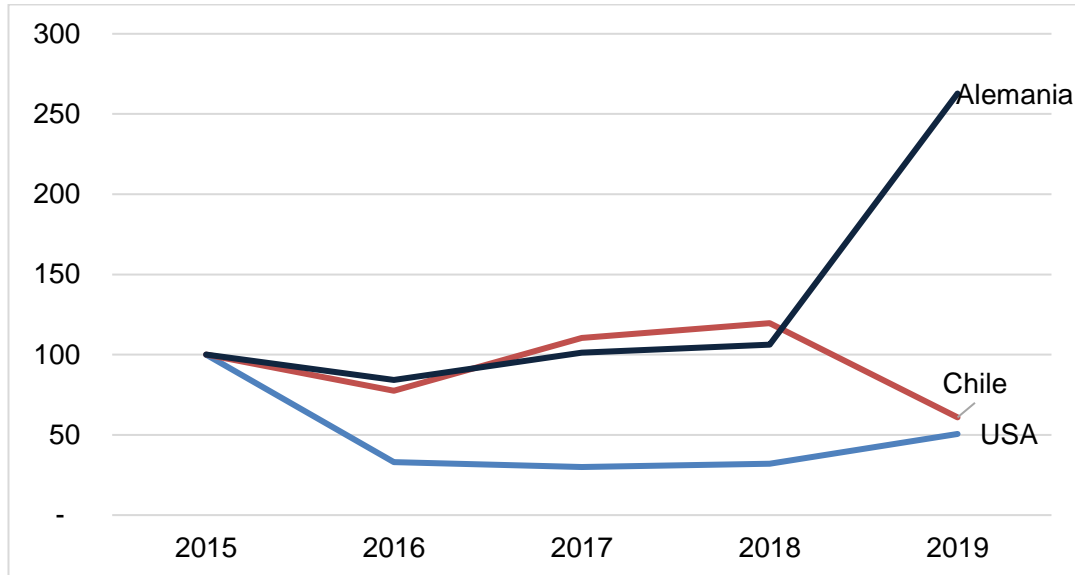


Tabla 15

Aduanas de salidas de las exportaciones de artesanía, Perú, partida arancelaria 6307909000, periodo 2015 – 2019

	2015	2016	2017	2018	2019
Marítima del Callao	27.76%	37.75%	21.13%	32.11%	18.74%
Aérea del Callao	66.31%	54.79%	70.20%	41.51%	62.76%
Tumbes	0.03%	0.08%	4.85%	10.43%	3.62%
Paíta	2.82%	0.01%	0.07%	0.00%	0.00%
Tacna	0.54%	2.21%	2.51%	4.03%	2.96%
Mollendo - Matarini	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Puerto Maldonado	0.00%	0.05%	0.12%	0.14%	0.08%
Desaguadero	2.54%	5.12%	1.12%	11.73%	11.82%
Iquitos	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Otros	0.00%	0.00%	0.00%	0.05%	0.03%

Fuente: SUNAT, operatividad aduanera
Elaboración: la autora

CONCLUSIONES

1. Referente a las exportaciones de artesanía, esta actividad es de tamaño pequeño, entre el 0.039% y el 0.028% respecto del total del país. Muestra comportamiento decreciente en el valor, -13% en el periodo del 2015 al 2019, +37.86%. La mayor caída fue en el 2017, -11,83%. Diversas causas explican este hecho, como la caída de siete de los diez principales productos.

Se observa una alta concentración de las exportaciones de artesanía en 10 principales productos, el 89.07% en el año 2015, y ello se mantiene en el año 2019, el 89.98%. Se han identificado oportunidades en los mercados que el país vienen desarrollando observado en los diez principales productos exportados, varios de ellos utilizan insumos de la región y los artesanos han adquirido habilidades.

2. Respecto a los mercados por tipo de producto por partida arancelaria se tiene diversos niveles de concentración de mercados en los tres productos de artesanía analizados. En uno de ellos, partida arancelaria 4202320000, la concentración de los 10 principales mercados crece significativamente, va del 73.46% en el 2015 al 92.07% en el año 2019.

En otro de ellos, partida arancelaria 4420100000, la concentración de los 10 principales mercados se reduce significativamente, va del 80.25% en el 2015, al 67.23% en el año 2019.

La exportación desde la región Loreto a través de la aduana de Iquitos, es nula, no registra ningún año y de ningún producto de artesanía analizado.

RECOMENDACIONES

1. Es importante analizar el comportamiento de una actividad, en un amplio periodo de tiempo, pues ello permite identificar comportamiento y tendencias. Este análisis llevará a la reflexión para explicar las causas que han movido el crecimiento de las exportaciones o la reducción en el periodo de tiempo. Tal como señala IBM, corporación internacional de tecnología, plantea que estamos ingresando a la Era de los Insights, entender la información histórica para identificar oportunidades de negocio. Hay mercados crecientes con productos desde diferentes regiones del Perú, pero que se registran del puerto final de salida del país. Debe agregar en la información la región de origen donde se elaboró el producto.
2. En los tres productos de artesanía analizados la concentración en pocos mercados es de alto riesgo, por ello se recomienda estudiar los mercados en las cuales ya se ha ingresado con exportaciones, pero con pequeños volúmenes o cantidades, básicamente con compras familiares y no corporativas.
3. La Dirección Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía – DIRCETURA Loreto, debería tener sedes en las fronteras de la Región, para así desarrollar una estrategia de productividad, uso sostenible de la materia prima y tendencias internacionales, y poder tener información real e inmediata para las exportaciones con otros países.
4. Rol importante juegan los CITES Artesanales y Turísticos, quienes promueven la competitividad de la producción artesanal en los mercados externo, interno y turístico. Hacen trabajo conjunto con los artesanos, las asociaciones que los agrupan y las empresas, familiares en su mayoría.
5. Otro trabajo importante es el que realiza el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) y PERÚ COMPRAS para homologar

productos de artesanía utilitaria con la finalidad de promover la articulación comercial de los artesanos, a través de su participación en los procesos de contratación del Estado.

6. Se debe realizar un trabajo multisectorial entre el Gobierno Regional con la Gerencia Regional de Flora y Fauna Silvestre, La Dirección Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía – DIRCETURA, el Municipio Provincial de Maynas, PromPerú y Migraciones para poder consensuar y legitimar los respectivos requisitos de la exportación de artesanía, segundo, incentivar a la productividad estandariza artesanal con visión en las tendencias internacionales.
7. Mincetur y Promperú, deberían brindar una asesoría personalizada a cada artesano que, aunque sea una vez haya exportado, para poder identificar la realidad de la exportación nula de la Región Loreto, y así apoyar a desarrollar productos sostenibles, inclusivos y ambientalmente responsable.
8. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, al organizar estas ferias, tiene la lista de artesanos o asociaciones de artesanos que participan como: Feria Perú Moda & Moda Deco en el mes de abril en la ciudad de Lima, Feria de Nuestras Manos en el mes de Junio en la ciudad de Lima, la Expoamazonica en el mes de agosto y el lugar es movible y la Feria Arte Nativa en el mes de noviembre y diciembre en la ciudad de lima, La Dirección Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía – DIRCETURA Loreto, debería tener esta lista para poder trabajar un plan de exportación de artesanías de la Región, ya que en estas ferias participan los artesanos que tienen cierta categoría y estatus de productividad, calidad, utilidad y aprovechamiento sostenible de materia prima.
9. La Dirección Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía – DIRCETURA, debería orientar sus capacitaciones a mejoramiento de habilidades blandas y duras, embalaje, etiquetado y el reglamento y estándares comerciales para exportación de las diferentes líneas

artesanales que están en el nivel 1 consignado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR

10. La Dirección Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía – DIRCETURA, realiza ferias regionales como la Feria Regional por el Día del Artesano en el mes de marzo, en la plaza 28 de julio y la Feria Regional por la Fiesta de San Juan en el mes de Junio, y lo realiza en las diferentes plazas principales de las 8 provincias, al existir un flujo de turistas internacionales por celebrarse a nivel nacional la fiesta, se recomienda brindar a los artesanos de nivel 1 y 2, hacer un seguimiento de los compradores para así desarrollar un plan de marketing y poder realizar alianzas con los países de origen de los turistas y proponer organizar ferias itinerantes ya que existe motivación de compra.
11. En la Actualidad dentro de la Provincia de Maynas existen dos cooperativas que trabajan con los artesanos de comunidades, Cooperativa Servicio Múltiples Bosque de la Amazonía y Cooperativa Servicio Múltiples Esperanza del Bosque, siguen exportando artesanías de la línea artesanal de Madera a los diferentes destinos que tiene como Sede la ONG que los preside, se recomienda fortalecer el trabajo en equipo y enseñar a las comunidades aledañas a producir artesanías según gustos y preferencias de los compradores, sin perder la identidad cultural.
12. También se recomienda considerar a las ventas directas (venta de artesanías en los mercados artesanales de la Región Loreto) como venta de exportación, para así poder realizar un análisis de productos más adquiridos de acuerdo a las exigencias de los turistas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Canal Baca y Mamani Suarez (2017). Tesis Potencialidades y limitaciones para la exportación de joyas de plata en las micro y pequeñas empresas productoras del Cusco – 2016. Universidad Andina del Cusco.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA – INEI.
2014. *Encuesta Nacional a Egresados Universitarios y Universidades.*
Pág. 25.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA – INEI.
2017. Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígena

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA – INEI.
2018. *Estadísticas universitarias.*

Llanos Rodríguez, Diana y Tirado Tello, Fiorella (2015). Tesis *Análisis de las exportaciones de artesanías de la región Loreto, periodo: 2009 – 2013.* Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.

Mariaca Canaza, Vianney Mariela (2018). Tesis *La innovación empresarial en el desarrollo de la exportación de artesanía textil de la región puno, periodo 2014,* Universidad Nacional del Altiplano.

MINCETUR (2011). Plan Estratégico Nacional de Artesanía hacia el 2021, PNDAR 2021.

MINCETUR (2013). Plan Estratégico Nacional Exportador al 2025, PENX 2025.

MINCETUR (2013). Registro nacional de artesanos, al 2019.

Ochoa Zuloeta, Viviana Isamar. (2018). Tesis *Plan de negocios para la exportación de bufandas a base de algodón nativo al mercado de estados unidos de la Asociación Huaca de Barro del distrito de Morrope, 2017 – 2022,* Universidad Señor de Sipán.

PROMPERÚ. (2008). *La Guía Artesanal Turística del Perú.* Portal Institucional, Perú.

PROMMÉXICO. (2020). Nuestra contribución al desarrollo del país. Portal Institucional, México.

PROMCOLOMBIA. (2020). Nuestra contribución al desarrollo del país. Portal Institucional, Colombia.

Silva Bardales-Álvarez, Magaly (2103). Presentación del Plan Estratégico Nacional Exportador al 2025, PENX 2025. Mincetur, Perú.

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - SUNAT. 2020. Operatividad aduanera. Portal Institucional,

UNESCO (1997). "La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera" - Manila, 6-8 de octubre de 1997.

SUNAT (2020). Operatividad aduanera, movimiento de una partida arancelaria. Portal institucional

Valverde Paredes, Duamer Carmelo y Zuoleta Sánchez, Gloria Maritza (2016). *Tesis Oportunidad de negocios en el mercado canadiense para incentivar las exportaciones peruanas de artesanía de cerámica producida en la región Cajamarca, periodo 2017-2021.* Universidad Privada del Norte.