

Joyería peruana recupera su brillo



Foto: www.iss.com.pe

La joyería peruana ha venido registrando un dinamismo interesante en los últimos años debido a la mayor demanda de los mercados externos y a la mejora del poder adquisitivo de la población.

El ritmo de crecimiento del sector se situaba entre 15% y 20% en años anteriores, cifra que disminuyó a niveles de 5% en 2009 producto de la crisis

externa, y para este año se espera una tasa de 7% a 8% por las mejores perspectivas de la economía.

Si bien no se recuperaron los niveles previos a la crisis, las exportaciones del subsector joyería y orfebrería ascendieron a US\$ 9.8 millones en el primer trimestre de 2010, representando un crecimiento de 34%, respecto a similar periodo de 2009. En la actualidad, más

del 30% de la producción se orienta al mercado externo y hay más de 2,000 joyeros exportadores.

La joyería está ligada a la actividad minera debido a que utiliza como insumos principales el oro y la plata, así como sus aleaciones. La industria química también la provee de los insumos necesarios para el tratamiento de dichos metales.

El sector espera un crecimiento de 8% para este año. Las exportaciones se están recuperando y se expandieron en 34% en el primer trimestre.

La cotización del oro en el mercado internacional ha tenido un alza importante, hasta llegar a US\$ 1,243 la onza, e incluso hay estimaciones que señalan que podría alcanzar los US\$ 1,300 en este año.

El principal mercado de exportación de la joyería peruana es los Estados Unidos, seguido de países como Italia, Chile, Bolivia, Ecuador, Canadá, Alemania, Reino Unido y Venezuela.

A nivel mundial, los mayores productores de joyería son Italia, India, China, Tailandia, Estados Unidos y Turquía.

MERCADO

En el mercado local, más del 90% de las joyas está dirigido al segmento femenino, y el Día de los Enamorados, el Día de la Madre y Navidad son las campañas más importantes para los fabricantes y comerciantes de este sector, además de las ocasiones especiales, como cumpleaños y aniversarios.

Se estima que en promedio un comprador habitual visita las tiendas alrededor de cuatro veces al año con un gasto promedio de entre US\$ 800 y US\$ 1,000.

En el país hay más de 1,000 empresas dedicadas a esta actividad, y el mayor porcentaje se encuentra ubicada en Lima, seguida de Arequipa, Cusco, Ica y Piura.

El tipo de productos que adquieren los turistas generalmente es diferente a los que acostumbran comprar los peruanos, por lo que muchas empresas han ampliado su línea de productos hacia un estilo más sofisticado.

PRODUCTO BANDERA

La joyería y orfebrería de plata podría ser registrada en este año como el décimo producto bandera del Perú por su enorme potencial como actividad generadora de empleo, y porque resaltaría aún más la imagen del país en el mundo, refirió el director de Promperú Exportaciones, Juan Carlos Mathews.

Ya en julio del año pasado, la Asociación de Exportadores (ADEX) solicitó al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) la inclusión de la joyería y orfebrería de plata en la lista de productos bandera, ya que Perú es el primer productor de plata en el mundo.

La mayoría de expertos en el tema coinciden en que el Perú está en

capacidad de convertirse en un protagonista de la joyería mundial si aprovecha las oportunidades de desarrollo de este sector y porque tiene antecedentes históricos en este arte. ■

