



## El mercado de artesanías en el Reino Unido

Noviembre / 2017 Oficina Comercial en Londres



### Artesanías – Un Mercado dominado por la oferta asiática

El ingreso de artesanías desde Chile al Reino Unido no ha sido fácil debido a que aún hay un alto grado de desconocimiento de la oferta existente. La primera impresión de potenciales compradores es que pueden obtener productos similares provenientes de Asia a costos mucho más bajos, sin embargo, hay oportunidades para productos de alta calidad, sobre todo si se genera conciencia de los relatos que hay tras los productos.

#### Principales Países Proveedores

En términos de valor los principales países proveedores de artesanías en el Reino Unido son: China (41%), Alemania (15%), Vietnam (9%), Tailandia (9%), India (7%) y Estados Unidos (6%). Chile no muestra exportaciones de estos productos al Reino Unido, tanto según los datos de la aduana británica como de los datos provistos por ProChile, en base a datos del Banco Central.

En este análisis se agregan sólo productos que ProChile define como artesanías dentro de las categorías Otros Productos Minerales no Metálicos y Productos Metálicos. Otros productos como textiles o manufacturas de cuero podrían incluirse, pero es difícil discriminar dentro de esos grupos lo que puede considerarse artesanía.

#### Exportaciones chilenas

Al revisar los niveles de exportaciones en valor desde Chile al mundo de los últimos dos años, vemos que en 2016 hubo aumento de 9%. En los últimos 5 años, por su parte, hubo una caída acumulada de 5%.

Reino Unido no mostró importaciones desde Chile en 2016, por su parte en 2015 importaron solo 205 dólares. En los últimos 5 años, los niveles máximos de importaciones desde Reino Unido se dieron en 2011 con 4.659 dólares.

#### Análisis y comentarios

Las exportaciones de Chile al Reino Unido muestran un comportamiento más bien fluctuante y de niveles bajos.

Esto se debe principalmente a que la artesanía latinoamericana no ha sido posicionada en el mercado británico y a que la competencia asiática es muy difícil de enfrentar, dados sus altos volúmenes de producción y sus muy bajos costos.

#### Situación arancelaria aplicable a Chile

#### PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES

	Total US\$ 2016	Crecimiento 2016 / 2015
China	311.644.186	-9,9%
Alemania	31.802.849	3,6%
Vietnam	20.632.141	-6,4%
Tailandia	17.607.454	-0,6%
India	16.956.065	-1,1%
Estados Unidos	16.267.160	-22,9%
Hong Kong	15.798.834	-15,8%
Portugal	14.513.959	4,4%
Chile	0	N.A.
Otros	104.524.607	-8,6%
TOTAL	549.747.255	-8,6%

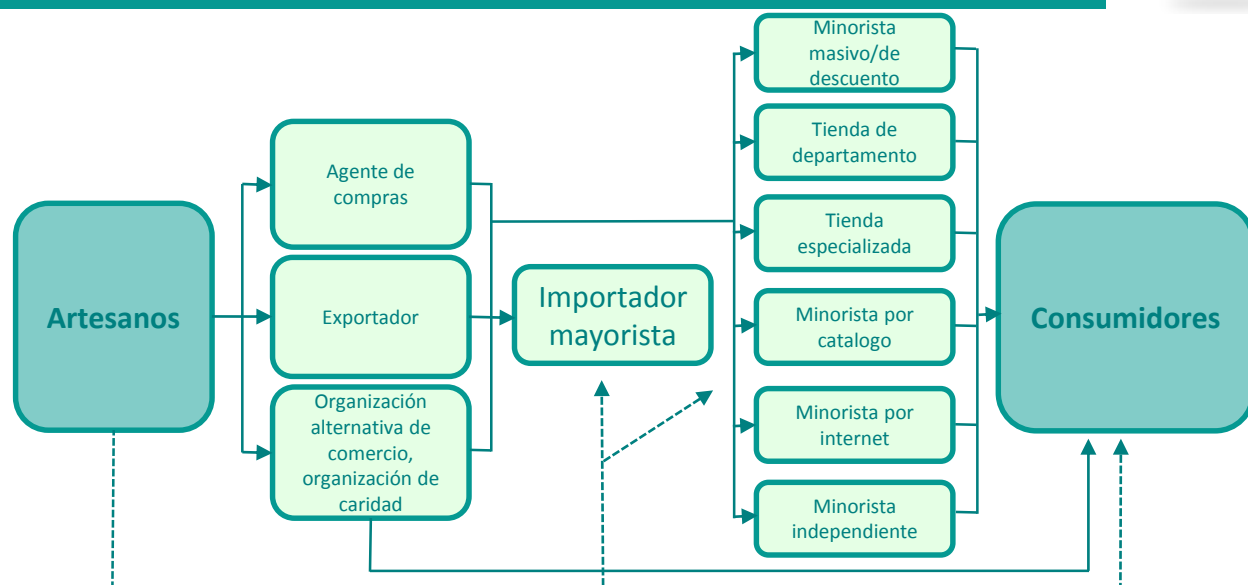
Producto	Código UE	Arancel Chile	Tarifa terceros países	VAT
Vajilla, menaje de cocina, otros artículos domésticos y de tocador, de porcelana	6911	0%	12.0%	20%
Vajilla de cerámica, utensilios de cocina, demás artículos para el hogar y de tocador de cerámica común	69120021	0%	5.0%	20%
Vajillas, artículos de cocina, otros artículos de uso doméstico y de tocador de cerámica de gres	69120023	0%	5.5%	20%
Vajillas, artículos de cocina, otros artículos de uso doméstico y de tocador de loza o cerámica fina	69120025	0%	9.0%	20%
Vajillas, artículos de cocina, otros artículos de uso doméstico y de tocador de otro material	69120029	0%	7.0%	20%
Estatuillas y otros artículos de cerámica ornamentales de porcelana	69131000	0%	7.0%	20%
Estatuillas y otros artículos de cerámica ornamental de cerámica común	69139010	0%	3.5%	20%
Estatuillas y otros artículos de cerámica ornamentales de loza, cerámica fina u otros	69139093	0%	6.0%	20%
Otros artículos cerámicos de porcelana	691410	0%	5.0%	20%
Otros artículos de cerámica común hechos a mano u otros	691490	0%	3.0%	20%
Campanas, gongs y artículos similares, estatuillas y otros adornos, de metales comunes	830610	0%	0.0%	20%
Marcos de fotografías, imágenes o similares, y espejos de metales comunes	830630	0%	2.7%	20%

Fuente: European Commission Trade Helpdesk

### La distribución y el consumo de artesanías en Reino Unido

Por lo general los canales de distribución son indirectos, ya que los productos pasan por distintos intermediarios antes de llegar a los consumidores finales. De acuerdo a información provista por US Aid, dentro de esta cadena, por ejemplo, los productos son transados entre los artesanos, exportadores, agentes, instituciones alternativas (como aquellas que promueven el comercio justo) e importadores antes de que estos lleguen a algún minorista o *retailer*, entre los cuales también hay múltiples alternativas, y finalmente al consumidor, siendo este el típico modelo entre país en desarrollo y países desarrollados. Sin embargo, existen también los canales directos, en cuyo caso los productos pasan directamente desde los productores a los consumidores.

Cabe destacar que las organizaciones de caridad y las organizaciones alternativas, son instituciones sin fines de lucro, que trabajan directamente con los artesanos de manera de lograr sus objetivos de sueldos justos, condiciones de empleo seguras y éticas y cuidado del medioambiente.



Fuente: US AID (Global Market Assessment for Handicrafts)

## ■ Principales actores en la distribución

Las tendencias recientes muestran que cada vez más los minoristas de tamaño mediano están comprando directamente, mientras que los más pequeños continúan comprando de mayoristas. Si esta tendencia continúa, muchos importadores mayoristas perderán importantes clientes y muchos vendedores independientes deberán luchar para competir en un mercado dominado por grandes tiendas con bajos precios. Sin embargo, hay evidencia de que los vendedores más pequeños pueden competir con productos exclusivos y distintivos. Es importante notar que la gran mayoría de los importadores, tanto mayoristas como minoristas, dependen del servicio de exportadores y agentes extranjeros, que muchos expertos en el mercado ven como fundamentales para el éxito de los artesanos en países en desarrollo.

Las artesanías, de acuerdo a US Aid, se pueden segmentar dentro de tres grandes grupos, (1) productos funcionales y souvenirs producidos en masa y que caen principalmente dentro del mercado de gama baja, vendido primordialmente en grandes tiendas, (2) obras de arte, a la venta en tiendas de gama media a alta y (3) productos de diseñador a la venta en tiendas de alta gama.

### SEGMENTOS DE PRECIOS PARA PRODUCTOS HECHOS A MANO

Segmento	Rango de precios	Principales características	Ejemplos de tiendas en UK
De lujo o alta gama	Sobre £200	- Alta Calidad - Parecen obras de arte de alto precio - Diseño innovativo - Empaques, etiquetados y marketing de alta calidad - Las prioridades de compra son el diseño y la calidad	Harrods Selfridges Patridges Fortnum & Masons
Gama media	Entre £75 y £200	- El producto debe tener valor y ser asequible - Las prioridades de compra son diseño, precio y calidad (acorde al precio)	Home base IKEA B&Q
Gama baja	Bajo £75	- Barato y fácilmente disponible - Buena imagen pero no gran calidad - Materiales baratos - Terminaciones de baja calidad - Prioridades de compra son precio y diseño	Tesco Asda Sainsbury's

Fuente: US AID, elaboración propia

### PARTICIPACIÓN DE MERCADO POR SEGMENTO

El cuadro de más abajo muestra que los productos artesanales se comercializan principalmente en ferias. Cabe destacar que los canales online se han vuelto cada vez más populares.

Entre los compradores de artesanías, la historia que existe detrás del producto es altamente relevante. Lo mismo ocurre con las consideraciones estéticas de los productos, sus procesos creativos y materiales.

Entre los factores que más influyen la compra de artesanías destacan en primer lugar la participación en alguna feria, exhibición o evento, seguido por las ganas de comprar un objeto único y por tener los ingresos para hacerlo. En menor medida influyen vivir en una casa donde los consumidores se sienten cómodos con expresarse, y el conocer gente que trabaja con artesanías / artesanos.

Por último, en cuanto a la búsqueda de información para comprar artesanía, los consumidores acuden principalmente a las mismas tiendas o galerías, seguido por exhibiciones y sitios web.



## Respuesta a la encuesta: Donde consideraría comprar artesanías?

CANAL	%
Feria de artesanías	69%
Tienda de artesanías / diseño	61%
Mercados o puestos de artesanías	59%
Directo del fabricante	39%
Feria de arte	37%
Feria de diseño	37%
Tienda de museo / galería de arte	33%
Sitio web del fabricante	30%
Estudios abiertos	26%
Tiendas especialistas online	26%
Exhibiciones de arte	25%
Remates	25%
A través de amigos / conocidos	24%
Tiendas por departamentos u otras no especializadas	19%
Galería financiada con fondos públicos	16%
Exhibiciones de artesanos recién graduados	14%
Galería comercial	13%
Solicitud por correo (no online)	9%
Exhibiciones de graduaciones	7%
Agencia	2%

Fuente: Craft Council

## Principales actividades y ferias especializadas para artesanías

### Ferias internacionales relevantes

- **London Craft Week:** Es una semana de eventos en torno a productos de diseño y artesanía en varios lugares de Londres.  
Fecha: 9 – 13 mayo 2018  
Sitio web: <http://www.londoncraftweek.com>
- **The Makers Market:** Es un mercado itinerante que muestra productos artesanales de todo tipo, a lo largo de todo el Reino Unido.  
Fecha: Octubre a diciembre 2018  
Sitio web: <http://www.themakersmarket.co.uk>
- **International Jewellery London:** Principal feria de joyas en Londres, con últimas tendencias sobre innovación, educación y nuevas oportunidades de negocio.  
Fecha: 2 - 4 septiembre 2018  
Dirección: Olympia London  
Página web: <http://www.jewellerylondon.com/>

## Normativas aplicables y requisitos importación.

Chile se beneficia de arancel preferencial 0 para exportar artesanías a la Unión Europea.

En el Acuerdo de Asociación Chile – UE, vigente desde 2003, todos los productos importados desde Chile en los países de la UE, incluido el Reino Unido, no tendrán ningún impuesto adicional a la fiscalidad a la que están sujetos los productos europeos.

Existe un esquema de preferencias para algunos productos artesanales provenientes de países en desarrollo. Más detalles se pueden encontrar en: [http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2013/may/tradoc\\_151175.pdf](http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2013/may/tradoc_151175.pdf)



## ■ Conclusiones y recomendaciones

El mercado de la artesanías en Reino Unido es difícil para los productos chilenos, debido a la gran oferta de países como China o India que producen grandes volúmenes de productos a muy bajos costos.

Pese a esto, los productos chilenos tienen oportunidad en rangos de alta calidad. Para lograr llegar a puntos de venta de esta categoría es necesario contar con importadores / distribuidores que tengan alto conocimiento del mercado y buenas conexiones.

Un canal que puede ser estratégico y que ha mostrado cierto crecimiento es el de ventas online. También se podrían explorar oportunidades de venta en alianzas con otros países latinoamericanos. Argentina y Perú en particular cuentan con algunas tiendas de alta gama.

Antes de entrar al mercado es recomendable realizar prospecciones de modo de lograr detectar el interés de los consumidores finales, las ferias de diseño o artesanías son buenos destinos para explorar. Hay un grupo de consumidores británicos que es bastante sofisticado y favorece productos de alta calidad y está dispuesto a pagar altos precios si se cumplen estas condiciones, sobre todo cuando hay una historia interesante detrás de los productos. Sin embargo, existe la idea de que los precios en Reino Unido para exportadores serán altos, pero esto se aleja mucho de la realidad. También se valoran y hay disposición a pagar por prácticas amigables con las comunidades y con el medio ambiente, como por ejemplo, productos con certificaciones de Comercio Justo.

Como recomendación consideramos que hay que tener claros los siguientes puntos:

- Hay alta competencia a costos bajos y calidad similar por una logística más fácil (países más cercanos).
- Hay que tener claros los volúmenes y precios a los que se quiere vender.
- En los productos de alta gama, es importante el relato asociado y entrar a través de socios estratégicos como marcas o tiendas de alto nivel.
- Se recomienda entrar al mercado en forma asociativa, lo que permite mejorar el poder de negociación.

*Para más información sobre la categoría de artesanías en Reino Unido o para participar en alguna de estas actividades por favor comuníquese con Santiago Lecaros al e mail [slecaros@prochile.gob.cl](mailto:slecaros@prochile.gob.cl)*