

SERVICIOS AL  
**EXPORTADOR**

información

2012

Estudio de Mercado

**Sector Joyería en  
Estados Unidos**



*prom*  
perú

## CONTENIDO

- I. **INFORME GENERAL DEL ESTUDIO..... 3**
  - 1. **Visita a lima por Jose Hess..... 3**
  - 2. **Situación económica en EE.UU. .... 3**
  - 3. **Empresas escogidas para submitir 15 perfiles ..... 4**
  - 4. **Método de compras de las joyerías americanas ..... 4**
  - 5. **Introducción de fabricantes al mercado americano..... 4**

## I. INFORME GENERAL DEL ESTUDIO

**PROPOSITO:** Estudiar posibilidades para incrementar la exportación de joyería Peruana a U.S.A.

### 1. Visita a lima por Jose Hess

Durante el mes de Agosto tuve el placer de pasar una semana visitando a 13 fabricantes de joyería, mayormente de plata, para determinar si sus productos serian aceptables en el mercado Americano. Tuve la oportunidad de ver los productos, y a la misma vez darle al fabricante mi opinión sobre cuales piezas serian vendibles o no, y hacer sugerencias sobre cómo mejorar algunas para asegurar más aceptación.

Ya que mi visita con cada fabricante fue breve, no tuve la oportunidad de aconsejarlos en extenso detalle, lo que podría hacer en alguna otra ocasión. En general, los productos de cada uno son muy variados, y las colecciones muy grandes en cantidad. Mi consejo para cada uno fue que para introducir sus productos deben seleccionar lo mejor que tienen, donde los estilos reflejan que vienen del mismo diseñador, y hacer un grupo pequeño pero muy bien presentado. Lo ideal en mi opinión sería un máximo de 40 piezas.

Fuera de algunos de los fabricantes, la mayoría no tiene experiencia vendiendo en U.S.A. Es muy importante que antes de lanzarse a esta actividad, deben tener una sesión educativa con alguien que conoce el mercado Americano. Podría ser yo o alguna otra persona competente. En el cercano futuro tenemos planeada una entrevista con los fabricantes vía video, durante la cual se podría tocar los mencionados puntos, pero también se debería atender una conversación de persona a persona cuando sea oportuno.

### 2. Situación económica en EE.UU.

Como de seguro han leído en los periódicos, el mercado Americano en general está en un estado de preocupación e incertidumbre, lo que ha causado una actitud de cautela en general, e individualmente un estado de frugalidad.

Hablando del gremio de joyería específicamente, fuera de lo mencionado, tenemos adicionalmente la situación de la subida del precio del oro, lo cual ha limitado al consumidor en general a comprar algo de oro. El resultado es que ese consumidor ha dejado de visitar a su joyero en total, o lo ha dirigido a una alternativa: joyas de plata.

El consumidor que dejó de visitar a su joyero inicialmente, eventualmente vuelve, debido a un aniversario, cumpleaños, graduación, día de las Madres, etc. Ya que no puede comprar oro, decide en un artículo de plata.

Debido a lo mencionado, los fabricantes mundialmente están diseñando joyas de plata extremadamente atractivas, (más sobre esto adelante) al punto de que la persona que económicamente puede comprar oro, no obstante decide en los productos de plata por su novedad.

Las joyerías de alto nivel que tenían un surtido limitado de joyas de plata fueron muy afectadas por los cambios mencionados, debido a lo cual han ampliado el espacio dedicado a joyas de plata para no perder el cliente que tiene límites, y tampoco el que se ha transformado en su gusto.

En resumen, este es el clima ideal para introducir fabricantes de plata a los U.S.A.

### 3. Empresas escogidas para submitir 15 perfiles

Después de mi visita al Perú y de conocer a un grupo de fabricantes y sus productos, me fue relativamente fácil decidir cuales joyerías Americanas serian adecuadas para vender estas joyas. Desafortunadamente estuve limitado a 15 empresas, aunque realmente hay muchas más que serian adecuadas para nuestro proyecto.

Las empresas fueron escogidas por lo siguiente:

- ✓ Joyerías que venden al detalle directo al público.
- ✓ Alto nivel o de medio a alto nivel.
- ✓ Reputación.
- ✓ Diversidad en estilo y tipo de mercancía que exhiben.
- ✓ Situación geográfica.

Las entrevistas fueron hechas por teléfono: quiero remarcar que aunque tengo buenas relaciones y conozco bien a las personas entrevistadas, estas son las personas en cargo de las compras, que constantemente reciben llamadas con todo tipo de ofertas, por lo cual se cubren con un mecanismo defensivo difícil de penetrar. No obstante fui cordialmente atendido con tal de que me asegure de mantener la conversación breve.

He mencionado lo del mecanismo defensivo porque es lo que los fabricantes deben esperar cuando introduzcan sus productos. El comprador siempre tiene interés, pero tiene mucho cuidado en no dar la impresión de que está obligado en ninguna forma.

### 4. Método de compras de las joyerías americanas

- ✓ En ferias: hacen citas con existentes o nuevos proveedores, y caminan los pasillos para ver qué hay de nuevo con gente que no conocen.
- ✓ En sus oficinas: Hacen citas con existentes proveedores y también con nuevos contactos. Debo mencionar que para nuevos proveedores es extremadamente difícil conseguir una cita debido a que el comprador recibe numerosas llamadas, la mayoría de las cuales no contesta. En este caso es muy útil utilizar los servicios de alguien que tiene contactos.

**¿Que convence a un comprador a hacer negocios con el fabricante?** Menciono en orden de importancia lo que es usual:

- Mercancía a consignación.
- Precio.
- Términos de pago. Cuanto más largo, mejor.
- Intercambio de piezas no vendidas por nuevas piezas.
- Contribución a actividades de propaganda.
- Artículos punto de venta. (folletos, decoración de vitrinas, estuches).

Lo que menciono no es obligatorio. El fabricante puede insistir en una simple operación de venta y pago, y si el comprador está extremadamente interesado, puede resultar, aunque será difícil si el fabricante no está dispuesto a ceder en uno o más de los puntos descritos.

Cuanto más ceda el fabricante, más fácil la venta. Si el producto es muy deseado por el comprador, menos tendrá que ceder el fabricante.

### 5. Introducción de fabricantes al mercado americano

Es muy importante que el fabricante que quiere entrar en este mercado, debe tener paciencia y no esperar éxito a la primera vuelta. Están compitiendo con fabricantes nuevos domésticos que tienen el mismo problema, y a la vez con fabricantes de todo el mundo.

En mi punto de vista, creo que la mercancía Peruana tendrá buena aceptación y este es el momento perfecto para introducirla.

Recomiendo varios métodos para la introducción:

1.- Formar un grupo de fabricantes que en conjunto quieran proseguir con un fuerte atentado a ganar mayor reconocimiento en el mercado Americano, compartiendo los gastos y con ayuda financiera de parte de Promperu.

2.- Organizar un evento en Perú, donde se exhiban las joyas, e invitar un grupo de joyeros a visitar, con todos los gastos pagados.

3.- Seguir tratando de obtener espacio en ferias en los Estados Unidos, lo cual sabemos está en lento progreso, en este orden de importancia: JCK – Couture - Centurion.

JA, la feria de New York que funciona en Julio, es mucho más pequeña y menos importante, pero es posible adquirir espacio sin límite, a un precio razonable. Se podría utilizar esta como una prueba para obtener reacciones, con tal de que no esperen grandes ventas.

4.- Por mí, lo siguiente es lo más eficiente y tiene una mayor posibilidad de éxito:

Hacer lo descrito en 1- y obtener un contrato con una persona que conoce el mercado y la gente, para representar a todos los fabricantes, lo cual requeriría que cada fabricante mande un muestrario de mercancía a quien llamaremos el agente, el cual se ocupara de visitar a potenciales clientes, que en este caso pueden ser muchos más en adición a los que están en los 15 perfiles. El agente también se puede ocupar en atender las ferias.

Si hay interés en este método, yo estoy dispuesto a ofrecer mis servicios como agente representando a los fabricantes. Si tienen alguna otra persona que quieran contratar para este proyecto, con mucho gusto yo les ayudaría en cualquier forma necesaria.

Si hay interés en proceder con 4- naturalmente hay muchos detalles que discutir, como ubicación de oficina, seguro para la mercancía y donde guardarla, etc.

Finalmente, no quiero dejar de mencionar que con el resultado de los estudios que se van a hacer derivados de los perfiles, mas mis informes en general, aunque muy útiles, todavía no tendremos una visión concreta del tipo de artículo que va a tener éxito. Esto lo descubriremos solamente cuando estemos cara a cara con el comprador, y la mercancía en frente de nosotros.

Muchas gracias por la atención prestada.

**Jose Hess**