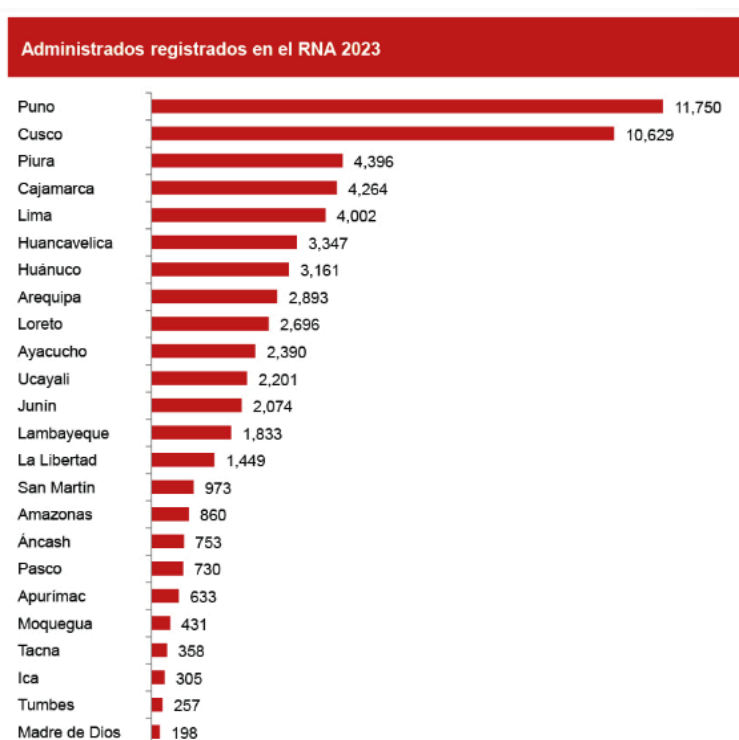


Proyecto:

RAÍCES CREATIVAS

BREVE MIRADA SOBRE LA REALIDAD DE LOS ARTESANOS EN EL PERÚ

De acuerdo con la Encuesta Permanente de Empleo Nacional (EPEN), 416,190 personas trabajan en el rubro de la artesanía, ya sea en la industria de la fabricación de prendas de vestir, tejidos y artículos confeccionados, como en la industria manufacturera artesanal. De ese total, el 77.2% labora en una situación de informalidad (321 298 personas) y según la última encuesta realizada por ADEX en 2018, la artesanía textil representa el 10% de su PBI de la nación, lo que le hace un rubro altamente importante.



Fuente. SIDPAR:Elaboración

ComexPerú

De acuerdo con el RNA, se encuentran registrados 62,583 administrados en su sistema, entre artesanos, empresas y sociedades. Así, resulta importante anotar que 61,763 de ellos son personas artesanas. A nivel departamental, se observa que Puno presenta un mayor número de administrados (11,750), seguido por Cusco (10,629), Piura (4,396), Cajamarca (4,264) y Lima (4,002).

Entre aquellos 62,583 administrados, el 62.6% (39,176) no cuenta con un Registro Único del Contribuyente (RUC), de acuerdo con la SIDPAR, estas cifras son realmente preocupantes, porque al no cuentan con un RUC lo que limita o dificulta a participar a eventos, concursos o financiamientos para impulsar su crecimiento en el mercado. De acuerdo a Rusbel Hernández, director de Desarrollo Artesanal del Mincetur, agrega que

alrededor de un 60% de artesanos se dedica a la actividad de forma estacionaria, estas en realidad son unidades familiares identificadas que se encuentran mayormente en las zonas rurales dispersas, donde la población se dedica a la artesanía como una actividad complementaria, compartida con tareas de ganadería o agroindustria. La artesanía, entonces, se vuelve una oportunidad de desarrollo económico para las familias, quienes se convierten en parte de las cadenas productivas, pero

¿Por qué no pasan de la informalidad a la formalidad?

La razón es bastante clara: los artesanos rurales en el Perú no formalizan sus negocios, es decir, no obtienen un Registro Único de Contribuyentes (RUC), porque perciben que no obtendrán beneficios adicionales al formalizarse. Esta situación empeora ante la falta de una plataforma de ventas con suficiente alcance, un mercado estable y amplio, que incentive su formalización. Además, muchos de estos artesanos también enfrentan barreras de conocimiento y herramientas tecnológicas, lo que genera temor al uso de plataformas de venta en línea. Sin la capacitación adecuada, sienten que estas herramientas pueden ser difíciles de manejar y que no están preparadas para atender sus necesidades de comercialización. Sin embargo, si se les ofreciera acceso a una plataforma de ventas que no solo garantizara visibilidad y acceso al mercado, sino que también proporciona una guía práctica y las herramientas necesarias para gestionarla, estarían más dispuestos a formalizarse y hacer de la plataforma una vía confiable para el crecimiento de sus negocios.

¿Entonces cuál es mi problema general?

Alta informalidad y limitada visibilidad de los artesanos rurales en el Perú debido a la falta de herramientas de acceso al mercado y a una plataforma de venta en línea que los incentive a formalizarse y a gestionar sus negocios de manera autónoma.

¿Hay mercado para este proyecto?

La artesanía peruana cobró relevancia en las últimas décadas de mano de la expansión de la actividad turística en el país. tanto nacional como de los visitantes extranjeros que llegan a diario a conocer nuestros atractivos culturales, geográficos y gastronómicos.

Ya que los despachos de artesanía peruana lograron 42 millones 608,000 dólares en el 2022, lo que refleja un crecimiento de 3.2% respecto al 2021, informó la gerente de manufacturas de la Asociación de Exportadores (Adex), Melissa Vallebuona. las empresas del sector para afrontar el actual escenario político y social en el país, tomando en consideración que la artesanía es una actividad muy ligada al turismo, segmento bastante golpeado en los últimos años.

En el plano local, la viceministra de Turismo, Madeleine Burns, explicó que en el 2022 el sector de artesanía peruana vendió en el mercado local productos por un total de 98 millones de soles (Fuente Sunat) y exportó por unos 42 millones de dólares. la artesanía, por su valor cultural, incrementa su presencia y es abordada desde dos enfoques: económico técnico-productivo, con miras a la exportación y comercialización, que es más el enfoque del Mincetur.

El segundo aspecto es el de la conservación de técnicas tradicionales que es visión del Ministerio de Cultura, en el mismo peso; porque si bien es importante el manejo económico y la apertura de mercados, eso también significa que tiene que estar acompañado de una continuidad de la tradición, para que tengas un valor agregado frente a un mercado global, que permita al Perú diferenciarse de otros países con artesanías con un carácter tradicional muy fuerte como México y Bolivia.

Además, se estima que cada persona en Perú gasta un promedio de \$568 al año en comercio electrónico. De hecho, el comercio electrónico en Perú ya representa el 8% del PIB. En Perú, más del 75% de la población compra en línea al menos una vez al mes.

Según la Cámara Peruana de Comercio Electrónico (CAPECE), las ventas por comercio electrónico en Perú llegaron a los \$12 mil millones en 2022, lo que representó un aumento superior al 30 % respecto al 2021

Durante el periodo 2023-2026, el comercio electrónico de Perú crecerá a una tasa anual compuesta (TCAC) del 35 % para alcanzar un volumen total de \$63,1 mil millones.

Estos datos sugieren que, al menos en el contexto peruano y en mercados internacionales similares, una plataforma con características atractivas de venta en línea puede captar el interés de artesanos rurales, incentivando la formalización si ésta es percibida como un recurso accesible y efectivo para ampliar sus oportunidades de negocio.