

# ARTESANÍAS DE CUERO

FICHA N°2/UE

gtz



Programa Desarrollo Económico  
Sostenible en Centroamérica  
(DESCA)



## **I. GENERALIDADES DEL PRODUCTO**

El término artesanía se refiere al trabajo realizado de forma manual por una persona en el que cada pieza es distinta a las demás, diferenciándolo del trabajo en serie o industrial. A la persona que se dedica a esta actividad se le denomina “artesano”.

Uno de los principales problemas de la artesanía es la competencia con los productos procedentes de procesos industriales de bajo costo, con apariencia similar a los productos artesanos, pero con menor precio y calidad. Otra dificultad para los artesanos es la forma de comercializar sus productos, ya que es una característica de la artesanía, que se realiza en talleres individuales o de pocas personas, con poca capacidad para llegar al mercado.

Dentro de las artesanías de cuero se encuentra la “talabartería”, es decir la elaboración de artículos de cuero para caballería como sillas de montar, albardas y aparejos. Otros productos elaborados en base a cuero son billeteras, monederos, fajas, carteras, llaveros, entre otros. También se elaboran artículos decorativos en base a cuero pirograbado (cojines, cuadros).

## **II. INDUSTRIA LOCAL**

Las artesanías elaboradas en Honduras trascienden el uso doméstico cotidiano, son elaboradas para el comercio como medio de subsistencia de muchas familias a lo ancho y largo del país. En las diferentes regiones del país, los artesanos crean artesanías que los identifican, muchas veces relacionadas a las costumbres culturales de las etnias. En general, se posee una gran variedad de artesanía hecha en: barro y cerámica, cuero, madera, piedra, textil, hierro y minerales (joyería), tusa y otra serie de materiales de la naturaleza trabajados de forma muy creativa.

Debido a la conservación cultural de diversos grupos étnicos, la producción artesanal se ha impulsado en los últimos años, a través de programas dirigidos por el Instituto de Antropología e Historia y algunas organizaciones no gubernamentales (ONG).

La mayor parte de los artesanos no están constituidos legalmente como microempresarios o comerciantes individuales, tampoco están organizados o agremiados, lo que muchas veces dificulta el acceso a financiamiento y apoyo técnico. Venden la mayoría de su producción de artesanías a tiendas locales de *souvenirs* o en algunos casos a otras personas que las compran para ser comercializadas en puntos de mayor desarrollo turístico.

En 1979 se fundó la Asociación Nacional de Artesanos de Honduras (ANAH), que es una organización sin fines de lucro, que tiene como propósito velar por el bienestar colectivo de sus agremiados proporcionándoles financiamiento, asistencia técnica, comercialización, obtención de materia prima y capacitación productiva. La ANAH, está conformada por 500 afiliados a nivel nacional, de estos 50 están establecidos en la ciudad capital.

(Fuente: Diario El Herald, 28 de noviembre 2008).

El principal país productor de cuero grueso de bovinos es Costa Rica, seguido por Guatemala, mientras el principal productor de cuero ligero de bovinos es Honduras. El cuero ligero de oveja y

Artesanías de cuero  
No. 2, Mercado: Unión Europea

cabra sólo es producido por Guatemala y Honduras. (Fuente: Sector: Pieles, Cueros y sus manufacturas. Ministerio de Comercio Exterior, Costa Rica 2007).

En relación al comercio de las artesanías, expertos estiman que la mayor parte son para comercio local, adquiridas en su mayoría por los turistas que visitan el país. Solamente un pequeño porcentaje de las artesanías hondureñas son exportadas a los países vecinos, Estados Unidos de América (EEUU) y en algunos casos incluso a la Unión Europea (UE).

Las exportaciones hondureñas de manufacturas de cuero alcanzaron 141 toneladas en el 2008, experimentando una fuerte contracción (-59%) con respecto a las exportaciones del año anterior. El principal segmento en el 2008 lo representa las exportaciones de baúles, maletas, maletines, porta documentos y estuches de cuero (89 toneladas) siendo a la vez el segmento de mayor decrecimiento ese mismo año; le sigue en importancia las exportaciones de prendas y complementos de vestir (43 toneladas).

Debido a que las estadísticas son generales, se desconoce exactamente el porcentaje de las exportaciones de manufacturas de cuero que se consideran artesanías.

(Fuente: SIECA).

Algunas de las empresas nacionales que han exportado manufacturas de cuero son: Lesanddra Leather, Leather Industry Latino S.A. (Fuente: Directorio de Exportadores. 9<sup>na</sup> edición, FIDE).

### **III. DINÁMICA COMERCIAL EN EL MERCADO EUROPEO**

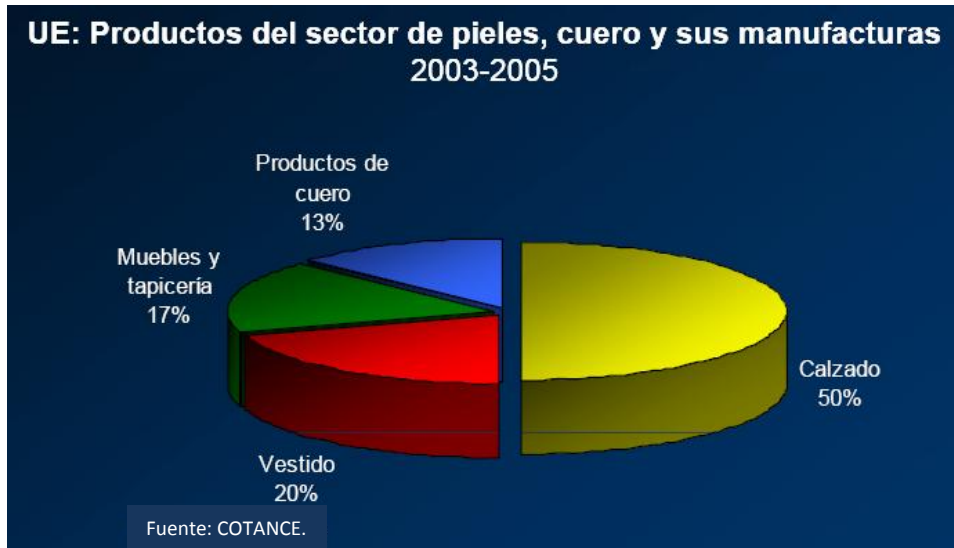
Europa es un actor importante en el comercio internacional del cuero, produce el 25% del cuero del mundo (Italia es el principal productor, representa el 62%, seguido por España que produce un 12% del total del continente), además de ser uno de los mercados de consumo más grande y más dinámico para los artículos de cuero.

Con una facturación de casi €8 mil millones, más de 3,000 empresas y unas 50,000 personas directamente empleadas en el sector, las empresas “curtidoras” de Europa demuestran su competitividad en el mercado mundial. El cuero europeo se exporta a todo el mundo para satisfacer los más altos estándares, las regulaciones ecológicas más estrictas y las crecientes exigencias de calidad de los consumidores.

Los curtidores de Europa tienen una larga tradición de producir cualquier tipo de piel: de la especie bovina, de becerro, ovejas y piel de cabra. Su experiencia contribuye al éxito de los líderes del calzado, prendas de vestir, muebles y fabricantes de marroquinería.

(Fuente: [www.euroleather.com](http://www.euroleather.com)).

Tal como se observa en el gráfico, en el periodo 2003-2005, la mayor parte del cuero en la UE es absorbido por la industria del calzado y vestido, seguido por la industria de muebles y tapicería.



Las exportaciones de la Unión Europea (EU) de manufacturas de cuero (excluyendo artículos de talabartería) alcanzaron en el 2008 un total de 69,207.4 toneladas. El 82% de las exportaciones totales (56,736.4 toneladas), está compuesto por la exportación de baúles, maletas, maletines, porta documentos, bolsos, artículos de bolsillo, entre otros... siendo los principales destinos Suiza, Rusia, Estados Unidos de América (EEUU) y Japón. A Honduras se exportó un total de 2.3 toneladas de estos productos de cuero.

Las prendas y complementos de vestir representan el segundo grupo de mayor relevancia en las exportaciones de manufacturas de cuero de la UE. En el 2008 se exportó un total de 8,514.1 toneladas, siendo los principales destinos Suiza, Rusia, EEUU y Noruega. A Honduras se exportó un total de 1.7 toneladas de estos productos de cuero.

En la última década, las exportaciones de cuero terminado europeo a otras regiones del mundo han experimentado un desarrollo extraordinario. Los fabricantes en mercados nuevos y emergentes tienen particular interés en desarrollar relaciones comerciales con los curtidores europeos y trabajar estrechamente con ellos. Las pequeñas y medianas empresas que predominan en el sector del curtido Europeo tienen la ventaja de ser muy flexibles, adaptables y de rápida respuesta a la demanda, lo que es muy valorado en la industria mundial.

Por otro lado, las importaciones de la UE de manufacturas de cuero (excluyendo artículos de talabartería) alcanzaron en el 2008 un total de 1,079,035.6 toneladas. Al igual que las exportaciones, el grupo de productos de cuero con mayor relevancia en las importaciones está compuesto por baúles, maletas, maletines, porta documentos, bolsos, artículos de bolsillo, entre otros. Las importaciones de este grupo de productos alcanzó las 945,950.9 toneladas en el 2008, siendo los principales países proveedores: Taiwán, India, Vietnam y China.

Artesanías de cuero  
No. 2, Mercado: Unión Europea

De la región centroamericana se importaron productos de cuero dentro de dicho grupo, siendo Guatemala el principal proveedor de la región (18.9 toneladas), seguido por Costa Rica (11.3 toneladas), El Salvador (10.2 toneladas) y Honduras (2.7 toneladas).

El segundo grupo de mayor relevancia en las importaciones de manufacturas de cuero son las prendas y complementos de vestir, en el 2008 se importó en la UE un total de 107,574.9 toneladas, provenientes principalmente de: Taiwán, India y Pakistán. Asimismo, se importó de Guatemala un total de 4.4 toneladas, de Honduras 55 Kg.

(Fuente: COMTRADE).

#### **IV. DEMANDA ESTIMADA EN EL MERCADO EUROPEO**

El Consumo global de maletas y accesorios de cuero se ha incrementado recientemente en los últimos años, especialmente en los países asiáticos con más influencia en los consumidores de China, India, Vietnam y otros países con economías crecientes. Asia ha sido el líder en el mercado para maletas y accesorios de cuero, seguido por la UE y los Estados Unidos.

Los consumidores europeos también han sido influenciados por la moda, especialmente en los nuevos miembros. La UE es el segundo mercado más grande y cuenta aproximadamente con la tercera parte del total del mercado de artículos y accesorios de cuero. El consumo se ha incrementado más en volumen tanto como en importaciones a bajos precios. En el 2006, los consumidores de los 27 países miembros de la UE gastaron € 10,071 millones. Con una población de 496 millones, el consumo per cápita en la UE es en promedio €20.30.

El mercado ha sido dominado por cinco países, con un total de 74% del total del consumo de la UE: Alemania 19%, Italia 15%, Francia 15%, Reino Unido 14% y España 10%. Desde 2004, las ventas en la mayoría de países de la UE han incrementado. El mejor incremento se dio en las carteras, maletines para computadoras y pequeños maletines.

Un mayor número de consumidores de la UE prefieren las tendencias pasadas; ellos siempre reemplazan los accesorios, aún cuando esto no es estrictamente necesario. Además, un incremento en la variedad y diseño de maletas y accesorios de cuero y un incremento en el uso de materiales no de cuero como nylon, fibra y textiles, ha dado un fuerte estímulo a este mercado tan maduro. Aunque, los precios bajos y el incremento de la oferta a través de canales no tradicionales, han expuesto a un gran grupo de consumidores en este mercado, el resultado es un incremento en las ventas.

Los futuros conductores de los productos maletas y otros accesorios de cuero son:

- Personas de altos ingresos, con mujeres buscando accesorios para que combinen con su presentación y de las economías crecientes de los nuevos estados miembros.
- Personas incrementen sus viajes y que los que toman descansos cortos estimulando la demanda por maletas.
- Nuevos mercados para hombres, adolescentes y personas ancianas.
- Nuevas tecnologías están conduciendo hacia productos que están estimulando la demanda por las ventas de pequeños accesorios.

## Artesanías de cuero

### No. 2, Mercado: Unión Europea

Los pequeños accesorios de cuero representan un gran segmento e incluye: billeteras, monederos, llaveros, porta pasaportes y otros organizadores personales, porta MP3, sistemas personales GPS, video juegos, etc. En el 2006, este segmento representó en la UE un total de €1.5 mil millones.

En este segmento ha sido lenta la disminución en términos de valor. Sin embargo, hay importantes importaciones de productos de bajo costo hechos con materiales diferentes al cuero. Esto significa que los consumidores están gastando menos en productos en este segmento, pero se necesitan cada vez más tipos de productos. Por ejemplo, la tecnología conduce a nuevos productos y necesidades para que sean protegidos. Los accesorios de cuero más pequeños han sido diseñados para estos mercados ocasionales. Sin embargo este segmento ha ganado un llamado a la moda.

El mercado de las billeteras, monederos, bolsos en la UE fue valuado en €900 millones en el 2006 y ha sido estimulado por un número de razones, pero especialmente por cambios en el estilo de vida de los europeos, como ser mayor actividad deportiva y recreacionales, incremento en el uso de bolsas casuales (canguros) para usarlas todo el tiempo, el incremento en los viajes cortos y el turismo interoceánico.

Las bolsas de deporte son principalmente para cargar ropa de deporte, zapatos tenis, equipo para deportes. Ellos son usados también como equipaje para viajes en los fines de semana. A pesar de la tendencia a mantener un estilo de vida saludable, hay una disminución en la demanda por estos maletines, hay un paralelo incremento en la demanda por bolsas para caminar, escalar y actividades similares. Otras bolsas incluyendo bolsas de compras están disponibles en muchas tiendas y una variedad de formas simples, modas retro y étnicas en modelos altamente sofisticados en todos los tamaños.

Las fajas o cinturones para hombres son más funcionales, aunque también son comprados por las mujeres como un accesorio. Las ventas de fajas son relacionadas con las tendencias de las modas de las mujeres. El segmento de fajas ha crecido en los últimos años y representa un valor aproximado de €700 millones en la UE. Las fajas compiten con otros accesorios de moda como bufandas, sombreros, lentes de sol y alguna joyería. Sin embargo, hay un incremento en la demanda por una mayor innovación en los diseños. La mayoría de las fajas son hechas de cuero, con hebillas bien decoradas, con estampados étnicos o una amplia gama de estilos.

Un indicador de frecuencia en las compras indica que el 55% de las mujeres compraron una cartera en el último año, el 24% una billetera y el 15% de los consumidores compraron una faja de cuero y el 6% compró una faja de otro material distinto al cuero.

El segmento de maletines fue estimado en € 600 millones en la UE en 2006, con una alta participación del mercado alemán y holandés. Este segmento incluye maletines para computadoras, porta documentos y portafolios, la mayoría comprados en tiendas de oficina, tiendas de computadoras o tiendas de departamentos.

En el mercado de artículos de cuero hay un número de tendencias interrelacionadas, las cuales impactan en el futuro desarrollo de este sector del mercado. Algunas tendencias son grandemente influenciadas por el estilo de vida que afectan las compras del consumidor y otras son de corto plazo o tendencias específicas que son usualmente de naturaleza estacionaria, como la moda.

## V. REQUISITOS DE ACCESO A LA UNIÓN EUROPEA

### Clasificación arancelaria:

El punto de partida para investigar los requisitos de acceso de un producto a un mercado extranjero es identificar la clasificación arancelaria dentro de la cual se ubica. Es fundamental para todo trámite de exportación que se realice una correcta clasificación del producto, ya que de la misma se derivan los cargos arancelarios correspondientes.

De acuerdo al Sistema Arancelario Centroamericano (SAC) las artesanías de cuero se clasifican dentro del capítulo 42 que corresponde a “Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa”, con las siguientes partidas arancelarias:

PARTIDA	DESCRIPCION
4201.00.00	Artículos de talabartería o guarnicionería para todos los animales (incluidos los tiros, traíllas, rodilleras, bozales, sudaderos, alforjas, abrigos para perros y artículos similares), de cualquier materia
4202	Baúles, maletas (valijas), maletines, incluidos los de aseo y los porta documentos, portafolios, cartapacios, fundas y estuches para gafas (anteojos), gemelos (binoculares), cámaras fotográficas o cinematográficas, instrumentos musicales o armas y continentes similares; sacos de viaje, sacos (bolsas) aislantes para alimentos y bebidas, bolsas de aseo, mochilas, bolsos de mano (carteras), bolsas para la compra, billeteras, portamonedas, porta mapas, petacas, pitilleras y bolsas para tabaco, bolsas para herramientas y para artículos de deporte, estuches para frascos y botellas, estuches para joyas, polveras, estuches para orfebrería y continentes similares, de cuero natural o regenerado, hojas de plástico, materia textil, fibra vulcanizada o cartón, o recubiertos totalmente o en su mayor parte con esas materias o papel
4202.1	- Baúles, maletas (valijas) y maletines, incluidos los de aseo y los porta documentos, portafolios, cartapacios y continentes similares:
4202.2	- Bolsos de mano (carteras), incluso con bandolera o sin asas:
4202.3	- Artículos de bolsillo o de bolso de mano (cartera):
4202.9	- Los demás:
4203	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de cuero natural o cuero regenerado
4203.10	- Prendas de vestir:
4203.2	- Guantes, mitones y manoplas:
4203.21	-- Diseñados especialmente para la práctica del deporte:
4203.29	-- Los demás:
4205	Las demás manufacturas de cuero natural o cuero regenerado

(Fuente: SIECA, 2009)

### Requisitos de exportación:

El exportador hondureño debe realizar una serie de trámites previos a la exportación de sus productos. El Centro de Trámites de Exportaciones (CENTREX) de la Secretaría de Industria y Comercio (SIC) facilita al exportador la realización de dichos trámites juntando una serie de instituciones en una ventanilla única de exportaciones.

Artesanías de cuero  
No. 2, Mercado: Unión Europea

Las instituciones que participan en CENTREX son:

- Secretaria de Agricultura y Ganadería (Sanidad Animal y Sanidad Vegetal).
- Banco Central de Honduras (Departamento Internacional).
- Secretaría de Industria y Comercio (Dirección General de Sectores Productivos).
- Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI).
- Organismo Internacional Regional de Sanidad Agropecuaria (OIRSA).

En el siguiente cuadro se resumen los documentos que el exportador de artesanía de cuero deberá presentar:

DOCUMENTO	INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN	COSTO	FORMULARIO DISPONIBLE EN
Declaración de Exportación	Banco Central de Honduras, ventanilla CENTREX.	Para la exportación de cualquier producto.		<a href="http://www.bch.hn">www.bch.hn</a>
Declaración de Ingreso de Divisas	Institución Bancaria con la que se hizo la operación.	En caso que las exportaciones de cualquier producto sean realizadas en forma de Anticipo o con Endeudamiento Externo (Inciso 1 y 2 del apartado G de la Declaración de Exportación).		
Certificado de Origen (Forma A)	Asociación Nacional de Industriales (ANDI).	Para las exportaciones de productos amparados en el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP+).	US\$ 5.00 o su equivalente en Lempiras a la tasa de cambio vigente.	

(Fuente: [www.sic.gob.hn](http://www.sic.gob.hn))

#### Requisitos de acceso:

Los requisitos de acceso se pueden clasificar en dos grupos: los legales, es decir los requisitos mandatorios por ley y los no legales, o bien otros requisitos que pueden ser establecidos por el comprador, como certificados de calidad u otros.

Para el ingreso de cualquier tipo de producto a la UE es necesario presentar los siguientes documentos:

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
Factura comercial	La factura comercial es un documento o prueba de la transacción entre el exportador y el importador. El exportador la expide al importador para el cobro de las mercancías cuando éstas se han puesto a disposición del importador. La factura comercial contiene la información básica sobre la transacción y siempre es necesaria para el despacho de aduana. No se exige un formato específico. La factura comercial debe expedirla el exportador según la práctica comercial habitual y debe presentarse el original y al menos una copia. Puede presentarse en cualquier idioma, pero se recomienda una traducción al inglés.
Documentos de transporte	Son proporcionados por la compañía de transporte que el exportador contrate. En función de los medios de transporte utilizados, para despachar las mercancías



Artesanías de cuero  
No. 2, Mercado: Unión Europea

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
	es necesario presentar los siguientes documentos a las autoridades aduaneras del Estado miembro de la Unión Europea donde se realiza la importación: - Conocimiento de embarque (marítimo), -Conocimiento de embarque FIATA (es un documento creado por la Federación Internacional de Asociaciones de Transitarios y Asimilados (FIATA) para el transporte multimodal o combinado y que es negociable.), -Conocimiento aéreo (AWB)
Lista de carga (Packing List)	La lista de carga (P/L) es un documento comercial que se adjunta a la factura comercial y los documentos de transporte. Facilita información sobre los artículos importados y las particularidades de cada bulto (peso, dimensiones, instrucciones de manipulación, etc.). Es necesaria para el despacho de aduana y tiene el valor de inventario de la mercancía entrante. No se exige un formato específico. La lista de carga debe ser elaborada por el exportador según la práctica comercial habitual, debiendo presentarse el original y al menos una copia. Puede presentarse en cualquier lengua, pero se recomienda una traducción al inglés.
Declaración del valor en aduana	La declaración del valor en aduana es un documento que debe presentarse a las autoridades aduaneras (en la UE) cuando el valor de las mercancías importadas excede de €10,000. Debe completarse el impreso DV 1, cuyo modelo figura en el anexo 28 del Reglamento (CEE) nº 2454/93 (DO L-253 11/10/1993), que establece disposiciones de aplicación del Código Aduanero Comunitario, y debe presentarse junto con el Documento único Administrativo (DUA). La finalidad principal de este requisito es establecer el valor de la transacción para fijar el valor en aduana (base imponible) sobre el que se aplican los derechos arancelarios. El valor en aduana corresponde al valor de las mercancías, incluidos todos los costos (por ejemplo valor en factura, transporte y seguro), hasta el primer punto de entrada en la Unión Europea. Para establecer el valor en aduana se utiliza habitualmente el valor de transacción (precio pagado o por pagar por las mercancías importadas).
Seguro de transporte	El seguro es un contrato por el cual se indemniza al asegurado en caso de daños causados por un riesgo cubierto en la póliza. El seguro de transporte es de suma importancia porque las mercancías están expuestas a riesgos comunes durante su manipulación, carga y transporte, pero también a riesgos menos frecuentes como disturbios, huelgas o actos de terrorismo. En el contrato de seguro de transporte se dejan a discreción del titular los riesgos cubiertos, la compensación o la indemnización. Al efectuar el despacho de aduana, el justificante del seguro sólo se exige cuando en la factura comercial no aparecen los datos de la prima pagada para asegurar la mercancía.
Documento único administrativo (DUA)	Todas las mercancías importadas en la Unión Europea deben declararse a las autoridades aduaneras del Estado miembro de que se trate mediante el Documento único Administrativo (DUA), que es el documento común para efectuar la declaración de importación en todos los Estados miembros, establecido en el Código Aduanero Comunitario publicado en el Reglamento (CEE) nº 2913/92 (DO L-302 19/10/1992). La declaración debe completarse en una de las lenguas oficiales de la UE aceptada por las autoridades aduaneras del Estado miembro en el que se lleven a cabo las formalidades.

(Fuente: Export Helpdesk for Developing Countries).

Los requisitos específicos para el ingreso de artesanía de cuero al mercado de la UE son:

## Artesanías de cuero

### No. 2, Mercado: Unión Europea

- Cumplimiento de las disposiciones del reglamento de la UE basado en la “Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES)”. (En Honduras el Certificado CITES lo extiende SENASA).
- Cumplimiento de las normas de empaque, que tienen como objetivo proteger el medio ambiente, así como prevenir cualquier riesgo a la salud de los consumidores.
- Cumplimiento de las normas sanitarias aplicables a los subproductos animales no destinados al consumo humano.

El exportador a la UE debe conocer y familiarizarse con los aspectos contenidos en diferentes normas relacionadas con la comercialización, empaque, etiquetado, entre otros, de artículos de cuero; a continuación se presenta una lista de las normas que son esenciales:

- Reglamento (CE) No. 338/97, relativo a la protección de especies de la fauna y flora silvestres mediante el control de su comercio.
- Directiva 94/62/EC, requisitos generales de los envases y residuos de envases.
- Directiva 2000/29/EC, medidas fitosanitarias para empaques de madera.
- Reglamento (CE) No. 1774/2002, normas sanitarias aplicables a los subproductos animales no destinados al consumo humano (incluidas las pieles y cuero).
- Reglamento (CE) No. 1401/98 y No. 1808/95 sobre contingente arancelario reservado para los productos “hechos a mano” que tengan un certificado de autenticidad.

Para mayor información sobre cualquiera de estas normativas se pueden encontrar en el sitio web de la UE: <http://eur-lex.europa.eu/es/index.htm>.

### **Aranceles:**

Las “normas de origen” son los instrumentos jurídicos para determinar el lugar de fabricación u obtención de los productos a los cuales les serán aplicables las preferencias arancelarias, en este caso, es condicionante para poder aplicar al Sistema Generalizado de Preferencias (SGP+), que favorece a los países en desarrollo.

Los productos del capítulo 42 “Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa”, cumplirán la regla de origen únicamente si en su fabricación todos los materiales utilizados se clasifican en una partida diferente a la del producto.

Para que las exportaciones de artesanía de cuero procedentes de Honduras se beneficien del SGP+, deberán de ir acompañadas siempre del Certificado de Origen correspondiente, caso contrario se aplicará el arancel establecido para la categoría de Nación Más Favorecida (NMF).

Se aplicará un arancel del 0% para el ingreso a la UE de artesanía de cuero procedente de Honduras, ya que está dentro de los países que se pueden beneficiar del régimen del SGP+ (siempre que se cuente con el certificado de origen). En el caso de una NMF, el arancel de entrada a pagar oscila entre 3-5%.

Además, existe un contingente arancelario comunitario que elimina el pago de aranceles de entrada, beneficiando a los productos “hechos a mano” que son acompañados de un certificado

de autenticidad emitido por las autoridades comunitarias competentes. Se consideran productos hechos a mano:

- Los productos de artesanía enteramente hechos a mano.
- Los productos de artesanía que tienen la característica de productos hechos a mano.
- Las prendas de vestir u otros artículos textiles, obtenidos manualmente a partir de los tejidos obtenidos en telares impulsados exclusivamente con la mano o el pie y cosidos esencialmente a mano o cosidos con máquinas de coser impulsadas exclusivamente con la mano o el pie.

Impuesto al Valor Agregado (IVA): Aunque teóricamente, los países de la UE eliminaron sus impuestos transfronterizos en 1 enero 1993, en la práctica las tasas internas del IVA, quedan vigentes. Por ejemplo, en Alemania este impuesto es del 19%, en Francia es 19.6%, en España un 16% y en los Países Bajos un 19%.

#### **Empaque:**

Los importadores pueden tener sus propios requerimientos de empaque. Generalmente las entregas por los países en desarrollo deben tener grandes distancias, por tanto deben ser cuidadosos para dar el empaque adecuado a los productos, particularmente teniendo en cuenta los cambios de temperatura y manejo.

Por ejemplo:

- La mayoría de las maletas y maletines son usualmente empacados en cajas de cartón.
- Muchos accesorios como las billeteras y monederos son empacados en cajas de cartón, especialmente de lujo. En este caso se recomienda:
  - Envolver cada producto en papel delgado o en una bolsa plástica.
  - Limitar el número de artículos por caja (6 -12).
  - Mencionar el número de productos y el color de cada uno de ellos en la caja.
  - Poner el paquete de productos pequeños dentro de una caja más sólida.
  - Antes de hacer esto estar seguro que las cajas pequeñas son protegidas por las bolsas plásticas para evitar daño por lluvia.
  - Incluir en la lista de empaque los productos, colores y tipos.
- Los bolsos, fajas y otros accesorios son usualmente empacados en bolsas plásticas y lotificados en cajas de cartón.

## **VI. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y NIVELES DE PRECIOS**

### **Canales de distribución:**

Los canales de distribución más frecuentes para el sector de artesanías en la Unión Europea son:

- Importadores Mayoristas: Importan los productos y los distribuyen a otras entidades comerciales, la mayoría están especializados en ciertas áreas de productos. Son el medio de distribución más eficaz para las empresas exportadoras, ya que evitan problemas de

distribución hasta el consumidor final, ya que estos se encargan de distribuir estos productos en el país destino.

- Agentes: Estos no cuentan con inventarios y en su mayoría trabajan a base de comisiones y para varias empresas (la comisión oscila entre 20-40% de las ventas).
- Detallistas: Es el último canal que se utiliza para llegar a los clientes, varían de tamaño y en los productos que manejan. Entre los detallistas están:
  - Tiendas especializadas: ofrecen una amplia gama de artesanías de diversos países, se ubican en centros comerciales o en zonas de alto potencial turístico.
  - Tiendas departamentales: Ofrecen los productos de este sector dentro de sus establecimientos de manera directa a los consumidores finales.
  - Empresas de venta por catálogo: Ofrecen mayor comodidad para el consumidor, ya puede escoger los productos de mayor agrado y solicitarlos.

(Fuente: [www.artesaniayucatan.com](http://www.artesaniayucatan.com))

Según expertos del sector, las tiendas especializadas y tiendas de regalos son los mejores puntos de venta al detalle para las artesanías. Otros puntos de venta al detalle son las joyerías, las galerías, las tiendas en los museos, y tiendas de souvenirs. Las tiendas departamentales tienen una menor relevancia en el comercio de artesanías.

(Fuente: "Crafts and Design marketing in Europe", International Survey, Taito Group, 2008).

#### **Precios:**

En el sector de artesanías, la relación de precio y calidad van de la mano. La calidad es un requerimiento esencial para los segmentos de consumidores de alto poder adquisitivo. Existe la disponibilidad de pagar un precio más elevado por productos de mayor calidad, con mejores acabados y que ofrezca una vida útil más extensa.

Este mercado ha sido penetrado por artículos de bajo precio provenientes de Asia y algunos países de Europa del Este, aunado a este hecho, las condiciones económicas precarias ha provocado que el mercado se vuelva cada vez más competitivo en relación al precio.

El comportamiento del consumidor europeo, ha creado una polarización en el mercado, es decir que existe el segmento de artículos de decoración de bajo precio y los artículos "premium" de precio más elevado.

Para la fijación del precio se recomienda a los exportadores definir claramente el segmento de mercado al que se desea ingresar, ya que de eso dependerá el rango de precios con los que tendrá que competir.

#### **VII. GLOSARIO DE SIGLAS**

- **ANAH:** Asociación Nacional de Artesanos de Honduras.
- **CBI:** Centro para la promoción de las importaciones desde países en desarrollo.
- **CENTREX:** Centro de Trámite de Exportaciones.
- **COMTRADE:** Base de datos de estadísticas de Comercio de las Naciones Unidas.

- **COTANCE:** Confederación de Asociaciones Nacionales de Curtidores y Vestidores de la Comunidad Europea.
- **DEI:** Dirección Ejecutiva de Ingresos.
- **FIDE:** Fundación para la Inversión y el Desarrollo de Exportaciones.
- **IVA:** Impuesto al Valor Agregado.
- **NMF:** Nación más Favorecida.
- **SAC:** Sistema Arancelario Centroamericano.
- **SENASA:** Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria.
- **SGP:** Sistema Generalizado de Preferencias.
- **SIC:** Secretaría de Industria y Comercio.
- **SIECA:** Secretaría de Integración Económica Centroamericana.
- **UE:** Unión Europea.

#### VIII. CONTACTOS UTILES

- *El Programa Nacional de Competitividad (Honduras Compite):* trabaja en la promoción de las exportaciones, para darle a las empresas pequeñas, medianas y grandes el apoyo que requieren para competir tanto a nivel nacional como internacional. URL: [www.hondurascompite.com](http://www.hondurascompite.com). Teléfono: (504) 221-6324, Fax: (504) 221-6341.
- *FIDE, Inversión y Exportaciones:* es una institución privada sin fines de lucro que promueve la inversión en el país, apoya el desarrollo de las exportaciones. URL: [www.hondurasinfo.hn](http://www.hondurasinfo.hn). Teléfono Tegucigalpa: (504) 221-6303, Fax: (504) 221-6318. Teléfono San Pedro Sula: (504) 566-3040, Fax: (504) 566-3049.
- *Honduras Si Exporta:* tiene como propósito asesorar, acompañar en el proceso exportador y facilitar una serie de información comercial a todo aquel que esté interesado en incursionar en las exportaciones. URL: [www.hondurassiexporta.hn](http://www.hondurassiexporta.hn)
- *Secretaría de Industria y Comercio:* Son el ente responsable de promover e incrementar las exportaciones e inversiones, identificar actividades productivas con potencial exportador, elaborar información para la publicación de documentos relacionados con las exportaciones e inversiones, asesorar e informar en materia de oferta y demanda de exportaciones e importaciones, así como apoyar a los empresarios nacionales en la búsqueda de mercados. URL: [www.sic.gob.hn](http://www.sic.gob.hn). Dirección de Comercio Exterior: Teléfono: (504) 235-3681/235-3695.
- *El Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP):* cuenta con una unidad ejecutora de acciones en materia de comercio exterior que tiene como fin primordial contribuir a mejorar el flujo comercial de bienes y servicios, apertura de nuevos mercados y la atracción de inversiones hacia Honduras. URL: [www.cohep.com](http://www.cohep.com). Teléfono: (504) 235-3336, Fax: (504) 235-3345.
- *Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa:* brinda asesoría a todos sus socios sobre los trámites de exportación y el acceso a mercados. URL: [www.ccit.hn](http://www.ccit.hn). Teléfono: (504) 232-4200, Fax: (504) 232-0159.
- *Cámara de Comercio e Industria de Cortés:* brinda asesoría a todos sus socios sobre los trámites de exportación y el acceso a mercados. URL: [www.ccichonduras.org](http://www.ccichonduras.org). Teléfono: (504) 566-0345, Fax: (504) 566-0344. Línea gratuita: 800-566-0333.
- *Cámara de Comercio e Industria de Copán:* brinda asesoría a todos sus socios sobre los trámites de exportación, y el mercado de artesanías. URL: [www.camaracopan.com](http://www.camaracopan.com). Teléfono: (504) 662-0843, Fax: (504) 662- 1783.

## Artesanías de cuero

### No. 2, Mercado: Unión Europea

- *Cámaras de Comercio e Industria regionales*: son un punto de contacto importante para el exportador, se recomienda ponerse en contacto con la Cámara de Comercio más cercana.
- *Centro para la promoción de las importaciones desde países en desarrollo (CBI)*: ofrece información actualizada sobre leyes, normas, estudios de mercado, y documentos útiles para el exportador hacia el mercado de la Unión Europea. URL: [www.cbi.eu](http://www.cbi.eu)
- *International Trade Centre (ITC)*: organización de apoyo a los exportadores de países en desarrollo. URL: [www.intracen.org](http://www.intracen.org)
- *Servicio de ayuda para el exportador*: servicio en internet prestado por la Comisión Europea para facilitar a los países en desarrollo el acceso a los mercados de la Unión Europea. Gratuito y de fácil utilización, este servicio proporciona información a los exportadores de los países en desarrollo interesados en suministrar el mercado de la UE. URL: [www.exporthelp.europa.eu/index\\_es.html](http://www.exporthelp.europa.eu/index_es.html)
- Guía comercial útil para encontrar información de contacto sobre importadores en la Unión Europea. URL: [www.europages.es](http://www.europages.es)
- División de estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas (COMTRADE): ofrece estadísticas de comercio a nivel mundial. URL: <http://comtrade.un.org/db/>
- EUR-LEX: información sobre cualquier normativa de la Unión Europea. URL: <http://eur-lex.europa.eu/es/index.htm>
- Contactos Empresas de Transporte Marítimo:

EMPRESA	CONTACTO	TELÉFONO	FAX	CORREO ELECTRÓNICO
Sercogua	Mirtha Bonilla	552-0300	552-0280	<a href="mailto:managerhonduras@sercogua.com">managerhonduras@sercogua.com</a>
APL	Alejandro Hauserman	561-8100	558-1830	<a href="mailto:alejandro_hausermann@apl.com">alejandro_hausermann@apl.com</a>
Anave	Lorena Madrid	508-0400	555-2192	<a href="mailto:lorena.madrid@anave.hn">lorena.madrid@anave.hn</a>
MSP	Cristina Quintanilla	280-3240	237-3223	<a href="mailto:cjiron@grupomsp.hn">cjiron@grupomsp.hn</a>
Honducargo	Sara Membreño	566-2210	566-0205	<a href="mailto:sales@honducargo.com">sales@honducargo.com</a>
Navieros Internacionales	Aracely Sabillón	557-9666	557-8876	<a href="mailto:asabillon@gmihon.com">asabillon@gmihon.com</a>
Sicarga	Miriam Gutiérrez	557-5540	557-5517	<a href="mailto:ventas2@sicarga.net">ventas2@sicarga.net</a>

- Contactos Empresas de Transporte Aéreo:

EMPRESA	TELÉFONO	FAX	CORREO ELECTRÓNICO
DHL	234-8318 508-1300	264-1300	<a href="mailto:hn.callcenter@dhl.com">hn.callcenter@dhl.com</a>
FEDEX-HONDUMARES	552-1252	221-2010	<a href="mailto:bnunez@gboxusa.com">bnunez@gboxusa.com</a>
TNT	239-1790 520-7109	231-1078	<a href="mailto:sarahi.romero@tnt.com">sarahi.romero@tnt.com</a>
TRANS EXPRESS SULA	235-9965	235-9967	<a href="mailto:admon@transexpress.hn.com">admon@transexpress.hn.com</a>
HONDUCARGO	566-2210	566-0205	<a href="mailto:sales@honducargo.com">sales@honducargo.com</a>

#### Otros contactos:

- Sitio oficial de la Industria Europea del Cuero. URL: [www.euroleather.com](http://www.euroleather.com)
- Europe World Craft Council. URL: [www.wcc-europe.org](http://www.wcc-europe.org)
- World Craft council. URL: [www.worldcraftscouncil.org](http://www.worldcraftscouncil.org)
- Red de artesanos de América Latina. URL: [www.link-all.org](http://www.link-all.org)
- Red de Artesanos Finlandeses. URL: [www.taito.fi/taito-group/welcome/](http://www.taito.fi/taito-group/welcome/)

Artesanías de cuero  
No. 2, Mercado: Unión Europea

- AID to Artisans. URL: [www.aidtoartisans.org](http://www.aidtoartisans.org)

Ferias comerciales:

- EU-nique Arts and Crafts. URL: [www.eu-nique.de](http://www.eu-nique.de)
- Made by hand. URL: [www.madebyhand-wales.co.uk](http://www.madebyhand-wales.co.uk)

---

Para mayor información sobre esta ficha, favor contactar a la División de Promoción de Exportaciones de FIDE al Tel. (504)221- 6310.

*Este material ha sido posible gracias al apoyo técnico y financiero de la GTZ, a través del Programa Desarrollo Económico Sostenible en Centroamérica (DESCA).*

Consultora: Lourdes Ma. Chavarria S.  
1° Edición, Abril 2010.