

D7-2003, 10

PROGRAMA NACIONAL DE JOYERIA

2002

LIMITANTES PARA LA EXPORTACION

Teniendo en cuenta que una de las metas de mayor prioridad para el Programa Nacional de Joyería es la de Incursionar en los mercados internacionales, es necesario superar algunos aspectos que analizaremos a continuación.

Calidad:

Tal como lo menciona la diseñadora Nuria Carulla, es necesario brindar asesoría a escala nacional para el mejoramiento de broches, ya que si estos no funcionan perfectamente, la pieza resulta totalmente inservible y por ende no se puede vender. Adicionalmente el aspecto del pulido, debe ser perfecto, al igual que el tamaño de aros y anillos.

Por otra parte, aunque la joyería hecha a mano no es totalmente reproducible, los artesanos deben ceñirse al diseño original del prototipo realizado en el taller de capacitación, ya que algunos de ellos, al cambiar algún detalle desmejoran el diseño.

Transporte:

El envío de los pedidos ha tenido que hacerse mediante amigos de los artesanos que viajan a Bogotá o los asesores del Programa Nacional de Joyería que están en las regiones traen el pedido al finalizar su capacitación.

Empresas como de envíos como Servientrega, Aeroenvios, etc. no transportan joyería y si lo hacen, no se responsabilizan por hurto, pérdidas o daño de la mercancía.

Por otra parte, algunos artesanos exigen el pago de gastos de viaje para traer sus piezas a Bogotá, lo cual encarecería el costo de las mismas.

Fluctuación en los Precios:

Teniendo en cuenta la variación en el precio del oro, los artesanos no pueden mantener el precio de las piezas, durante un período superior a tres meses. Adicionalmente, para empezar la elaboración de las piezas exigen anticipo del 50% del valor de la misma.

Con el fin de poder cubrir estas fluctuaciones en los precios de la materia prima, sería necesario hacer un incremento al margen de comercialización lo cual conlleva el riesgo de no lograr precios competitivos a nivel internacional. Por lo tanto es necesario mantener alianzas estratégicas con comercializadoras extranjeras.

Catálogo:

Es necesario desarrollar un catálogo adecuado, ya que es una herramienta fundamental para realizar oferta de productos en el exterior. Además es conveniente actualizar en forma permanente la sección de joyería de la pagina web y utilizar estas dos herramientas en ferias comerciales en Colombia y en el exterior.

REQUISITOS GENERALES DE ACCESO A MERCADOS INTERNACIONALES

Las normas de calidad para los artículos de metal preciosos en el mercado de Estados Unidos y la Unión Europea son determinadas por sellos.

Las marcas y sellos para oro y plata datan de unos 700 años, constituyendo una de las formas más antiguas de protección del consumidor.

La mayoría de las muestras experimentales del Programa, carecen de sellos de pureza del material, ya que el proceso de marcado se debe hacer de manera industrial para proteger la integridad de la pieza.

En este momento, la mayoría de los países de la Unión Europea, tiene sellos para los artículos de metal preciosos, pero sólo en ocho países (Países Bajos, Francia, Reino Unido, Irlanda, España, Portugal, Austria y Finlandia) tienen establecido por ley el uso de sellos, comunes en los ocho países, haciendo posible el comercio de joyería de metal precioso entre sin tener que probar nuevamente el producto que se ha probado en uno de los ocho países.

Alemania, Italia, Grecia y Luxemburgo tienen requisitos de marcado, para proteger de esta manera los intereses de sus industrias.

Se considera que la armonización de sellos es la prioridad más alta, para armonizar grados de fineza, sellos y la responsabilidad marca, y para trabajar con sistemas de certificación:

- ◆ Calidad según norma ISO-9003.
- ◆ Normas de CEN, Comité Europeo de normalización.

La Comisión europea todavía no ha podido adoptar una posición común debido a las diferencias entre los estados miembros con respecto a los procedimientos de la certificación.

En los Países Bajos, los sellos para los artículos de metal preciosos se han extendido en el Netherlands' Hallmarking Act 1986, estipulando que un objeto de metal precioso tiene que ser probado basándose en este, bajo la vigilancia de Ministro de Asuntos Económicos.

Los objetivos del documento son:

- ◆ Para proteger el consumidor contra el engaño, garantizando conformidad a las normas legales de pureza
- ◆ Para promover competición honrada entre negocios en el comercio de platino, oro y artículos de plata.

Un sello indica:

Quién hizo el artículo (la marca de patrocinador); el volumen de metal precioso (marca de Fineza); donde fue marcado (única marca de la carta durante cada año).

Las normas legales de pureza Europeas son:

Para oro: 833 y 916 partes por el mil (ppm).

Para plata: 835 y 925 (ppm).

La tolerancia permitida es de 3 partes por el mil para oro y 5 partes por el mil para plata.

Aleaciones

Teniendo en cuenta que la aplicación de metales suaves como paladio, manganeso, níquel, cobre y estaño sobre oro y plata se determina que la masa total de la parte de metal no precioso debe ser máximo del 2% de la masa total del artículo.

Determinación de niveles de Níquel

Níquel se liga a menudo con oro para producir una aleación más dura y más dúctil. También se usa para producir superficies más lisas después de temprar. Debido al riesgo de alergias superficiales, tanto Estados Unidos como la Unión Europea requieren que el volumen de níquel en joyería sea cero o completamente mínimo. Más del 10% de la población femenina y cerca del 2% por ciento de la población masculina sufre irritación en piel que ha entrado en el contacto prolongado con productos que contienen níquel.

Por esta razón, el uso de níquel en joyería debe restringirse hasta donde sea posible.

Marca De Responsabilidad

Si un artículo de metal precioso se ofrece para la venta en Europa, no sólo debe marcarse con un sello de pureza, sino también con una marca de responsabilidad (la marca de fabricante o importador) registrado antes de distribuir artículos a través de Europa.

Medidas Medioambientales

El aspecto ecológico es cada vez más determinante en la decisión de compra. Por consiguiente, el consumidor se inclina por productos de joyería que se han producido ecológicamente y de manera legítima, es decir no obteniéndose a través de procesos que contaminen las fuentes de aire y agua.

Adicionalmente, en los últimos años, los consumidores han estado reaccionando fuertemente contra el uso de metales preciosos y gemas como esmeraldas y diamantes que se originan en países donde la explotación de minerales genera problemática social y conflictos.

Prestigio del Producto

Aunque los compradores siempre están buscando nuevas y mejores líneas de mercancía, ellos tienden a quedarse con sus proveedores establecidos.

Los exportadores deben demostrar que su compañía y productos son completamente confiables ante los compradores y hacer un nombre antes de ser considerados como nuevos proveedores e incursionar en el mercado externo.

Los compradores verifican si el producto adhiere a las normas internacionales y a las normas en su propio país.

Los consumidores buscan artículos de calidad, que sean sólidos, seguros y puedan usarse durante mucho tiempo.

Las normas principales para la joyería de moda ser tomado en consideración por exportadores de los países en vías de desarrollo son:

- ♦ La norma Internacional para joyería chapada con metales preciosos (ISO/DIS10712).
- ♦ Las EU Calidad normas en tamaños CEN etc. TC 174.

Normas Internacionales Para Joyería Chapada

Esta norma nace como resultado de constantes quejas de los consumidores de la desaparición o desteñido de oro o plata en joyería con baño de metal precioso, después de que se había usado durante un tiempo corto o después de que había estado en contacto con agua.

La norma ISO/DIS10712 regula los requisitos de calidad mínimos para oro usado como baño:

Hay tres niveles de artículos normales descritos como oro chapado. Estas normas se unen a un sistema de marcado donde P indica chapado (plaqué) y la segunda letra indica una categoría A, B o C. Las categorías A y B simbolizan un espesor mínimo de 5 y 3 micras respectivamente a 14 quilates. Categoría C establece un mínimo de 0.5 micras de puro oro y da una tolerancia de pureza decreciente y espesor creciente que va a través de 1.2 micras a 14 quilates a 2.3 micras a 9 quilate.

Normas de Calidad para Joyería de Plata

Para impedir que la joyería de plata se tome de color mohoso o verde ante el uso constante o el agua, los exportadores deben tratar sus artículos de joyería de plata contra la oxidación, garantizando la pureza del material:

925 milésimas: 925 partes de plata en 1000 partes de aleación color de plata, también conocida como plata esterlina.

Los exportadores deben proporcionar las aleaciones correctas, se recomiendan que los exportadores usen una aleación de 930 o 940 ya que otras aleaciones no son permitidas y podrían ocasionar multas al importador o destrucción de la mercancía.

Otras Normas de Calidad Importantes

Los siguientes requisitos de calidad son comunmente exigidos por los importadores:

- ♦ No deben usarse sustancias tóxicas.
- ♦ Los Montajes, cierres y ensambles deben ser de calidad, las grapas de pendientes deben abrir y deben cerrar fácilmente, las ataduras y broches de colgantes, collares y pulseras deben ser sólidos y funcionales. Los consumidores no aceptan artículos no funcionales, inseguros y que no resistan el uso prolongado exigiendo la devolución de su dinero, ocasionando inconvenientes al importador e impidiendo futuros negocios.
- ♦ El acabado de joyería es un aspecto de creciente importancia para consumidores y compradores.
- ♦ Se debe evitar la elaboración de prendas para el cuello, pulseras y aretes demasiado firmes o rígidos.

- ♦ Es necesario enviar el par de aretes simétricos, en lugar de dos izquierdos o dos pendientes de lado derecho.
- ♦ Se deben seguir exactamente las instrucciones del comprador en cuanto a los tamaños indicados. Una diferencia menor podría ser fatal a la calidad del producto.
- ♦ Aunque las piezas hechas a mano no son perfectamente reproducibles, se debe continuar con el mismo diseño y calidad de las primeras muestras. Los artículos que difieren al original, aunque sea en detalles mínimos, probablemente serán rechazados.

Servicio Postventa

Este aspecto es de vital importancia, ya que el productor se debe responsabilizar por cualquier detalle que resulte defectuoso, ya que generalmente es demasiado costoso para el minorista o importador reemplazar una pieza, así que el exportador de joyería debe poder manejar esta situación rápidamente y eficazmente.

Adicionalmente, el mediante el servicio postventa se estudia el comportamiento de sus productos en el mercado y con base en ello es posible programar futuras producciones.

Cambios de Diseño

Los artículos de joyería contemporánea diseñados en Colombia, deben enfrentar el riesgo de entrar en desuso rápidamente debido a que los cambios en tendencias del mercado europeo son muy veloces para reaccionar a tiempo.

Por ello, el diseño se debe regir a las especificaciones del cliente, con respecto a color, tamaño, materiales, cerraduras, broches y acabado para reunir los requisitos del mercado.

Según recomendaciones de la Señora Carmen Gassmann y del diseñador P.J. Arañador, las mayores posibilidades comerciales son para los diseños precolombinos.

Desarrollo de Empaques

Aunque los envíos de joyería normalmente se realizan por servicios de courier vía aérea el producto debe viajar largas distancias, así que es muy importante que la joyería se contenga dentro de un empaque que no sólo debe ser sólido, sino de diseño novedoso y elegante, dada la naturaleza costosa del producto y su propósito para una ocasión especial, que debe planearse cuidadosamente.

1

¹ EU MARKET SURVEY 2002, PRECIOUS JEWELLERY, CBI NETHERLANDS, Centre for the promotion of Imports from Developing Countries

CONCLUSIONES

El acceso a los mercados extranjeros constituye un reto para Colombia y para su joyería. Dentro de la labor que se debe continuar, las ferias comerciales son un punto de entrada para la joyería artesanal, para mejorar en cuanto a diseño y calidad y finalmente encontrar que tipo de producto es aceptado en determinado mercado.

Dentro de la estrategia de mercado se deben considerar las alianzas estratégicas con comercializadoras en Estados Unidos y Europa principalmente.

Es necesario concientizar a los artesanos, de la importancia de mantener un alto nivel de calidad, del cumplimiento estricto con las fechas de entrega, y de la responsabilidad que cada uno de ellos tiene con la imagen del país y con la posibilidad de posicionar la joyería colombiana en el exterior.

Dada la intensa competencia de países de larga tradición joyera como Italia y Alemania, y la oferta de joyería a bajos precios proveniente de India y los países asiáticos, nuestra ventaja competitiva estará determinada por el diseño de productos únicos, la capacitación técnica permanente, la calidad y el servicio al cliente.