

GESTION PARA LA COMERCIALIZACION DE
PRODUCTOS DE JOYERIA

DIANA MARIA GRIMALDO OSUNA BOGOTA, D.C.



Programa Nacional de
JOYERIA Y ORFEBRERIA

2001-2002




MINERCOL
EMPRESA NACIONAL MINERA LTDA.
COMISIÓN NACIONAL DE REGALÍAS


Ministerio de Desarrollo Económico
artesanías de Colombia

DICIEMBRE 2002

Agradecimientos

A Artesanías de Colombia S.A., Minercol Ltda., La Comisión Nacional de Regalías, y sus directivos por hacer realidad este proyecto.

Y de manera muy especial agradezco al Dr. Ernesto Orlando Benavides por brindarme la oportunidad de pertenecer al Programa Nacional de Joyería de lo cual me siento muy orgullosa, y a la Dra. Lyda del Carmen Díaz por su ayuda, orientación y por abrimos un espacio en el que todos y cada uno de participantes aportó algo importante en nuestras vidas.

CONTENIDO

INTRODUCCION

1. Participación en Manofacto 2002.	2
2. Participación en Expojoyería Medellín 2002	4
3. Participación en el Primer Encuentro Artesanal Andino 2002	6
4. Participación en Expoartesanías 2002	8
5. Piezas con mayor aceptación durante los Sondeos de Mercado	11
6. Limitantes para la Exportación	13
7. Requisitos generales de Acceso a Mercados Internacionales	14

Conclusiones

Introducción

Dentro de los principales logros de El Programa Nacional de Joyería y Orfebrería se encuentra el impulso a la comercialización de joyería con identidad colombiana, en el ámbito nacional e internacional.

En el presente informe se presentan los resultados de nuestra incursión en el mercado nacional mediante la participación en diferentes ferias comerciales en las que el Programa participó durante el segundo semestre del año 2002, consolidando una propuesta práctica de promoción y apertura de mercados locales y externos para nuestra joyería, ante la nueva estructura económica de globalización mundial.

Se muestran cronológicamente las ferias comerciales, con detalles de su realización, organización, objetivos trazados, logros y observaciones de cada una en particular.

En primer lugar, en el mes de agosto, analizamos la participación del Programa Nacional de Joyería en Manofacto 2002 y Expojoyería Medellín 2002. A continuación se describe la participación en el Primer Encuentro Artesanal Andino, en el mes de Octubre del año en curso y por último la participación en Expoartesanías 2002 en el mes de Diciembre.

Gracias a los sondeos de mercado realizados durante los anteriores eventos, es posible hacer un listado de las piezas que han despertado mayor interés por parte del público, y de que talleres provienen las mismas, para determinar el tipo de productos a los que se sugiere dirigir la producción.

Por último se estudian los aspectos que representan una limitante ante las oportunidades de Exportación de joyería artesanal y los requisitos para acceder a mercados internacionales para conseguir el éxito comercial.

PARTICIPACION EN MANOFACTO 2002

La Feria artesanal **MANOFACTO**, es un evento planificado por Artesanías de Colombia en cuyo espacio se reúnen diversas manifestaciones de la Artesanía Colombiana.

Se llevó a cabo en la ciudad de Bogotá, del 2 al 11 de Agosto de 2002, en la Plaza de los Artesanos.

En la inauguración de la feria, se realizó el acto de entrega de la Medalla a la maestría artesanal y al fomento de la Artesanía.



Piezas del Taller de Pensamiento y Creatividad de Medellín.

El Programa Nacional de Joyería organizó el desfile "Hacia una nueva joyería colombiana" en el Auditorio de la Plaza de los Artesanos.

El desfile organizado por el Programa Nacional de Joyería, atrajo la atención de la prensa y los noticieros de televisión hicieron cubrimiento del evento. Se realizó una labor de coordinación en cuanto a colocación de piezas, inventario de las mismas y disposición de la salida de las modelos que tuvo un resultado positivo.

En la fotografía, la modelo luce piezas elaboradas en el Taller de Pensamiento y Creatividad realizado en la ciudad de Medellín, en el mes de diciembre de 2001: Aretes capacho de guadua, prendedores misterio profundo, grillo y principio vital, anillos trenza e ilusión de volumen, collar princesa y gargantilla entrelazados.

La muestra de joyería del Programa Nacional de Joyería se ubicó en la Sala de Exhibición de la Plaza.

Dentro de la colección de joyas expuestas, sobresalen las muestras de filigrana de Mompóx - Bolívar y Barbacoas - Nariño y Quibdó - Chocó, destacando el premio a la maestría artesanal para el joyero Alfonso Córdoba Mosquera, quien ha participado de diversas asesorías del Programa.

Objetivo General

- ◆ El Objetivo General de la participación del Programa Nacional de Joyería en el evento es hacer un sondeo de mercados en la ciudad de Bogotá, teniendo en cuenta la época del año en la cual se realiza y el tipo de visitantes que asiste.

Aspectos Generales:

La feria es un evento de 10 días, y cuenta con un nivel de visitantes constante.

El Programa Nacional de Joyería se distinguió por lograr una imagen de alto impacto.

Se llevaron al evento, un número de 200 piezas, en cuya selección se dio prelación a las joyas resultantes de las capacitaciones en diseño realizadas en Mompóx y Chocó.

La Labor promocional fue muy exitosa y nuestro desfile de inauguración llamó la atención de los medios de comunicación, adicionalmente se enviaron boletines informativos a los medios donde se reforzó la difusión de la labor del Programa.

Logros:

1. Gracias a la espectacularidad del evento de inauguración se difundió la labor y la imagen del Programa Nacional de Joyería con un gran impacto.
2. Observación de la aceptación por parte del público, de las piezas de plata elaboradas en Quindío y las piezas desarrolladas en la asesoría de desarrollo de productos realizada en Mompóx.
3. Participación con joyería en consignación, lo cual disminuye la inversión por parte del artesano y brinda la oportunidad de participar en eventos sin incurrir en costos adicionales, tales como seguros, empaques, personal de atención al cliente, transportes, etc.

OBSERVACIONES

- ◆ La Participación del Programa Nacional en Expojoyería tuvo grandes aciertos ya que presentó una muestra muy importante de las piezas que ha realizado en sus capacitaciones y reforzó la imagen de apoyo a la comunidad artesanal.
- ◆ Este evento tuvo grandes aciertos dentro de la labor de promoción por lo cual se constituye en un espacio que cada vez más adecuado para la comercialización.
- ◆ Gracias a la destacada ejecución del Programa Nacional de Joyería, la feria Manofacto logró una mayor aceptación y atrajo mayor público.

PARTICIPACION EN EXPOJOYERIA MEDELLIN 2002

La tercera Feria Internacional Expojoyería, es un evento planificado por Fenalco Antioquia y la Cámara de Comercio Italiana para Colombia con el fin de estrechar acuerdos comerciales y de producción, con operadores y empresas que estén en capacidad de suministrar mano de obra, tecnología, diseño, y maquinaria y equipo.



Panorámica del Centro de Medellín.

Se llevó a cabo en la ciudad de Medellín, del Agosto 21 al 23 de 2002, en el Palacio de Exposiciones y convenciones de Medellín.

Los expositores son integrantes de la cadena productiva, compradores nacionales e internacionales, mayoristas, minoristas, productores, comercializadores y distribuidores.

La feria contó con una muestra comercial, y la celebración del Concurso Nacional de Diseño de Joyas.

Adicionalmente, se llevó a cabo el Seminario: Colombia es una joya, aprendamos a quererla; en cuya programación se incluyó el tema de Caracterización económica y social del sector joyero en Colombia, a cargo del Dr. Ernesto Orlando Benavides Director del Programa Nacional de Joyería.

Dentro del Grupo de Expositores además del Programa Nacional de Joyería se encuentran: Acoljoyas, Analytica Ltda. Zaari joyeros, Signity, Asojoyeros, Joyeros unidos de Segovia y el Palacio de la Esmeralda.

4. Ampliación de la cobertura del proyecto en Antioquia, complementando la base de datos de joyeros y proveedores de insumos y maquinaria.

OBSERVACIONES

- ◆ La Participación del Programa Nacional en Expojoyería tuvo grandes aciertos ya que presentó una muestra muy importante de las piezas que ha realizado en sus capacitaciones y reforzó la imagen de apoyo a la comunidad artesanal.
- ◆ Gracias a que se llevaron principalmente piezas realizadas en Antioquia, las asociaciones joyeras de Segovia, El Bagre y Medellín pudieron dar a conocer sus nuevos diseños.
- ◆ Este evento tuvo algunas fallas de promoción por lo cual no constituye un espacio adecuado para la comercialización.
- ◆ A pesar de los esfuerzos realizados en el aspecto logístico, por razones de seguridad no se permitió la afluencia de público, lo cual no es favorable en este tipo de eventos.
- ◆ Los expositores extranjeros vendían insumos industriales para joyería tales como cadenas, apliques, broches, etc. a bajos precios, por esta razón, la mayor parte del público estaba formada por joyeros que iban en busca de fuentes de inspiración para sus diseños y de partes para joyería, por lo tanto el volumen de compradores fue muy reducido.
- ◆ Los contactos realizados facilitarán la labor del Programa en Antioquia y amplían el número de beneficiarios en Antioquia.
- ◆ La participación del Dr. Ernesto ●rlando Benavides en el Seminario organizado por Fenalco Antioquia, fortaleció la participación del Programa en el Evento.

P ARTICIP ACION EN EL PRIMER ENCUENTRO ARTESANAL ANDINO

2002

El PRIMER ENCUENTRO ARTESANAL ANDINO, Fue un evento planificado por Artesanías de Colombia en cooperación con la Corporación Andina de fomento en cuyo espacio se reunieron productos representativos de Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú y Bolivia.

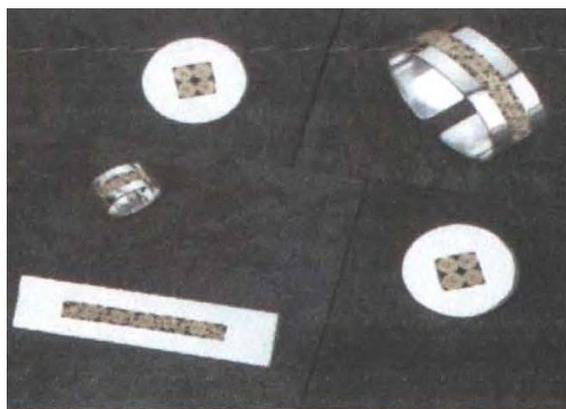
Se llevó a cabo en la ciudad de Bogotá, del 9 al 20 de Octubre de 2002, en la Plaza de los Artesanos.

El Programa Nacional de Joyería tuvo un Espacio en la Plaza Colombia. El diseño del stand fue dirigido por la diseñadora Nuria Carulla quien utilizó diversos elementos para generar un estilo con sello colombiano, como tela de hamacas color crudo para forrar las vitrinas, morteros de piedra, soportes de madera y estropajos, logrando un óptimo aprovechamiento del espacio.



Collar Mil Horas

El Stand se distinguió por organizar las joyas por estilo, color y material, causando mayor impacto y diferenciando de manera clara las diversas tendencias de diseño, y el talento de los artesanos. Todos estos elementos fueron apreciados por el público, gracias a la sobriedad y elegancia utilizadas como estrategia de marketing.



Diseños combinación lámina y filigrana

Dentro de la colección de joyas expuestas, sobresalen las muestras de filigrana de Mompóx - Bolívar y Barbacoas - Nariño y Quibdó - Chocó, Cadenería realizadas en Caucasia - Antioquia, piezas que combinan plata 925 y nueces de macadamia, y tuvieron gran aceptación las piezas del taller de Diseño realizado en Popayán.

Objetivo General

- ◆ El Objetivo General de la participación del Programa Nacional de Joyería en el evento es hacer un sondeo de mercados en la ciudad de Bogotá, y obtener una visión general de la joyería que se realiza en los países del área Andina.

Aspectos Generales:

La feria tuvo una duración de 12 días, y contó con una gran difusión por parte de los medios de comunicación.

El Programa Nacional de Joyería se distinguió por lograr una imagen de alto impacto.

Se llevaron al evento, un número de 300 piezas, en cuya selección se dio prelación a las joyas resultantes de las capacitaciones en diseño realizadas en Bogotá, Cauca y Bolívar.

Durante este evento también fue posible realizar promoción de futuros eventos en donde estaría presente el Programa Nacional de Joyería, como Expoartesánias 2002 y también de los puntos de venta de Artesanías de Colombia, dónde habrá una muestra de joyería.

Logros:

1. Observación de la aceptación por parte del público, de las piezas de plata elaboradas en Quindío y las piezas desarrolladas en la asesoría de diseño realizada en Popayán.
2. Es importante mencionar que la filigrana de Barbacoas Nariño, tuvo gran éxito dentro del público peruano.
3. Participación con joyería en consignación, lo cual disminuye la inversión por parte del artesano y brinda la oportunidad de participar en eventos sin incurrir en costos adicionales, tales como seguros, empaques, personal de atención al cliente, transportes, etc.
4. Gracias a la participación en este evento se difundió la labor y la imagen del Programa Nacional de Joyería con un gran impacto.

OBSERVACIONES

- ◆ La Participación del Programa Nacional en Expojoyería en el Encuentro Artesanal Andino fue fundamental ya que presentó una muestra muy importante de las piezas que ha realizado en sus capacitaciones y reforzó la imagen positiva de la joyería colombiana en Suramérica.
- ◆ Este evento tuvo grandes aciertos dentro de la labor de investigación de mercados ya que se pudieron observar las fortalezas en el diseño nacional con respecto al diseño de países como Ecuador y Perú que trabajan piezas en filigrana y armado pero sin mayor innovación.
- ◆ Adicionalmente, se redescubren las grandes posibilidades a nivel comercial gracias al turismo, que llega a la ciudad de Bogotá.

PARTICIPACION EN EL EXPOARTESANIAS 2002



Pulsera macadamias continuas



Gargantilla imperio

EXPOARTESANIAS 2002, es el evento artesanal más importante del año, donde Artesanías de Colombia y la Corporación de Ferias y Exposiciones unen sus esfuerzos para el fomento de las manifestaciones artesanales de las diversas regiones de Colombia.

Se llevó a cabo en la ciudad de Bogotá, del 5 al 18 de Diciembre de 2002, en el Pabellón 8, Stands 2, 4 y 8.

El Programa Nacional de Joyería tuvo el espacio principal dentro del Pabellón de joyería. El diseño del Stand fue dirigido por la diseñadora Nuria Carulla y por la firma FRACTAL Diseño & Exhibición, quienes lograron gran impacto y fortalecimiento de la imagen del Programa Nacional de Joyería, utilizando elementos explicativos de la labor del programa como, fotografías realizadas durante el diplomado de la Escuela de Vicenza, y párrafos narrando los objetivos y el cubrimiento del Programa Nacional de Joyería a nivel Nacional. Nuevamente se generó un estilo con sello colombiano, con tela de hamacas color crudo para forrar las vitrinas, morteros de piedra, soportes de madera y estropajos, logrando un óptimo aprovechamiento del espacio.

La distribución de joyas se realizó con base en la selección de las mejores piezas a nivel de calidad e innovación del diseño. Dicha selección fue realizada por Nuria Carulla, dando prioridad a los talleres cuyo resultado no fue exhibido el año pasado. Dada la gran cantidad de muestras experimentales, la selección fue fundamental para el adecuado aprovechamiento del espacio.

El Stand se dividió en dos partes, Exhibición de los talleres de diseño y técnica y muestras para sondeo de mercados. Se ordenaron las joyas por estilo, color y material, causando mayor impacto y diferenciando de manera clara las diversas tendencias de diseño según la región y el talento de los artesanos.

Dentro de la colección de joyas expuestas, sobresalen las muestras de: Diplomado Escuela de Arte Mestieri Vicenza Italia, Diseño y Desarrollo de Producto - Mompóx, Diseño y Joyería Básica – Quibdó, Pensamiento y Creatividad – Medellín – Bogotá y Popayán, Replica Escuela de Vicenza - Bogotá y Pupiales, Diseño – Popayán, Diseño Básico – Taraira, Segovia, Sotomayor y La Llanada, Diseño – Bogotá, Cadenería - Cauca y Quinchía y Talleres de Diseño internacional con Eduardo Barroso de Brasil y Alfonso Soto Soria de México.

Gracias a la publicidad que se da a Expoartesánías 2002, la joyería fue uno de los artículos que fue más cotizados por los visitantes.

Es importante mencionar que Expoartesánías exige a todos y cada uno de sus expositores máxima calidad en sus productos y un alto nivel de diseño e innovación en cada pieza, esto lleva a que la competencia, especialmente en joyería, sea cada vez más reñida y exija cada vez más a los artesanos.

Objetivo General

- ◆ El Objetivo General de la participación del Programa Nacional de Joyería en el evento es dar a conocer los resultados de las capacitaciones realizadas en las áreas de influencia del proyecto, establecer contactos con los actores de la cadena productiva de la joyería y establecer las condiciones del mercado en la ciudad de Bogotá, y obtener una visión general de la joyería que se realiza en el país.

Aspectos Generales:

La feria tuvo una duración de 14 días, y contó con una gran difusión por parte de los medios de comunicación.

Se llevaron al evento, un número de 450 piezas, que se distribuyeron por taller de Diseño y técnica.

Durante este evento se también fue posible realizar promoción de futuros eventos en donde estaría presente el Programa Nacional de Joyería, como Expoartesánías 2002 y también de los puntos de venta de Artesanías de Colombia, dónde habrá una muestra de joyería.

Logros:

1. Observación de la aceptación por parte del público, de las piezas de plata elaboradas en Quindío, que han sido exitosas en todas las ferias del 2002, y las piezas desarrolladas en la asesoría de diseño realizada en Popayán, por Roberto Sanmartín.
2. Participación con joyería en consignación, lo cual facilita el acceso de más artesanos al evento ya que disminuye la inversión de cada uno y hace posible la realización de pruebas de mercado, lo cual es fundamental para mejorar el trabajo del joyero.

3. Consolidación de la imagen de la labor del Programa Nacional de Joyería con un gran impacto.

OBSERVACIONES

- ◆ La Participación del Programa Nacional en EXPOARTESANÍAS 2002 fue fundamental ya que brinda la oportunidad de evaluar el trabajo realizado durante el 2002, la diversificación en cuanto a estilos y diseños, el influjo sobre los consumidores, que cada vez son más abiertos a nuestras propuestas y en general se presentó una muestra muy importante de las piezas que ha realizado en sus capacitaciones.
- ◆ Gracias a la participación en este evento, fue posible apreciar el alto nivel que ha logrado la joyería nacional en aspectos como calidad y diseño, que deben continuar en una búsqueda constante para mantenerse dentro del mercado que es cada día más exigente, no solamente a nivel nacional sino también a nivel internacional.
- ◆ Es importante mencionar que nuestro Stand fue visitado por el Sr. Presidente de la República, la primera dama y el cuerpo diplomático.
- ◆ Hubo espacio para la evaluación de productos y del sistema de exhibición por parte del diseñador filipino P.J. Arañador, quien afirmó que el Stand del Programa fue impactante, con un concepto novedoso que da gran importancia al manejo de la luz. En cuanto a las piezas mostró gran predilección por las piezas grandes, collares que combinan plata y semilla y prendedores con lámina y filigrana con tendencia precolombina, como los prendedores rana.
- ◆ Teniendo en cuenta este último sondeo de mercados, y recopilando la información obtenida en los anteriores es posible recomendar cuales son aquellas piezas con éxito probado a nivel comercial, y es posible establecer una tendencia clara sobre el comportamiento del consumidor.

PIEZAS CON MAYOR ACEPTACIÓN DURANTE LOS SONDEOS DE MERCADO

PIEZA	NOMBRE	CURSO O TALLER	REGION
Aretes	Aretes en lamina de plata con filigrana en oro	Asesoría en Diseño, Fernan Arias	Mompox
Anillo	Anillo Cuarto Menguante P	Asesoría en Diseño, Fernan Arias	Mompox
Aretes y Anillo	remache plata	Asesoría en Diseño, Fernan Arias	Mompox
Aretes y Anillo	Aretes remache oro - plata	Asesoría en Diseño, Fernan Arias	Mompox
Aretes	Aretes medialuna oro	Asesoría en Diseño, Fernan Arias	Mompox
Collar	Collar de cuentas de plata con baño de oro	Asesoría en Diseño, Fernan Arias	Mompox
Aretes	Aretes Pleasure	Taller Pensamiento y Creatividad Popayan	Suarez - Cauca
Argolla	Ventana	Taller Diseño internacional Alfonso Soto Soria	Bogotá
Prendedor	Rana Platanera	Taller desarrollo de producto, Alexandra Bula	Mompox
Dije	Tambor	Taller desarrollo de producto, Alexandra Bula	Mompox
Pulsera	Tridimensional	Taller desarrollo de producto, Alexandra Bula	Mompox
Prendedor	Rana Plata	Taller desarrollo de producto, Alexandra Bula	Mompox
Gargantilla, anillo y aretes	Venus	Asesoría Bertha Sumacher	Bogotá
Anillo y aretes	La Gota	Asesoría Bertha Sumacher	Bogotá
Aretes, dije y anillo	Andes	Asesoría Bertha Sumacher	Bogotá
Aretes, dije y anillo	Sinfonía	Asesoría Bertha Sumacher	Bogotá
Aretes, dije y anillo	Mateado	Asesoría Bertha Sumacher	Bogotá
Aretes, dije y anillo	Cauca	Asesoría Bertha Sumacher	Bogotá
Gargantilla y pulsera	Hojas	Taller Casting Popayán	Popayán
Aretes	Capacho de Guadua	Taller Pensamiento y Creatividad Medellín	Medellín
Gargantilla	Tapa Hueso	Taller Pensamiento y Creatividad Bogota	Quibdó
Gargantilla	Imperio	Taller Pensamiento y Creatividad Bogota	Quibdó
Gargantilla	Tenis	Taller desarrollo de producto, Alexandra Bula	Mompox
Collar	Frutos de la Tierra	Asesoría Nuria Carulla	Bogotá
Collar	Cascada	Asesoría Nuria Carulla	Bogotá
Collar	Olas del mar	Asesoría Nuria Carulla	Bogotá
Pulsera	Tenis	Taller desarrollo de producto, Alexandra Bula	Mompox
Aretes	Tenis	Taller desarrollo de producto, Alexandra Bula	Mompox
Colgante	Inca	Taller de Diseño	Popayán

PIEZAS CON MAYOR ACEPTACIÓN DURANTE LOS SONDEOS DE MERCADO

Pulsera	Pulsera Modular	Taller de Diseño Roberto San Martin	Popayán
Pulsera	Abstraccion Osea	Taller de Diseño Roberto San Martin	Popayán
Colgante	Rombos	Taller de Diseño Roberto San Martin	Popayán
Pulsera	Modulos	Taller de Diseño Roberto San Martin	Popayán
Aretes	Bolas Vestidas	Taller de joyeria Roberto Amaya	Quibdó
Cadena y pulsera	Racimo de uvas, plata	Taller de cadenería Edgar Corte´s	Caucasia
Cadena y Pulsera	Hilo entorchado con canutillos	Taller de cadenería Edgar Corte´s	Caucasia
Cadena y pulsera	Tejida	Taller de cadenería Martha Ospina	Quinchia
Cadena y pulsera	Nudo Etrusco	Taller de cadenería Martha Ospina	Quinchia
Collar	Especies del Paraiso	Diplomado Escuel de Arte e Mestieri Vicenza	Quinchia
Hebilla	Plata con madera	Diplomado Escuel de Arte e Mestieri Vicenza	El Bagre
Anillo	Filigrana Moderna	Diplomado Escuel de Arte e Mestieri Vicenza	Bogotá
Aretes	Filigrana Moderna	Diplomado Escuel de Arte e Mestieri Vicenza	Bogotá
Pulsera	Estructura Doble y Sencilla	Diplomado Escuel de Arte e Mestieri Vicenza	Bogotá
Anillo	Estructura Doble y Sencilla	Diplomado Escuel de Arte e Mestieri Vicenza	Bogotá
Dije	Viento Guajiro	Diplomado Escuel de Arte e Mestieri Vicenza	Bogotá
Dije y aretes	Big Bang	Replica de Vicenza, Sigrid Happle, Hernando Duran	Bogotá
Collar	Tucan, plata y semillas	Replica de Vicenza, Sigrid Happle, Hernando Duran	Bogotá
Collar y aretes	Peonias	Asociación orfebres Quimbaya	Quimbaya Quindío
Dije, aretes y anillo	Sellos planos y sellos redondos	Asociación orfebres Quimbaya	Quimbaya Quindío
Collar, aretes y pulsera	Macadamias Continuas	Asociación orfebres Quimbaya	Quimbaya Quindío
Collar, aretes y pulsera	Triada Macadamia	Asociación orfebres Quimbaya	Quimbaya Quindío
Collar y aretes	Espiral Macadamia	Asociación orfebres Quimbaya	Quimbaya Quindío
Collar, aretes y pulsera	Circular con macadamias	Asociación orfebres Quimbaya	Quimbaya Quindío

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 página 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 templar.

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 torne 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 comúnmente 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, 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

EU MARKET SURVEY 2002, PRECIOUS JEWELLERY, CBI NETHERLADS, 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.