

PROGRAMA NACIONAL DE JOYERIA

INFORME FINAL

**LA JOYERIA DE ATACO TOLIMA Y SU
INTEGRACION EN LA CADENA PRODUCTIVA
DE LA JOYERIA CENTRAL**

Bayron Gómez Palacio

Bogotá D.C. Mayo 05 de 2003

LA JOYERIA DE ATACO TOLIMA Y SU INTEGRACION CON LA CADENA PRODUCTIVA DE LA JOYERIA CENTAL

Por **Bayron Gómez Palacio**
Ing. De Minas y Metalurgia

La información de campo, obtenida por el asesor del Programa Nacional de Joyería, Sociólogo William Monroy, permite identificar que el mercado objetivo de la joyería del Tolima es Bogotá D.C.. No se tiene información que permita asegurar que exista mercado externo para la joyería de Ataco.

Con base en lo anterior, se analiza en primera instancia la competitividad de la joyería de Ataco Tolima frente al mercado de Bogotá D.C. por ser este el que eventualmente jalonaría no solo la joyería de Ataco sino la de toda la zona central del País, pasando hasta por la joyería hecha en troqueles en las ciudades de Cali y Bucaramanga.

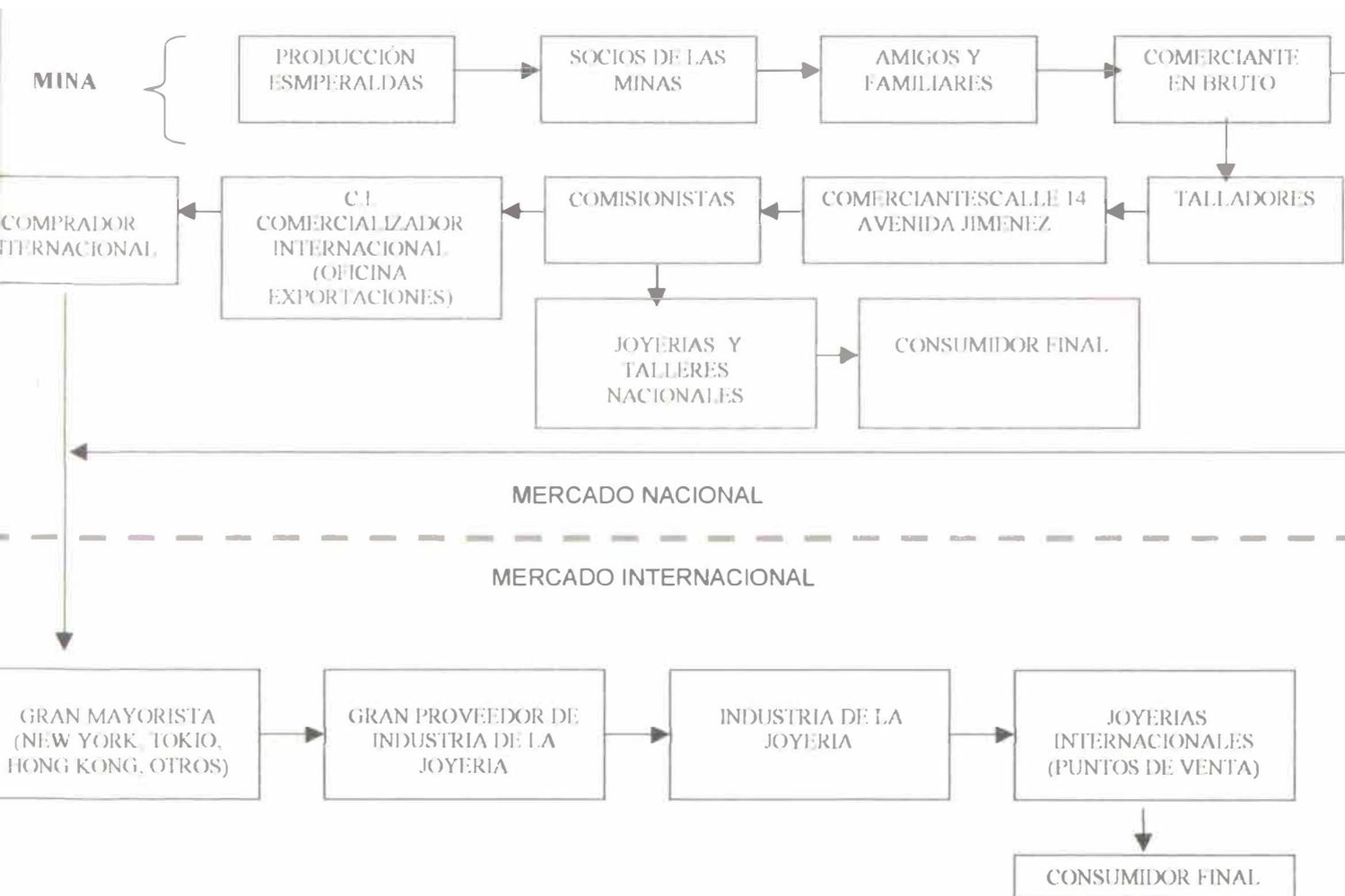
En cuanto a los requerimientos del sector joyero hacia sus proveedores de materias primas minerales, entre otros insumos, necesariamente quedan supeditados a la existencia de un mercado para la joyería y a los estándares de calidad, precio, suministro y demás, que el mercado le traslade a la industria de la joyería y esta a su vez a los proveedores de materias primas actuales o potenciales.

Para la realización de este informe se recurrió a la información directa obtenida de agentes del comercio de la esmeralda y la joyería en Bogotá, así como de los asesores del Programa Nacional de Joyería. Para el desarrollo del mismo se tiene en cuenta el Plan de Trabajo que se presenta al final como Anexo.

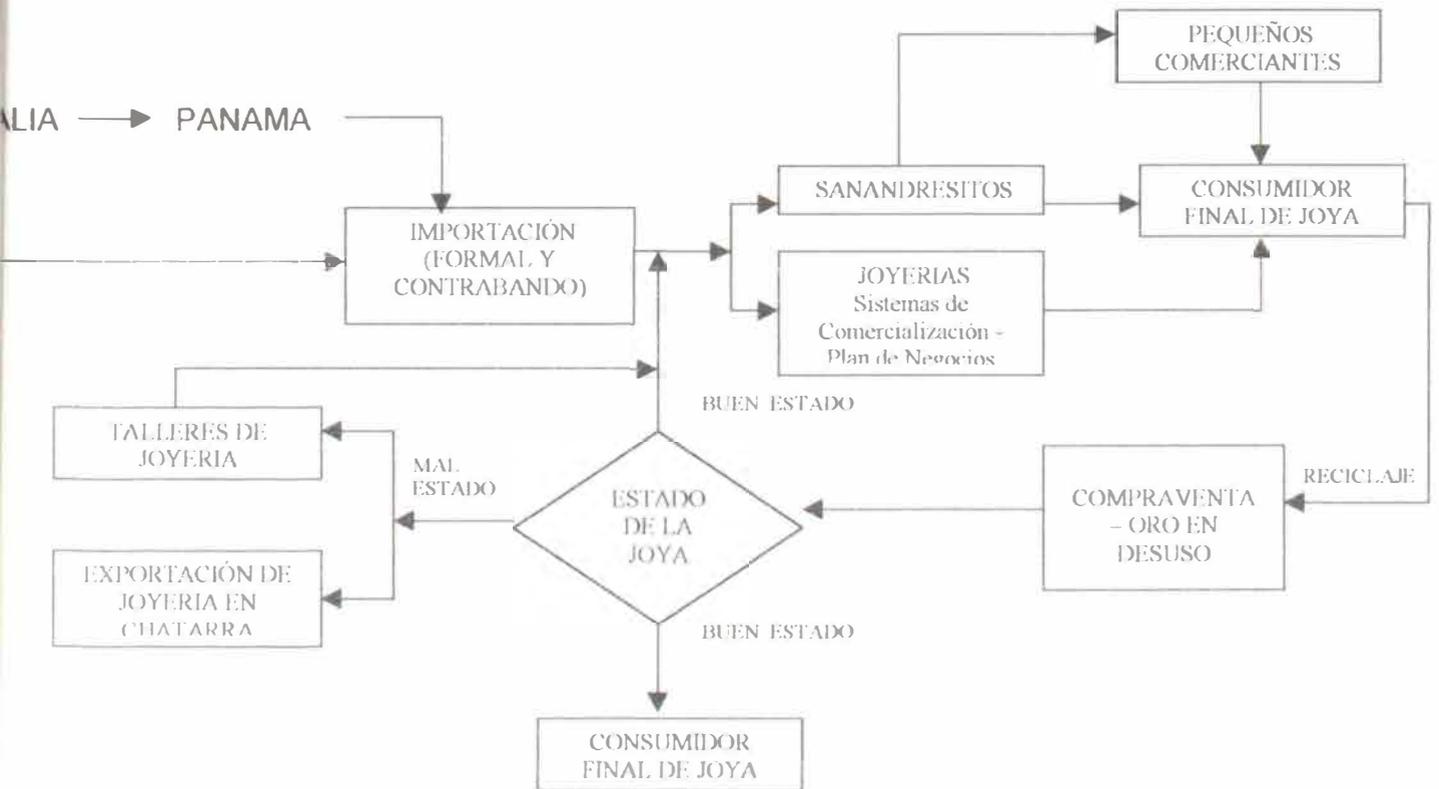
I. IDENTIFICACION DE ACTORES DE LA CADENA PRODUCTIVA CENTRAL

Con base en la información obtenida de los agentes del comercio de las esmeraldas y la joyería del centro del País se llegó a los gráficos siguientes, los cuales describen por un lado la Cadena Esmeralda Colombiana – Mercado Nacional e Internacional de la Joyería y por otro la Cadena Oro Reciclado – Mercado Nacional de la Joyería. Gráficos que se describen detalladamente más adelante.

Gráfica No . 1 : Caracterización de la Cadena Esmeralda Colombiana – Mercado Nacional e Internacional de la Joyería



Gráfica No. 2 : Caracterización de la Cadena Oro Reciclado – Mercado de la Joyería en el Centro del País.



Para entrar a la construcción del modelo para la integración y el desarrollo de la cadena productiva central se realizaron reuniones con los principales actores del comercio de la joyería en el centro del País.

Con base en ese trabajo se presenta el esquema organizativo como viene operando el comercio de la joyería en el centro del País :

El comercio inicial de la esmeralda (**Ver Gráfica No. 1**) se da cerca de la misma explotación minera. Es así, como la producción de esmeraldas de la zona cundiboyacense en principio se distribuye entre los socios de la explotación minera, socios que a su vez la distribuyen a través de familiares, amigos y compadres, quienes nutren el comercio de la gema en bruto.

Una vez en manos del comerciante de la gema en bruto, estos optan por un lado en venderla directamente y cerca de la mina a compradores internacionales y por otro la dirigen hacia los talleres de talla y lapidación en la Ciudad de Bogotá D.C.. Los principales compradores de las gemas en bruto cerca de la mina son de origen coreano y japones.

La mercancía no negociada en mina es llevada, por los comerciantes de gema en bruto, a los talleres de talla y lapidación, ubicados en la Avenida Jiménez entre carreras 5ª y 8ª, de donde el comerciante en bruto la recibe de nuevo y la vende a los comerciantes de la Avenida Jiménez, quienes a su vez la ofrecen a través de Comisionistas los cuales contactan posibles compradores de la esmeralda o lote, sin que dueño de la gema o lote y posible comprador tengan relación directa. La función del Comisionista es comúnmente reconocida como “Lleva y Trae”, refiriéndose al hecho de llevar la gema y traer el dinero del negocio hacia el comerciante de la Jiménez.

El Comisionista por su parte acuerda con el comerciante de la gema dos posibles formas de obtener su retribución económica, una consiste en que el comerciante Dueño de la gema o lote le establece al Comisionista el precio base que él espera obtener y la diferencia entre el valor de la venta del Comisionista y el valor base dado por el Dueño, es la retribución que obtendría el Comisionista. Otra forma de retribución consiste en pactar entre el Dueño y el Comisionista un porcentaje sobre el precio final de venta de la gema o lote.

Los clientes del Comisionista son los Joyeros (Talleres), Joyerías y Comercializadoras Internacionales. Dentro de los Talleres de Joyería tenemos el de Carlos Fonseca, Carvajal, Los Prieto, Imp le Joyeros, Entre Otros. En cuanto a joyerías tenemos aquellas afiliadas al Circulo Colombiano de Joyerías (Lievano, Schumacher, Bauer, Fleing, etc.), así como también el Palacio de la Esmeralda, las Joyerías de la Calle 13 (Alrededor de 80 Joyerías) y los joyeros de banco, llamados así por su forma de trabajar individual, en una pequeña mesa y sentados en un banco (butaca o pequeña silla de madera), joyerías a través de las cuales el consumidor final adquiere la gema, ya sea engastada o suelta. Las comercializadoras internacionales más representativas son C.I Verde Luz, Bogotá Emerald, Entre Otras, ubicadas principalmente en el Emerald Trade Center, de la Avenida Jiménez con carrera quinta.

Las comercializadoras internacionales, conocida como C I, cumplen además de la función de intermediación entre el Comisionista oferente de la mercancía y el comprador internacional, la función de garante de la transacción y pago de la mercancía. A diferencia de la forma de operación del Comisionista, la C.I. tiene su punto fijo de negociación, donde comprador internacional, comisionista y C.I se encuentran, seleccionan la mercancía y negocian.

Una vez se llega a un acuerdo, la C.I efectúa la exportación de la mercancía, la que generalmente reciben grandes mayoristas en New York, Hong Kong, Tokio fundamentalmente. De allí, la mercancía se dirige a la industria de la joyería, a través de grandes proveedores de esta industria. De la industria de la joyería finalmente llega a los puntos de venta y al consumidor final.

Para el caso del mercado de la joyería del centro del País y su relación con el comercio del oro reciclado (**Ver Gráfica No. 2**), se muestra como el mercado de la joyería del centro del País se nutre de joyería italiana a través del puerto libre de Colón en Panamá. Dentro de los importadores formales que utilizan este mecanismo están Gold and Gems, Orafa S.A., Entre otros. Respecto a cifras de entrada de joyería al mercado del centro del País por mecanismos no oficiales, se dice en el comercio, que oscila alrededor de los cuarenta kilos de joyería italiana por semana.

En el momento, no se tiene información confiable que permita cuantificar el mercado de la joyería del centro del País y el aporte que a ese mercado, entregan la joyería importada oficialmente, el contrabando y la joyería nacional. Sin embargo, se dice en el comercio, que entran al mercado de la joyería del centro País alrededor de 240 kilogramos de oro y 8.000 kilogramos de plata en joya mensualmente, para un precio de oro y plata en joya de \$25.000.000 /Kg. y \$1.000.000 /Kg. respectivamente, permite llegar a cuantificar el mercado de joyería importada en el centro del País alrededor de los US\$ 64 millones /año. Para identificar el monto de la joyería nacional que se aporta al mercado del centro del País, es conveniente consultar las ventas de oro que las llamadas “Compra Ventas” de la carrera sexta, entre calles trece y once y en el Centro Comercial Calle Real, ubicado en la carrera séptima, entre calles once y doce, realizan al sector de la joyería, dado que son los puntos que la mayoría de joyeros utilizan como proveedores de oro.

Lo anterior, permite ver como la joyería fabricada en el centro del País se abastece de oro reciclado en su mayoría y no de oro proveniente directamente de las minas. Por otro lado, el joyero, a través de una C.I., adquiere el oro en el Banco de la República, cuando su producción será dirigida al mercado externo. Todo como forma de certificar el pago de la regalía del oro utilizado y evitarse el pago de I.V.A.. No se analiza en este informe la conveniencia de utilizar oro reciclado en lugar de oro de mina, tanto por la falta de datos confiables como por que son aspectos relevante durante el mejoramiento de la productividad y competitividad de la cadena y no en este momento que solo busca la identificación de los actores que harán parte del modelo de desarrollo de la cadena productiva central.

Cuando la joyería italiana entra al mercado del centro del País, esta llega, junto con la joyería de producción nacional, a las joyerías del Circulo Colombiano de Joyerías, las Joyerías de la Candelaria en la Calle 13 y a los Sanandresitos, principalmente Sanandresito de San José (Ubicado a tres cuadras del Hospital San José) y el Sanandresito del Edificio Lara (El Superpopular, calle trece con carrera trece, San Victorino)

Las Joyerías por su parte ofrecen el producto al consumidor final en sus puntos de venta, y para lo cual se apoyan en diversas actividades de promoción para atraer al consumidor (Catálogos, Publicidad en Medios de Comunicación, Eventos, Ferias). Kevin´s Joyeros y el Circulo de Colombiano de Joyerías, son li deres en las ventas apoyadas por catálogo.

Por su parte, los Sanandresitos venden tanto a consumidores finales como a pequeños comerciantes tales como : A) Aquellos que generalmente tienen pequeños puntos de venta en barrios de la Capital o en poblaciones de la sabana de Bogotá, así como de Tolima, Boyacá, Cundinamarca y los Llanos Orientales o B) Aquellos que venden su mercancía a crédito a empleados en la Capital y en su punto de trabajo y que se conocen como “Brujas”.

Tal como se menciona antes, existe joyería de producción nacional que entra al mercado del centro del País a través de los mismos canales de comercialización de la joyería foránea. Tal producción nacional, se realiza a través de talleres propios de las joyerías o de terceros. Existe el caso de la Joyerías Bauer y Lievano que además de utilizar sus propios talleres encargan trabajos específicos, de un día para otro, con talleres de

terceros como el de la Familia Prieto (ubicado en la calle 12 con carrera sexta, edificio rosa blanca, décimo piso). Existen Joyerías que no cuentan con talleres propios, tales como algunas de la Candelaria en la Calle 13, quienes generalmente se apoyan en los joyeros de banco, mencionados antes y cercanos al punto de venta de la joyería, para encargar trabajos igualmente de un día para otro.

La relación entre las joyerías y los talleres de terceros generalmente se hace de palabra, estableciéndose el compromiso tácito en el cual la joyería entrega tanto el material necesario como el diseño de la joya que se quiere al taller prestador del servicio, así como algún adelanto en dinero por el servicio. Por su parte, el taller queda comprometido a entregar el encargo en el tiempo previsto. La informalidad de tal relación entre joyerías y talleres, hace que algunas veces se presenten incumplimientos y otros asuntos difíciles de predecir y que han hecho que las joyerías trabajen solo con talleres altamente reconocidos por ellos.

Talleres reconocidos y que trabajan en núcleos o grupo, tal como el de la familia Prieto, están también el Taller de los Hernández y Los Piñeros, quienes utilizan a su vez los servicios de terceros para efectos de fundición a la cera perdida y engaste fundamentalmente. Alrededor de esta relación existen proveedores de herramientas y materias primas como Comracol Ltda . , Los Naranjo (Varios Almacenes), Artesanal del Joyero y Otros, quienes abastecen de cera, crisoles, pinzas, yeso, zirconias, seguetas, brocas, fresas, entre otros, a los talleres de joyería Además de los talleres mencionados anteriormente, existen talleres unipersonales.

Adicionalmente a la relación que se menciona entre Joyerías y Talleres, estos últimos también ofrecen servicios de reparación y restauración de joyas tanto a particulares como al comercio de la joyería en general, siendo algunas veces, un importante factor de ingresos económicos para el taller Igualmente, el taller ofrece al comercio joyas hechas sin ningún encargo, es decir, realizadas por su cuenta y riesgo

Cabe resaltar que el diseño de la joya se realiza en unos casos por el mismo taller y en otros por la joyería que ordena el encargo, sin que exista claramente la participación de diseñadores

Para lo anterior, la industria de la joyería del centro del País, se abastece de oro generalmente reciclado, es decir, oro que entra a las “Compra Ventas” como joya y como producto de empeño, robo, daño o simple venta del poseedor de la joya. El Dueño de la “Compra Venta”, una vez que la joya entregada es completamente suya, clasifica la mercancía según su estado de deterioro y determina que revende como joya de segunda para vitrina o que vende como oro reciclado a joyeros para la elaboración de una nueva joya, aunque también el Dueño de la “Compra Venta” puede determinar no ofrecer el oro en desuso al joyero sino exportarlo como oro en chatarra. De Igual forma, ocurre para el caso del abastecimiento de plata.

Paralelamente, a la relación que se analiza en el centro del País, existen fabricantes nacionales mayoristas de Bucaramanga y Cali, que ofrecen su producción a Joyerías y Sanadresitos de Bogotá D.C . . Tales mayoristas, ofrecen generalmente joyería troquelada y de fundición a la cera perdida (casting) en productos tales como anillos, dijes, aretes y pulseras, pues son productos de consumo masivo en la Capital del País, además de la bisutería.

Dentro del mercado de la joyería del centro del País no se detecta mercancía proveniente del Tolima.

Entre las entidades integradoras de los diferentes agentes económicos de la cadena productiva central analizada, encontramos: El Circulo Colombiano de Joyerías, Fedesmeraldas, Acodex, Asjoyerías y la Fundación el Dorado.

De otro lado, a partir del análisis los Planes Estratégicos Exportadores de Bogotá D.C.-Cundinamarca, Boyacá y Tolima, establecidos con un horizonte de ocho años aproximadamente, se observa como los de Bogotá D.C.- Cundinamarca y de Boyacá consideran el tema de la joyería y las esmeraldas, mientras que el del Tolima se enfoca fundamentalmente hacia el desarrollo de cadenas productivas agroindustriales y el software. Tales Planes Estratégicos en todos los casos están coordinados por los Consejos Asesores Regionales en Comercio Exterior (CARCE) correspondiente, establecidos dentro de la Política de Productividad y Competitividad 1999 – 2009 del Gobierno Nacional y dentro de los cuales participan los diferentes actores económicos y generalmente dirigidos por las Cámaras de Comercio de cada región.

Con base en lo anterior, se pueden identificar la existencia o no de todos los agentes requeridos para la implantación del modelo para la integración y desarrollo de la cadena productiva, teniendo en cuenta que necesariamente ya debe existir una relación comercial que se quiera mejorar en cuanto a productividad y competitividad, pues pensar en construir esa relación comercial entre agentes es algo que si bien puede hacerse, hace más largo e impredecible el alcance de objetivos concretos, en cuanto a negocios sostenibles.

Facilitador Adopta la política y el modelo de desarrollo a implantar con el objeto de optimizar el potencial del País frente a las demandas del mercado interno y externo. De acuerdo con la política y el modelo, dirige todos los recursos y regula a todos los agentes. Este agente, generalmente de origen estatal, está representado, según el análisis anterior, por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y los CARCES de Bogotá D.C., Boyacá, Cundinamarca y Tolima. CARCES dirigidos por la Cámaras de Comercio de Cada Región.

Integrador Agente, generalmente organización sin ánimo de lucro conocedora del sector a atender, responsable de la organización competitiva de cada uno de los agentes y la integración entre si y con el modelo. Básicamente es el agente que acompaña la implantación y mejoramiento permanente del modelo adoptado.

Quizá el agente fundamental para la integración y desarrollo de la cadena productiva, pero que lastimosamente no se vislumbra claramente en el análisis realizado. Históricamente las entidades del estado han asumido bajo diferentes perspectivas el proceso de organización empresarial, pero hoy esa responsabilidad está delegada en agentes especializados, conocedores y cercanos al día

día del sector atendido y garantía de continuidad del proceso de desarrollo establecido por el Facilitador.

Los gremios de joyeros y mineros no cuentan con un modelo y metodología para la integración y desarrollo de su sector. Consecuentemente, no aparecen O.N.G.s, Fundaciones, Consultorías, entre otras, que tengan como finalidad la organización productiva y competitiva de modelo alguno de desarrollo dentro del sector minero industrial de la joyería.

Es decir, si bien existe la capacitación empresarial está no conlleva ningún impacto si no existe el agente que acompañe permanentemente y metodológicamente la inserción de esa empresa o grupos de empresas dentro de un modelo de desarrollo que garantice su sostenibilidad

Sin embargo, a partir de las organizaciones como el Círculo Colombiano de Joyerías, Fedesmeraldas, Acodes, Asjoyerías y la Fundación El Dorado, es posible preparar el agente Integrador para acompañar metodológica y permanentemente no solo el proceso de organización empresarial, sino también la integración de empresas entre si y con el modelo que adopte el Facilitador, así como el mejoramiento permanente del mismo.

Comercializador Agente, nacional o internacional, que llega al cliente final con los productos mineros y/o joyeros, para garantizar metas del Plan de Negocios de las Empresas Analizadas. Del análisis anterior, vemos como aparecen las Comercializadoras Internacionales, en cuanto exportaciones de esmeraldas se refiere, y en relación con el mercado interno de joyería aparecen las joyerías del Círculo Colombiano de Joyerías, las Joyerías de la Candelaria en la Calle 13 y los Sanandresitos.

Jalonador Empresa puente entre productores y la comercializadora. Esta instancia generalmente se confunde con la comercializadora, pero si se analiza bien, generalmente es una empresa que vigila estándares de calidad, precio, tiempo de suministro, además de asistir técnicamente, entre otros, para que el producto ofrecido pueda ser comercializado a través de la comercializadora, con la cual generalmente tiene nexos y acuerdos comerciales.

La función descrita, si bien no aparece claramente en el análisis realizado, es posible implantar para ser desarrollada por los talleres de mayor prestigio y con nexos de trabajo directo con las principales joyerías, tales como los Talleres de los Prieto, Los Hernández y Los Piñeros, entre otros debidamente reconocidos. De igual forma, pasaría con los principales talleres de lapidación y talla de esmeraldas, para el caso de la relación entre el Comisionista y la CI

Es decir, si bien hoy los talleres mencionados tienen hoy la función de fabricar es posible que a futuro su función pueda ser más especializada y pueda servir de instancia de control de calidad y de acopio de la producción de muchos talleres satélites, propios o de terceros, para atender los pedidos de las comercializadoras.

Jalonados

Productores satélites de joyas, proveedores de materias primas, maquinaria y equipos, innovación y desarrollo tecnológico, financiación, capacitación, entre otros, que se alinean, según las exigencias del Jalonador, de manera ordenada y competitiva.

Con base en el negocio específico entre el Comercializador y Jalonador, este último traslada estándares de calidad, diseño, precio, tiempo de suministro, entre otros, mediante contratos Jalonador – Jalonado, a joyeros satélites y proveedores, induciendo la alineación de estos de manera productiva y competitiva para poder alcanzar las metas específicas acordadas.

Los principales agentes Jalonados identificados son

Talleres Satélites de Banco, de Barrios y Poblaciones, Entre Ellas Ataco.

Engastadores

Empresas de Talla y Embellecimiento de Gemas.

Empresas Proveedoras Como Comracol, Los Naranjos, Artesanal del Joyero, Compra Ventas, Rex Metal, Entre Otros. Comisionistas de Esmeraldas

Proveedores de Piedras Semipreciosas y Cuarzos.

Otros Proveedores (capacitación, financiación, maquinaria y equipos, seguridad de valores, empresas de seguros, entre otros).

Interventor

Agente avalado por Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y por los CARCES respectivos, responsable de vigilar los acuerdos comerciales establecido entre todos los actores. Esta labor es conveniente que se subcontrate por parte del Mincomercio y los CARCES con una consultoría especializada y preferiblemente privada. Actualmente no se realiza con la especialidad necesaria dicha labor, la cual bien realizada es en un importante valor agregado para el mejoramiento permanente de la integración y desarrollo de la cadena y el modelo.

II. DISEÑO PRELIMINAR DEL MODELO DE DESARROLLO

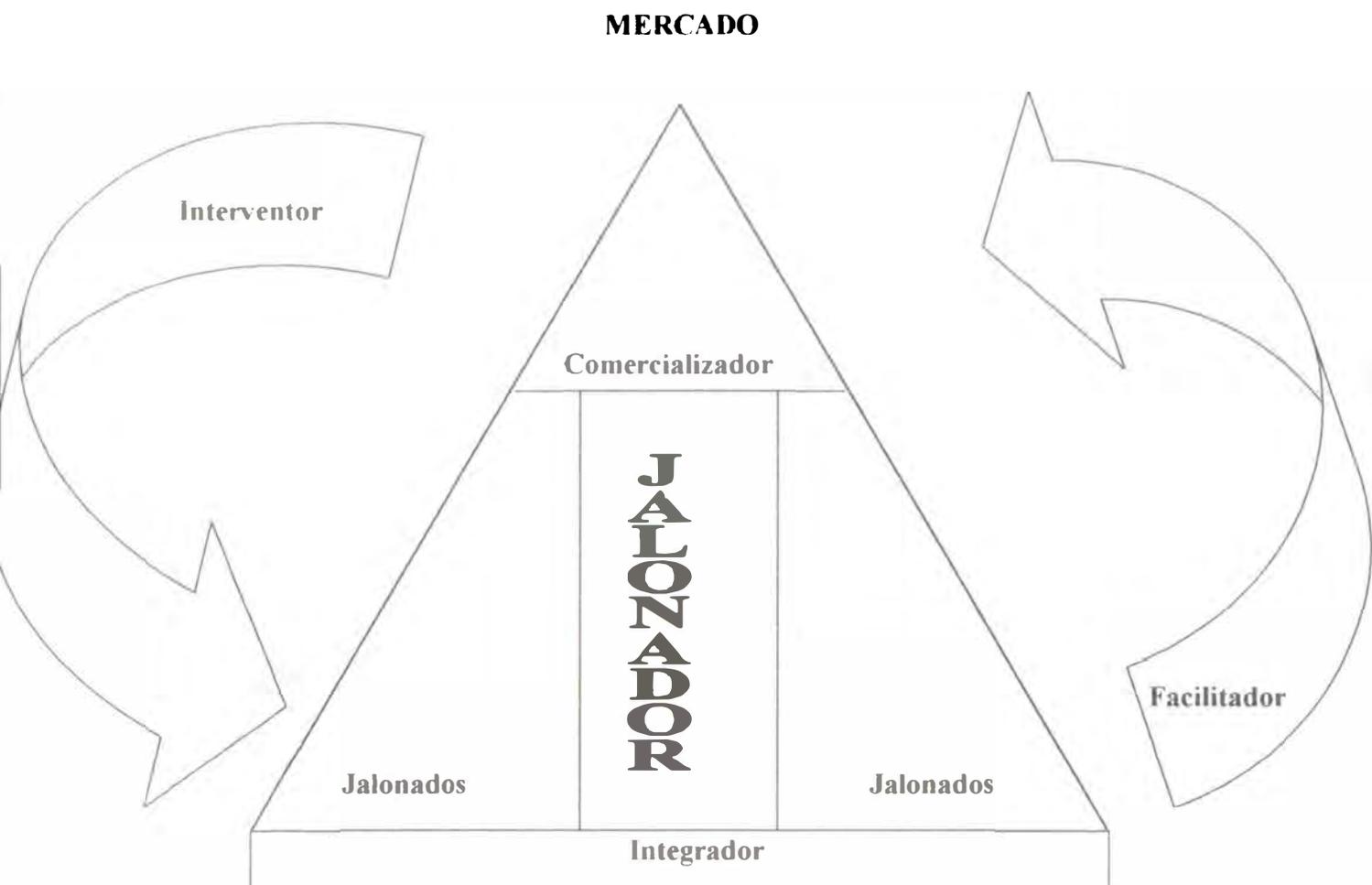
Con base en los actores identificados anteriormente, así como en las funciones y relaciones comerciales y socioeconómicas que queremos alcanzar (**Ver Gráfica No. 3**), se ubican las empresas, individuos, institutos u otros, actuales y futuras, de manera que no solo se propicie la integración hacia horizontal sino también hacia delante y hacia

atrás, buscándose incrementos significativos en cuanto a productividad y competitividad de la industria.

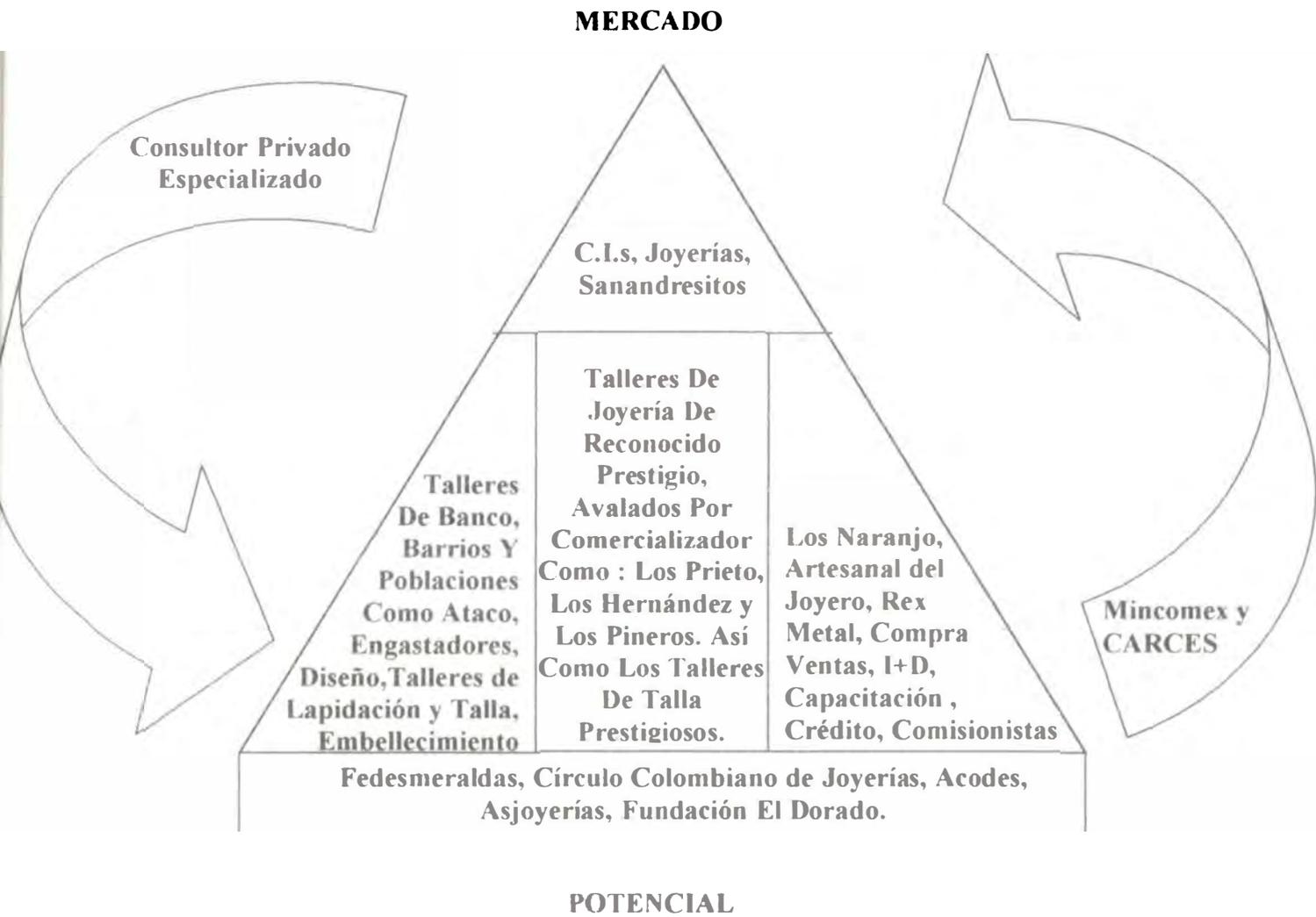
La **Gráfica No. 4**, muestra las empresas llamadas a constituir o darle cuerpo a cada agente y a ser los interlocutores válidos con los otros agentes. Partir del supuesto que los agentes están ahí, que ya sabemos como ellos piensan y que deben hacer para mejorar su productividad y competitividad, es el error en que siempre se cae cuando se trata de incentivar el desarrollo a través de la concertación y compromisos según el sector económico (público, privado, científico y solidario) o más recientemente según su ubicación dentro de la cadena de valor (productores de materias primas, industrializadores, comercializadores), olvidando la necesidad de romper con el paradigma que dejó la implantación de un modelo de desarrollo que más que propiciar el trabajo en red y la cooperación entre empresas de diferentes propietarios, favoreció el surgimiento y fortalecimiento de grandes y pequeños monopolios, públicos y privados.

En consecuencia, se propende por un tratamiento según el valor agregado que se espera alcanzar con la efectiva definición de funciones e interacción entre agentes dentro de un modelo preconcebido. Es decir, el modelo para la integración y el desarrollo de la cadena productiva, más que una simple representación gráfica, busca ayudar a la confluencia, de los diversos modelos mentales existentes, hacia un nuevo paradigma que permita el desarrollo productivo y competitivo de la industria de la joyería en Colombia

Gráfica No. 3 : Interacción de Actores Dentro Del Modelo de Desarrollo



Gráfica No. 4 : Diseño Preliminar Del Modelo De Desarrollo



III. PROPUESTA PARA LA INTEGRACION DE LA JOYERIA DE ATACO – TOLIMA CON LA CADENA PRODUCTIVA CENTRAL

Realizar ruedas de negocios entre los agentes Comercializadores y Jalonadores identificados, así como con Aliados estratégicos internacionales, bajo la coordinación del agente Facilitador y con base en sus resultados formular el Plan Estratégico para la comercialización interna y la exportación de esmeraldas y joyería.

Propiciar la suscripción de una Alianza entre Comercializadores con objeto de alcanzar las metas del Plan Estratégico formulado y una mejor interlocución con los clientes externos y Jalonadores.

Lograr la suscripción de una Alianza entre los Talleres de reconocido prestigio, a fin de mejorar su interlocución con la Alianza de los Comercializadores y con los Jalonados.

Acompañar la suscripción de Acuerdos de Negocios, según las metas del Plan Estratégico, entre la Alianza de los Comercializadores y la de los Jalonadores. Acuerdos que se harán por cada negocio específico y que contendrán los estándares exigidos de calidad, cantidad, precio, diseño, tiempo de suministro, entre otros, de tal negocio.

Fortalecer la función del agente Integrador a través de una organización autónoma, especializada, cercana y conocedora del sector a atender, partiendo de las organizaciones existente.

Entre los agentes Jalonador e Integrador, acompañar la integración y alineación de productores satélites de joyería, tal como el Taller de Joyería de Ataco - Tolima y los diversos proveedores, de manera competitiva a los Acuerdos comerciales suscritos entre el Comercializador y el Jalonador.

Vigilar, a través del Interventor, el cumplimiento de las Alianzas, Acuerdos y Negocios comerciales y procurar por que a estos se unan cada vez más Jalonados.

IV. RESUMEN

En términos generales, se recomienda que la joyería del Tolima trabaje como satélite, bajo el control de talleres de reconocido prestigio de la ciudad de Bogotá D.C., para los comercializadores nacionales e internacionales de esmeraldas y joyas, ubicados en el centro del País. No obstante, para llegar a tal tipo de interacción, primero se requiere la organización de todos los agentes internamente y dentro de un solo modelo de integración y desarrollo, de forma que se maneje el mismo lenguaje y puedan surgir las alianzas, acuerdos y negocios esperados.

Orden De Servicios De Artesanías De Colombia S.A. Con Bayron Gómez Palacio

PLAN DE TRABAJO

PROPUESTA PARA LA INTEGRACION DE LA JOYERIA DE ATACO - TOLIMA CON LA CADENA PRODUCTIVA CENTRAL

Propuesta : Convenio Minercol L TDA. - Artesanías de Colombia S.A. - Programa Nacional de Joyería.

INDICE

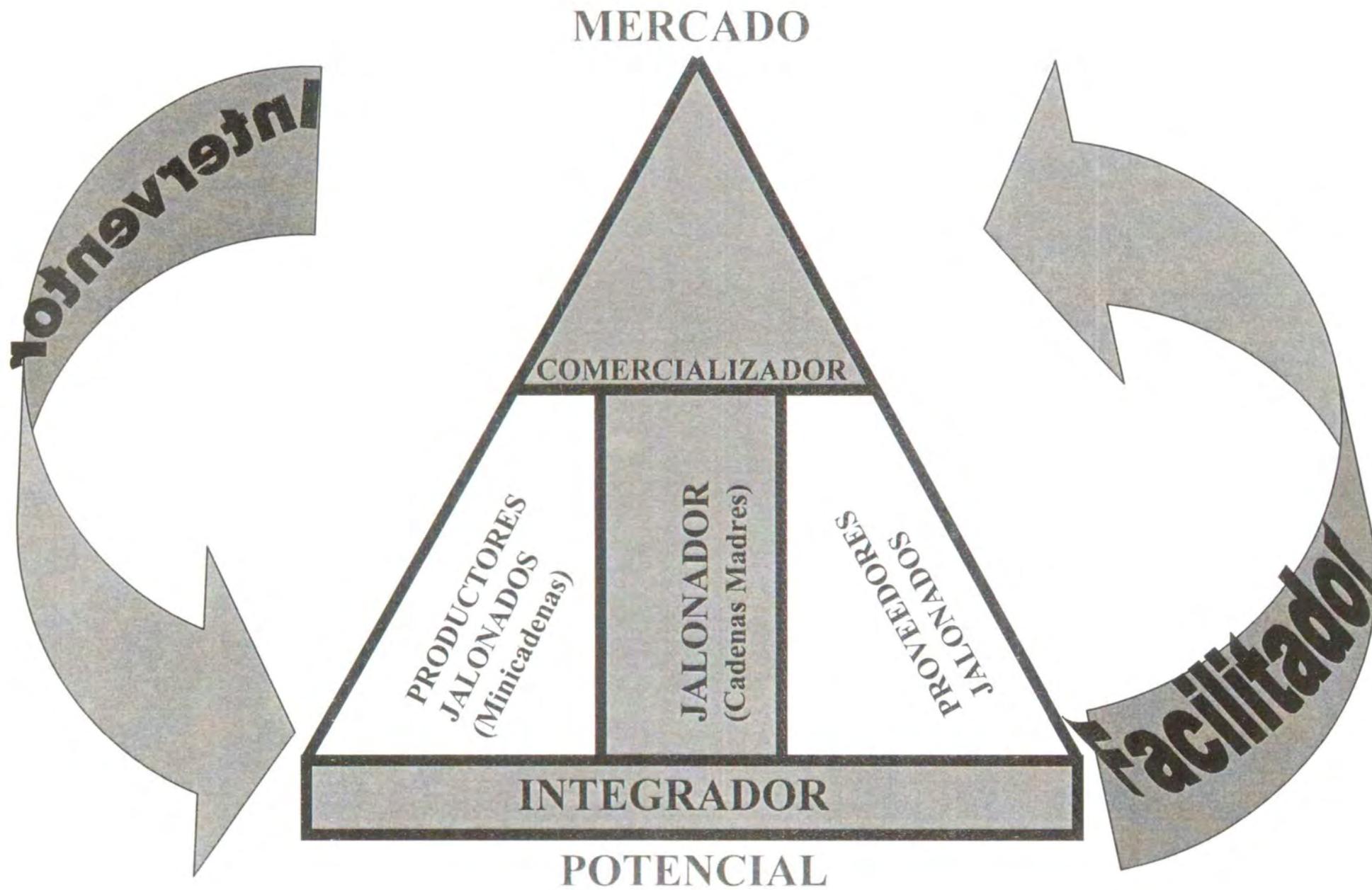
MODELO DE DESARROLLO DE CADENAS PRODUCTIV AS

ROLES DE ACTORES DENTRO DEL MODELO

PROCESO DE INTEGRACION Y DESARROLLO DEL MODELO

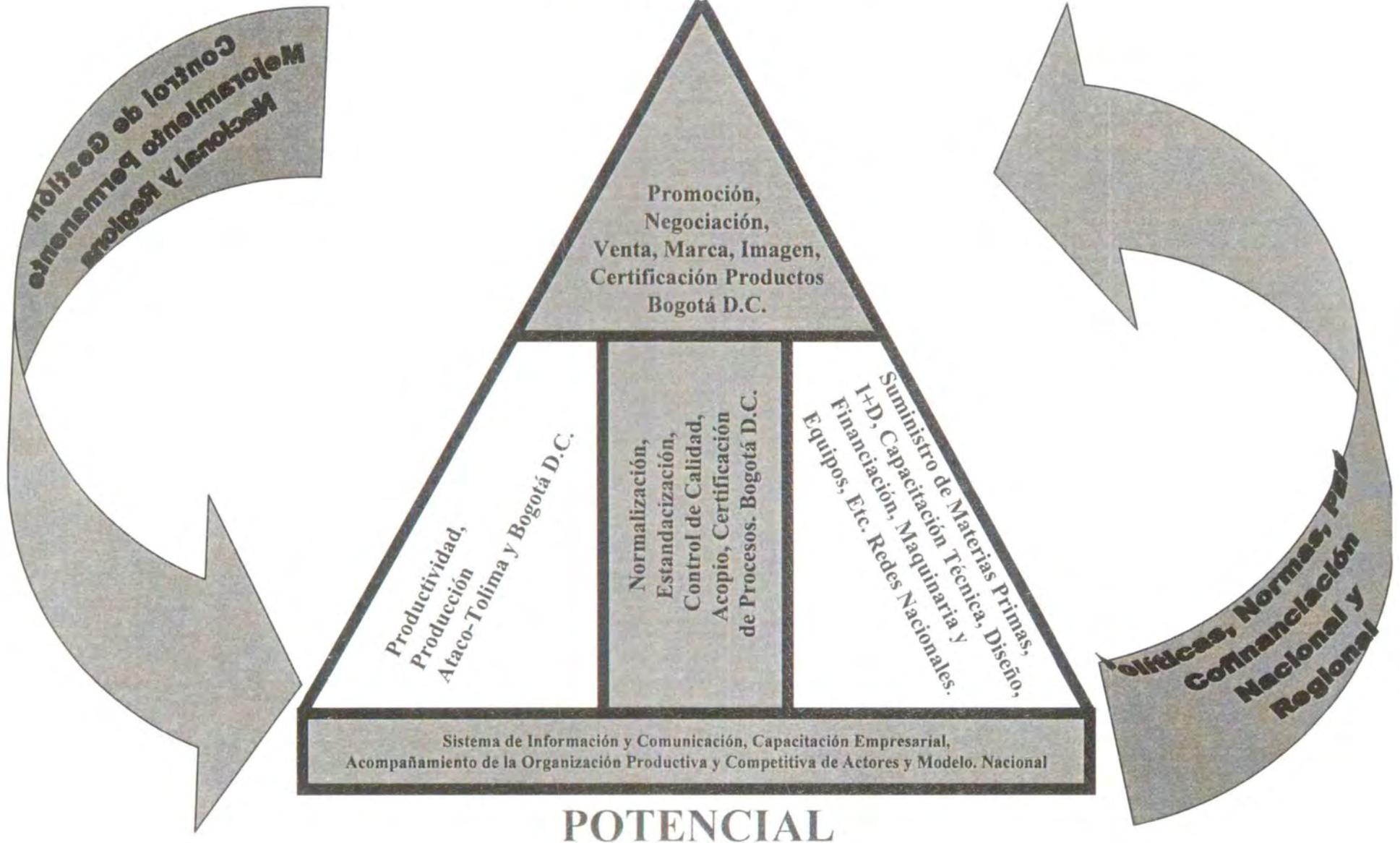
PLAN DE TRABAJO MES DE ABRIL DE 2003

MODELO DE DESARROLLO



ROLES DE ACTORES DENTRO DEL MODELO

MERCADO



PROCESO DE INTEGRACION Y DESARROLLO DEL MODELO

ADOPCION DE POLITICA Y MODELO DE DESARROLLO POR PARTE DEL FACILITADOR.

IDENTIFICACION DE EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE JOYERIA LIDERES EN EL MERCADO DEL CENTRO DEL PAIS Y CON PARTICIPACION EN EL MERCADO INTERNACIONAL. CARACTERIZACION PRELIMINAR DE COMERCIALIZADORAS A FIN DE IDENTIFICAR PRODUCTOS, MERCADOS OBJETIVO, PARTICIPACION EN EL MERCADO, ESTANDARES DE CALIDAD, DISEÑO, PROVEEDORES, SISTEMAS DE COMPRA, IMPORTACION Y COMERCIALIZACION UTILIZADOS, ENTRE OTROS.

LAS COMERCIALIZADORAS IDENTIFICADAS FORMULAN, BAJO LA METOLOGIA DE PLANEACION ESTRATEGICA, EL PLAN ESTRATEGICO EXPORTADOR Y EL PLAN DE NEGOCIOS Y SUSCRIBEN EL ACUERDO DE COMPROMISO CORRESPONDIENTE, EL CUAL SE HACE EXTENSIVO A LOS ACTORES QUE DESEEN ENTRAR AL PROCESO.

CON BASE EN LAS METAS DEL PLAN ESTRATEGICO EXPORTADOR Y PLAN DE NEGOCIOS, SE ESTABLECEN ESTANDARES DE CANTIDAD, CALIDAD, DISEÑO, PRECIO, TIEMPOS DE SUMINISTRO, ENTRE OTROS, QUE EXIGIRA LA COMERCIALIZADORA A TRAVES DEL JALONADOR.

EL JALONADOR SUSCRIBE UN ACUERDO DE COMPETITIVIDAD CON EL COMERCIALIZADOR PARA EL SUMINISTRO DE PRODUCTOS BAJO LOS ESTANDARES Y TIEMPOS PREDETERMINADOS ANTERIORMENTE.

CON BASE EN EL ACUERDO ANTERIOR, EL JALONADOR INICIA EL PROCESO DE NORMALIZACION Y ESTANDARIZACION DE PROCESOS Y PRODUCTOS DE PROVEEDORES Y PRODUCTORES DE JOYAS JALONADOS.

ACOMPAÑAMIENTO DEL PROCESO DE FORMULACION DE PLANES, ORGANIZACIÓN DE ACTORES, DISEÑO Y SUSCRIPCION DE ACUERDOS ENTRE ACTORES, Y OTROS, POR PARTE DE UN ENTE INTEGRADOR. EXPERTO EN ORGANIZACIÓN, INTEGRACION Y DESARROLLO DEL MODELO Y CADA UNO DE LOS ACTORES PARTICIPES EN EL.

POR ULTIMO, EL FACILITADOR SE APOYA EN UN INTERVENTOR PARA VIGILAR EL CUMPLIMIENTO Y GARANTIZAR EL MEJORAMIENTO PERMANENTE DEL MODELO, ASI COMO DE SUS POLITICAS, PLANES Y ACUERDOS IMPLICITOS.