



Ministerio de Comercio Industria y Turismo
artesanias de colombia.s.a

Proyecto Para El Mejoramiento De La Competitividad De La Joyería Colombiana

**Asesoría para la comercialización de nuevos
diseños de joyería.**

Informe Final

**Asesor
Myriam Firstman Mizrachi**

Junio/2006

Índice

• Objetivo	4
• Obligaciones específicas del contrato	4
• Antecedentes	5
• Propuesta de mercadeo	6
• Actividades específica	8
• Análisis de inventarios	9
Ventas Expoartesanías	10
Ventas feria Eje Cafetero	13
• Determinación de productos pareto	18
○ Cantidad de piezas mas vendidas con respecto al costo	
○ Producto mas vendido	
○ De las piezas mas vendidas de acuerdo a la producción de estas por ciudades	
• Análisis de eventos y ferias	22
○ Clientes mayoristas contactados	
○ Análisis de eventos y ferias	
• Otras actividades desarrolladas	26
○ Presentación misión tecnológica Italia	27
○ Taller cierres broches y sistemas en la ciudad de Cali	43
• Otras actividades en proceso.	44



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanias de colombia.s.a

Objetivo

Prestar asesoría para la comercialización de las joyas producto del programa para el mejoramiento del sector joyero en Colombia.

Obligaciones Específicas Del Contrato

1. Desarrollar asesoría para la comercialización de nuevos diseños de joyería.
2. Establecer y/o definir los nichos de mercado.
3. Apoyar la participación en ferias y eventos.
4. Atender las solicitudes de asesoría en Bogotá que en el marco del contrato demanden los artesanos y la entidad.
5. Realizar otras actividades que sean asignadas por la coordinación operativa y la coordinación técnica.



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia.s.a

Antecedentes

Partiendo de los planteamientos hechos en el 2005 para el desarrollo de un plan de mercadeo que nos permita cumplir con nuestros objetivos comerciales, comenzamos este año 2006 realizando un plan de trabajo para darle alcance al proyecto en el área de ventas.

En el año 2005 pudimos estar en Expojoya Medellín 2005, Expoartesanias y desarrollar el punto de venta del almacén de la 82, ahora es necesario darle continuidad a este proceso para alcanzar un crecimiento adecuado en las ventas y generar mas producción que beneficie cada día al sector joyero artesanal.

Una vez medida la aceptabilidad de nuestro producto en las diferentes actividades desarrolladas en el año anterior y a comienzos de este año es necesario continuar con toda la propuesta, crear mas puntos de ventas dentro de los almacenes de artesanías, participar en todas las ferias y eventos que nos permitan exhibir y dar a conocer el producto y además poder promocionar el punto de venta, crear alianzas para empezar a salir a los mercados internacionales y dar inicio a la parte de publicidad y promoción que nos permitirán crear vínculos de comunicación con el consumidor final.



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia.s.a

Propuesta De Mercadeo

La estrategia de mercadeo se planteó para conocer y dar los primeros pasos dentro de los elementos del marketing mix.

1. Producto

Análisis de inventarios a nivel de rotación para determinar los productos pareto y así poder proyectar la siguiente fase donde debemos establecer la capacidad de producción de cada uno de ellos para encontrar el equilibrio entre la oferta y la demanda.

2. Precios

Análisis de precios para establecer nuestros verdaderos nichos de mercado, la sensibilidad de los mismos y su incidencia en los diferentes eventos y puntos de venta.

3. Publicidad y Promoción

Se realizó un trabajo “FACE to FACE” buscando tocar directamente a los consumidores finales y posibles compradores mayoristas con los cuales ya veníamos trabajando.

Se busca asistir a eventos masivos donde se contacte directamente al consumidor y se le pueda explicar el proyecto sus bondades y beneficios mostrar la joyas, vender y promocionar el punto de venta.

Se propone asistir a los eventos futuros que cumplan con nuestros objetivos y establecer relaciones con las entidades gubernamentales, mixtas o privadas que nos puedan apalancar

(Cámara de comercio, Proexport etc.)

Proyecto Para El Mejoramiento De La Competitividad Del Sector Joyero En Colombia



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia.s.a

Se plantea realizar un evento de lanzamiento que convoque no solo a posibles compradores sino a personalidades influyentes del estado, la banca, el comercio, periodistas y en general a los medios de comunicación.

4. Puntos De Venta y Canales de Distribución

Es necesario la vitrina exterior del almacén del norte, y desarrollar un show room que propongo sea en la sede de las aguas este nos permitirá cubrir otro sector del mercado que nos permita darle un mayor alcance a las ventas pudiendo atender clientes internacionales y nacionales y buscar alianzas estratégicas que nos generen tráfico que podrían ser:

1. Agencias de viajes.
2. City tour.
3. Hoteles
4. Restaurantes.
5. Cámara de comercio
6. Proexport
7. Cuerpos diplomáticos.



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia s.a

Actividades Específicas

1. Evaluación de las ventas a mayo del 2006 para determinar productos pareto.
2. Análisis de inventarios para la planeación de nuevas producciones en cuanto a su venta en los diferentes eventos y la calidad de las piezas.
3. Análisis de eventos, ferias, punto de venta y otras actividades que nos permitan llegar a nuestro grupo objetivo de compradores.
4. Presentación de resultados comerciales del proyecto 2005, en el marco de la instalación del proyecto diseño e innovación tecnológica aplicados en el proceso de desarrollo del sector artesanal y la ejecución del plan de transferencia aprobado por el SENA.-Taller de capacitación de cierres, broches y sistemas de joyería.
5. Presentación de la misión tecnológica de la cadena productiva de la joyería Italia 2005 en el taller de capacitación de cierres, broches y sistemas de joyería.
6. Reordenamiento del almacén del norte para resaltar nuestro espacio de joyería.
7. Visitas permanentes al almacén del norte.
8. Crear un plan de actividades a desarrollar para impulsar las ventas de la joyería.
9. Interacción permanente con clientes nacionales e internacionales.
10. Análisis para la apertura de otros puntos de ventas.



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia.s.a

Análisis De Inventarios

La finalidad o propósito del trabajo en esta etapa es realizar permanentes análisis del comportamiento de los inventarios. Como van rotando cada una de las referencias, determinar los productos pareto y empezar a calcular los niveles óptimos de los inventarios para poder cubrir las necesidades en los diferentes puntos de ventas que tendremos en el año 2006.

Para iniciar el trabajo, se hicieron análisis de comportamiento con la parte de producción y se empezó con la reposición de referencias acabadas o con buen movimiento en ventas en las diferentes actividades realizadas hasta el momento.

Es necesario plantear, la búsqueda de niveles óptimos de inventarios que nos permitan servir a los clientes inmediatamente o con prontitud o por lo menos con tiempos justos, para esto debemos determinar la capacidad de producción de cada uno de los productos pareto, que los asesores en las zonas establezcan cuantos joyeros pueden trabajar en cada una de las piezas y capacidad de producción por piezas.

Para esto sugiero tener en cuenta los siguientes parámetros:

Tipo de pieza

Nombre

Ciudad

Cantidad joyeros

Pieza por día joyero

La determinación de joyas pareto y las ciudades están mas adelante en cuadros anexos.

Es importante pensar en tener inventarios de producción en proceso, materiales directos, partes terminadas y suministros que nos permitan comprometer entregas en menores tiempos.

Para realizar planteamientos acordes, las áreas involucradas en el proceso deben crear estrategias conjuntas: Ventas, Producción, Compras y la parte financiera y así poder establecer niveles óptimos, para cumplir con las ventas al menudeo en los almacenes, responder en las ruedas de negocios en las ferias



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia.s.a



Proyecto Para El Mejoramiento De La Competitividad Del Sector Joyero En Colombia



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia s.a



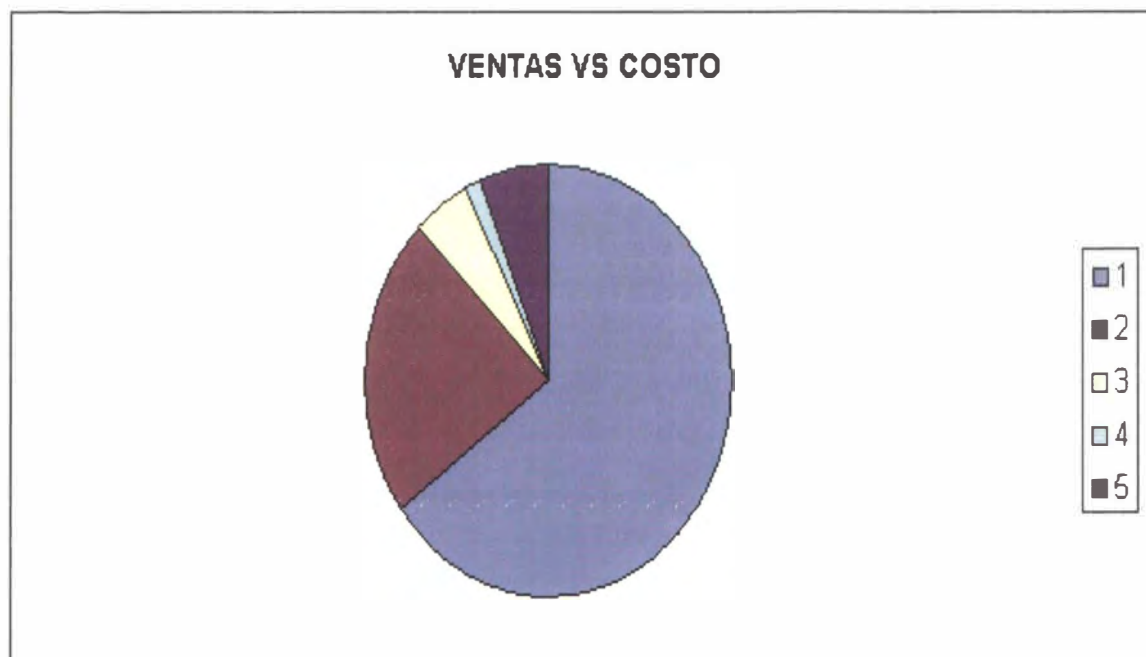
Proyecto Para El Mejoramiento De La Competitividad Del Sector Joyero En Colombia



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanias de colombia.s.a

Cantidad de piezas Pareto Más Vendidas Por Escala De Costo

	CANTIDAD VENDIDA
10.000-30.000	522
30.001-60.000	183
60.001-90.000	40
90.001-120.000	12
120.001-ADEL	49



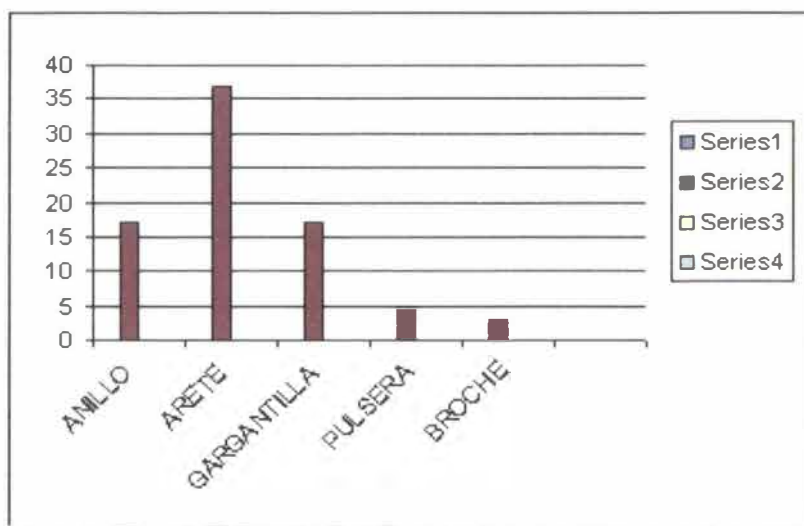
Las piezas más vendidas su precio de venta oscila entre \$ 30.000 y \$ 90.000 lo vemos en el color azul



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia.s.a

Producto Pareto Más Vendido

PRODUCTO	CANTIDAD DE REF. MAS VENDIDA
ANILLO	17
ARETE	37
GARGANTILLA	17
PULSERA	5
BROCHE	3



Nuestro producto pareto son los aretes en segundo lugar los anillos.

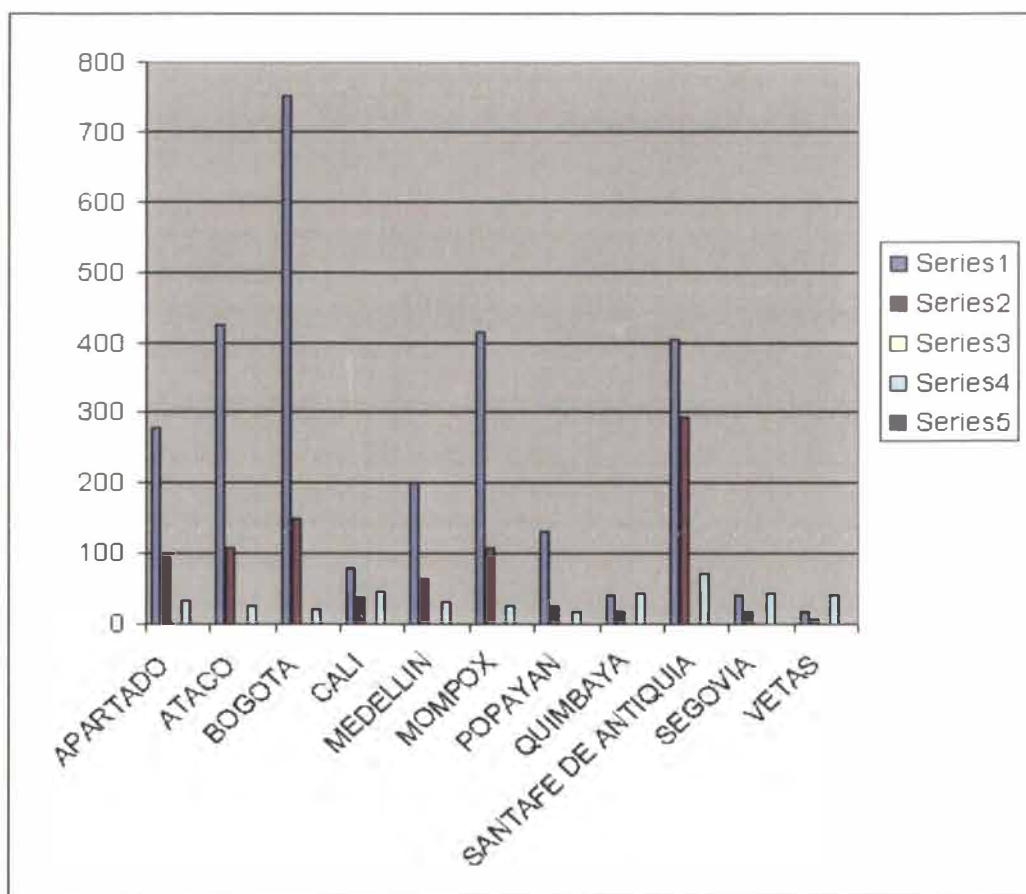


Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia.s.a



RELACION DE VENTAS CON RESPECTO A LA CANTIDAD PRODUCIDA POR CIUDADES

CIUDAD	TOTAL PIEZAS	CANTIDAD PIEZAS VENDIDAS	% VT.
APARTADO	277	96	34,7
ATACO	424	109	25,7
BOGOTA	750	148	19,7
CALI	81	38	46,9
MEDELLIN	200	64	32,0
MOMPOX	415	108	26,0
POPAYAN	130	25	19,2
QUIMBAYA	40	17	42,5
SANTAFE DE ANTIQUIA	405	294	72,6
SEGOVIA	42	18	42,9
VETAS	17	7	41,2





Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia.s.a

Serie 1 Total producción de piezas mas vendidas

Serie 2 Total ventas de esas piezas producidas

Serie 4 porcentaje de piezas vendidas con respecto a las producidas

lo que significa que nuestros productos paretos son los de santa fe de Antioquia y es donde debemos

empezar por tener claridad sobre la capacidad de producción.

Con respecto a los resultados de Bogotá es necesario tener en cuenta que la producción en su gran mayoría fue entregada en el mes de enero lo que nos indica una posible disminución en el porcentaje de las ventas porque no toda estuvo en expoartesanías 2005.



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia.s.a

Análisis De Eventos Y Ferias

En las actividades comerciales, empezamos por la reacomodación del almacén del norte, para permitir más visibilidad desde la entrada y que los clientes pudieran ver desde la puerta nuestra joyería.

Permanentemente se hacen visitas al almacén para insistir en la buena exhibición de las joyas, que permanezca limpias y en buen estado. Esto nos permite en cualquier momento llegar con posibles compradores de Colombia y del exterior.

Los contactos con mayoristas durante este trimestre fueron permanentes, hemos llevado más de diez posibles compradores al almacén donde se les ha hecho una presentación del programa. Entre las más interesadas y con las cuales pondremos llegar a un acuerdo comercial son:

Sra. Catalina de la Torre (Boston) catadlt@yahoo.com Colombiana Vive en Boston Comercializa joyería y bisutería colombiana en esta parte de los estados unidos participa en eventos feriales permanentemente uno por mes y vende en pequeñas tiendas al mayor.

Me a parecido un buen contacto para el planteamiento que tenemos en este momento del negocio poder vender no en cantidades grandes sino en volúmenes que podamos cumplir con los tiempos de entrega y con producto de muy buena calidad. Tenemos permanente contacto vía Internet y esta esperando le enviemos la lista de precios para poder realizar su primer pedido.

Sra. Sylvia Echevarria al igual que el cliente anterior es Colombiana vive en Filadelfia con excelentes contactos en ese país. Sylvia.echavarria@comcast.net con ella se esta trabajando la participación de Colombia en uno de los eventos mas importantes del museo de arte de Filadelfia para el año 2009 para lo cual ya Artesanías de Colombia firmo una carta de intención.



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia.s.a

En este museo cada año se expone piezas de diseño de un país invitado y por el han pasado los mejores diseñadores del mundo en diferentes ramos es visitado por importantes personalidades y los reportes de ventas anualmente son altísimas. (anexo catalogo)

Dentro de las actividades este año con el museo se esta trabajando con la cámara de comercio de Bogotá poder traer a una de las directoras del museo para Expoartesanias 2006 la Sra. Nancy C. O, Meara directora ejecutiva.

Para seguir adelante en el proceso comercial es necesario tener la página de Internet lo antes posible y así adelante con la consecución de este tipo de clientes y poder mostrar nuestro producto.

Silvia Echevarria también esta interesada en comercializar en ferias de los Estados Unidos, las joyas. quedo de enviarnos la programación de los eventos Feriales en la zona de Filadelfia, New york etc.

Dentro de la actividad comercial se analizaron la participación en diferentes eventos entre ellos:

1. Festival Iberoamericano de teatro para lo que debíamos montar un stand en Corferias se pensó en alianzar con otras entidades con productos Colombianos pero las garantías de seguridad eran muy riesgosas para nuestro Producto.

El contacto en el Teatro Nacional fue la Sra. Ana Martha de Pizarro asistente de la dirección general Fanny Miky.

Este evento no lo encontramos viable.

2. Participación y montaje stand para la feria del eje Cafetero.

3. Participación y montaje en Bazar Carmel club Campestre la idea es divulgar que existe el programa que el publico conozca la joyería de artesanías de Colombia y tener mas afluencia de publico en nuestro punto de venta.



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanias de colombia.s.a

El bazar fue visitado por 1.000 personas muchas de ellas estuvieron en nuestro stand y creemos que se realizó una buena labor de divulgación.

Después de este evento la idea es poder seguir participando en este tipo de actividades que representan muy bajos costos para el programa y nos permite presentar el producto directamente al consumidor y contarle donde lo puede conseguir.

4. Cotización para el proponer un evento de lanzamiento del producto a los medios de comunicación, buscando personas influyentes en el medio que puedan realizar una divulgación adecuada y amplia del proyecto, en los diferentes medios a los que pertenecen.

Es importante abarcar prensa, revistas, televisión y radio que cubran nuestro cliente objetivo y de esta manera empezar a posicionar nuestro producto en la mente de los consumidores, que todo el mundo tiene que saber que dentro del proyecto total de Artesanías de Colombia, esta también la “joyería” y necesitamos que los medios lo divulguen.

Dentro de esta propuesta, esta también la de realizar el lanzamiento oficial del programa, abarcando invitados especiales del ámbito gubernamental, cuerpos diplomáticos, multinacionales empresas etc.

La propuesta para estos eventos sociales es poderlos realizar en las Instalaciones del almacén del norte.

(anexo cotizaciones)

5. Cotización y diseño de la vitrina exterior del almacén del norte.

En esta parte debemos tener cuidado al escoger la vitrina es necesario que permita mostrar la joyería con mucha elegancia pero sin perder el diseño de lo que es el almacén de Artesanías debe ser una mezcla, por eso no hemos llegado a la propuesta que consideramos debe ser la que presentemos para que sea aprobada por la empresa.

6. Analisis de las diferentes ferias para el segundo semestre del año. Comunicación permanente desde febrero con directores del Expojoya 2006,



Ministerio de Comercio Industrial y Turismo
artesanias de colombia.s.a

para tener toda la información de la feria en Medellín, a la cual considero debemos asistir ya que es en Colombia la única feria especializada en joyería.

En este evento tenemos la posibilidad de dar a conocer el programa, nos da imagen, participar en la rueda de negocios organizada por proexport, y a diferencia del año anterior dos (2) días son para compradores mayoristas y el día sábado abierto al público en general. La feria se realizará del 28 al 30 de septiembre. (Anexo información y presupuestos).



Ministerio de Comercio Industria y Turismo
artesanias de colombia.s.a

Otras Actividades Desarrolladas

Presentación de las experiencias adquiridas en la misión tecnológica en Italia en el año 2005 en el marco de la presentación de la parte teórica del taller de capacitación de cierres, broches y sistemas de joyería en la ciudad de Bogotá.

Siendo esta presentación de gran importancia para crear en nuestro medio una conciencia de la búsqueda de un diseño propio, con identidad que nos distinga del resto del mercado; con el distintivo hecho a mano como una posibilidad de poder posicionarnos en el exterior.

Poder compartir con todas las personas involucradas en el sector de la joyería las conclusiones que rescatamos de la industria italiana actual y que tuvimos la oportunidad de ver en plena acción LA ASOCIATIVIDAD como una manera de lograr enfrentar los nuevos retos de la competencia y cambios en la demanda del mercado mundial.

Esta misma experiencia fue presentada a los asesores del programa de joyería vinculados a la empresa.



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de Colombia s.a

MISION TECNOLOGICA

CADENA PRODUCTIVA DE LA JOYERIA

ITALIA 2005





Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías.de.colombia.s.a

ITALIA



- REPRESENTA EL 70% DEL TOTAL TRANSFORMADO EN EUROPA

500 TONELADAS DE ORO
1400 TONELADAS DE PLATA
4 TONELADAS DE PLATINO

ITALIA



- 70% DE LAS EMPRESAS
 - 86% DE LOS TRABAJADORES
- ESTAN CONCENTRADOS EN CINCO REGIONES:

VENETO
TOSCANA
PIEMONTE
LOMBARDIA
COMPAÑIA

POR TIPO DE PRODUCCION SE AGRUPAN EN CUATRO DISTRITOS

VCENZA
AREZZO
VALENZA
TORRE DEL GRECO



CONCENTRACION TERRITORIAL ACTIVIDAD PRODUCTIVA JOYERIA

	N. EMPRESAS	ARTESANALES	N EMPLEADOS
● VICENZA	1.150	860	10.095
● AREZZO	1.616	1.100	9.812
● VALENZA PO	1.291	ND	6.647

VICENZA

- CAPITAL ORFEBRE DE ITALIA

90% del oro fabricado lo exportan

Segmento medio-alto

Cadenas, oro hueco, joyas estampadas
cajas para relojes.

Especialmente en oro 18 quilates.

Empresas medianas.



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanias de colombia.s.a

VICENZA JUNIO 16- 2005 AGENDA

- CAMARA DE COMERCIO DE VICENZA
- FERIA VICENZA ORO 2 – OROMACHINE
- SCUELA DE ARTE VICENZA

CAMARA DE COMERCIO





Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de Colombia s.a

EXPOSITORES presentación

Lo que se está desarrollando en pro del sector joyero y recalcando la voluntad de las instituciones y del país en desarrollar actividades de cooperación con el distrito de vicenza

FERIAS ITALIA



Más de medio siglo

VICENZA ORO 1-2 Enero - Junio

Están dirigidos a la gran distribución, compradores de las grandes cadenas de tiendas, compañías de importación.

OROMACHINE

Exposición más importante del mundo en maquinaria

OROGEMA Septiembre

Es la cita ideal para los minoristas por la temporada y entregas a corto plazo

SHAPES OF JEWELRY

Último nacido en Vicenza oro, salón dedicado a los diseñadores.

El distrito de Vicenza

es un distrito de gran tradición

en el sector joyero

El distrito de Vicenza

es el distrito de la joya

y el distrito de la joya

El distrito de la joya

El distrito de la joya

El distrito de la joya

El distrito de la joya



Ministero de Comercio, Industria y Turismo
artesanias.de.colombia.s.a

Scuola D'Arte Mestieri Di Vicenza



DIRECTOR DE LA SCUOLA
Stefano Basso



Existe desde 1955 con el fin de dar orientación en Ciencias, Letras, Arte y Cultura.
En 1987 se determina hacer un estudio sobre la demanda de formación en el sector de la orfebrería y la joyería en la provincia de Vicenza; este estudio permitió que la escuela hoy en día ofrezca numerosos cursos a nivel nacional e internacional en técnicas de orfebrería, engaste, esmalte, gemología, moldeado en cera, diseño, grabado, micro fusión entre otros.



Se firmó el Acuerdo con la escuela de arte mestieri por parte del representante de la Secretaría de Productividad de la Gobernación de Antioquia. Acuerdo este que se venía trabajando por la Gobernación desde hace 2 años.

AREZZO

- El distrito industrial Toscano está ubicado en la provincia de Arezzo

Se desarrolló desde el año 2001 como un acuerdo local para orientar y planear una política productiva para el desarrollo de estos distritos. Este proceso se llevó a cabo con la participación de 19 actores locales del sector público y privado como asociaciones, cooperativas, universidades, bancos, el estado entre otros.



Estos distritos son sistemas mono-sectores productivos caracterizados por una elevada concentración de pequeñas y medianas empresas manufactureras con una estrecha relación con el sector productivo, social e institucional.

El distrito del oro tiene las siguientes características: 10.000 empleados

1616 Marcas ofertadas
de las cuales 1.100 son de producción artesanal

2.700 millones de euros facturados (60% exportación)

- EL DISTRITO DEL ORO EN SU DESARROLLO HA PROMOVIDO LA CREACION DE LA SIGUIENTES INSTITUCIONES:
 - CENTRO DE INNOVACION DEL ORO Y LA MODA.
 - OBSERVATORIO DEL ORO Y LA MODA.
 - PORTAL DEL DISTRITO

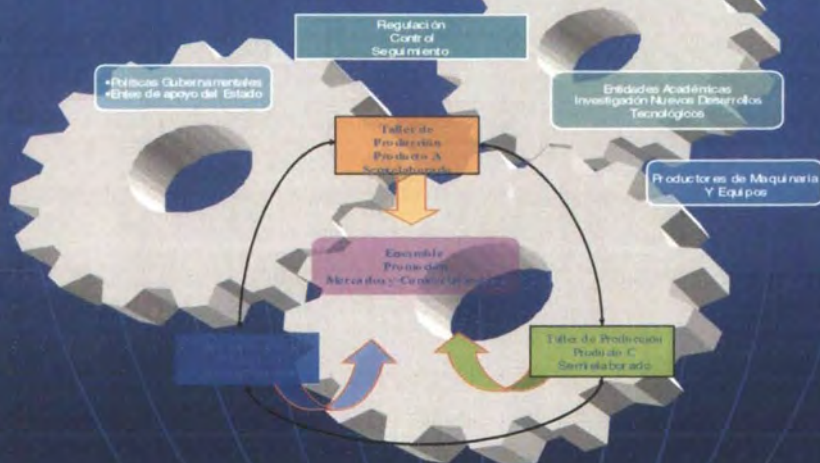


Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanas de Colombia s.a

AREZZO JUNIO 17-2005 AGENDA

- VISITA A EMPRESAS DEL DISTRITO INDUSTRIAL
- REUNION CON LOS DIRECTIVOS DE LA PROVINCIA DE AREZZO

DISTRITO INDUSTRIAL





- En el distrito se destaca el trabajo especializado y los lazos de cooperación entre los miembros del mismo, este esquema se pudo identificar en la visita realizada a dos empresas especializadas.

1- La primera empresa visitada esta dividida en dos áreas:

La primera dedicada a desarrollar subproductos como tubos, laminas, hilos.

La segunda parte área de micro fusión



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de Colombia s.a

Los niveles de producción son de 4.000 Kl. Al año con una planta de 7 personas



En el área de micro fusión cuenta con un personal de 8 personas y producen 120 cilindros diarios, se destaca la calidad de su producto e igualmente el nivel de tecnología que posee la empresa.



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanas de colombia s.a



2- La segunda empresa esta dedicada a desarrollar producto terminado, su fortaleza está en productos tejidos con maquinaria especializada y en electroformado, al igual que la empresa anterior su planta de personal es pequeña



Ministero de Comercio, Industria y Turismo
artesanias.de.colombia.s.a

PROCESOS



Reunión con Autoridades en Arezzo



**DIRETTORE GENERALE
PROVINCIA DI AREZZO**
Dr. Massimo Nibisi,



**DIRETTORE ISTITUZIONE
DEI DISTRETTI
INDUSTRIALI DELLA
PROVINCIA DE AREZZO**
Dr. Roberto Castellucci





Ministero de Comercio Industria y Turismo
artesanias.de.colombia.s.a

Reunión con Autoridades en Arezzo

**DIRETTORE CAMERA DI
COMERCIO INDUSTRIA
ARGIANATO AGRICOLTURA
DI AREZZO**

Dr. Francesco Bigazzi



Reunión con Autoridades en Arezzo

**DIRETTORE CAMERA DI
COMERCIO INDUSTRIA
ARGIANATO AGRICOLTURA
DI AREZZO**

Dr. Francesco Bigazzi





Ministero de Comercio Industria y Turismo
artesanias.de.colombia.s.a

Reunión con Autoridades en Arezzo

**DIRETTORE CAMERA DI
COMERCIO INDUSTRI A
ARGI ANATO AGRICOLTURA
DI AREZZO**

Dr. Francesco B gazzi



Reunión con Autoridades en Arezzo



**REPRESENTANTE DEL
PROGRAMA DE NACIONES
UNIDAS PARA EL DESARROLLO
EN COLOMBI A**

Dr. Osvaldo Castelletti





CONCLUSIONES

- Surge la necesidad de crear un diseño propio, con **IDENTIDAD**, que nos identifique y nos distinga del resto del mercado; con el distintivo hecho a mano. Como una posibilidad de poder posicionarnos en el exterior

CONCLUSIONES

- De la industria Italiana actual, queda como la parte más importante de rescatar y que tuvimos la oportunidad de ver en plena acción, **LA ASOCIATIVIDAD**, como una manera de lograr enfrentar los nuevos retos de competencia y cambios en la demanda del mercado mundial; bajo unas metas muy claras, unas reglas de juego definidas con el acompañamiento del estado y la parte académica, trabajando sobre unas necesidades muy específicas, con un comité de control, evaluación y análisis de logros
- De acuerdo a las vivencias de la misión, ubicar de una manera realista donde están nuestras empresas, nuestras fortalezas y debilidades



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de Colombia s.a

CONCLUSIONES

- Interés de cooperación de una entidad de Arezzo conformada como Artesanías de Colombia en crear lazos de cooperación ARTEC
- Aprovechar la avanzada tecnología y eficiencia de los italianos para producir piezas **Semi-elaboradas** y los bajos costos de producción. Ej.: el valor de manufactura de un gramo de plata en hilo o tubo en fábrica, es de \$ 18 pesos Colombianos.
- Aprovechar las exenciones arancelarias y de proximidad con los mercados de centro y Norte América
- Buscar alianzas estratégicas de producción, sacando provecho de las fortalezas que posemos
- Empresarios Italianos que debido a la nueva estructura de producción que están implementando; poseen maquinaria en bodegas sin estar en uso; manifestaron la intención de traerla a Colombia para trabajar con industriales de nuestro país.

CADENA PRODUCTIVA CENTRAL

BOGOTA SEPTIEMBRE 22 DE 2005



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia.s.a

Taller Cierres Broches Y Sistemas De Joyería En La Ciudad De Cali

Soporte en la organización y puesta en marcha del taller de cierres, broches y sistemas realizado en la ciudad de Cali.

Dentro de estas actividades además del soporte y la asesoría realice las siguientes acciones:

- Consecución del taller para dictar el curso
- Divulgación del curso entre el sector joyero de Cali
- Divulgación a personas de entidades estatales académicas de la zona para lograr nos acompañaran en este.

De esta actividad la fundación Universidad del Valle quedo muy entusiasmada con el programa ofreciéndonos todo el apoyo que necesitemos para desarrollarlo en esta región del país además quieren presentarnos los proyectos que dicha institución tiene para el sector y poder llegar a un acuerdo para desarrollarlos en conjunto.

- Consecución de algunos implementos de trabajo.





Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanias de colombia.s.a

Actividades Y Acciones En Proceso

1. Base de datos clientes.
2. Manual de mantenimiento de las joyas.
3. Contratación de la vendedora del almacén del norte y su entrenamiento.
4. Planeación ferias Manofacto, Expojoyas Medellín, Expoartesanias 2006.
5. Elaboración de la proyección de ventas como soporte para producción.
6. Montaje en Cartagena.
7. Pagina de Internet.
8. Catalogo
9. Montaje aeropuerto
10. Vitrina exterior almacén 82