

**ESTRUCTURACION  
DE LA CADENA PRODUCTIVA  
ORO/JOYERÍA - ORFEBRERÍA/ COMERCIALIZACIÓN  
DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA**



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

## Joyería en Distritos Mineros y de Tradición Joyera

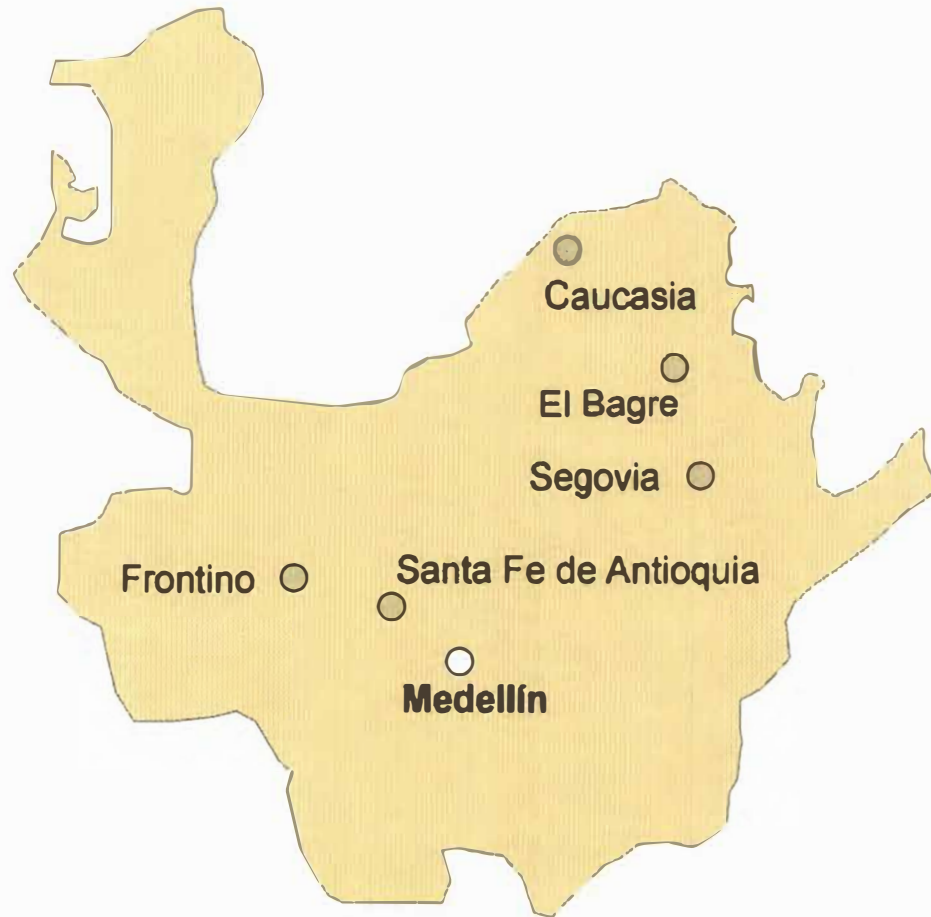
Desde la creación de la entidad, ha sido prioridad el apoyo a las comunidades tradicionales de la filigrana en el país, entre ellas, Santa Fe de Antioquia, Mompóx, Barbacoas. Así mismo ha impulsado con el apoyo de entidades como Minercol Ltda y alcaldías el impulso de programas de transformación del oro en municipios auríferos como Marmato, Caldas, Taraza (Antioquia) y Ataco (Tolima).

A partir del año 2.001 se ha venido desarrollando el Programa Nacional de Joyería, con financiación de Minercol Ltda y la Comisión Nacional de Regalías, a través del cual se impulsó entre otros temas, la configuración de la cadena productiva oro- joya- comercialización, definiéndose una metodología que se ha transferido a diferentes actores de la cadena.

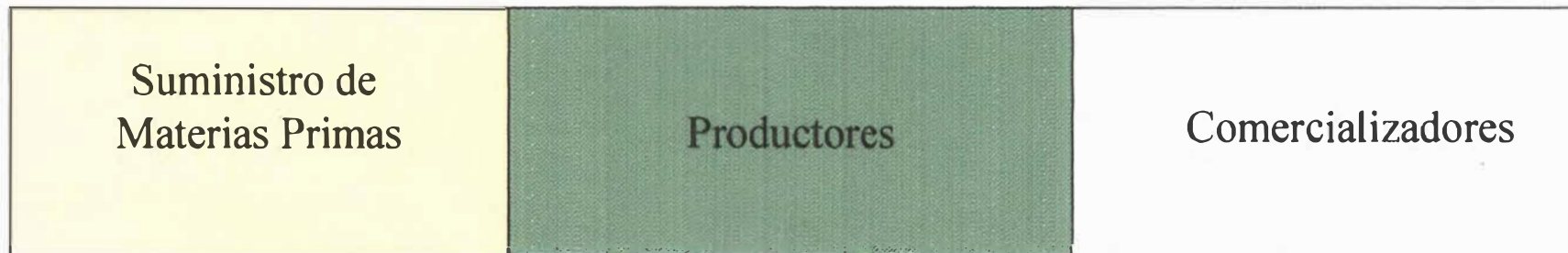




## Cobertura Geográfica



## PUNTO DE PARTIDA



Consumidores

Factores Críticos	Opciones
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Bajos niveles tecnológicos.</li><li>2. Bajos estándares de calidad y escasez de la materia prima.</li><li>3. Faltan canales de distribución de la materia prima e insumos.</li><li>4. Falta organización para el suministro de materias primas, la producción y la comercialización.</li><li>5. Falta de plan para el suministro de materias primas.</li><li>6. Desarticulación con el eslabón de la producción.</li></ol>	<p>CONSTRUCCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN CON PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD</p>



Suministro de  
Materias Primas

Productores

Comercializadores

Consumidores

**Factores Críticos**

**Opciones**

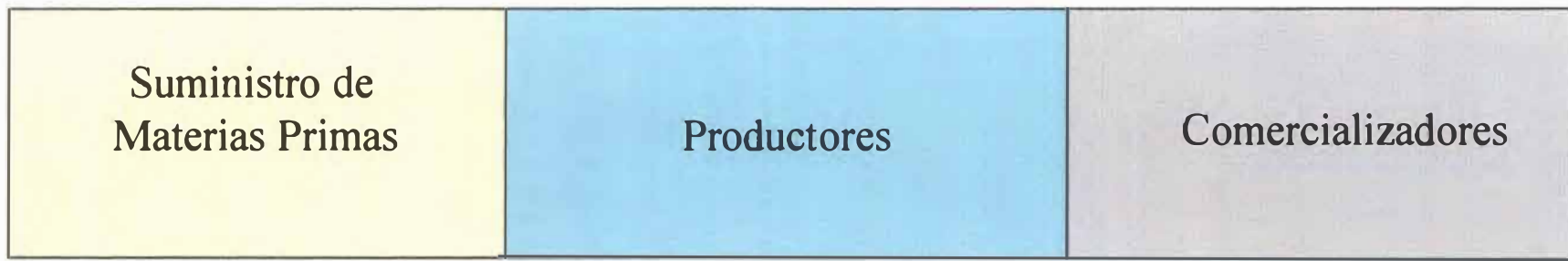
- 1. Falta de crédito para la compra de materias primas.**
- 2. Materias primas no estandarizadas afectan el producto final en costos y en calidad**
- 3. Bajos niveles de asociatividad.**
- 4. Debilidades técnicas en los procesos productivos.**
- 5. Ausencia de mecanismos de planeación de la producción.**
- 6. Inadecuados volúmenes de producción.**

**CONSTRUCCIÓN DEL PLAN  
DE ACCIÓN CON  
PARTICIPACIÓN DE LA  
COMUNIDAD**



**Consumidores**

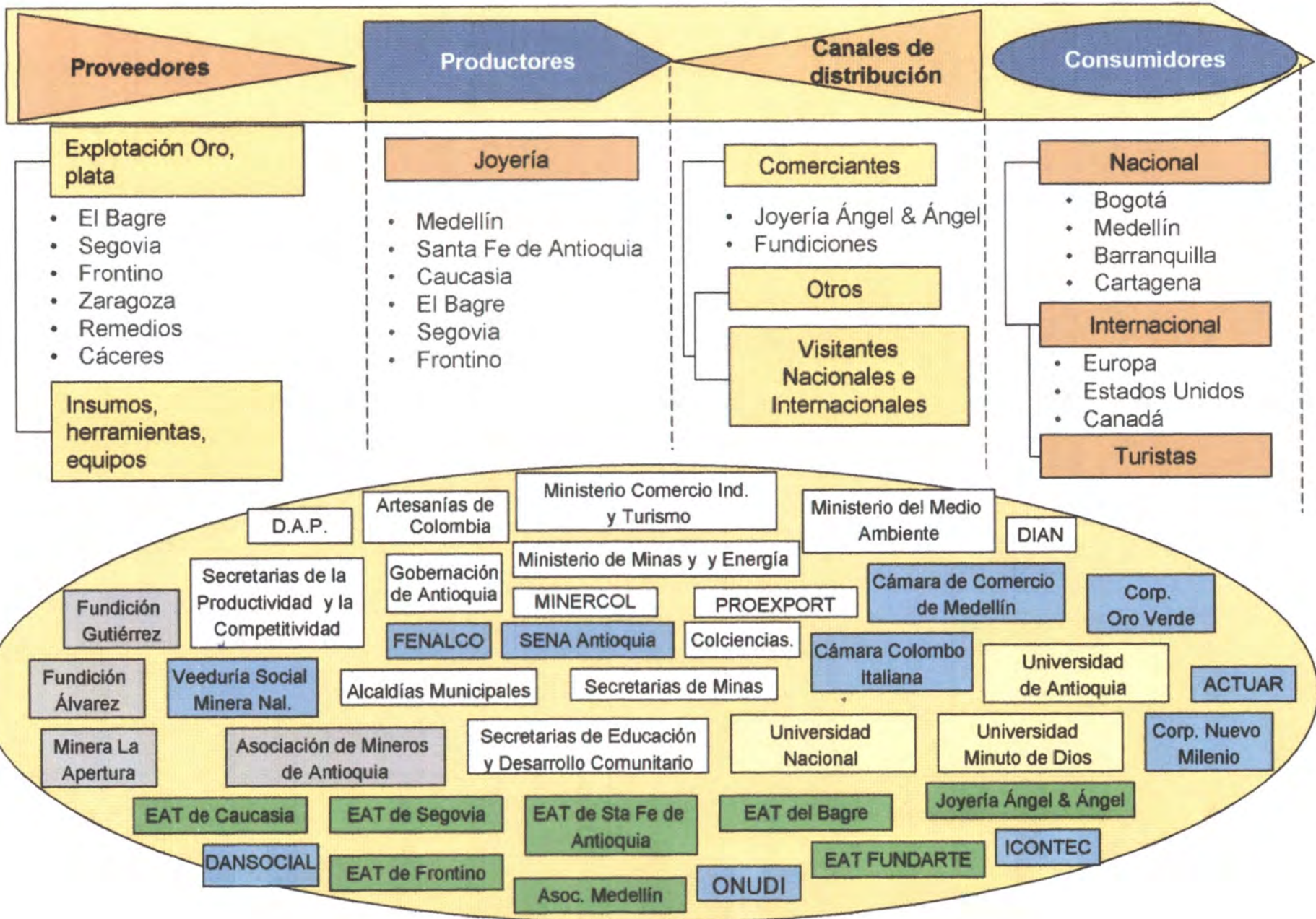
Factores Críticos	Opciones
<p><b>7. Debilidades en los procesos de de control de calidad.</b></p> <p><b>8. Falta de asistencia técnica.</b></p> <p><b>9. Escolaridad deficiente.</b></p> <p><b>10. Necesidad de desarrollo de productos.</b></p> <p><b>12. Desorganización administrativa y falta de gestión empresarial.</b></p> <p><b>13. Desarticulación de los eslabones de la Cadena Productiva.</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>CONSTRUCCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN CON PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD</b></p>



**Consumidores**

Factores Críticos	Opciones
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Debilidades en la comercialización de los productos en el ámbito regional, nacional e internacional.</b></li> <li>2. <b>Comercialización directa en su propio taller y de carácter local.</b></li> <li>3. <b>Los productores e intermediarios estructuran su oferta a partir de la producción y no de la demanda.</b></li> <li>4. <b>Desarticulación de los eslabones de la cadena productiva.</b></li> </ol>	<p><b>CONSTRUCCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN CON PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD</b></p>







# Población a Atender

## Productores Mineros y Joyeros Organizados e Independientes:

- Empresa asociativa de trabajo del occidente antioqueño ORFA (Santa Fe de Antioquia).
- Empresa asociativa de trabajo orfebres de Cauca ORFECA.
- Empresa asociativa de trabajo GALERIA ANTIOQUEÑA DE ORFEBRERÍA DEL BAGRE.
- Empresa asociativa de trabajo Segovia Orfebres.
- Empresa asociativa de trabajo FUNDARTE.
- Empresa asociativa de trabajo de Frontino (en proceso reconocimiento Cámara de Comercio).
- ASDEJOYAS (Medellín)



# Resumen de Proyecto

- El proyecto se orienta a estructurar y fortalecer los diferentes eslabones de la cadena productiva.
- Las estrategias de asociatividad integrará a los diferentes actores productivos oro/joya, agentes de apoyo institucional de carácter privado y gubernamental y agentes interventores.
- Los procesos de integración conllevan al empoderamiento de los actores, a través de proyectos para el mejoramiento de la productividad, la competitividad y desarrollo del sector productivo.



# ¿Qué Busca el Proyecto?

- Penetrar, permanecer y competir con diseños innovadores en mercados especializados.
- Construir concertadamente propuestas integrales para fortalecer el suministro de materias primas.
- Implementar estrategias para cualificar el producto, a partir de asesorías en diseño para el desarrollo de productos, que permitan altos niveles de calidad y competitividad del producto joyero.
- Acompañar a las unidades productivas en procesos asociativos, con el fin de fortalecer y posicionar la gestión empresarial y permita articular proyectos y programas, con estrategias y planes de desarrollo gubernamentales.



# ¿Qué Busca el Proyecto?

- Orientar y motivar a los actores productivos en la formulación y puesta en marcha de planes y estrategias para la producción, promoción y comercialización del producto joyero.
- Fortalecer a los actores productivos en aspectos de imagen corporativa (etiquetas, empaques).
- Promover alternativas de producción que mejoren la calidad y recupere diseños tradicionales.
- Cualificar para la gestión empresarial, comercial.





# Actividades del Proyecto a Desarrollar por Eslabón

Eslabón suministro de materias primas	Eslabón de la producción	Eslabón de la comercialización
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación y aplicación tecnológica en materias primas.</li> <li>• Capacitación y asistencia técnica para el beneficio de materias primas.</li> <li>• Plan para el suministro de materias primas.</li> <li>• Establecer centros de acopio de insumos y materias primas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización empresarial para la producción y la comercialización.</li> <li>• Capacitación empresarial</li> <li>• Capacitación técnica en el oficio.</li> <li>• Asesorías en diseño.</li> <li>• Consolidación de redes de artesanos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación comercial.</li> <li>• Estudio de la demanda.</li> <li>• Eventos promocionales y feriales.</li> <li>• Comercialización nacional e internacional.</li> <li>• Sello de calidad hecho a mano para la artesanía.</li> </ul>



# ¿Qué se Espera al Fin del Proyecto?

1. Plan para el suministro de la materia prima, suministro, precio y calidad.
2. Apertura y posicionamiento en nuevos mercados.
3. Que se hayan aumentado de la capacidad de gestión empresarial y comercial.
4. Que se hayan desarrollado nuevas líneas de productos.
5. Aumento en los ingresos de los asociados.
6. Mayores volúmenes de productos.
7. Que los joyeros y las empresas se comprometan mediante un acuerdo a fortalecer el Plan de Acción.
8. Que puedan contar con centros de distribución de materia prima y centros de acopio.



# Productos y Metas

<b>PRODUCTOS INTERMEDIOS</b>	<b>PRODUCTOS FINALES</b>	<b>METAS VERIFICABLES</b>
1. Caracterización de actores y factores que intervienen en la cadena minería / joyería / comercialización en el Departamento de Antioquia.	1. Estructurar un plan orientado al acceso permanente y estable del suministro de materias primas e insumos necesarios para la actividad productiva.	1. Organizar actividades para la formulación del plan estratégico para el desarrollo de la cadena productiva de la orfebrería y la joyería en Antioquia.
2. Capacitación en el oficio de la joyería, en diseño, y elaboración de productos para la comercialización en mercados nacionales e internacionales.	2. Información específica y mecanismos de apropiación de tecnología adecuada a la producción.	2. Fortalecimiento de las formas asociativas existentes y gestar procesos de creación de asociaciones o grupos organizados formalmente.
3. Conformación y fortalecimiento de procesos de asociación a todos los niveles y a lo largo de la cadena en el Departamento de Antioquia.	3. Manejo de talleres o unidades productivas con sentido empresarial.	3. Integración de eslabón industrial departamental (refinación-diseño-joyería-fundición) mediante mesas de trabajo promovidas y realizadas desde las localidades.
4. Mesas de concertación entre los actores para la puesta en marcha del proceso de articulación de la cadena.	4. Posicionamiento de la actividad orfebre como una alternativa económica rentable y socioculturalmente representativa y valiosa en las localidades beneficiadas con el programa.	4. Integración de eslabón comercial departamental y nacional (comercialización-venta) mediante mesas de trabajo realizadas y promovidas desde las localidades.



# Productos y Metas

PRODUCTOS INTERMEDIOS	PRODUCTOS FINALES	METAS VERIFICABLES
5. Mejoramiento técnico de los procesos de elaboración, el mejoramiento y diseño de productos y la recuperación de técnicas y productos tradicionales, mediante un acompañamiento continuo, que establezca las bases, mecanismos y herramientas que les permita su autogestión y participación activa en la economía nacional.	5. Articulación total de los nodos de la cadena productiva minería / joyería / comercialización en el Departamento de Antioquia.	5. Capacitación en técnicas y diseños para el oficio de la joyería y con miras a mejorar la comercialización.
6. Sensibilización de los actores de la importancia de trabajar en cadena para disminuir costos de transacción y convertir los nodos productivos en actividades rentables.	6. Firma de un acuerdo de competitividad regional para la cadena minería / joyería / comercialización en el Departamento de Antioquia que garantice la auto sostenibilidad y perduración de la misma una vez el proyecto finalice.	6. Realización de ruedas de negocios y participación de los joyeros y orfebres en ferias comerciales a nivel nacional.



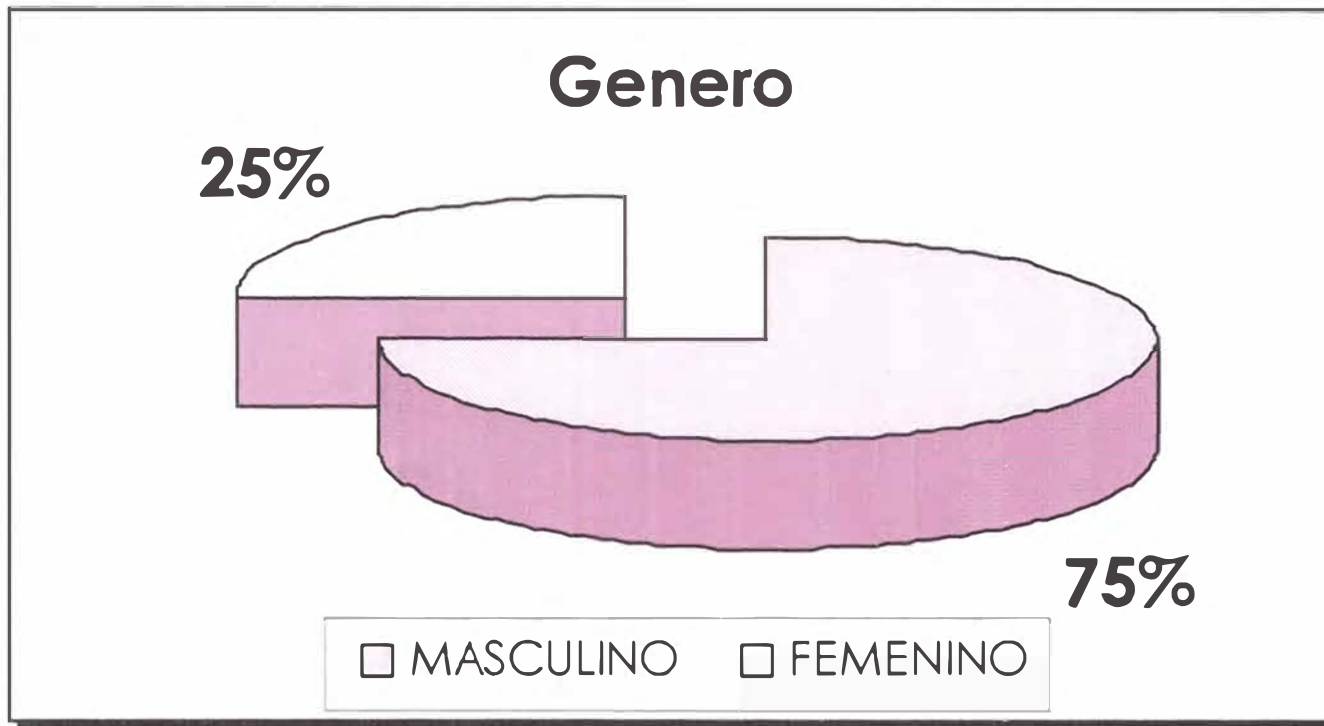


# Productos y Metas

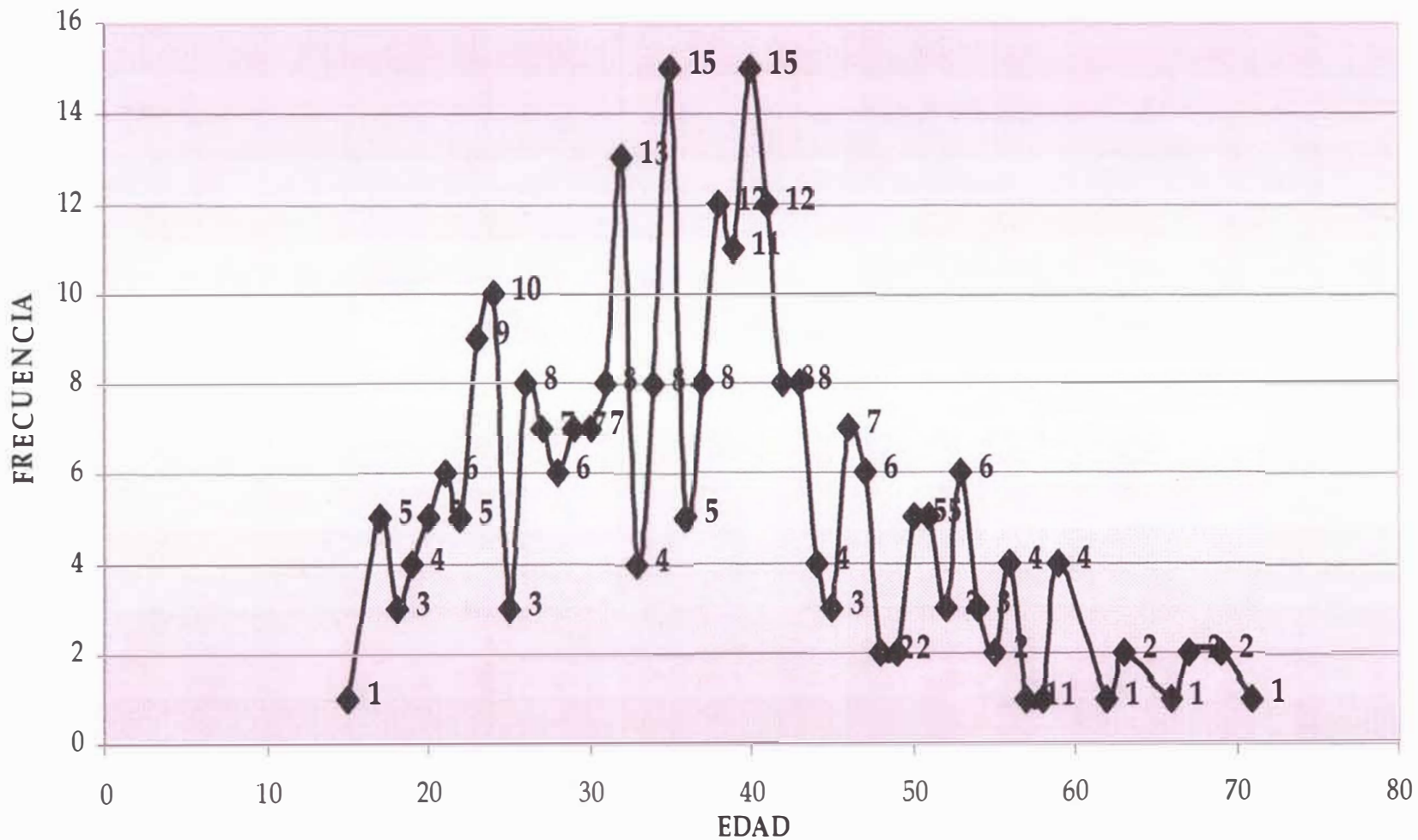
PRODUCTOS INTERMEDIOS	PRODUCTOS FINALES	METAS VERIFICABLES
7. Pacto de compromisos entre los eslabones para el diseño, puesta en marcha y fortalecimiento de la cadena productiva.	7. Generar valor agregado a los metales producto de la explotación aurífera en los municipios de El Bagre, Cauca, Santa Fe de Antioquia, Segovia, y Frontino	7. Articulación e interacción de los nodos de producción, integración de los principales actores con conciencia plena para actuar en beneficio mutuo y alrededor de una actividad específica con fines, metas, y objetivos específicos.
8. Concientización de producir no solo con altos estándares de calidad sino que adicionalmente con completa conciencia de respeto al medio ambiente y producción limpia, en el desarrollo del oficio de la joyería.	8. Elaborar los referenciales para los productos de joyería de los municipios en cuestión, introduciendo así el certificado de "Hecho a Mano Con Calidad", Artesanías de Colombia S.A. e ICONTEC.	



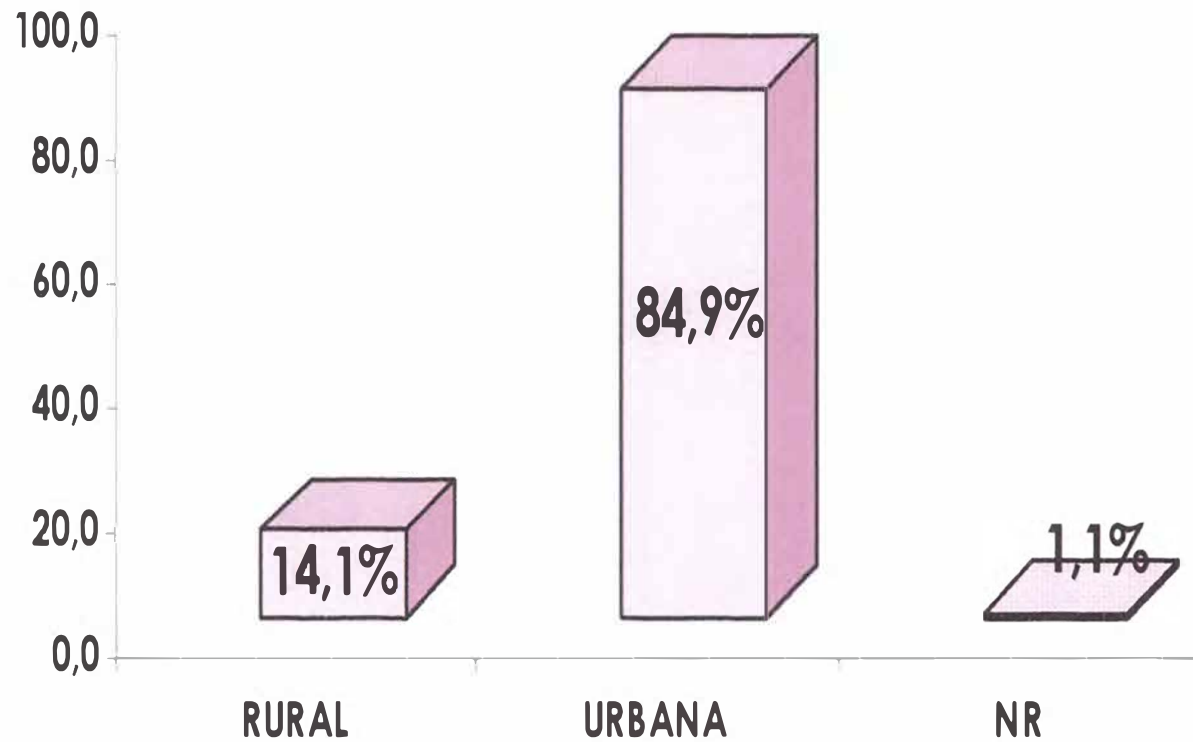
GENERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	213	74,9
FEMENINO	71	25,1
Total	284	100



### EDAD CENSADOS

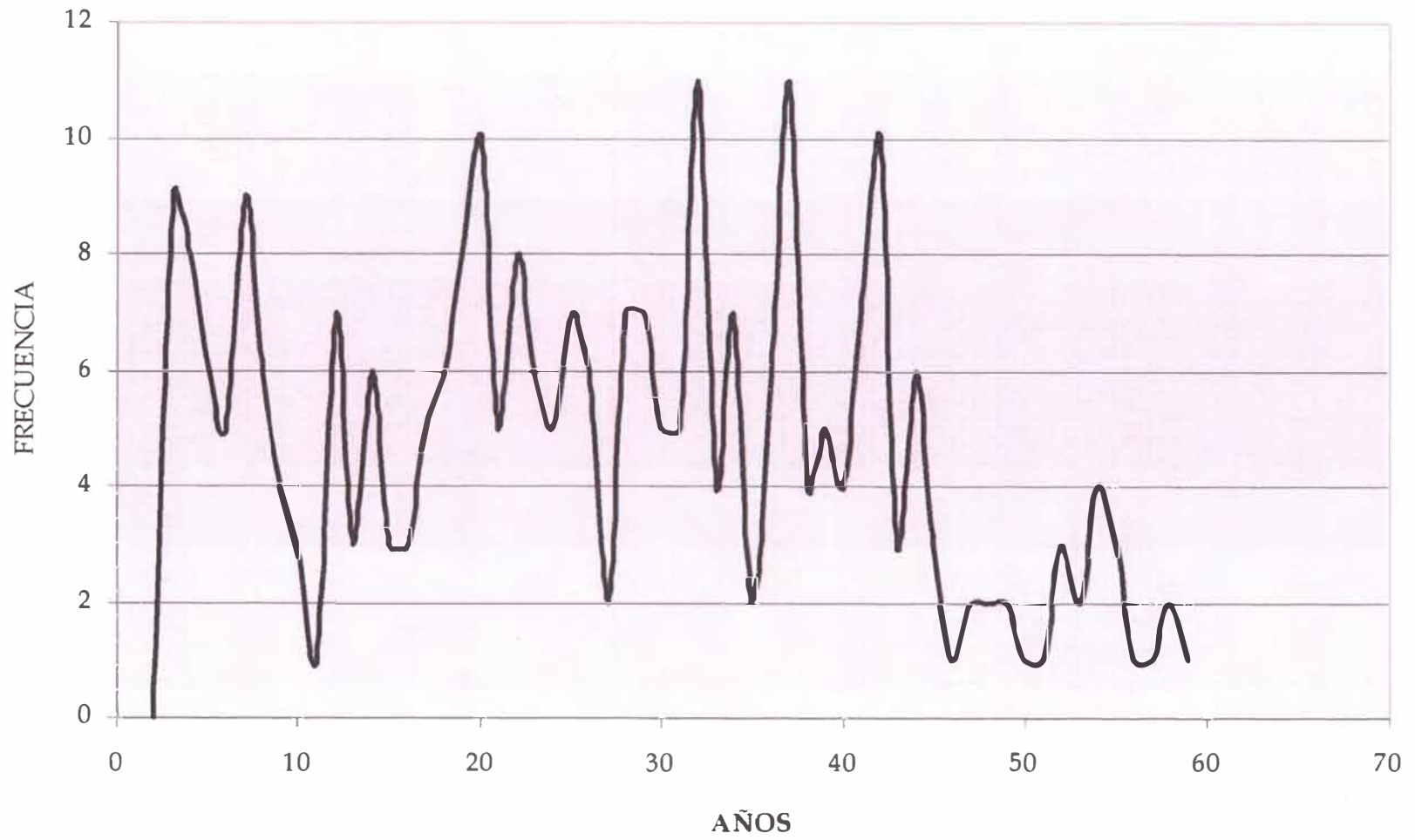


## AREA DE NACIMIENTO

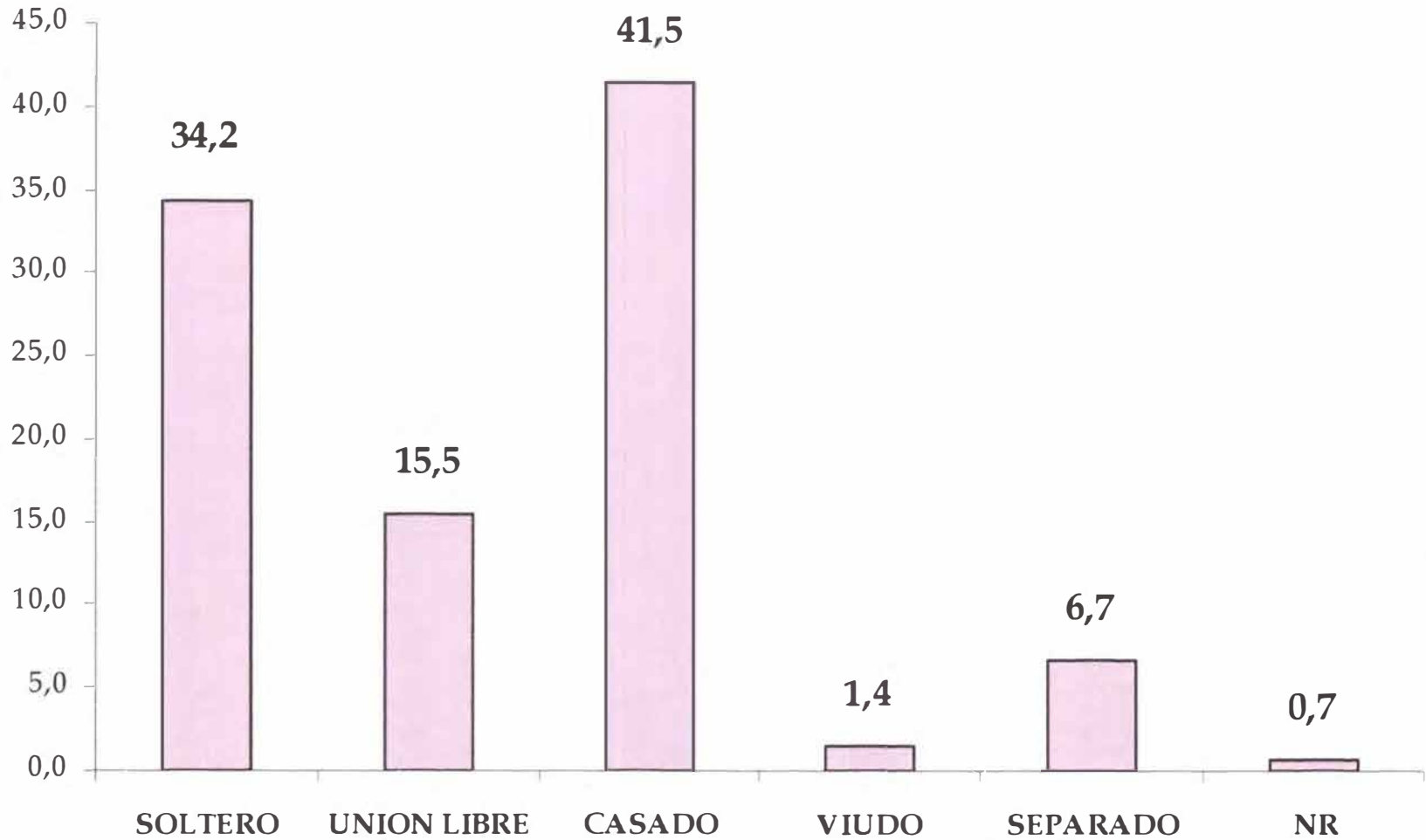




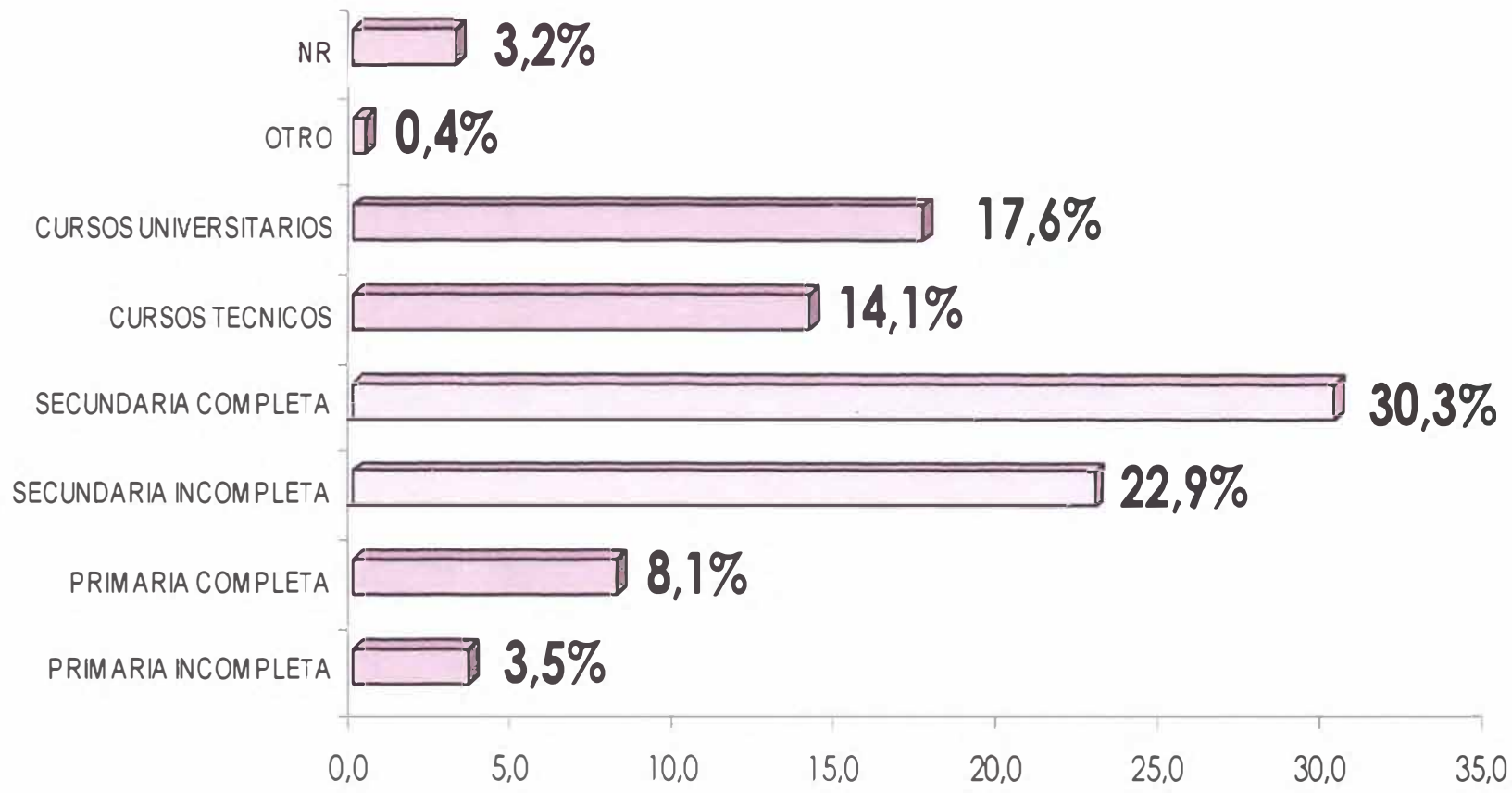
### TIEMPO DE VIVIR EN EL MUNICIPIO



### Estado Civil

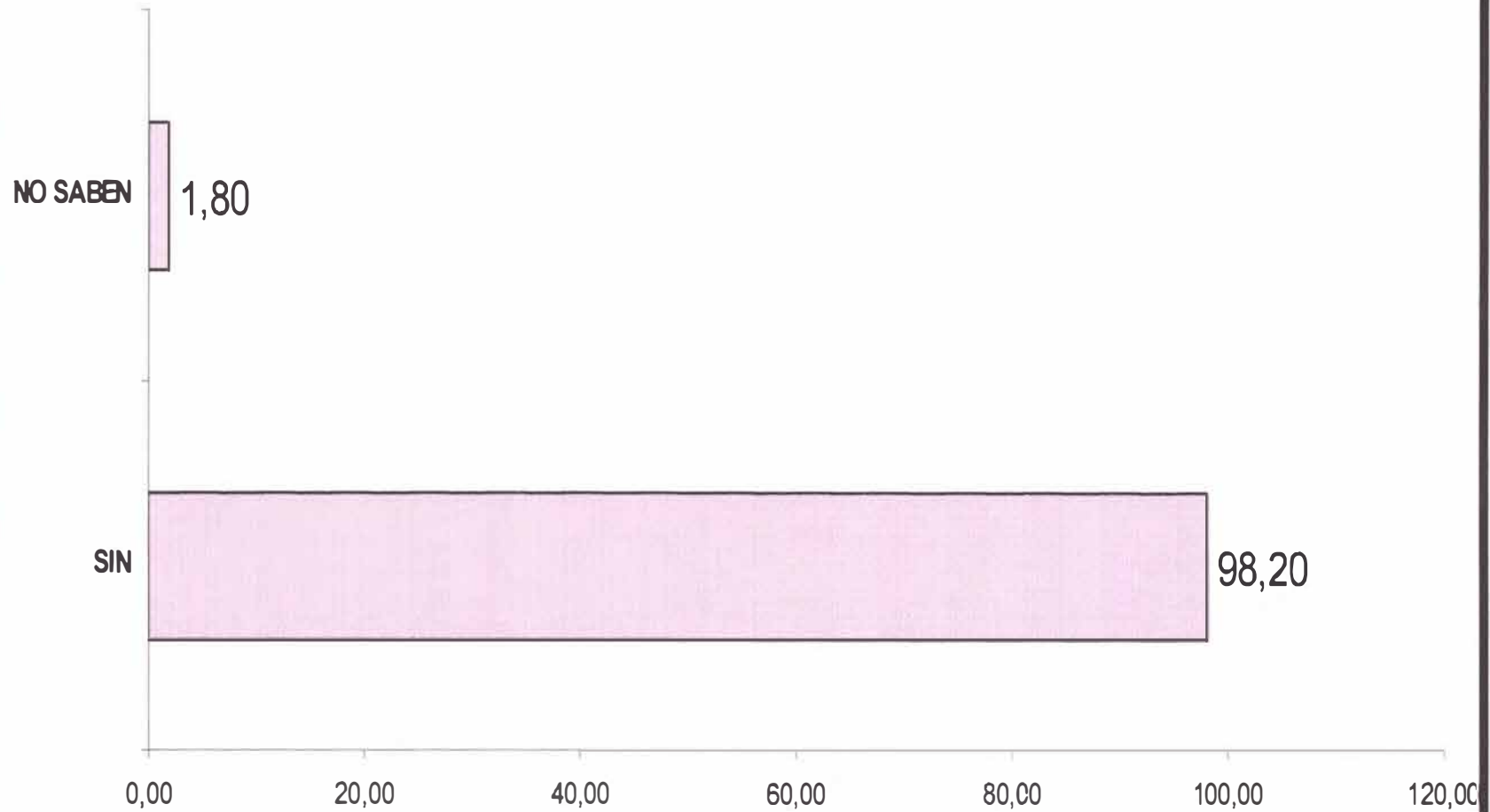


# Educación



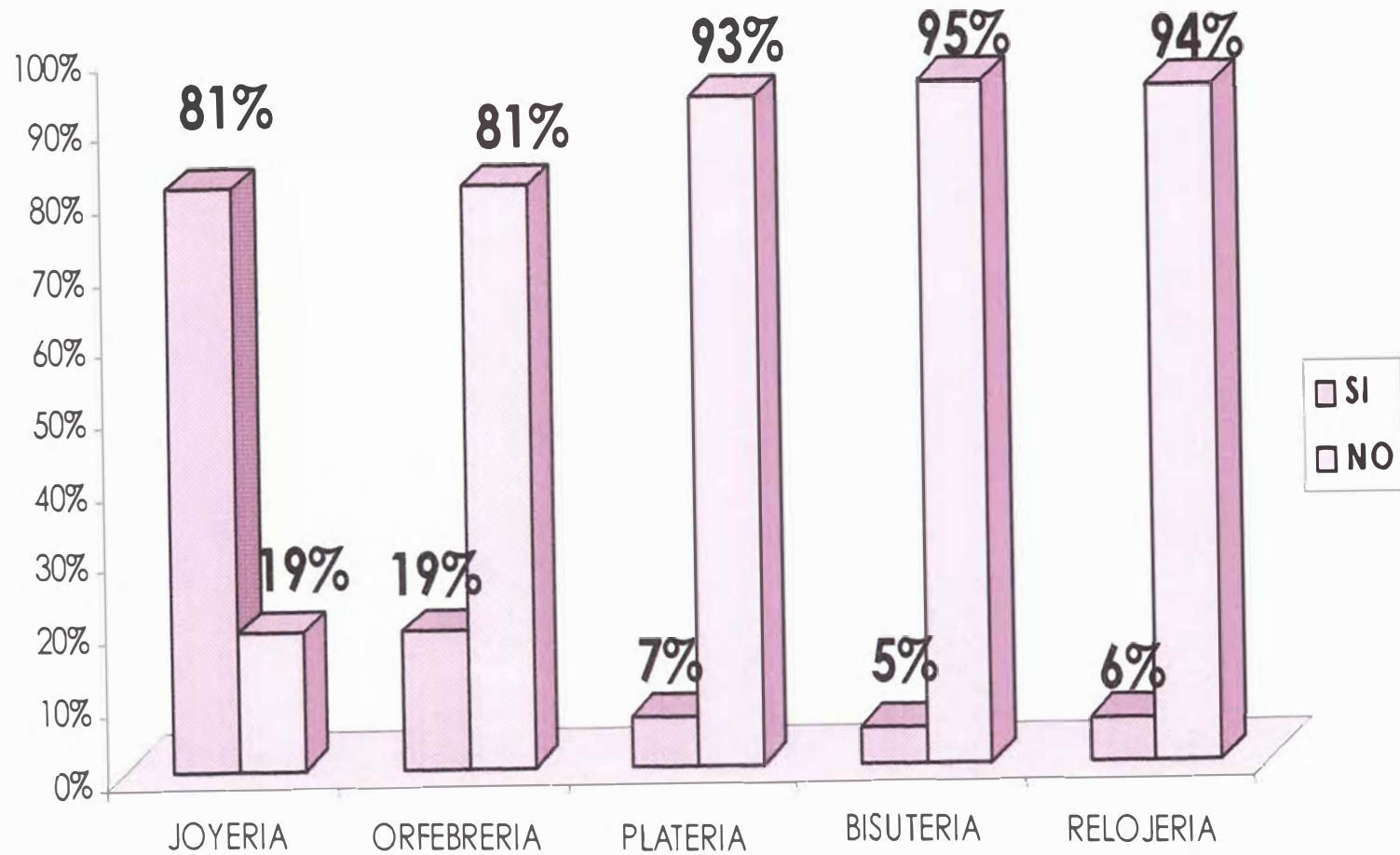
Porcentaje

**REGISTRO ARTESANAL**



**Porcentaje**

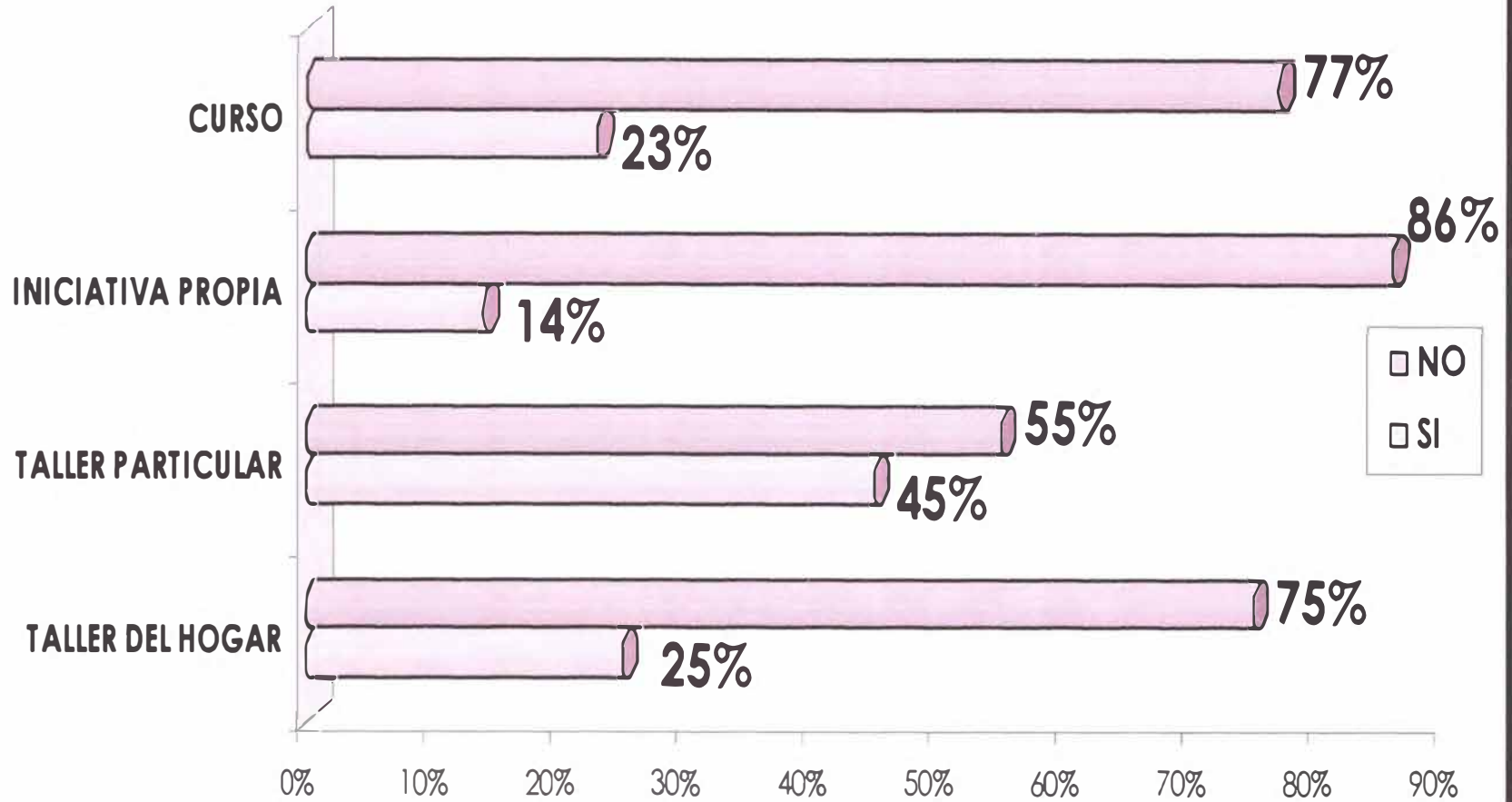
## Oficio Artesanal





<b>TECNICA ARTESANAL</b>	<b>%</b>
<b>ARMADO</b>	<b>89%</b>
<b>ENGASTE</b>	<b>49%</b>
<b>FILIGRANA</b>	<b>34%</b>
<b>CERA PERDIDA</b>	<b>57%</b>
<b>GRABADO</b>	<b>40%</b>
<b>ESMALTADO</b>	<b>8%</b>
<b>TALLA PIEDRAS PRECIOSAS</b>	<b>3%</b>
<b>TALLA PIEDRAS SEMI- PRECIOSAS</b>	<b>4%</b>

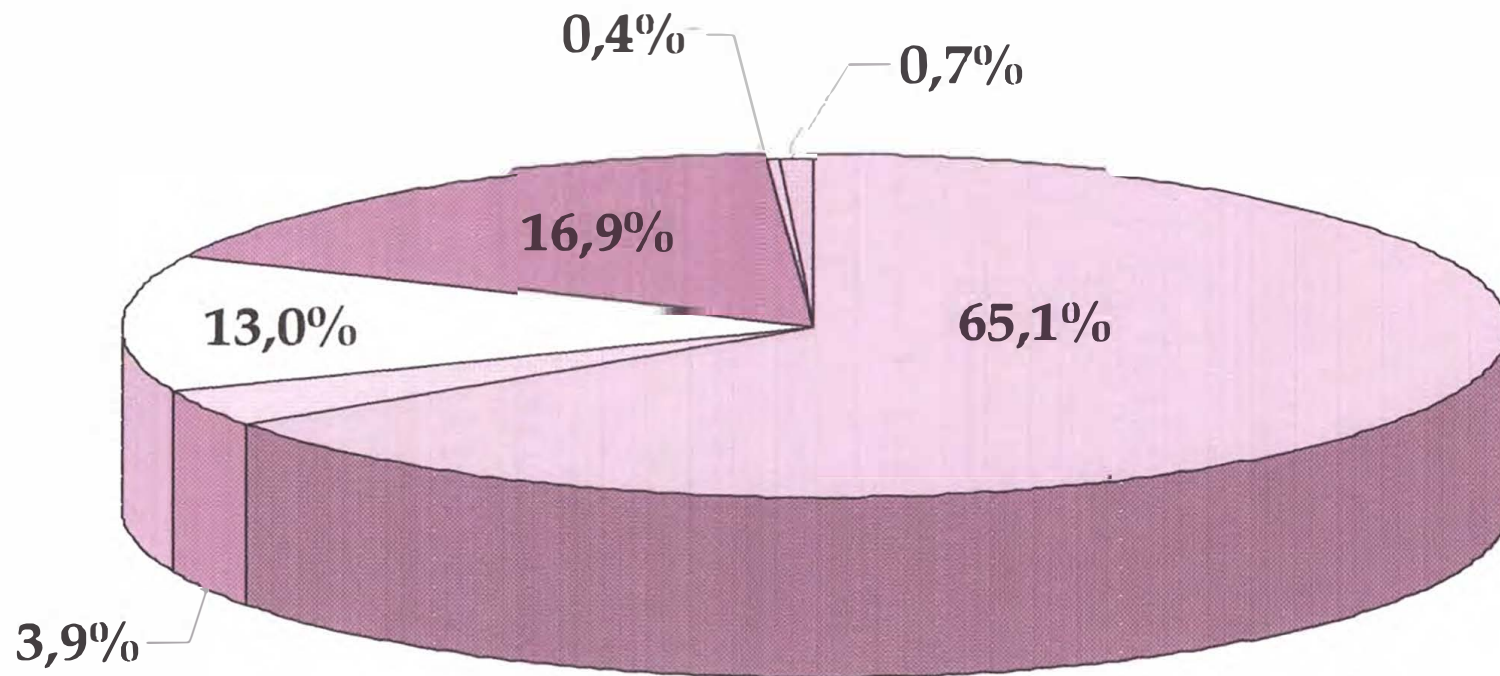
### DONDE APRENDIO EL OFICIO ARTESANAL?



## DEDICACION ANTES DE PRODUCIR JOYERIA

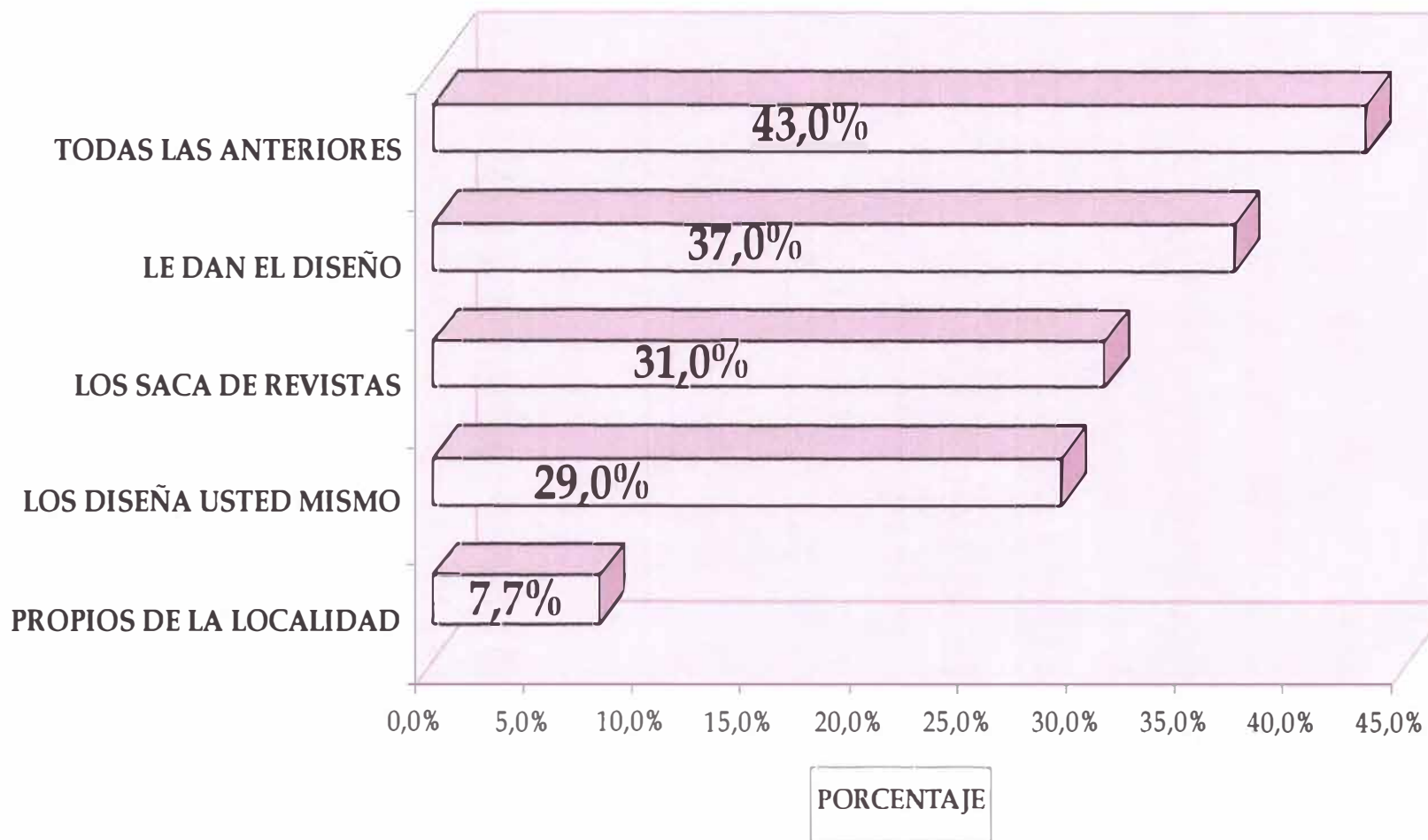
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>ESTUDIABA</b>	<b>145</b>	<b>51,1</b>
HOGAR	14	4,9
<b>EMPLEADO</b>	<b>56</b>	<b>19,7</b>
COMERCIO	38	13,4
OTRO	24	8,5
NR	7	2,5
<b>TOTAL</b>	<b>284</b>	<b>100</b>

**Donde trabaja?**



- SOLAMENTE EN EL TALLER
- TIENEN UN TALLER Y TRABAJA PARA OTROS
- CON LA FAMILIA
- PARA OTROS
- NINGUNA DE LAS ANTERIORES
- NR

## LOS PRODUCTOS QUE TRABAJA SON:





## MESES DEL AÑO DEDICADOS A LA PRODUCCION JOYERA

MESES	Frecuencia	Porcentaje
3 MESES	3	1,1
6 MESES	8	2,8
9 MESES	5	1,8
12 MESES	264	93,0
NR	4	1,4
TOTAL	284	100

## CUANTOS MESES DEL AÑO DEDICA:

ACTIVIDAD	MESES			
	3	6	9	12
AGRICULTURA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
COMERCIO	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%
COMERCIO Y ARTESANIAS	0,0%	60,0%	20,0%	20,0%
OBRERO O EMPLEADO	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%

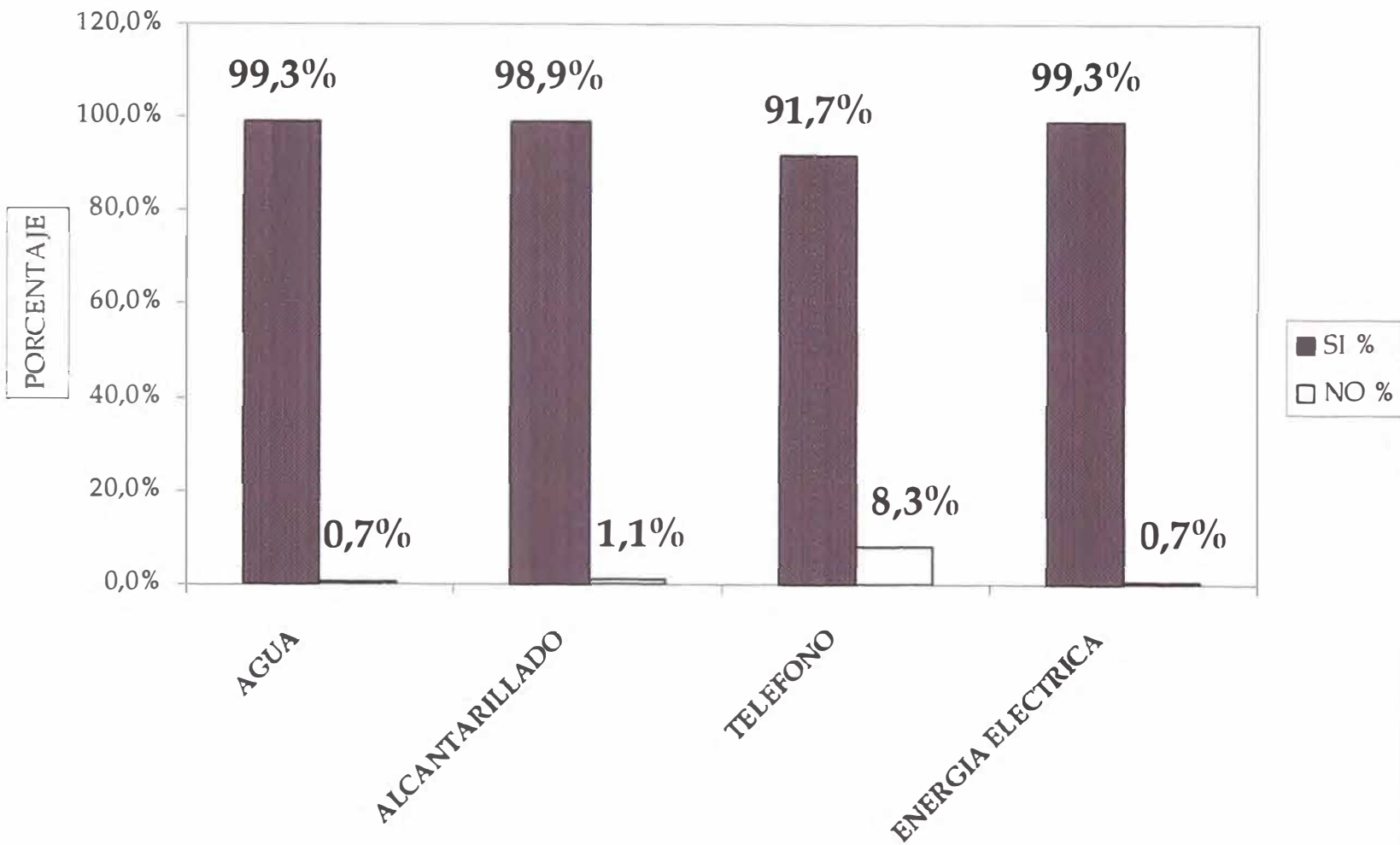
**VIVE EN:**

<b>TIPO VIVIENDA</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>CASA</b>	<b>197</b>	<b>69,4</b>
<b>APARTAMENTO</b>	<b>69</b>	<b>24,3</b>
<b>PIEZA</b>	<b>11</b>	<b>3,9</b>
<b>FINCA (PARCELA)</b>	<b>5</b>	<b>1,8</b>
<b>NR</b>	<b>2</b>	<b>0,7</b>
<b>TOTAL</b>	<b>284</b>	<b>100</b>

## LA VIVIENDA ES:

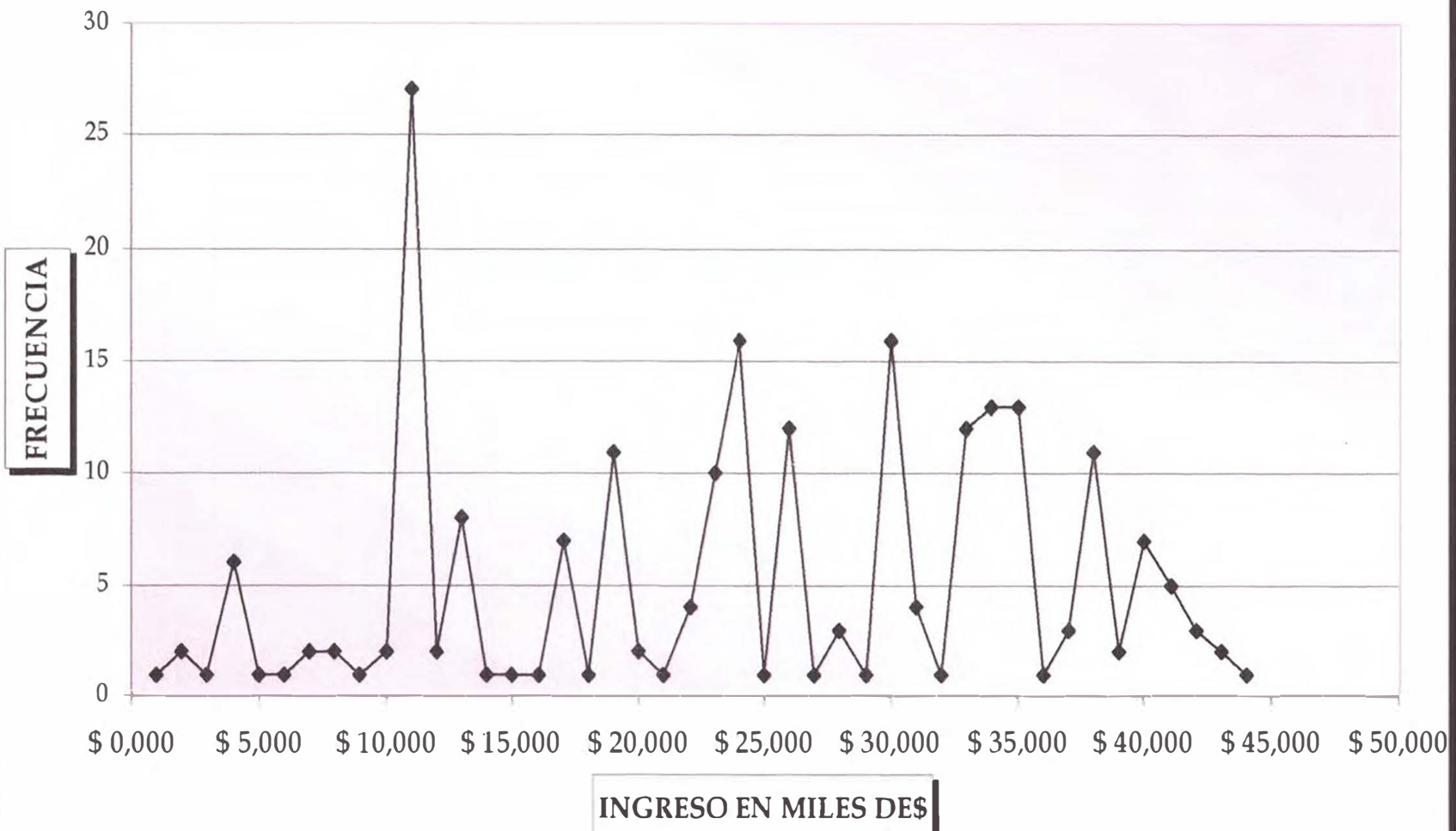
DESCRIPCION	Frecuencia	Porcentaje
PROPIA	142	50,0
ALQUILADA	115	40,5
PRESTADA	15	5,3
SIN LEGALIZAR	3	1,1
NR	9	3,2
TOTAL	284	100,0

### SERVICIOS PUBLICOS





# INGRESOS DEL HOGAR



## **INGRESO**

**Media**

**\$ 430.000**

**Mediana**

**\$ 342.000**

## ORGANIZACIONES A LAS CUALES ESTAN INSCRITOS

ASOCIACION	Frecuencia	Porcentaje
COOPERATIVA	6	2,1
<b>ASOCIACION</b>	<b>29</b>	<b>10,2</b>
GRUPO INFORMAL	1	0,4
TALLER JOYERO	2	0,7
SOCIEDAD DE HECHO, LTDA, O COMANDITA	1	0,4
EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO EAT	13	4,6
<b>NINGUNA DE LAS ANTERIORES</b>	<b>222</b>	<b>78,2</b>
NR	10	3,5
<b>TOTAL</b>	<b>284</b>	<b>100,0</b>

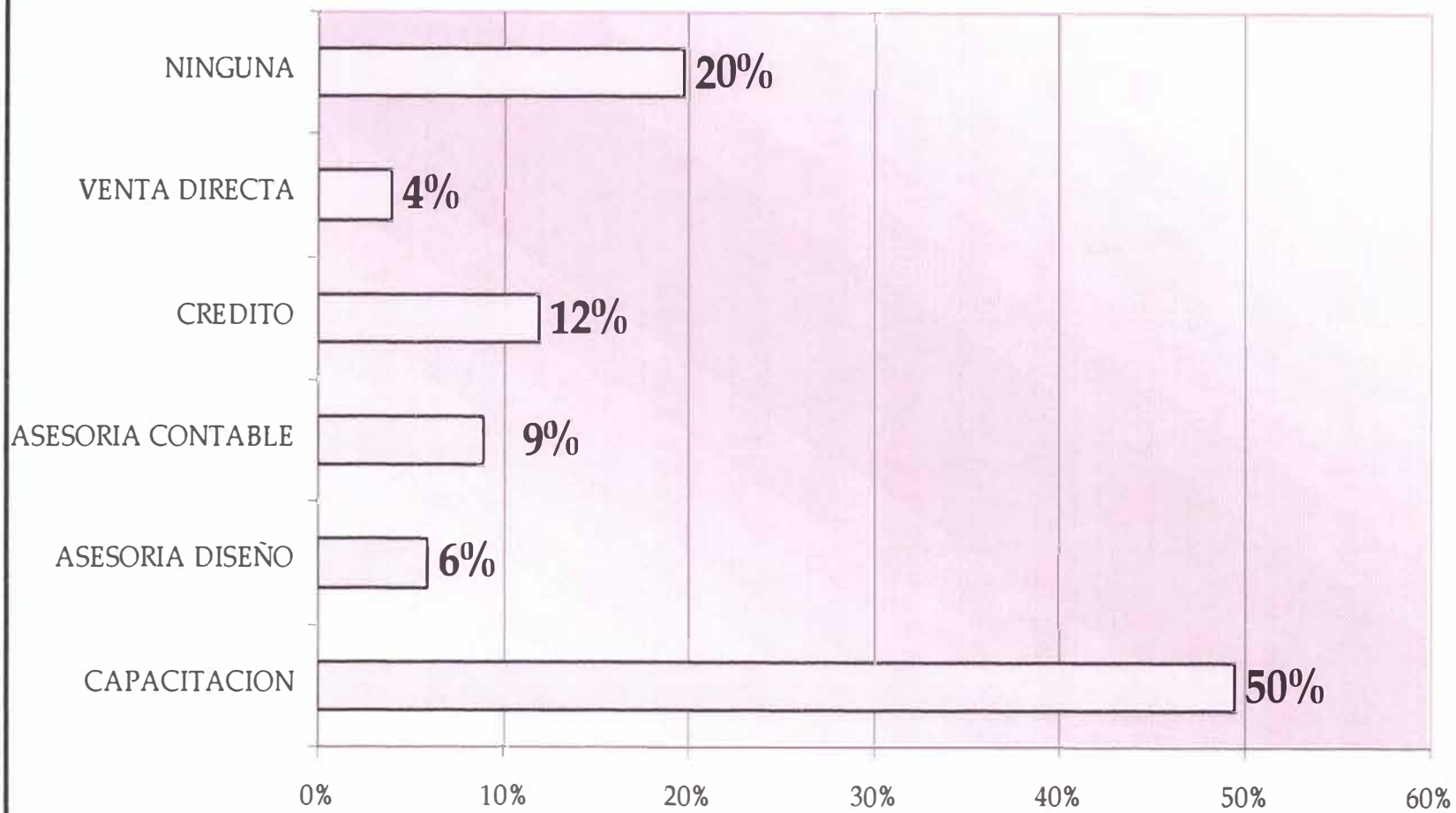
### BENEFICIOS RECIBIDOS DE LA ORGANIZACIÓN

BENEFICIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LE ALQUILAN LAS MAQUINAS O EQUIPOS	9	3,2%
LE PRESTAN DINERO	10	3,5%
LE VENDEN MATERIA PRIMA A CREDITO	5	1,8%
LE AYUDA A CONSEGUIR CLIENTES	12	4,2%
<b>PUEDE PARTICIPAR EN FERIAS</b>	<b>17</b>	<b>6,0%</b>
SON GARANTIAS DE SUS CREDITOS	5	1,8%
CONSIGUE AYUDA CON ENTIDADES ESTATALES	5	1,8%
LE AYUDA ANTE LAS AUTORIDADES	5	1,8%
PRESTA SERVICIO DE SALUD	2	0,7%
<b>TIENE PROGRAMAS DE EDUCACION</b>	<b>25</b>	<b>8,8%</b>
OFRECE RECREACION	2	0,7%
OFRECE ASESORIA EN DISEÑO	3	1,1%
NO OFRECE SERVICIOS ESPECIALES	15	5,3%

<b>ENTIDAD QUE AYUDA AL ARTESANO</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>ACTUAR</b>	<b>5</b>	<b>1,8</b>
<b>ARTESANIAS DE COLOMBIA</b>	<b>16</b>	<b>5,6</b>
<b>ASOJOYEROS</b>	<b>22</b>	<b>7,7</b>
<b>MINERCOL</b>	<b>16</b>	<b>5,6</b>
<b>SENA</b>	<b>39</b>	<b>13,7</b>
<b>OTRAS</b>	<b>28</b>	<b>9,9</b>
<b>NO SABEN</b>	<b>158</b>	<b>55,6</b>
<b>TOTAL</b>	<b>284</b>	<b>100</b>



### SERVICIOS DE LAS ENTIDADES



PORCENTAJE

<b>PROBLEMAS DE LOS ARTESANOS</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
ALTOS IMPUESTOS	4	1,41
BAJA DEMANDA	3	1,06
COMPETENCIA DESLEAL	6	2,11
CONTRABANDO	6	2,11
DEMASIADA COMPETENCIA	9	3,17
EL CONTRABANDO	8	2,82
FALTA CAPITAL	7	2,46
FALTA COMERCIALIZACION	3	1,06
FALTA DE APOYO GUBERNAMENTAL	10	3,52
FALTA DE CAPACITACION	11	3,87
<b>FALTA DE CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>28</b>	<b>9,86</b>

<b>PROBLEMAS DE LOS ARTESANOS (Continuación)</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>FALTA DE COMERCIALIZACION</b>	<b>43</b>	<b>22,75</b>
FALTA DE ETICA	5	2,65
FALTA DE ORGANIZACION	4	2,12
FALTA DE SOLIDARIDAD ENTRE EL GREMIO	1	0,53
FALTA DE TECNOLOGIA	2	1,06
FALTA DE UNION ENTRE EL GREMIO	6	3,17
FANTA DE MAQUINARIA	1	0,53
INSEGURIDAD	3	1,59
MATERIA PRIMA ESCASA	6	3,17
MUCHA COMPETENCIA	5	2,65
MUCHO INTERMEDIARIO	1	0,53
SITUACION ECONOMICA	8	4,23
OTRAS CAUSAS	22	11,64
NR	82	43,39
<b>Total</b>	<b>189</b>	<b>100</b>

## LOS PRODUCTOS QUE FABRICAN SON:

TIPO	Frecuencia	Porcentaje
PRODUCTOS TERMINADOS DE CONSUMO	159	95,2
PRODUCTOS PARA OTROS PROCESOS	2	1,2
MATERIAS PRIMAS Y PRODUCTOS TERMINADOS	2	1,2
PRODUCTOS TERMINADOS Y PRODUCTOS PARA OTROS PROCESOS	4	2,4
<b>Total</b>	<b>167</b>	<b>100</b>

## PRINCIPALES PRODUCTOS DE FABRICACION: PRECIO DE VENTA Y CANTIDAD

Estadísticos	ARETES: PRECIO VENTA (\$)/UNIDAD	ARETES: CANTIDAD MENSUAL	PULSERAS: PRECIO VENTA (\$)/UNIDAD	PULSERA: CANTIDAD MENSUAL
Media	\$ 51.122	65	\$ 131.845	27
Mediana	\$ 44.344	6	\$ 101.000	3
Moda	\$ 30.000	2	\$ 100.000	1

Estadísticos	GARGANTILLA/ CADENA: PRECIO VENTA (\$)/UNIDAD	GARGANTILLA/ CADENA: CANTIDAD MENSUAL	DIJES: PRECIO VENTA (\$)/UNIDAD	DIJES: CANTIDAD MENSUAL
Media	\$ 190.094	16	\$ 92.656	43
Mediana	\$ 160.000	4	\$ 44.000	5
Moda	\$ 200.000	1	\$ 40.000	2

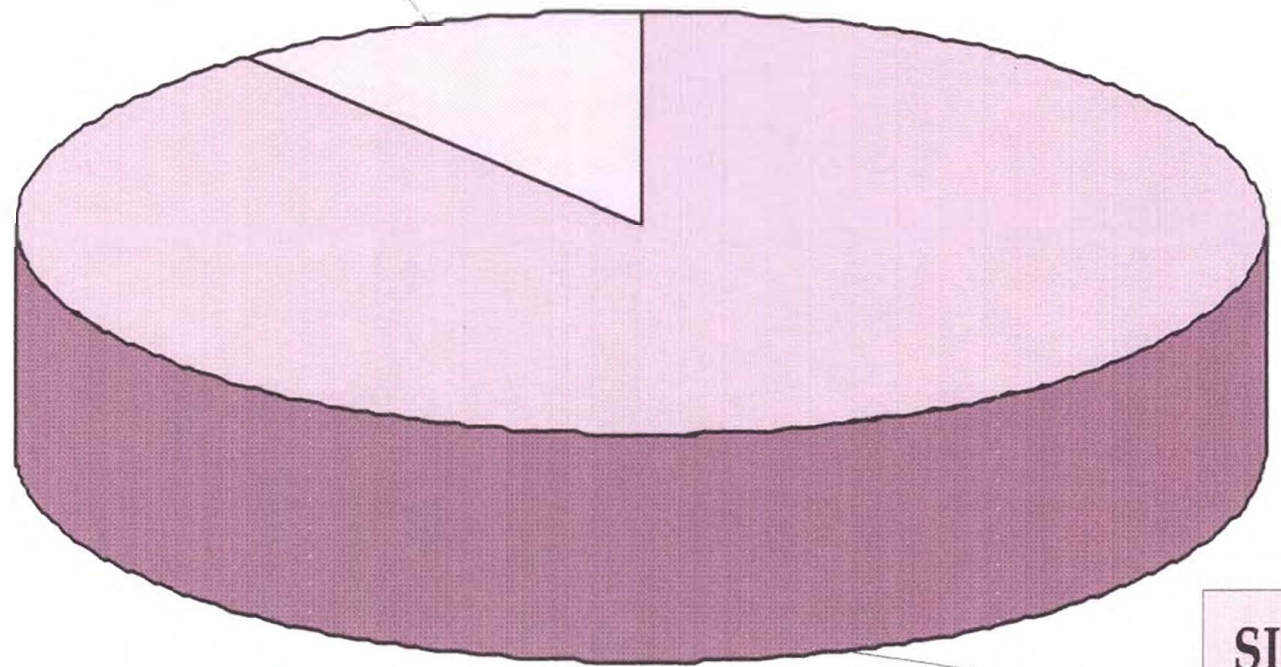
## PRINCIPALES PRODUCTOS DE FABRICACION: PRECIO DE VENTA Y CANTIDAD

Estadísticos	ANILLOS: PRECIO VENTA (\$)/UNIDAD	ANILLOS: CANTIDAD MENSUAL	MANCORNAS: PRECIO VENTA (\$)/UNIDAD	MANCORNAS: CANTIDAD MENSUAL	PRENDEDORES: PRECIO VENTA (\$)/UNIDAD	PRENDEDORES: CANTIDAD MENSUAL
Media	\$ 85.947	44	\$ 40.000	2	\$ 56.750	8
Mediana	\$ 80.000	12	\$ 40.000	1,5	\$ 52.500	3
Moda	\$ 80.000	10	\$ 40.000	1	\$ 55.000	2



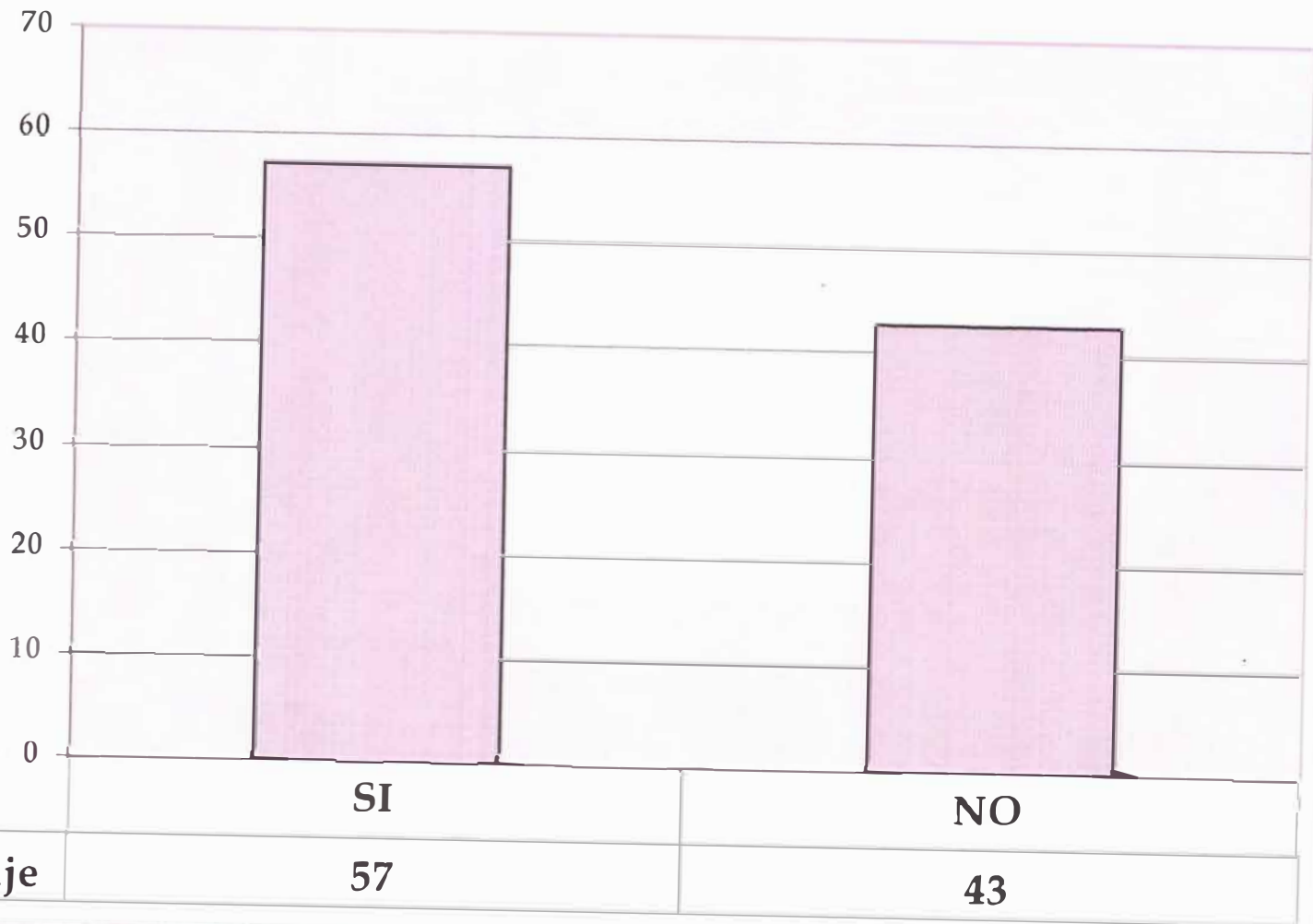
**Produjo el mes pasado?**

**NO**  
**11%**



**SI**  
**89%**

### Esta en capacidad de elaborar otros productos?



## POR QUE ESTA EN CAPACIDAD DE ELABORAR OTROS PRODUCTOS

MOTIVO	Frecuencia	Porcentaje
TIENE CONOCIMIENTOS	35	47,9
CAPACIDAD INSTALADA	32	43,8
MAQUINARIA	4	5,5
HERRAMIENTAS	2	2,7

## QUE NECESITARIA PARA PRODUCIR OTROS PRODUCTOS

NECESIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CREDITO	39	13,7%
CAPACIDAD	3	1,1%
MAQUINARIA	54	19,0%
MERCADO	40	14,1%
MATERIA PRIMA	14	4,9%
CAPACITACION	26	9,2%
MANO DE OBRA	2	0,7%

## PRINCIPALES PRODUCTOS QUE FABRICA

PRODUCTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ARETES	111	39,1%
PULSERAS	82	28,9%
GARGANTILLAS	85	29,9%
DIJES	79	27,8%
ANILLOS	156	54,9%
MANCORNAS	1	0,4%
PRENDEDORES	9	3,2%

## COSTOS APROXIMADOS HERRAMIENTA, MAQUINARIA Y EQUIPO

Estadísticos	COSTO APROXIMADO DE LA HERRAMIENTA DEL TALLER BASICO	COSTO APROXIMADO DE LA MAQUINARIA Y EQUIPOS - TALLER BASICO	COSTO APROXIMADO DE LA HERRAMIENTA - TALLER MICROFUNDICION	COSTO APROXIMADO DE LA MAQUINARIA Y EQUIPOS - TALLER MICROFUNDICION
Media	\$ 1.446.786	\$ 1.899.085	\$ 665.625	\$ 2.579.600
Mediana	\$ 1.000.000	\$ 1.400.000	\$ 400.000	\$ 1.050.000
Moda	\$ 1.000.000	\$ 1.500.000	\$ 1.000.000	\$ 300.000



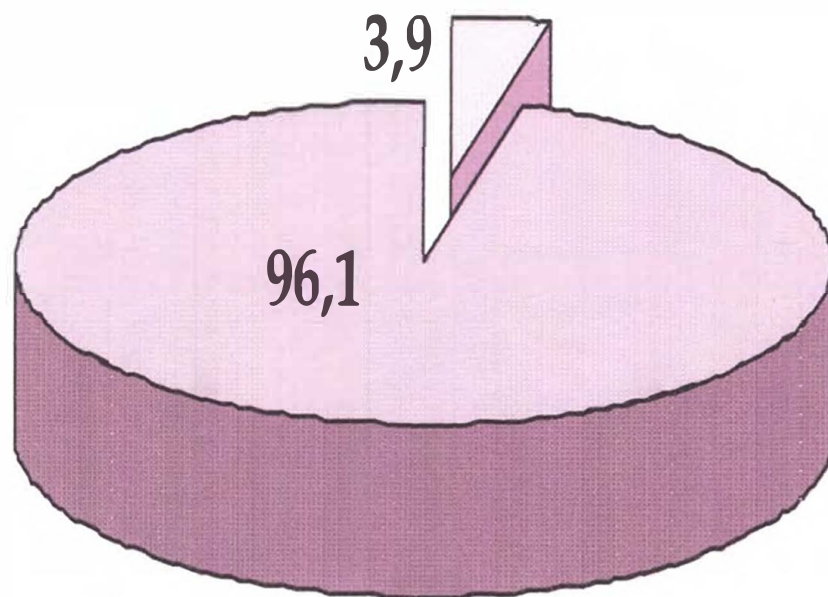
## GASTOS DEL TALLER Y DEL PERSONAL

Estadísticos	GASTOS DEL TALLER EN EL MES PASADO (\$)	GASTOS PERSONALES EN EL MES PASADO (\$)
Media	\$ 1.230.358	\$ 762.913
Mediana	\$ 500.000	\$ 500.000
Moda	\$ 500.000	\$ 400.000

## SITIO DONDE CONSIGUE LA MATERIA PRIMA

LUGAR	Frecuencia	Porcentaje
EN LA VEREDA	2	2,3
<b>EN EL MUNICIPIO - CIUDAD</b>	<b>150</b>	<b>92,7</b>
OTRO MUNICIPIO DEL MISMO DEPARTAMENTO	8	2,8
OTRO MUNICIPIO DE OTRO DEPARTAMENTO	1	2,2
<b>Total</b>	<b>161</b>	<b>100</b>

## IMPORTA LA MATERIA PRIMA



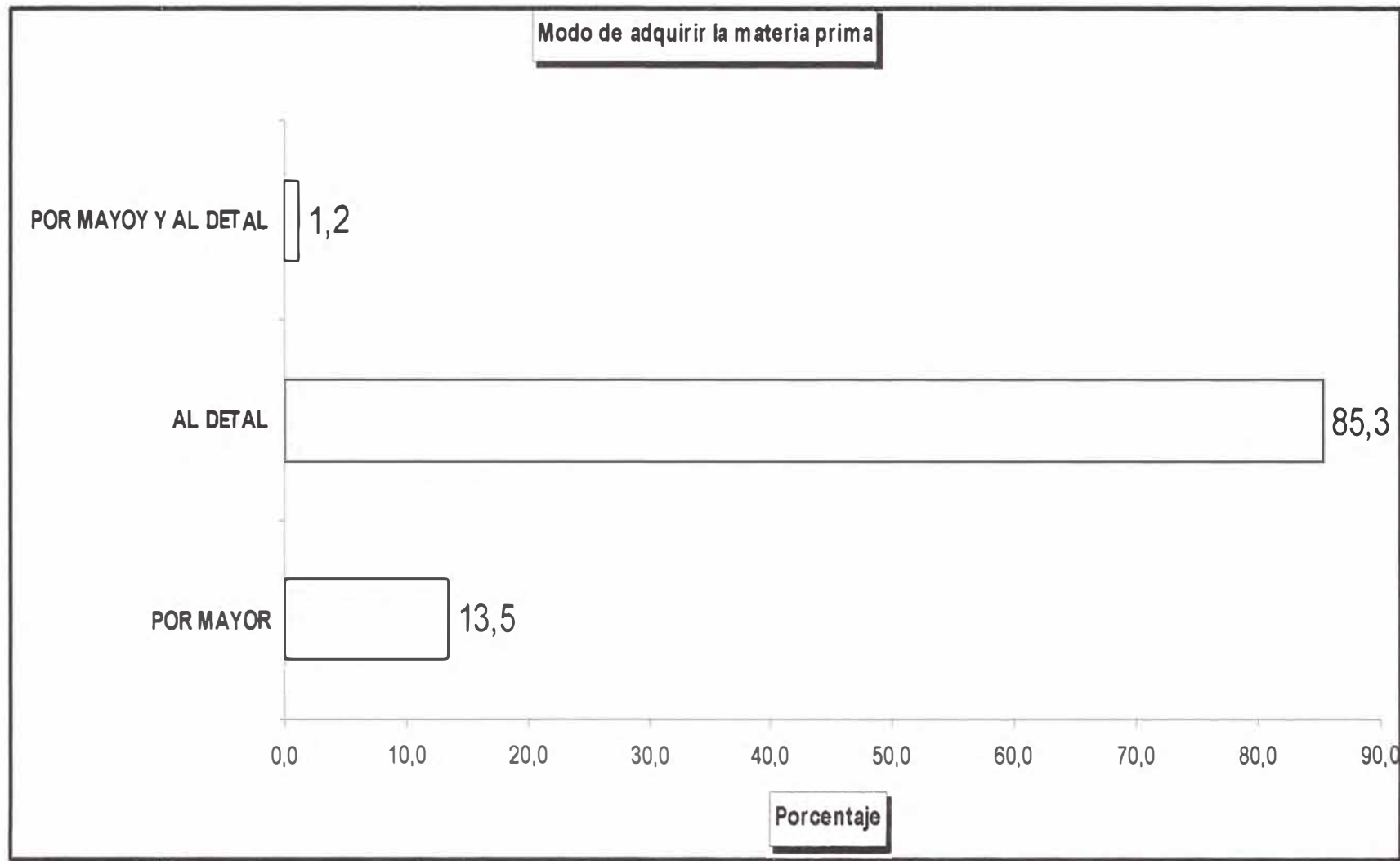
□ SI

□ NO

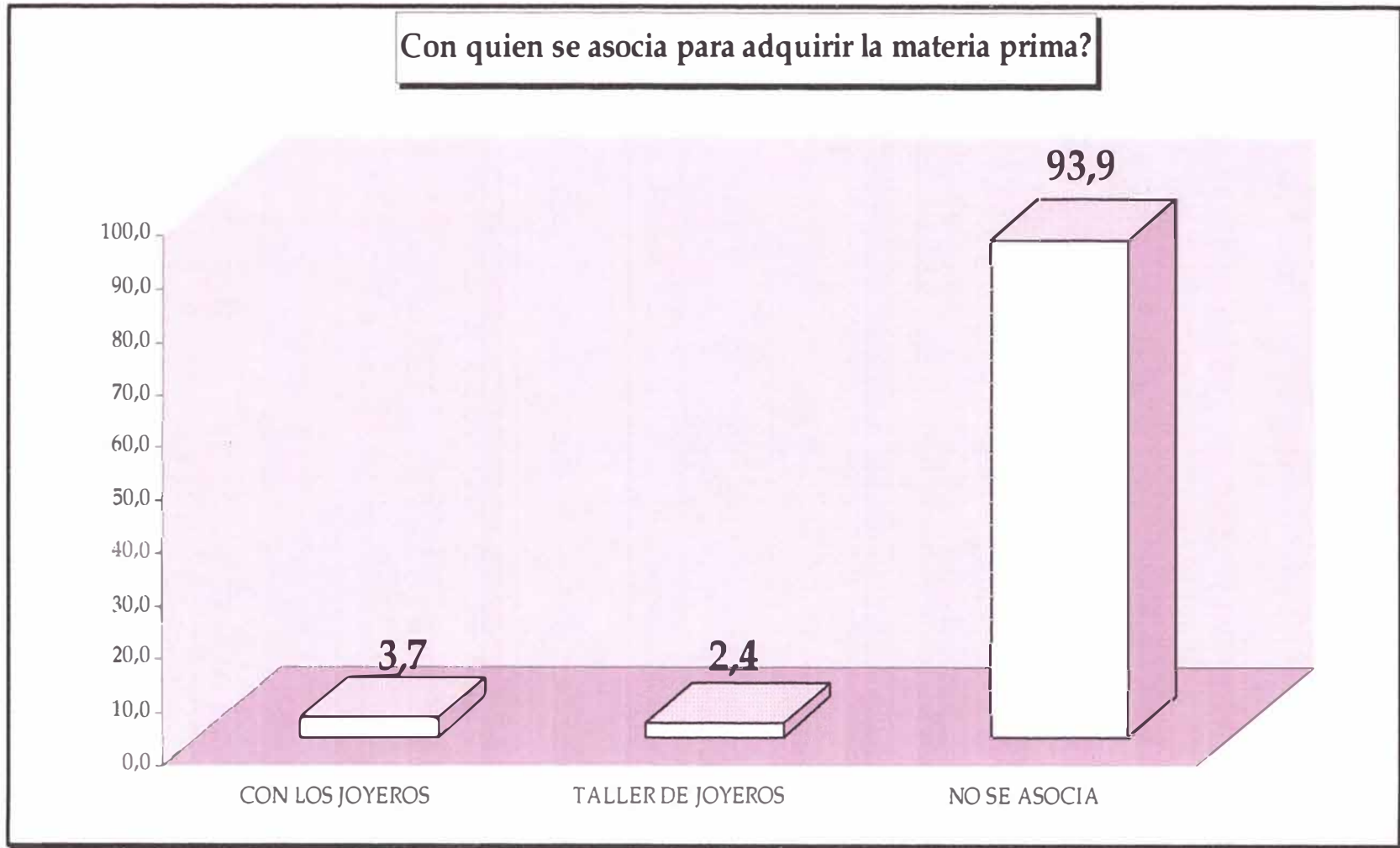
## ADQUISICION DE LA MATERIA PRIMA

MODO	Frecuencia	Porcentaje
LA EXTRAE DE LA MINO O DEL Río	2	0,7%
LA COMPRA A MINEROS DEL PUEBLO	19	6,7%
LA COMPRA A OTROS JOYEROS	29	10,2%
<b>LA COMPRA A OTROS INTERMEDIARIOS</b>	<b>68</b>	<b>23,9%</b>
<b>LA COMPRA A ALMACENES MINORISTAS</b>	<b>70</b>	<b>24,6%</b>
LA COMPRA A DISTRIBUIDORES GRANDES	15	5,3%
LA COMPRA DIRECTAMENTE EN FUNDICIONES	6	2,1%
<b>SE LOS TRAE EL CLIENTE</b>	<b>36</b>	<b>12,7%</b>
LA COMPRA EN PROMOCION A INSTITUCIONES	1	0,4%
BANCO DE LA REPUBLICA	4	1,4%
LA IMPORTA	1	0,4%

# MODO DE ADQUISICION DE LA MATERIA PRIMA



# CON QUIEN SE ASOCIA PARA ADQUIRIR LA MATERIA PRIMA





**MANERA COMO TRAEN LA MAYOR PARTE DE LA MATERIA  
PRIMA AL SITIO DE TRABAJO**

<b>FORMA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>A PIE</b>	<b>88</b>	<b>52,4</b>
<b>EN TRANSPORTE PROPIO</b>	<b>23</b>	<b>13,7</b>
<b>EN TRANSPORTE ESPECIAL ALQUILADO</b>	<b>1</b>	<b>0,6</b>
<b>EN TRANSPORTE PUBLICO</b>	<b>26</b>	<b>15,5</b>
<b>SE LO ENVIA EL PROVEEDOR</b>	<b>30</b>	<b>17,9</b>
<b>Total</b>	<b>168</b>	<b>100</b>

## FORMA DE PAGO DE LA MATERIA PRIMA

FORMA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE CONTADO	148	52,1%
A CREDITO	30	10,6%
CON PRODUCTOS	3	1,1%

## PLAZO PAGO CREDITO

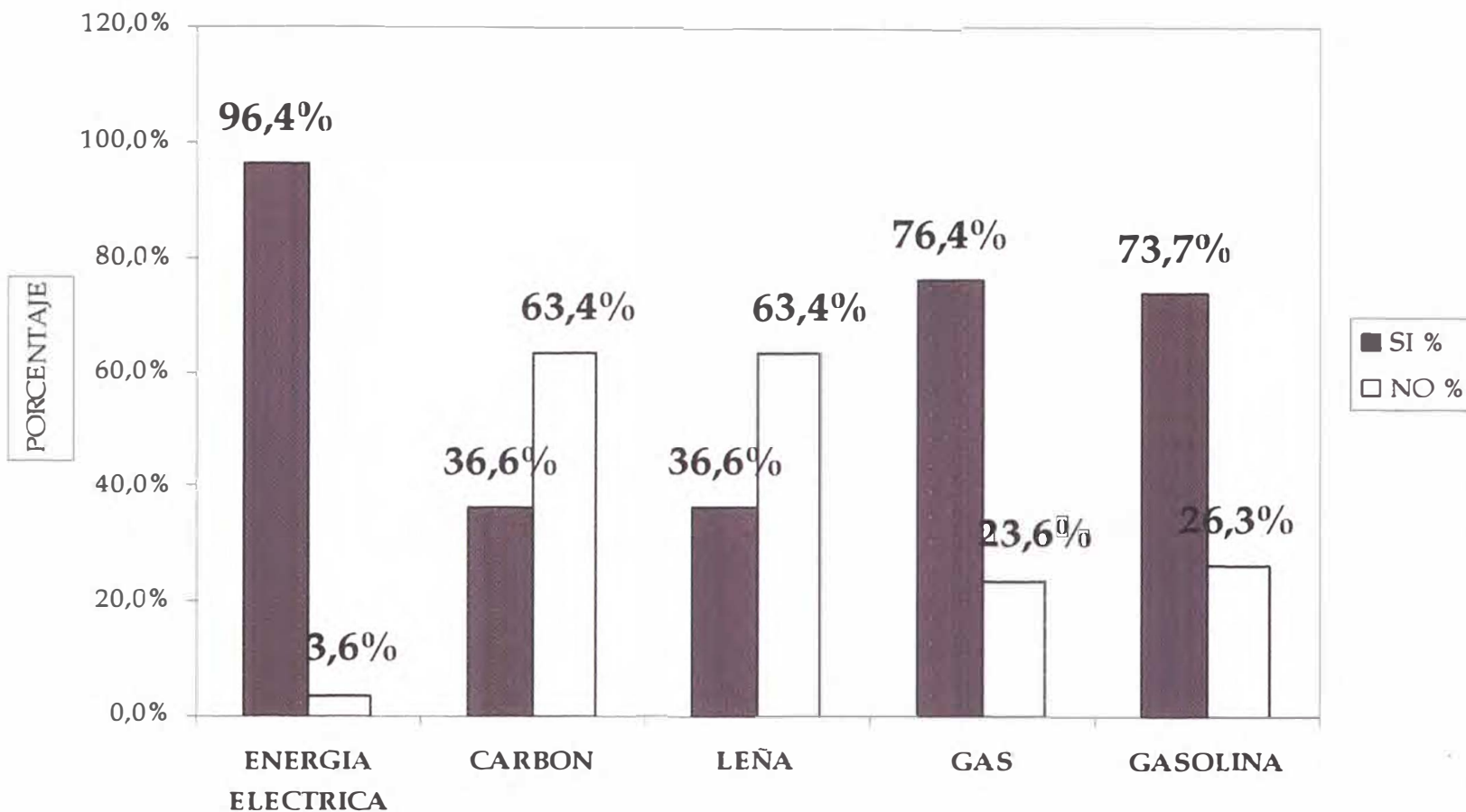
PLAZO DE PAGO (DIAS)		
DIAS	Frecuencia	Porcentaje válido
5	1	3,4
8	8	27,6
10	1	3,4
15	8	27,6
<b>30</b>	<b>9</b>	<b>31,0</b>
45	1	3,4
60	1	3,4
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100</b>

## PROBLEMAS MAS FRECUENTES QUE SE PRESENTAN CON LA MATERIA PRIMA

PROBLEMA	Frecuencia	Porcentaje
<b>ESCASEZ</b>	<b>44</b>	<b>15,5%</b>
NO LE VENDEN LA CANTIDAD NECESARIA	10	3,5%
TIENE QUE ACUMULARLA	3	1,1%
<b>TIENE PROBLEMAS DE CALIDAD</b>	<b>55</b>	<b>19,4%</b>
NO TIENE INDICACIONES PARA SU MANEJO	5	1,8%
TIENE PROBLEMAS PARA TRANSPORTARLA	1	0,4%
<b>FALTA DE CREDITO</b>	<b>77</b>	<b>27,1%</b>
PROBLEMAS DE SEGURIDAD	21	7,4%

# FUENTE DE ENERGIA QUE UTILIZA EN LA PRODUCCION

## SERVICIOS PUBLICOS



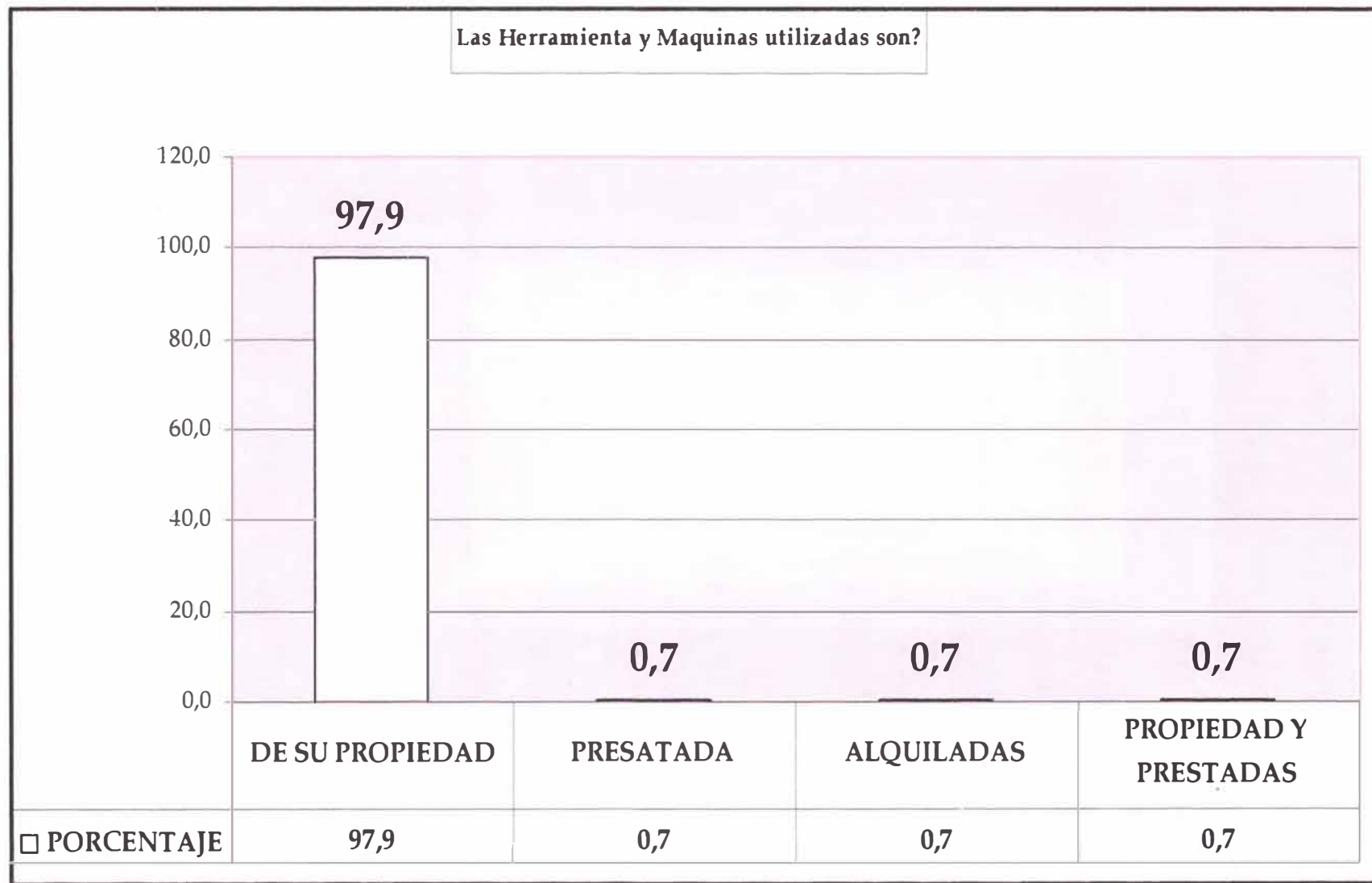
<b>Estadísticos</b>	<b>COSTO DE LA ENERGIA QUE CONSUMEN EN EL MES (\$)</b>
Media	\$ 80.207
Mediana	\$ 45.918
Moda	\$ 40.000



## MODO DE ELABORACION DE LA JOYERIA

MODO	Frecuencia	Porcentaje
SOLAMENTE A MANO	11	4%
<b>A MANO Y CON HERRAMIENTAS MANUALES</b>	<b>113</b>	<b>40%</b>
<b>CON HERRAMIENTAS Y MAQUINAS</b>	<b>84</b>	<b>30%</b>
ESPECIALMENTE CON MAQUINAS	13	5%

## LAS HERRAMIENTAS Y MAQUINARIA UTILIZADAS SON:



## COMO ADQUIRIERON LAS HERRAMIENTAS

DESCRIPCION	Frecuencia	Porcentaje válido
<b>LAS COMPRARON EN SU TOTALIDAD</b>	<b>126</b>	<b>83,4</b>
PARTE LAS HICIERON Y PARTE LAS COMPRARON	24	15,9
OTRAS	1	0,7
<b>Total</b>	<b>151</b>	<b>100,0</b>

# MANO DE OBRA

## NUMERO DE TRABAJADORES HOMBRES FIJOS

NUMERO	Frecuencia	Porcentaje válido
NINGUNO	21	13,4
1	58	36,9
2	44	28,0
3	20	12,7
4	9	5,7
5	1	0,6
6	2	1,3
7	1	0,6
14	1	0,6
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100</b>

## NUMERO DE TRABAJADORES MUJERES FIJOS

NUMERO	Frecuencia	Porcentaje válido
NINGUNO	60	47,2
1	49	38,6
2	12	9,4
3	4	3,1
6	1	0,8
16	1	0,8
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100</b>

# MANO DE OBRA

## NUMERO DE TRABAJADORES HOMBRES TEMPORALES

NUMERO	Frecuencia	Porcentaje válido
NINGUNO	91	85,85
1	7	6,60
2	5	4,72
3	2	1,89
5	1	0,94
<b>Total</b>	<b>106</b>	<b>100</b>

## NUMERO DE TRABAJADORES MUJERES TEMPORALES

NUMERO	Frecuencia	Porcentaje válido
NINGUNO	92	88,46
1	8	7,69
2	1	0,96
5	1	0,96
7	1	0,96
12	1	0,96
<b>Total</b>	<b>104</b>	<b>100</b>

# MANO DE OBRA

## NUMERO DE TRABAJADORES MENORES DE 15 AÑOS

## NUMERO DE TRABAJADORES MAYORES DE 50 AÑOS

NUMERO	Frecuencia	Porcentaje válido
NINGUNO	97	97,0
1	2	2,0
3	1	1,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

NUMERO	Frecuencia	Porcentaje válido
NINGUNO	88	83,02
1	16	15,09
3	1	0,94
14	1	0,94
<b>Total</b>	<b>106</b>	<b>100</b>

# MANO DE OBRA

## NUMERO DE TRABAJADORES INCLUIDOS EN PENSIONES

NUMERO	Frecuencia	Porcentaje válido
NINGUNO	62	61,4
1	19	18,8
2	5	5,0
3	5	5,0
4	3	3,0
5	2	2,0
6	1	1,0
9	1	1,0
10	1	1,0
30	2	2,0
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100</b>



# MANO DE OBRA

## NUMERO DE TRABAJADORES INCLUIDOS EN SALUD

NUMERO	Frecuencia	Porcentaje válido
NINGUNO	39	33,3
1	35	29,9
2	19	16,2
3	10	8,5
4	4	3,4
5	4	3,4
6	1	0,9
8	1	0,9
9	1	0,9
10	1	0,9
30	2	1,7
<b>Total</b>	<b>117</b>	<b>100</b>

# MANO DE OBRA

## NUMERO DE TRABAJADORES INCLUIDOS EN ARPs

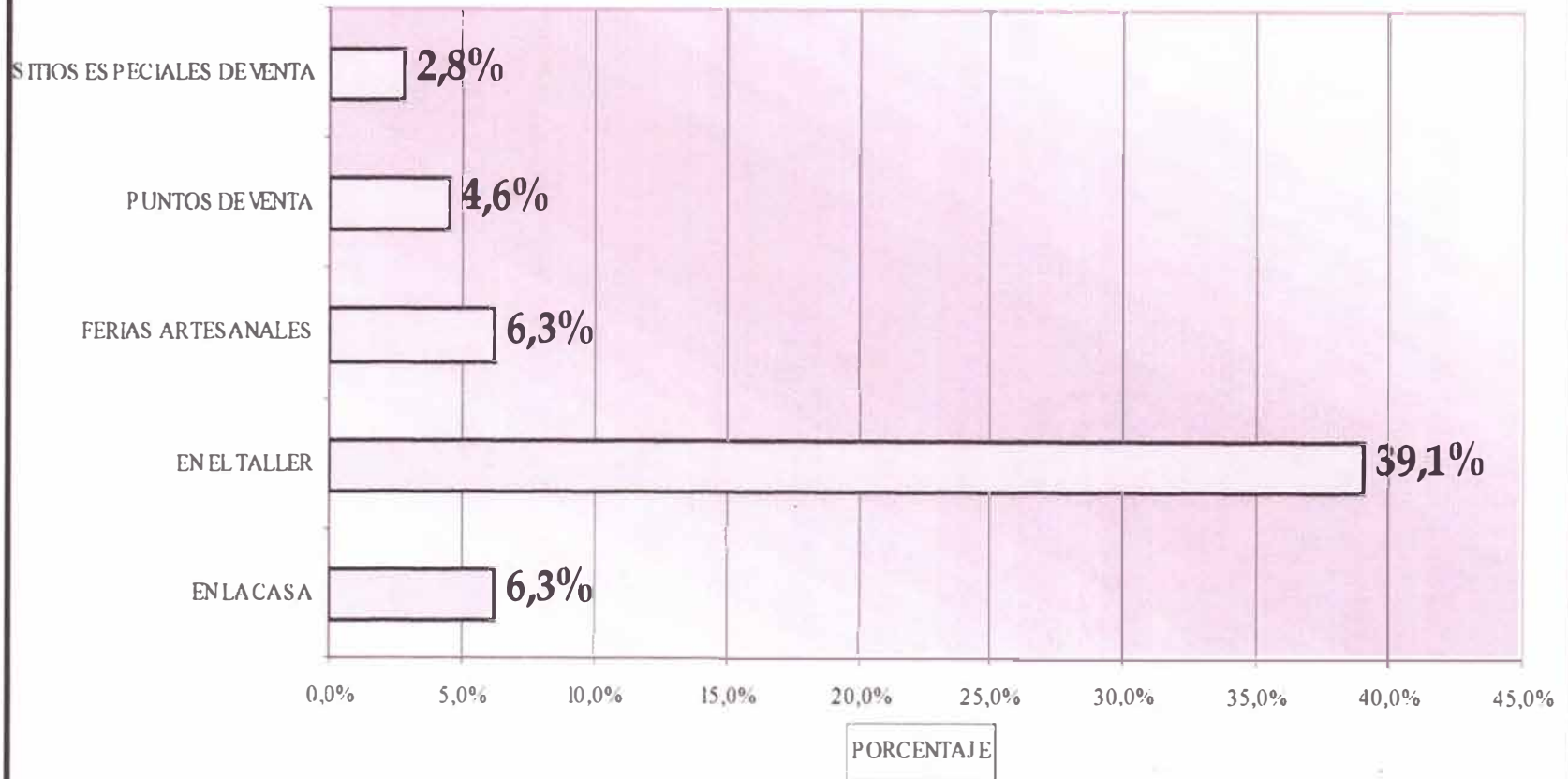
NUMERO	Frecuencia	Porcentaje válido
NINGUNO	62	63,3
1	14	14,3
2	7	7,1
3	6	6,1
4	1	1,0
5	2	2,0
6	1	1,0
8	1	1,0
9	1	1,0
10	1	1,0
30	2	2,0
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

## PROBLEMAS CON LA MANO DE OBRA

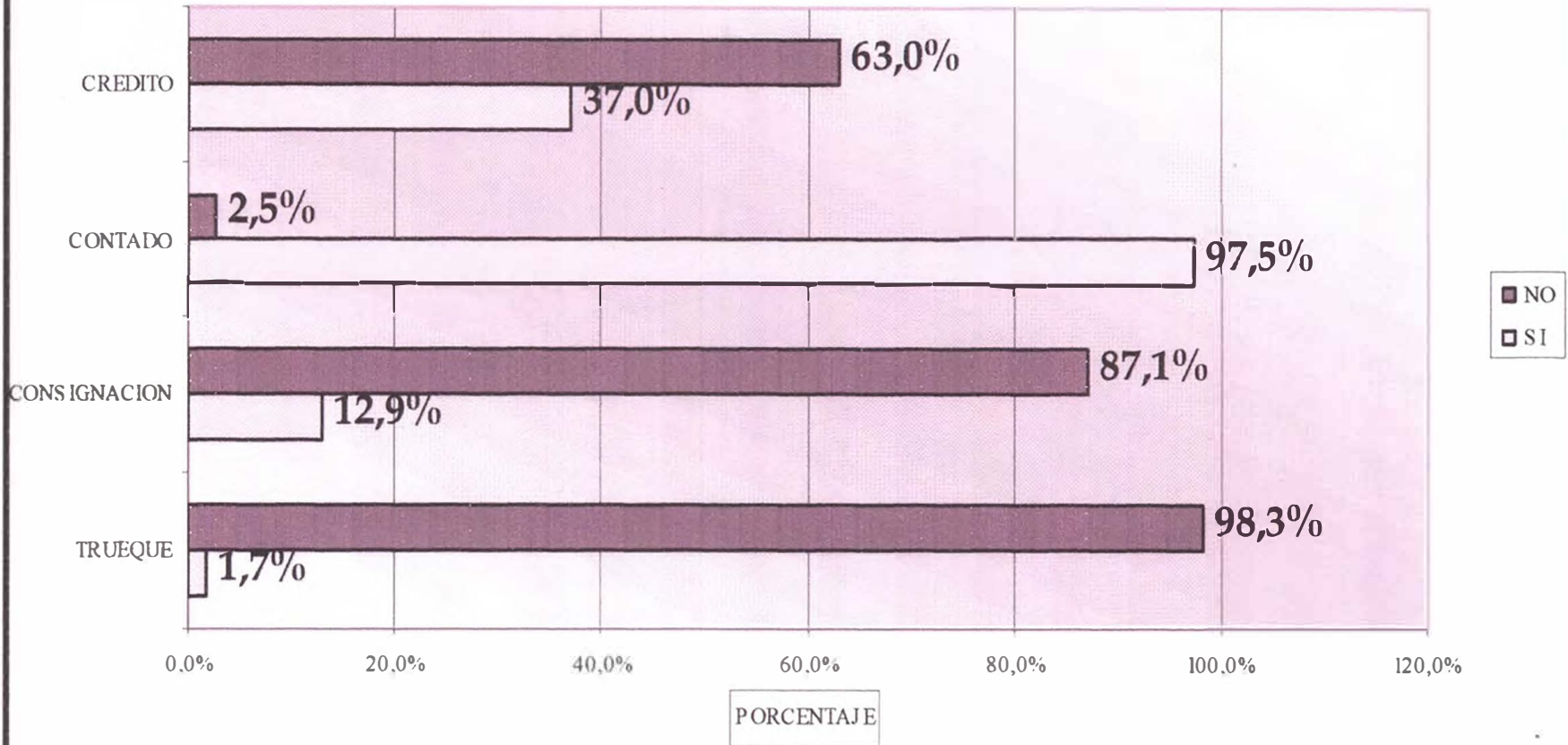
PROBLEMA	Frecuencia	Porcentaje
ESCASA	16	5,6%
INESTABLE	22	7,7%
INCUMPLIDA	23	8,1%
<b>NO HAY PERSONAS CALIFICADAS</b>	<b>33</b>	<b>11,6%</b>
ES CARA	8	2,8%
<b>NINGUNA DE LAS ANTERIORES</b>	<b>91</b>	<b>32,0%</b>

PRODUCCION QUE VENDE AL CONSUMIDOR FINAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>TODO LO QUE PRODUCE</b>	<b>141</b>	<b>83,4</b>
LA MAYOR PARTE	12	7,1
LA MITAD	5	3,0
MENOS DE LA MITAD	1	0,6
MUY POCO	8	4,7
NINGUNA	2	1,2
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100</b>

## LUGAR DE VENTA



## FORMA DE VENTA

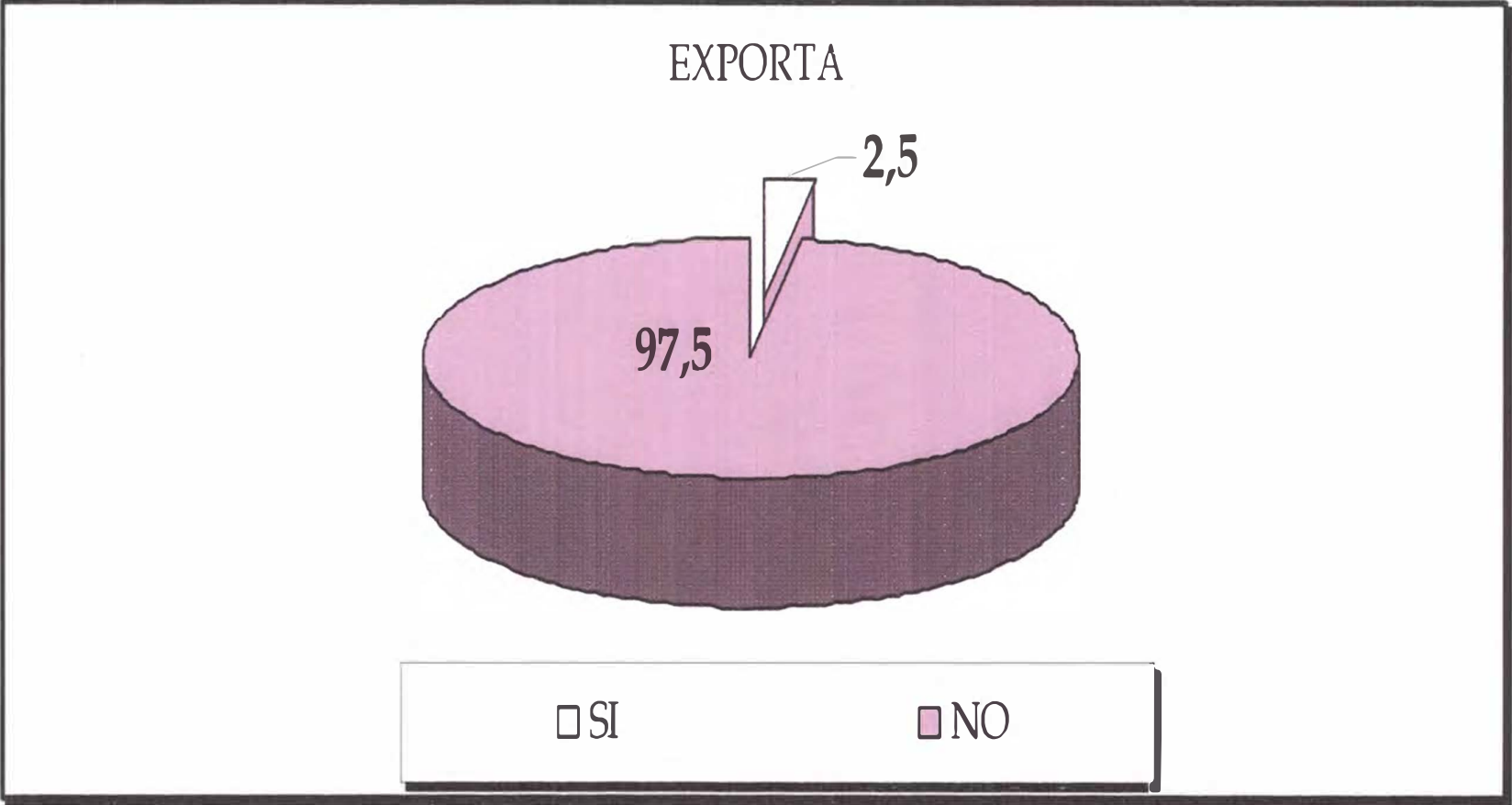


## LAS VENTAS A CREDITO EN CUANTOS DIAS SE LAS PAGAN

<b>PLAZO</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje válido</b>
<b>15 DIAS</b>	<b>10</b>	<b>31,25</b>
<b>30 DIAS</b>	<b>14</b>	<b>43,75</b>
<b>45 DIAS</b>	<b>2</b>	<b>6,25</b>
<b>60 DIAS</b>	<b>4</b>	<b>12,50</b>
<b>90 DIAS</b>	<b>2</b>	<b>6,25</b>
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>100</b>



# EXPORTA EN LA ACTUALIDAD?



## PRINCIPALES PROBLEMAS PARA LA COMERCIALIZACION

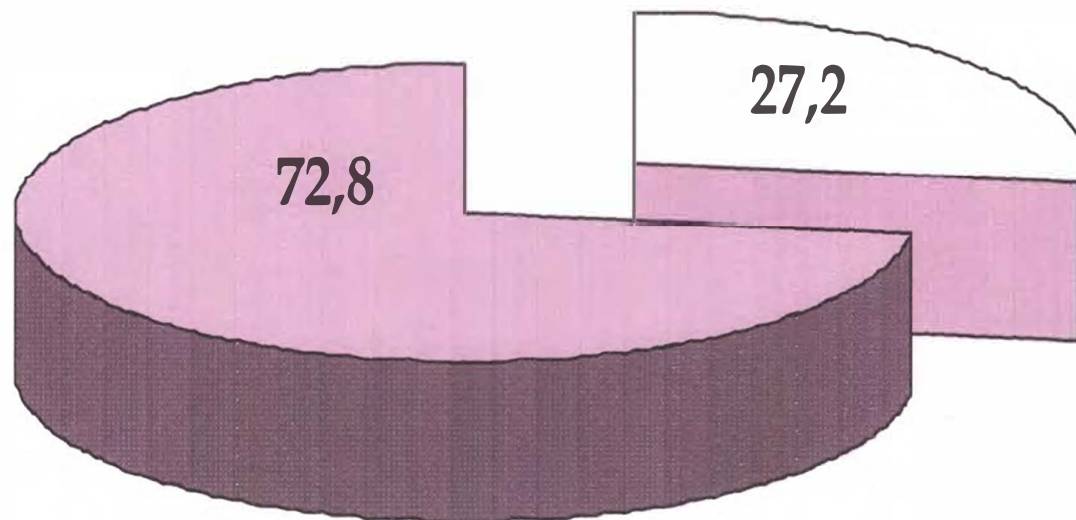
PROBLEMA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FALTA DE TRANSPORTE	13	4,6%
<b>VOLUMEN DE PRODUCCION</b>	<b>43</b>	<b>15,1%</b>
FALTA DE ATRACTIVOS Y COMODIDADES	31	10,9%

## PROMEDIO MENSUAL DE VENTAS

Estadísticos	PROMEDIO MENSUAL DE VENTAS DE LOS PRODUCTOS DE JOYERIA (\$)
Media	\$ 4.099.750
Mediana	\$ 1.850.000
Moda	\$ 1.500.000

## HA SOLICITADO CREDITO?

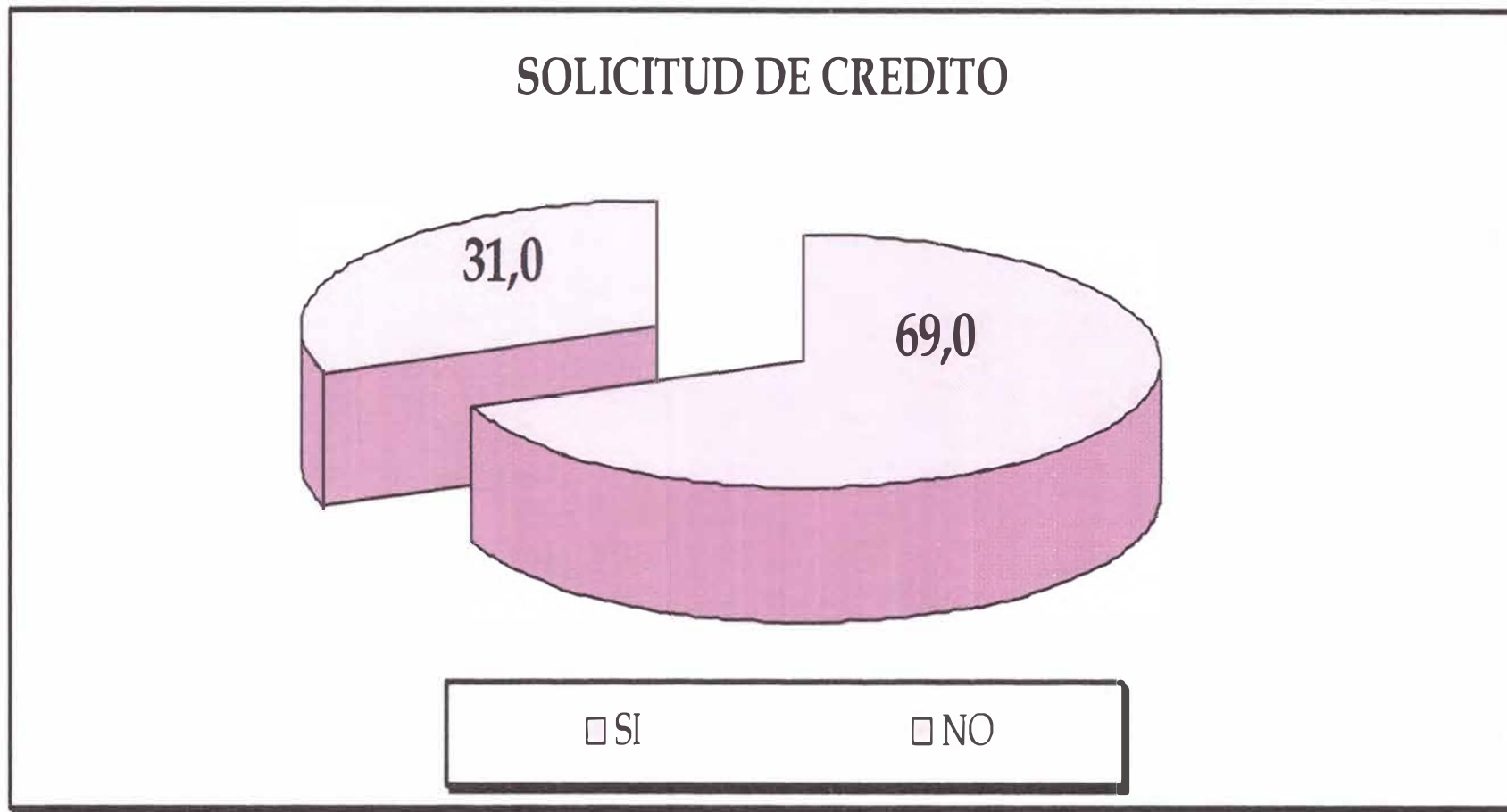
SOLICITUD DE CREDITO



□ SI

■ NO

## HA CONSEGUIDO LOS PRESTAMOS SOLICITADOS?



## VALOR DEL ULTIMO PRESTAMO

Estadísticos	VALOR DEL ULTIMO PRESTAMO
Media	\$ 8.700.000
Mediana	\$ 3.000.000
Moda	\$ 2.000.000

## UTILIZACION DEL PRESTAMO O CREDITO

DESCRIPCION	Frecuencia	Porcentaje
COMPRA DE MATERIA PRIMA	24	8,50
COMPRA O REPARACION DE HERRAMIENTA	5	1,80
COMPRA DE EQUIPOS. MAQUINAS	3	1,10
AMPLIACION O CONSTRUCCION DEL TALLER	3	1,10



## DIVERSIFICACION DE LA PRODUCCION

DESCRIPCION	Frecuencia	Porcentaje
<b>CAMBIO LOS DISEÑOS</b>	90	31,7
UTILIZO MATERIAS PRIMAS DIFERENTES	25	8,8
AUMENTO LAS LINEAS DE PRODUCCION	35	12,3
<b>HECE OBJETOS DISTINTOS A LOS ANTERIORES</b>	50	17,6
NINGUNA DE LAS ANTERIORES	61	21,5

## AL DIVERSIFICAR LA PRODUCCION LAS VENTAS HAN:

