

Modelo de negocio para la comercialización y exportación de joyería y bisutería hacia Canadá

Carlos Andrés Rodríguez Medina: 1421021316

Beatriz Elena Jiménez Mendoza: 132215002

Edilber Celis Ramírez: 1524000252

NOTA: 3.0 PTS

Asesorado por: María Gabriela Ramos Barrera

Facultad de Negocios, Gestión y Sostenibilidad

Politécnico Grancolombiano.

Índice de Contenido

Título.....	5
Resumen.....	5
Palabras Clave.....	6
Planteamiento del Problema.....	6
Objetivo General.....	8
Objetivos Específicos.....	8
Matriz DOFA.....	9
Marco Teórico.....	9
Marco Metodológico.....	11
Análisis del Negocio.....	12
Análisis del mercado.....	13
Análisis del sector.....	15
Acuerdos y Posibilidades de Negocio: (Estrategias de internacionalización).....	18
Análisis de Posicionamiento.....	20
Mercadeo Internacional del Producto.....	22
Logística del producto para ser enviado al exterior.....	23
Costos de producción y logísticos.....	24
Embalaje.....	27
Valor agregado en el proceso de internacionalización.....	28
Conclusiones y recomendaciones.....	28
Link video de exposición del Proyecto.....	29
Referencias:.....	30

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Matriz DOFA	9
Ilustración 2 Importación Canadiense de Joyería	19
Ilustración 3 Distribución de la Población por Edades	23
Ilustración 4 Modelo de Empaque para Artículos de Joyería y Bisutería	23
Ilustración 5 Caja Estandarizada para el Empaque de Joyería y Bisutería	27

Índice de Tablas

Tabla 1 Costos Activos Fijos	24
Tabla 2 Ingresos Anuales.....	25
Tabla 3 Costos Anuales Fijos y Variables.....	26

Título.**MODELO DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE JOYERÍA Y BISUTERÍA HACIA CANADÁ****Resumen.**

El producto artesanal colombiano tiene la imagen suficiente para justificar su presencia en los mercados internacionales, sus dificultades son de otro orden y sus posibilidades de solución solo dependen de la voluntad y eficacia interinstitucional construida en función del desarrollo socioeconómico nacional. Un indicador de desarrollo de un sector productivo está representado, entre otros, por sus exportaciones, además, el mercado exterior representa una gran expectativa para todos los sectores productivos, para los que las oportunidades de éxito no se limitan exclusivamente a la estrategia del volumen, especialmente si recurre a nichos diferenciados determinados por demandas específicas, también cuentan el carácter del producto, la capacidad de respuesta a procesos propios del mercado externo y las condiciones que impone la competencia de productos sustitutos.

Entre los sectores productivos del país, que son importantes en el mercado internacional, está el artesanal, en razón especialmente del producto, pero para posicionarse en él, debe superar varios obstáculos de orden estructural, el sector artesano fija su estrategia comercial para el mercado externo en función de las virtudes estructurales del producto, es decir, de factores determinados por la agregación de valor cultural tanto como la funcionalidad, en los cuales la competencia es muy significativa como lo es igualmente el aspecto económico, relativo principalmente a precios. Sin embargo, la aspiración de exportar el producto artesanal se desvanece cuando el artesano se enfrenta con diversas dificultades, específicamente con aquellas que están directamente relacionadas con el proceso mismo de exportaciones.

Palabras Clave.

Exportación –Joyería/Bisutería– Comercialización – Canadá – Mercado.

Planteamiento del Problema.

En el año 2017 Canadá importó 450 millones de dólares en joyería y la gran mayoría de los países exportadores son asiáticos, tan solo el 0.14 de metales preciosos fueron exportados a Canadá desde Suramérica por Bolivia, Perú y Brasil.

Colombia es destacada en el ámbito mundial tanto por su biodiversidad, como por sus diferentes manifestaciones culturales y artesanales, que se presentan a lo largo y ancho de su territorio nacional, una de sus más representativas muestras culturales como es su trabajo de producción de alhajas y bisutería, que son muy valoradas en los mercados del exterior por su elaboración con metales, piedras preciosas y semipreciosas, perlas, con gran calidad y textura. Dedicados exclusivamente a las líneas de producción específicamente decorativa y preferiblemente personal utilizando tecnología orfebre, platería, talla, e incrustación.

Siendo este un producto enfocado a la innovación y el uso de materiales y diversas técnicas, el producto ofertado colombiano que va desde piezas únicas hasta la producción a grandes proporciones en oro, plata, esmeralda, piedras preciosas y semipreciosas, semillas, materiales autóctonos, técnicas ancestrales trabajadas en filigrana, diseños vanguardistas y clásicos precolombinos. Se cuenta con una industria que elabora productos hechos a mano con énfasis en la calidad de los detalles brindando inclusión del trabajo de las poblaciones indígenas, comunidades vulnerables, desarrollo sostenible, dando respuesta a la tendencia que ahí en la actualidad hacia el consumo de diseños étnicos y exclusivos ya que el territorio colombiano cuenta con materia prima de altísima calidad para la producción de joyería y bisutería.

Con el transcurrir de los tiempos las exportaciones de los subsectores joyería y bisuterías entre el 2010 hasta la actualidad ha presentado un crecimiento anual considerado promedio de un 3.1% pasando de un US\$ 136.2 millones a US\$ 169.9 millones teniendo como referencia el movimiento hasta el año 2017. Para la exportación en este mercado se cuenta con los siguientes destinos países que poseen los siguientes porcentajes de participación: en bisutería Ecuador 31%, México 15%, Bolivia 14%, Perú 12%, Chile 5% y en joyería Estados Unidos 56%, Reino Unido 12%, Perú 9%, Panamá 7% y Ecuador 4%. Actualmente Colombia cuenta con varios acuerdos comerciales permitiéndole al país la exportación como son TLC Colombia y EEUU, Acuerdo Comercial con la Unión Europea, TLC Colombia y Canadá, TLC Colombia - México, Acuerdo Colombia - Comunidad Andina CAN, Acuerdo de Cooperación Económica Colombia - Mercosur AC59, TLC Colombia - Chile, entre otros.

Es necesario identificar la posición arancelaria del producto en los mercados destinos estadísticos, tasas arancelarias que se deben cancelar para ingresar al mercado objetivo. Realizar los trámites correspondientes para realizar la exportación de la joyería y bisutería, registrarse como exportador, presentación y actualización de datos ante la policía antinarcóticos o a través de la ventanilla única de comercio de exterior (VUCE).

Las tendencias y canales en varios mercados, están dirigidos mayormente a las mujeres donde se puede segmentar por edades, grandes alcances en la exportación ya que a nivel mundial existen más de 100 ferias en este sector tomándolo como un reto en la exportación en Colombia por el sistema logístico internacional y en la distribución de los mercados destinos.

Pregunta Problema.

¿Cuál es la exigencia y alternativa de diseño en la elaboración artesanal de productos de bisutería y joyería. Es viable y rentable en la comercialización y exportación al mercado internacional?

Objetivo General.

Formular un estudio de factibilidad para la exportación de artículos de joyería y bisutería hacia Canadá.

Objetivos Específicos.

- Elaborar un diagnóstico de la demanda internacional de artículos de joyería y bisutería y la producción de los mismos en Colombia.
- Identificar las características de la oferta y requisitos de elementos de joyería y bisutería para ingresar al mercado Canadiense.
- Realizar un análisis del mercado Canadiense para determinar las estrategias de exportación de joyería y bisutería.
- Formular un plan de exportación estimando los ingresos y gastos en el proceso de esta actividad.

Matriz DOFA.

<i>DEBILIDADES</i>	<i>OPORTUNIDADES</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Limitaciones económicas para acceder a una tecnología de punta. • Poca capacidad financiera para acceder a créditos en los clientes. • Altos costos de envío. 	<ul style="list-style-type: none"> • La posibilidad de encontrar una mayor variedad de productos de joyería y/o bisutería en diferentes tiendas. • Creciente aumento de la población interesada en artículos 100% colombianos, puesto que los consumidores perciben una mayor calidad. • Publicidad para incentivar el uso de este tipo de artículos.
<i>FORTALEZAS</i>	<i>AMENAZAS</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Los artículos de joyería y bisutería nacionales pueden competir con artículos similares propios del país importador. • Diversidad cultural y artesanal, enfocada a la innovación y el uso de materiales y técnicas diversas de elaboración. • Producción de bajo costo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe gran variedad de empresas que producen este tipo de artículos a nivel nacional. • Deterioro ambiental por contaminación de las fuentes hídricas. • Precios variantes de la materia prima.

Ilustración 1 Matriz DOFA (Elaboración Propia)

Marco Teórico.

La tendencia del sector de joyería y bisutería en los mercados mundiales es hacia productos hechos a mano con énfasis en la calidad de los detalles que tiene un valor agregado de exclusividad. Piezas de arte elaboradas por artesanos y diseñadores están siendo más demandadas por el consumidor, por lo tanto, los diseños y productos colombianos tienen un gran potencial para diferenciarse de grandes competidores mundiales gracias a los diseños ancestrales que los caracterizan.

Colombia cuenta con empresas enfocadas en el diseño, la calidad, la innovación y el uso de materiales y técnicas diversas. El sector está constituido principalmente por pequeños establecimientos, comercios y talleres familiares y se identifica por su alto contenido artesanal. Más del 98% del sector está compuesto por micro y pequeñas empresas.

La actividad joyera tradicional en Colombia se concentra principalmente en los departamentos de Antioquia, Santander, Valle del Cauca, Chocó, Cauca, Córdoba, Bolívar y Nariño. Sin embargo, vamos a aprovechar el conocimiento especializado del equipo de trabajo para tener nuestras instalaciones en Bogotá.

En Colombia se pueden encontrar materia prima única hasta la producción a gran escala, en oro, plata, esmeraldas, piedras preciosas y semipreciosas, y semillas, entre otros materiales autóctonos, trabajada con técnicas ancestrales.

Ejemplo de esto es la filigrana, inspiradas tanto en diseños de vanguardia y clásicos precolombinos. La herencia indígena permanece en la joyería colombiana de hoy.

Existen piezas de joyería de tipo conmemorativo. La industria ofrece productos hechos a mano con énfasis en la calidad de los detalles. Las piezas de arte son elaboradas por artesanos y diseñadores, lo cual le imprime al sector diferenciación y exclusividad. La mano de obra cuenta con una larga trayectoria que fusiona los métodos tradicionales con los procesos productivos actuales.

La producción incluye el trabajo de poblaciones indígenas, lo cual va de la mano con las tendencias mundiales que buscan incluir a las comunidades vulnerables en un desarrollo sostenible y por otro lado, responde a la tendencia hacia el consumo de diseños étnicos y exclusivos.

En el territorio colombiano se encuentra materia prima de altísima calidad para la producción de joyería. Hay yacimientos de oro, plata y platino y de piedras preciosas y semipreciosas como esmeraldas, varios tipos de cuarzo, amatista, granate, morganita, entre otras.

TLC Canadá-Colombia

El Tratado de Libre Comercio con Canadá, entró en vigencia desde el 15 de agosto de 2011, desde entonces el 98% de las exportaciones colombianas ingresan a Canadá libres de arancel, dentro de estos productos, los de joyería y bisutería que cumplan con las reglas de origen entran al mercado de Canadá con 0% de arancel.

Marco Metodológico.

-Tipo de investigación: La investigación realizada es de tipo exploratorio y descriptivo, ya que con la información obtenida, el lugar de exportación siendo Canadá el país elegido. Razón por la cual se realizará manual de funciones de manera interna un sistema productivo, logístico y de mercadeo internacional.

Metodología de la investigación.

La Metodología de la investigación es de tipo bibliográfico y de campo. Bibliográfico, porque se hizo uso de la lectura y consulta de libros, tesis, folletos, revistas, boletines y cualquier otro tipo de información que se considere importante y necesaria para realizar la investigación.

-Población y muestra: El estudio, se basó en la revisión de la información bibliográfica disponible sobre joyería y bisutería, además de investigar algunos Productores a nivel Nacional y especialmente en Bogotá.

Análisis del Negocio.

La tendencia del sector de joyería y bisutería en los mercados mundiales es hacia productos hechos a mano con énfasis en la calidad de los detalles que imprimen diferenciación y exclusividad, piezas de arte elaboradas por artesanos y diseñadores están posicionándose, por lo tanto, los diseños y productos colombianos tienen un gran potencial para diferenciarse de grandes competidores mundiales gracias a los diseños ancestrales que los caracterizan. Las mayores exportaciones se presentan en piedras preciosas, las cuales representan el 86,2%, seguido por bisutería con una participación del 12,5% y joyería con el 1,2% restante.

La Joyería es una especialidad del trabajo en metales y piedras preciosas y semipreciosas, perlas y otros de gran calidad y textura, dedicada exclusivamente a la línea de producción de alhajas y otros objetos pequeños de función específicamente decorativa y preferentemente personal, basada en la tecnología orfebre, platera, talla, engaste e incrustación.

La bisutería es un trabajo de producción de alhajas y objetos decorativos con la tecnología de la joyería, la cual se distingue por el tipo de metales utilizados, tales como el peltre de distintas clases según las aleaciones, cobre, bronce, zinc, níquel, cobalto, aluminio, antimonio y hierro. Todos estos materiales, generalmente, se utilizan combinados en diferentes grados de aleación y se procesan mediante fundición, forjado, recorte, hilado, laminado, grabado, soldado, modelado, doblado, repujado, fileteado, cincelado, según los productos por elaborar, que complementan con engaste de piedras de camafeo, semipreciosas generalmente y otros. El brillo se obtiene mediante procedimientos de lavado.

Análisis del mercado.

- Afinidad cultural y comercial: Colombia estableció relaciones diplomáticas con Canadá desde el año de 1953, actualmente la embajada de Canadá se estableció en la ciudad de Bogotá, y tiene representación consular en la ciudad de Cartagena de Indias. Por el lado de Colombia la embajada se encuentra en Ottawa y cuenta con varios consulados entre los cuales se encuentran las representaciones de Toronto, Montreal y Calgary

Las relaciones bilaterales se basan en programas de desarrollo a nivel político, comercial y de seguridad. El componente de comercio e inversión ha venido en expansión desde el año 2011, año en el cual se firmó el tratado de libre comercio entre ambas naciones.

- Preferencias arancelarias: El acuerdo de libre comercio de agosto de 2011 ofrece un extenso repertorio de exportadores y proveedores de servicios, este acuerdo facilitó el acceso de los productos colombianos y canadienses al eliminar las principales barreras comerciales dentro de un marco legal estable y abierto.

Colombia es miembro de la Alianza del Pacífico desde el año 2011, y Canadá participa de esta alianza con estado asociado, lo cual brinda el fortalecimiento comercial entre ambas naciones.

La relación comercial entre ambas naciones en los últimos años ha sido activa y desenvuelta en diversos sectores, entre los cuales se pueden contar la infraestructura, petróleo y gas, servicios financieros, agroindustria y educación. En el año 2017 la inversión directa llegó a los 5,12 mil millones, con la participación de una amplia variedad de empresas canadienses, lo cual ha permitido convertir a Colombia en el cuarto país con mayor inversión de Canadá en el centro y sur de América.

- Países competidores: Entre los principales países competidores en la región encontramos a Ecuador y México, estos dos países en especial, porque ambos son productores de plata, Ambos países proveen el 30% de la producción mundial de plata, uno de los componentes para la creación de joyas preciosas y semipreciosas, de igual forma Ecuador y México cuentan con comunidades autóctonas que se especializan a la creación del joyas en sus diferentes presentaciones.

- Disponibilidad de transporte: El transporte se puede realizar por vía aérea o marítima, sin embargo la compañía con base en las condiciones del producto a exportar eligió la vía aérea.

El transporte aéreo presenta dos modalidades el transporte “Courier” o “carga o equipaje acompañado”, las dos modalidades son válidas para la compañía, debido a los diferentes productos que se exportaran.

El transporte de carga aéreo es limitado, debido a que no solo hay 3 aerolíneas que prestan este servicio hacia Canadá, sin embargo se puede tomar el servicio de carga con conexiones, lo cual permite hacer escalas de aeropuerto a aeropuerto.

La compañía evaluará los agentes basados en la capacidad de almacenaje, infraestructura y portafolio de servicios, soporte (online), costos y trayectoria al destino.

Las exigencias del mercado

La compañía implementa las buenas prácticas de manufactura para garantizar productos de calidad excepcional que cumplan y sobrepasen los estándares de la industria, lo cual le asegura accesibilidad a mercados internacionales.

La compañía procura el desarrollo del talento humano a través de la capacitación y actualización de los procesos productivos, soportados por avances tecnológicos en el sector y excelencia en el servicio.

- Organización: La compañía es una sociedad de acciones simplificada que se dedicara a la exportación de joyería y bisutería preciosa y semipreciosa.

La manufactura de las joyas estará a cargo de un clúster de artesanos que agremia artesanos y joyeros de diferentes regiones del país a los cuales se comprarán los productos. Con base a lo anterior el personal se compone de 10 colaboradores del área administrativa y de ventas.

- Equipos y maquinaria: Se cuentan con 10 computadores y 3 impresoras copiadoras de alto volumen las cuales están bajo alquiler, también se cuentan con 10 escritorios unipersonales, modulares e igual cantidad de sillas.

Análisis del sector.

En el año 2018 se realizaron exportaciones por 16.000 millones de pesos, una cifra mucho menor a la registrada en el año 2010 que alcanzó los 19.000 millones de pesos, los mayores receptores de exportaciones fueron Estados Unidos, México y algunos países de la Unión Europea.

La compañía escogió como destino para internacionalización Canadá, el cual cuenta con ingreso per cápita de US 45.750. Colombia y Canadá suscribieron un acuerdo de libre comercio en el año 2008, lo cual brinda una posición de ventaja frente a otros países que se encuentran en la misma categoría, como Bolivia y Ecuador.

La principal estrategia de comercialización será a través del establecimiento de socios comerciales, con reconocidas compañías del sector, los contactos se realizar por medios de contactos directos y ruedas de negocios, y el acompañamiento continuo de instituciones como PROCOLOMBIA y Artesanías de Colombia.

Las exportaciones han sido una de las fuentes de crecimiento de América Latina en los últimos quince años, la situación fiscal en muchos países es demasiado frágil para adoptar otras políticas de expansión. Los inversionistas son renuentes en vista de la inestabilidad económica y los crecientes riesgos políticos de cada uno de los países Latinoamericanos, en la mayoría de los países de América Latina, el consumo privado ha sufrido por cuenta del desempleo, las devaluaciones y la falta de crédito. Décadas atrás, teníamos la convicción de que la tasa de cambio real era prácticamente lo único que contaba, hoy, está claro que el desempeño de las exportaciones refleja ante todo la calidad del ambiente económico e institucional, porque de ello dependen los incentivos para la innovación y la toma de riesgos por parte de las empresas. Por eso, los países peor gobernados y con menor capacidad institucional solo pueden llegar a los mercados externos con productos de baja calidad, de otro lado la globalización es uno de los nuevos enfoques que ofrecen ventajas dentro de las economías emergentes ya que contribuye a la disminución de una situación de aislamiento experimentada por numerosos países en vías de desarrollo, la posibilidad más efectiva de un intercambio entre éstos y otros países desarrollados en un mercado internacional, como es de conocimiento de muchos la globalización ha permitido

crecer a diversos países mucho más rápidamente que en otras épocas, igualmente que un número mayor de personas gocen en la actualidad de un mayor nivel adquisitivo y de un nivel de vida muy superior al que habían disfrutado antes y ha brindado a un mayor número de personas el acceso a un nivel de conocimientos que sólo hace un siglo no era alcanzable ni por los más ricos del planeta. Todo esto ha colaborado, sin duda, el acceso a las fuentes de información, entre ellas, la más poderosa, Internet. Son embargo podemos notar que la globalización fue vista como el sistema económico, el cual le brindaría un desarrollo y prosperidad a todas las economías, en especial a las de países subdesarrollados, lo cual en la práctica no ha sido del todo cierto y por lo cual ha sido criticada por varios economistas, los cuales hacen un análisis de la doble moral que manejan los países desarrollados a expensas de la globalización, la acusa de haber favorecido la hipocresía de los países ricos al permitir que éstos forzasen a los de menor desarrollo económico a eliminar las barreras comerciales a partir de una política económica que los países industrializados no estarían jamás dispuestos a aceptar, mientras los países ricos mantienen sus barreras arancelarias frente a los bienes procedentes de los países en vías de desarrollo, sobre todo, los bienes procedentes de la agricultura. Aunque la consigna general en que se puede sintetizar el contexto de globalización, es que todas las economías nacionales se encuentran en constante interacción, se debe favorecer el crecimiento económico de los países menos desarrollados, pero para que esto sea viable, no basta con que las instituciones económicas supranacionales se dediquen a proporcionar fórmulas de crecimiento, sino que éstas deben de respetar las secuencias y los ritmos que exigen algunas economías con un débil grado de desarrollo.

Las compañías habituales o pre-modernas se basan en relaciones que están muy arraigadas, o alojadas en el tiempo. Los procesos de modernización despegan a los individuos de las

comunidades de sociedades tradicionales de las definiciones estrechas de tiempo, espacio y estatus, la modernización desarraiga en todos los sentidos al individuo noble de su identidad fija en el tiempo y en el espacio. Propone que la modernización está basada en un proceso por el cual una idea estrecha y fija de espacio, como lugar y como determinante del individuo es reemplazada por el concepto cada vez más importante de tiempo.

Acuerdos y Posibilidades de Negocio: (Estrategias de internacionalización).

Teniendo en cuenta que Canadá es el segundo país desarrollado con el cual Colombia logra acordar un Tratado de Libre Comercio. Este hecho constituye un buen precedente para el desarrollo de los procesos de ratificación y operación de los demás acuerdos que el país viene negociando.

Debido a que Canadá es una de las grandes economías desarrolladas; genera el 2,6% del PIB mundial y es un país con un alto poder de compra; cuenta con un ingreso per cápita (precios de paridad de poder adquisitivo) de US\$39.600, cerca de 5 veces el registrado por Colombia.

(PROCOLOMBIA, 2011)

Es de resaltar que Canadá ocupa un lugar destacado a nivel mundial tanto en el intercambio comercial de bienes y servicios, como en los flujos de inversión.

Según un estudio realizado por la Oficina Canadiense de Facilitación del Comercio (TFO), Canadá es uno de los países del mundo con la más alta importación per cápita, pues ocupa el quinto lugar en el ranking mundial de importadores. (PROCOLOMBIA, 2011)

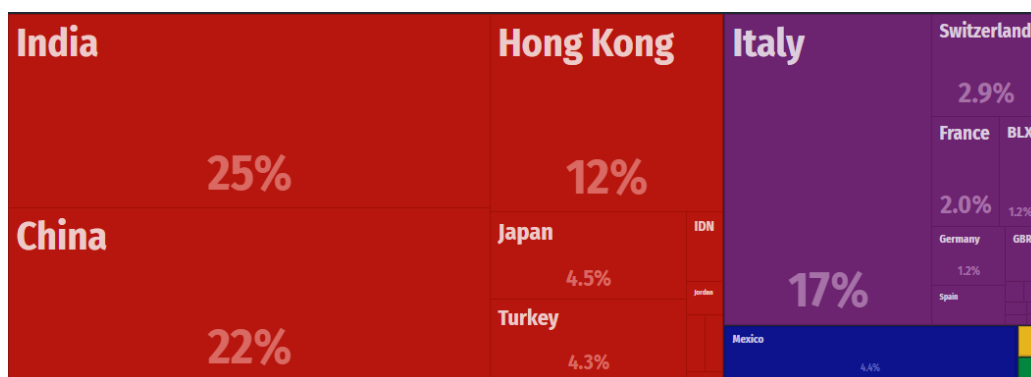


Ilustración 2 Importación Canadiense de Joyería ¿De dónde importa Canadá joyas? (The observatory of economic complexity 2018)

(El recuadro verde en la esquina inferior derecha, muestra el porcentaje anteriormente descrito)

- Estrategias de localización: La empresa seguirá ubicada en la ciudad de Bogotá como punto estratégico de fabricación, consecución de clientes y facilidad de materia prima, seguirá teniendo su sede de fabricación en la ciudad para tener un mejor control del diseño y elaboración de las piezas para que supere todas las expectativas en la comercialización internacional.

- Estrategias de entrada y permanencia: Las estrategias que se manejaran serán la exportación directa, se realizara a distribuidores de Canadá. Continuara con la exportación directa explorando mercados que Canadá tenga en conexión con otros distribuidores a otros países donde ellos tengan presencia.

- Estrategias de crecimiento: Darse a conocer mediante la comercialización de joyería y bisutería en el exterior, conformando alianzas con diseñadores de moda para que utilicen los respectivos diseños de la compañía.

La estrategia de marketing profesional sería dirigida al producto teniendo en cuenta que para acceder al mercado objetivo y alternativo es necesario presentar productos exclusivos innovadores y de excelente calidad. Creando una marca diferenciadora en el producto a exportar, utilizar la materia prima, para lograr una marca diferenciadora en los materiales de producción, brindando al mercado no solo materias primas de primera calidad sino variedad de colores. Elaborar un empaque seductor acorde al estilo de joyería y bisutería para que esto sea una marca diferenciadora. Elaborar un rotulado que cumpla con lo estipulado en la norma para comunicar y transmitir inspiración en el diseño de cada pieza, esto se hará con el fin de informar al consumidor canadiense en inglés como en francés de manera clara acerca de los elementos que lleven al comprador a una decisión de consumo.

Análisis de Posicionamiento.

El posicionamiento, es una estrategia comercial que pretende conseguir que un producto ocupe un lugar primordial, relativo a la competencia, en la mente del consumidor. En este caso se va a exportar joyería debemos buscar una recordación en los clientes. De allí que el posicionamiento hoy se encuentre estrechamente vinculado al concepto rector de propuesta de valor, que considera el diseño integral de la oferta, a fin de hacer la demanda sostenible en horizontes de tiempo más amplios.

Factores claves.

- Destacar: Es necesario que el producto sobresalga a nivel internacional y pueda ser reconocido fácilmente por el consumidor, por lo cual el producto está enfocado a la innovación y el uso de materiales y diversas técnicas, el producto ofertado colombiano que va desde piezas únicas hasta la producción a grandes proporciones en oro, plata, esmeralda, piedras preciosas y

semipreciosas, semillas, materiales autóctonos, técnicas ancestrales trabajadas en filigrana, diseños vanguardistas y clásicos precolombinos.

-Comunicar: La comunicación es quizás una de las partes más importantes al dar a conocer un nuevo producto. En este caso se va a tener una comunicación indirecta con el cliente con apoyo digital. Por lo cual se van a usar los siguientes elementos.

A) Páginas Web, la cual debe ser acoplada en idioma inglés/Francés para lograr una cobertura en todo Canadá.

B) Dominio: Se debe usar un subdominio terminando en FR y EN, ya que la percepción del cliente es que tiene más familiaridad con los productos de la compañía.

C) Respeto marca comercial: Se puede buscar una asociación con grandes superficies o empresarios, pero la filosofía será el respeto por la marca.

-Atraer: Se va a contar con elementos que permitan atraer más clientes como lo son:

- 1) Diseños únicos, tanto en la hechura como también en los materiales propuestos.
- 2) Diseños Web: Este deber ser muy creativo y diferenciador, impactar es el objetivo.

Impactar con diseño no es saturar al usuario con un montón de elementos, esto lo único que hará es distraerlo y que no siga la llamada a la acción, el objetivo principal de la web, cautivar.

-Punto de compra: Se pretende buscar un empresario independiente o una persona jurídica que tenga la capacidad de introducir este producto y distribuirlo en las boutiques o tiendas de joyerías, buscando reducir los requisitos legales, y haciendo campañas que respeten la costumbre y la cultura Canadiense.

-Sostenibilidad: El desempeño del producto al utilizarse va a afectar futuras compras de los consumidores, al igual que la lealtad hacia la marca. Por lo cual se debe garantizar un sistema de mercadeo y comunicación nos los clientes, en los cuales los diseños, deben ser innovadores y cambiantes de acuerdo a la moda, sin perder la esencia de la compañía.

Mercadeo Internacional del Producto.

La exportación indirecta, Maniobra de penetración en un mercado exterior que radica en que el exportador vende sus productos en un mercado exterior a través de intermediarios. De esta forma su implicación y también el costo de la actividad de exportación son menores que en la exportación directa, si bien los márgenes comerciales que se obtienen son menores. Entre las formas de exportación indirecta más utilizadas están los usos de importadores y distribuidores, agentes comerciales y representantes, así como compañías de trading.

Sin embargo se mantienen las siguientes políticas corporativas:

- 1) Logo publicitario, que se incluye en cualquier comunicación de la organización.
- 2) Página web que incluirá desarrollos de menú en inglés, donde se cuenta sobre los beneficios, características, componentes y toda la información sobre el producto.
- 3) Se harán pautas en web especializadas y en redes sociales.

-Segmentación demográfica:

Distribución de la población por edades en %	
Menos de 5 años:	5,3%
De 5 a 14 años:	11,0%
De 15 a 24 años:	13,3%
De 25 a 69 años:	60,5%
Más de 70 años:	9,8%
Más de 80 años:	3,9%

Ilustración 3 Distribución de la Población por Edades (<https://santandertrade.com/es/portal/analizar/mercados/Canadá/llegar-al-consumidor>)

El énfasis será vender a mujeres y hombres entre el rango de edad de 25 a 50 años. Donde se evidencia una mayor posibilidad de vender a esta población.

Se hace mención al tipo de población ya que tanto los diseños, como los mensajes publicitarios puestos en páginas web y redes sociales estarán focalizadas en esta población (así se cuenta con el empresario comprador en Canadá).

Logística del producto para ser enviado al exterior

-Empaque: Para esto se va a usar cajas estampadas con el distintivo de la compañía para cada unidad vendida.



Ilustración 4 Modelo de Empaque para Artículos de Joyería y Bisutería (<https://www.etsy.com/es/listing/492457159/>)

Costos de producción y logísticos

Costos Activos Fijos

Tabla 1 Costos Activos Fijos

Años de depreciación	Ítem	Unidades	Cantidad	Costo/unidad	Depreciación anual	Total
5	Muebles Escritorios	Unidad	3	\$ 500.000	\$ 300.000,00	\$ 1.500.000,00
5	Equipos de Computo	Unidad	2	\$ 2.000.000,00	\$ 800.000,00	\$ 4.000.000,00
5	Equipos de Oficina	Bloque	0	\$ 35.000.000,00	\$ -	\$ -
5	Flota Transporte	Unidad	0	\$ 100.000.000,00	\$ -	\$ -

Total propiedad	\$ 5.500.000,00
------------------------	-----------------

Amort. anual	Amortizables	unidades	cantidad	costo/unidad	Amort/anual	total
10	Adaptación bodega	m2	120	53000,00	636000,00	\$ 6.360.000,00
5	Repotenciación de equipos	unidades	0	2500000,00	0,00	\$ -

Total amortizables	\$ 6.360.000,00
---------------------------	-----------------

Ingresos anuales

Tabla 2 Ingresos Anuales

PRODUCTO	1	2	3	4	5
Bisutería 1	3000	3000	3000	3000	3000
Joyería 1	3000	3000	3000	3000	3000
	0	0	0	0	0

TOTAL ANUAL	6000	6000	6000	6000	6000
--------------------	------	------	------	------	------

PRECIO

PRODUCTO	1	2	3	4	5
Bisutería 1	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
Joyería 1	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00

Ingresos anuales	\$ 240.000.000,00	\$ 240.000.000,00	\$ 240.000.000,00	\$ 240.000.000,00	\$ 240.000.000,00
-------------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Costos anuales fijos y variables

Tabla 3 Costos Anuales Fijos y Variables

PRODUCTO	1	2	3	4	5
Bisutería 1	\$ 10000	\$ 10.750,00	\$ 11.395,00	\$ 11.964,75	\$ 12.503,16
Joyería 1	\$ 20000	\$ 21.500,00	\$ 22.790,00	\$ 23.929,50	\$ 25.006,33
EMBALAJE INTERNACIONAL	\$ 100,00	\$ 107,50	\$ 113,95	\$ 119,65	\$ 125,03

Costo variable anual	\$ 90.000.000,00	\$ 116.100.000,00	\$ 153.832.500,00	\$ 190.598.467,50	\$ 219.092.938,39
---------------------------------	---------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

COSTO FIJOS

PRODUCTO	1	2	3	4	5
Arriendo	14.400.000,00	15.480.000,00	16.408.800,00	17.229.240,00	18.004.555,80
Mano de obra directo	115.485.309,20	124.146.707,39	131.595.509,83	138.175.285,33	144.393.173,16
Servicios públicos	6.000.000,00	6.450.000,00	6.837.000,00	7.178.850,00	7.501.898,25
Gastos transporte interno y aeropuerto	24000000	25.800.000,00	27.348.000,00	28.715.400,00	30.007.593,00
Costos fijos	\$ 159.885.309,20	\$ 171.876.707,39	\$ 182.189.309,83	\$ 191.298.775,33	\$ 199.907.220,21

Embalaje.

Se hará en cajas de cartón estandarizadas en peso y con los distintivos solicitados a nivel internacional.

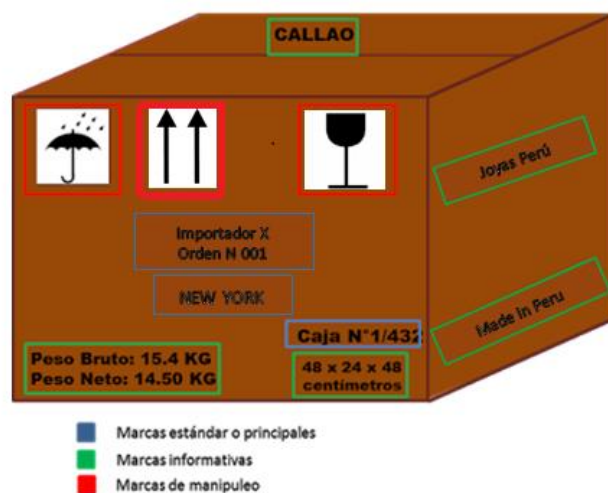


Ilustración 5 Caja Estandarizada para el Empaque de Joyería y Bisutería

-Transporte Local: Se contempla valor de rodamiento y servicio de transporte local para llevar los insumos de la joyería a Bogotá, se tiene en cuenta que la mercancía se llevara a las instalaciones para su tratamiento, embalaje y pruebas de producción.

-Transporte Internacional: Se contemplan los gastos al aeropuerto El Dorado, lugar en el cual se exportara la joyería o bisutería a su lugar de destino, por esta razón no se contemplan gastos de transporte, embalaje y seguros internacionales.

-Seguro: Se debe asegurar la mercancía en el transporte hacia el aeropuerto El Dorado, esto se debe a su alta cuantía y como práctica del comercio internacional.

Incoterm FCA: El vendedor se compromete a entregar la mercancía en un punto acordado dentro del país de origen, que pueden ser los locales de un transitorio, (en este caso se habla del aeropuerto internacional El Dorado). Se hace cargo de los costes hasta que la mercancía está situada en ese punto convenido, además del seguro.

Valor agregado en el proceso de internacionalización

-Diseño: Se usara como recurso, las técnicas de diseño desarrolladas en la nación desde hace tiempo, para citar un ejemplo se utilizara la filigrana que es la unión de hilos y puntos. Estas artesanías de alta calidad se realizan con finos alambres de plata después del proceso de estirar, torcer y aplanar el metal. Sin embargo, siempre se estará actualizando con las tendencias mundiales que el diseño sea distintivo en los productos.

-Exclusividad: Se ofrecerá exclusividad en los diseños, materiales y en la publicidad, se pretende que los clientes se sientan identificados, y permitan generar recompra, por lo cual se conservara la marca y se dará continuidad con campañas web y en redes sociales.

Conclusiones y recomendaciones

El estudio refleja la viabilidad financiera y las bondades que trae a una compañía la exportación en su incremento de ingresos. El tema del cambio de divisas permite a un país que no incremente sus gastos y costos obtener una rentabilidad más alta en sus transacciones. El estudio refleja que no son significativos los incrementos en los costos fijos de producción. Ni los gastos de nómina y administración, por lo cual el beneficio de tipo de cambio es mayor.

Aunque para el ejercicio se hicieron los cálculos de envío desde el aeropuerto internacional El Dorado, en la medida en que la empresa conozca y se habituó a realizar exportaciones de forma regular podría asumir más responsabilidades y entregar la mercancía en el país de compra. Sin embargo la medida de entregar la mercancía en el aeropuerto permite ir incorporando más obligaciones en un futuro no muy lejano.

Es importante mencionar que para asegurar se va a recurrir como medio de pago a la carta de crédito y el banco elegido es Scotiabank, al tener sucursales en ambas Naciones.

Una carta de crédito básicamente es una orden de pago a nombre de un comprador o importador para que la entidad bancaria pague la mercancía o bienes que el mismo está adquiriendo de un vendedor o exportador, el cual es el beneficiario de la carta de crédito. De esta manera, el beneficiario asegura su pago y el cliente utiliza al banco como intermediario de la operación, pudiendo o no adquirir una responsabilidad de pago con el emisor.

Link video de exposición del Proyecto

Opción de grado-Modelo de negocio comercialización joyería y bisutería a Canadá.

Referencias:

Relaciones entre Canadá y Colombia. (s.f.). Recuperado 8 octubre, 2019, de https://www.canadainternational.gc.ca/colombia-colombie/bilateral_relations_bilaterales/index.aspx?lang=spa

La gran apuesta de la industria colombiana de la joyería y bisutería. (2018, 18 enero). Recuperado 1 octubre, 2019, de <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/panorama-de-la-industria-de-joyeria-y-bisuteria-en-colombia/254275>

Calculate Shopping Rates | FedEx. (s.f.). Recuperado 14 octubre, 2019, de <https://www.fedex.com/en-us/online/rating.html>

Joyería y bisutería colombiana con potencial de exportación. (s.f.). Recuperado 11 octubre, 2019, de <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/bisuteria-y-joyeria/joyeria-y-bisuteria-colombiana-con-potencial-de-exportacion>

Relaciones entre Canadá y Colombia. (s.f.). Recuperado 3 octubre, 2019, de https://www.canadainternational.gc.ca/colombia-colombie/bilateral_relations_bilaterales/index.aspx?lang=spa

Joyería y bisutería colombiana con potencial de exportación. Recuperado 11 noviembre, 2019, de <https://procolombia.co/actualidad-internacional/bisuteria-y-joyeria/joyeria-y-bisuteria-colombiana-con-potencial-de-exportacion>

Canadá: llegar al consumidor. Recuperado 03 diciembre, 2019,

<https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/canada/llegar-al-consumidor>

-Proexport Colombia. 2013. Perfil de logística desde Colombia hacia Canadá. Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones. Recuperado 04 diciembre, 2019,

<http://www.mincit.gov.co/getattachment/72d0d8f8-bc35-4496-b7a2-383d2cb6992f/Canada.aspx>

- A Canadá hay que sacarle más el jugo. Los productos colombianos que Canadá puede catapultar. Revista Dinero. Recuperado 08 diciembre, 2019.

<https://www.dinero.com/economia/articulo/canada-esta-mas-interesada-productos-colombianos/183481>