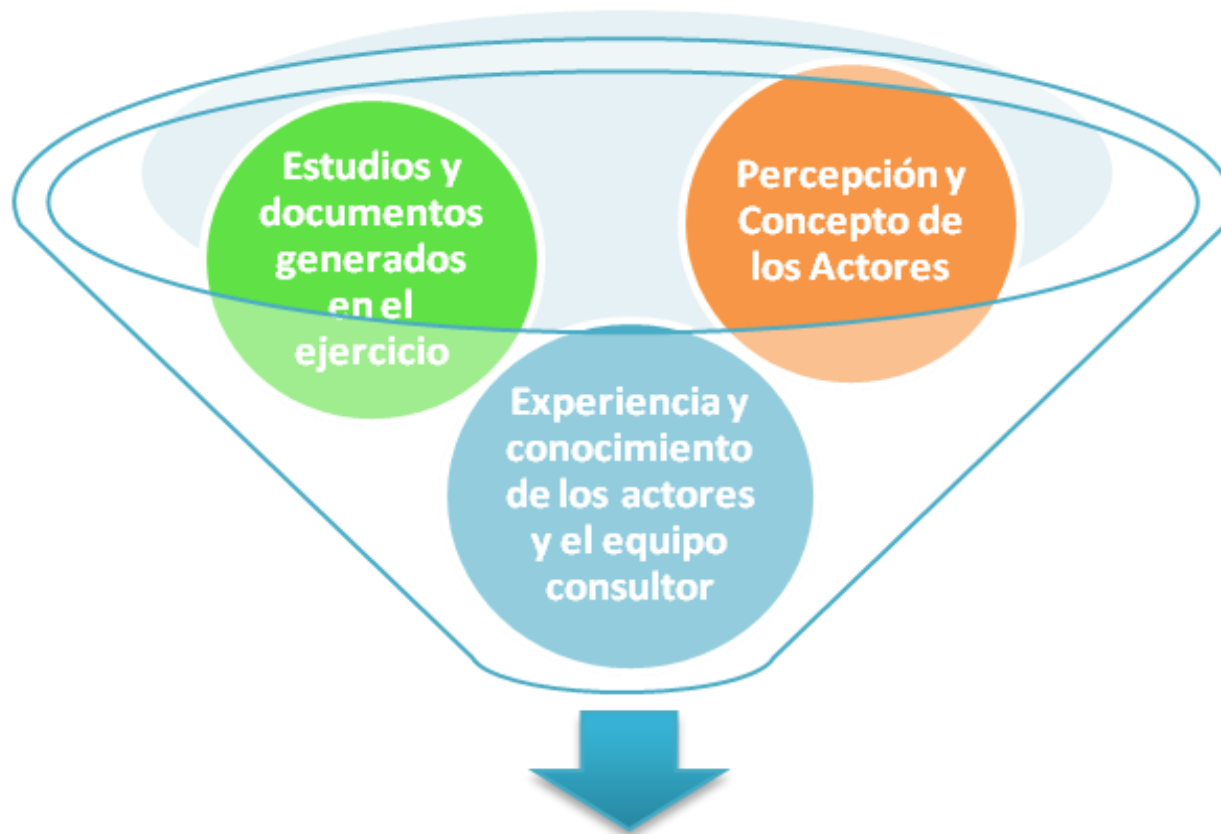


COMISIÓN REGIONAL DE COMPETITIVIDAD SANTANDER COMPETITIVO

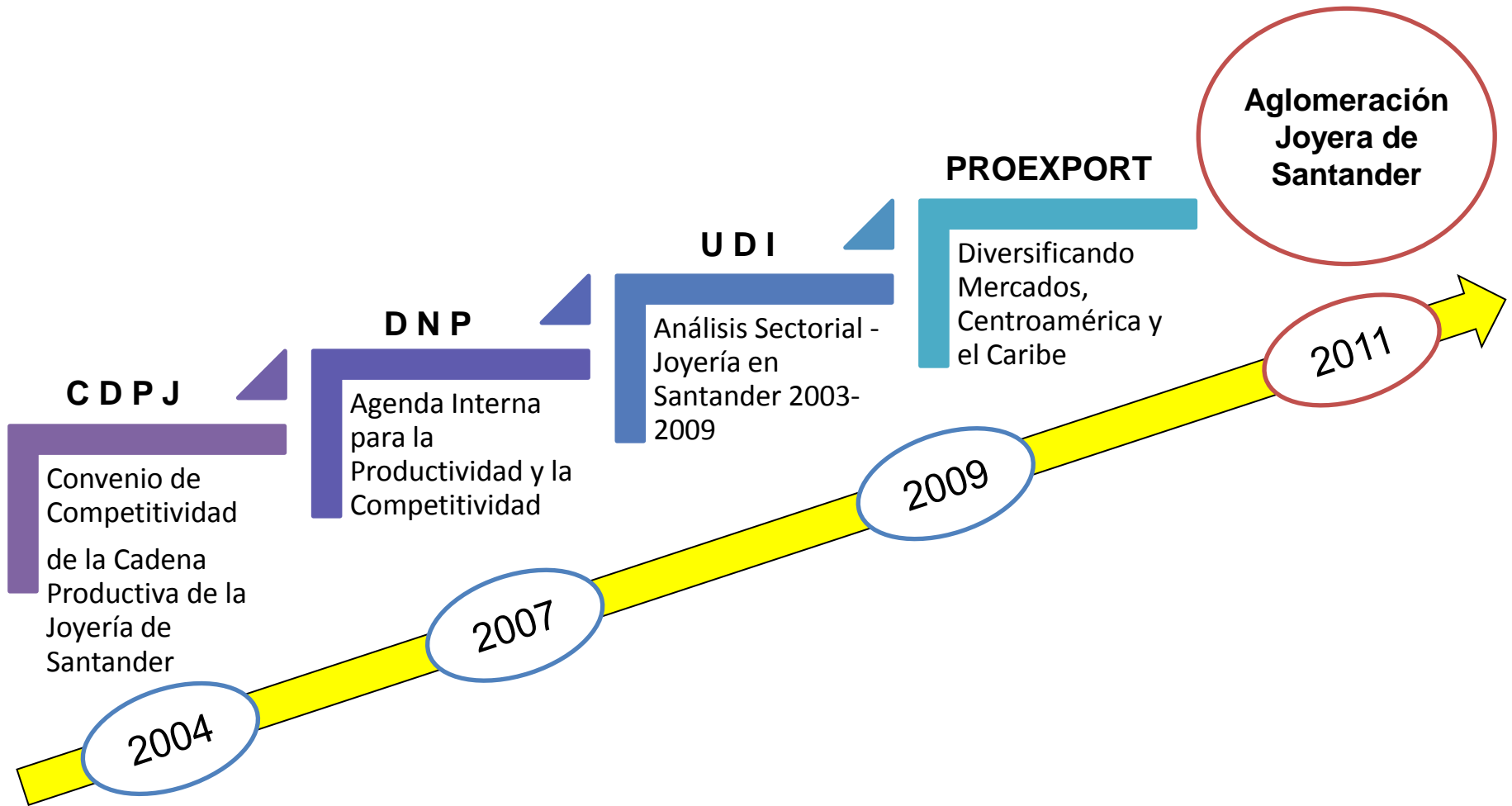
Aglomeración Joyera de Santander

Bucaramanga, agosto 11 de 2011



**Análisis Interno /Externo y
Recomendaciones de Estrategia para
la Aglomeración de Joyería
Santandereana**

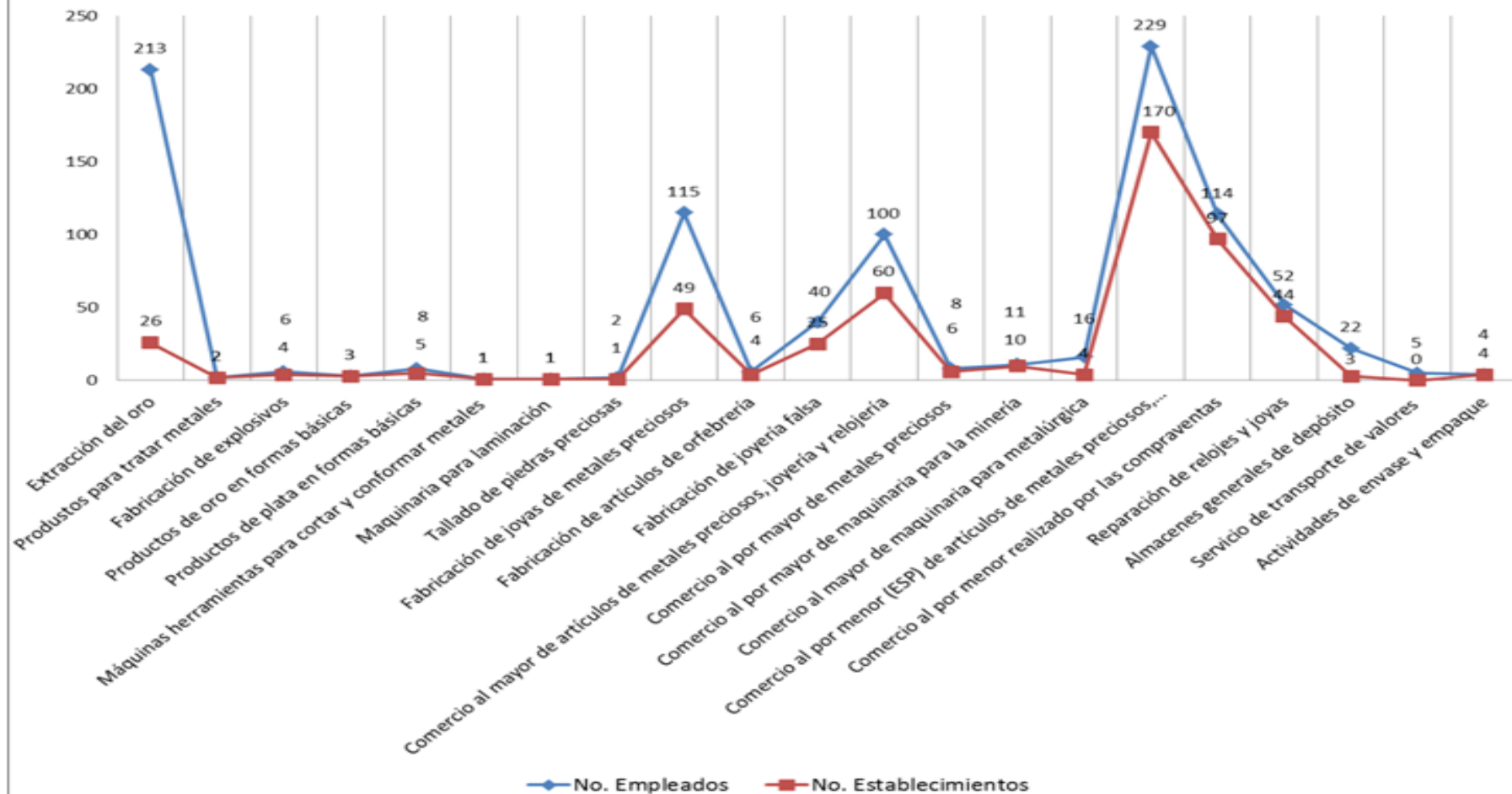
1. ANTECEDENTES



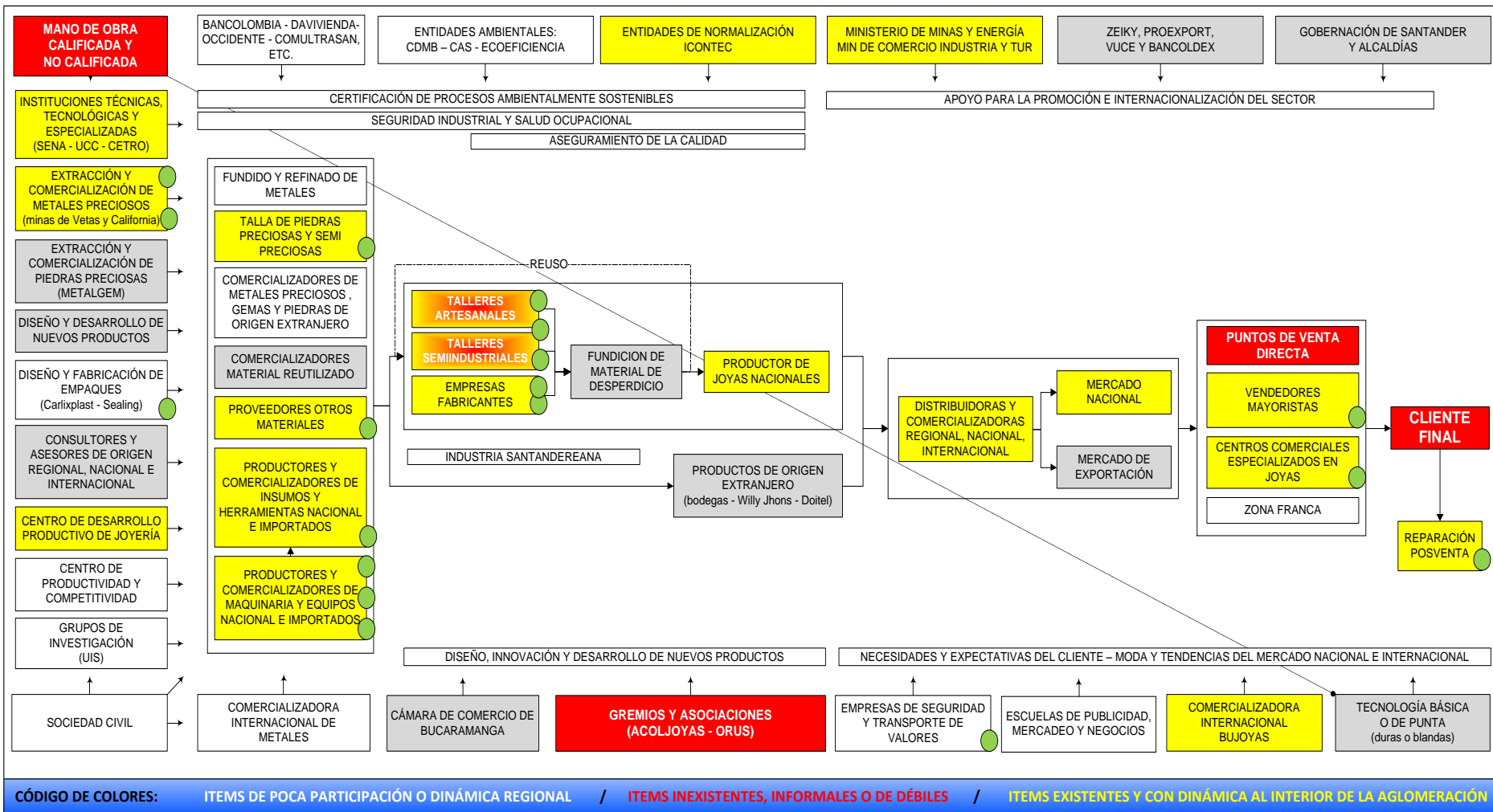
Línea de Tiempo

1. ANTECEDENTES

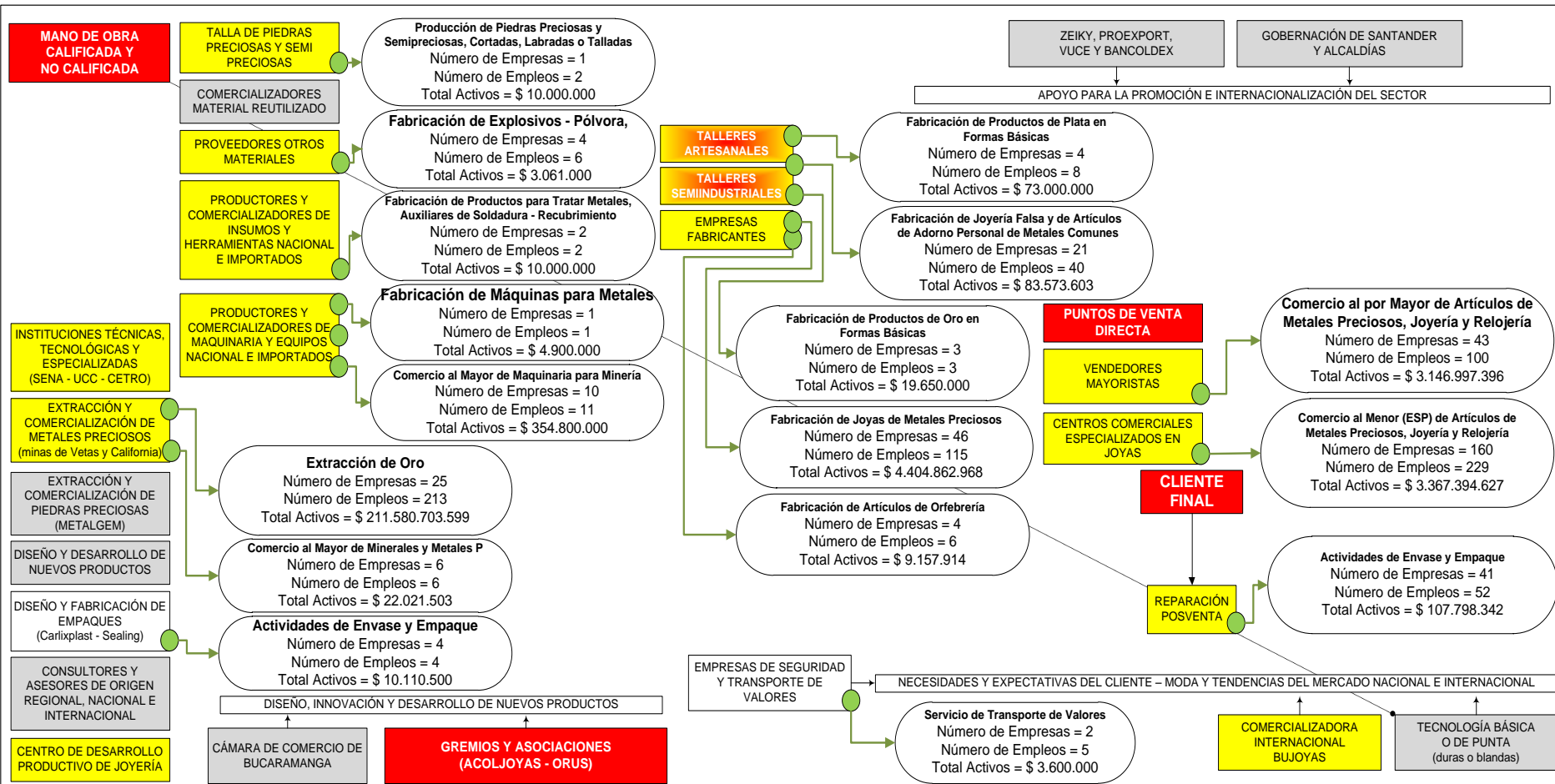
ESTABLECIMIENTOS VS. EMPLEOS POR ACTIVIDAD



2. MAPA DE ACTORES



2. MAPA DE ACTORES



CÓDIGO DE COLORES: ITEMS DE POCA PARTICIPACIÓN O DINÁMICA REGIONAL / ITEMS INEXISTENTES, INFORMALES O DE DÉBILES / ITEMS EXISTENTES Y CON DINÁMICA AL INTERIOR DE LA AGLOMERACIÓN

3. PRINCIPALES RESTRICCIONES

ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD ENTRE EMPRESAS

- Costo Talento Humano Calificado (+)
- Acceso a Consultores y conocimiento especializado (+)
- Reconocimiento marca (-)
- Mercado Atomizado (-)
- Informalidad (-)
- Competidores de tamaño mediano - grande.
- Crecimiento moderado de la industria (-)
- Reputación Producto (+ / -)
- Normatividades e impuestos (-)
- Individualismo, desarticulación (-)

CONDICIONES DE LOS FACTORES

- Producción Nacional de materiales y piedras preciosas y semipreciosas (+)
- Ubicación Geográfica (+)
- Bajos índices de pobreza extrema en Bucaramanga (+)
- Infraestructura de comunicaciones (+)
- 50,9% de la población santandereana son mujeres (CENSO 2005)(+)
- Cobertura Educación Superior (+)
- Capacidades en investigación y desarrollo (+)
- Formación técnica y tecnológica en disciplinas relativas a la joyería.(+)
- Tradición y capacidades únicas artesanales (+)
- Capital Relacional (+)
- Disponibilidad de talento humano capacitado para fabricación (-)
- Disponibilidad de Recursos Financieros (-)
- Baja accesibilidad a materias primas (-)
- Logística : Distribución, transporte, almacenaje (-)
- Estandarización Producto (-)
- Capacidades en Diseño (-)
- Protección Intelectual (-)
- Desigualdad apropiación tecnológica (-)

CONDICIONES DE LA DEMANDA

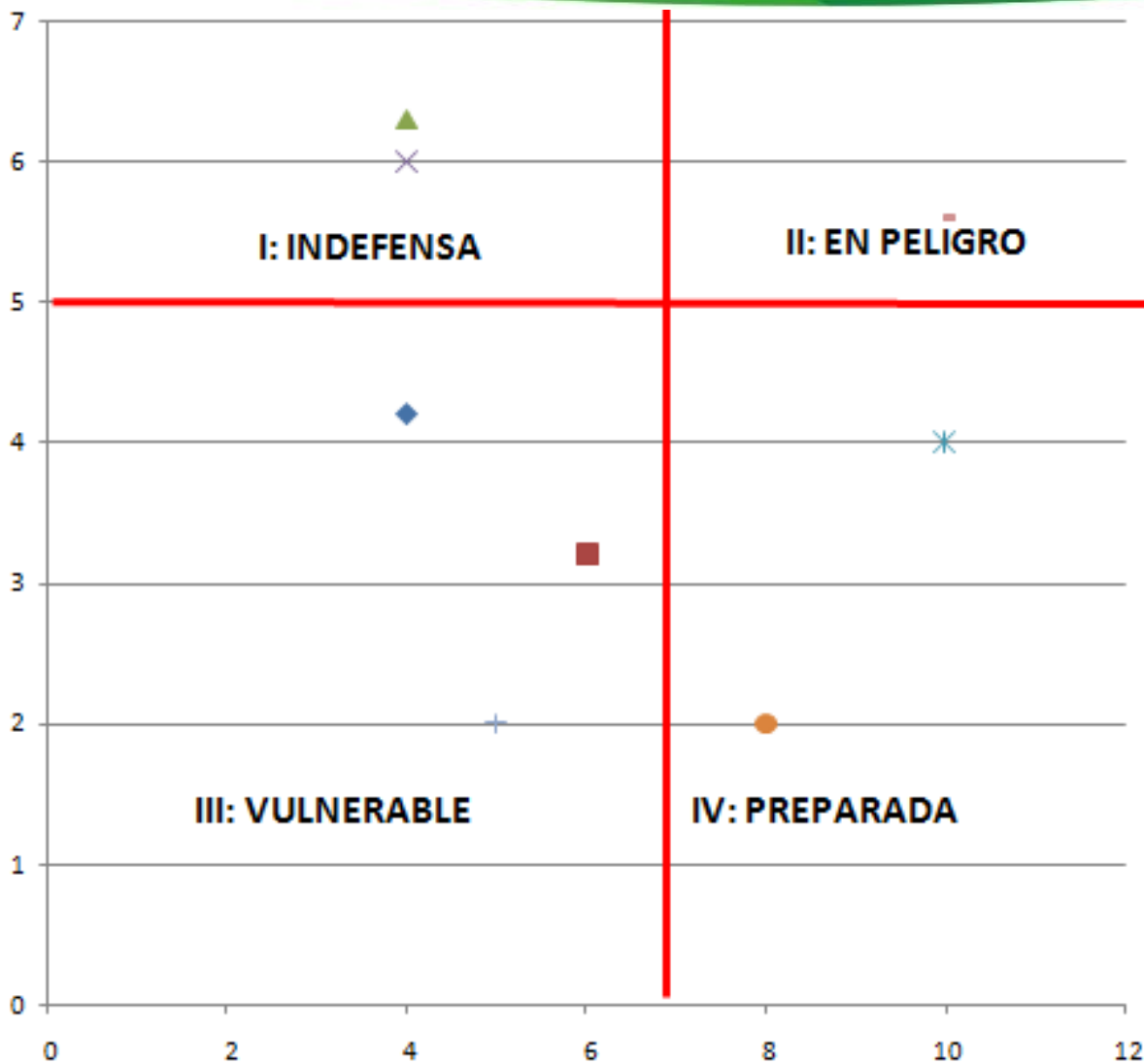
- Afinidad por productos con alto contenido artesanal (+)
- Consumidores exigentes social y ambientalmente (+)
- Consumidores informados (-)
- Poder de negociación alto (-)
- Interacción cliente / empresa (-)
- Internacionalización (-)
- Alto poder de los compradores mayoristas (-)

SECTORES AFINES Y AUXILIARES

- Institucionalidad de soporte (+)
- Disponibilidad industrias creativas, gráficas, diseño (+)
- Desarrollo de software (+)
- Seguridad (-)
- Desarticulación de actores(-)
- Disponibilidad y calidad de proveedores (-)
- Duplicidad de Iniciativas (-)

3. PRINCIPALES RESTRICCIONES

Impacto de Amenaza x Probabilidad de Ocurrencia

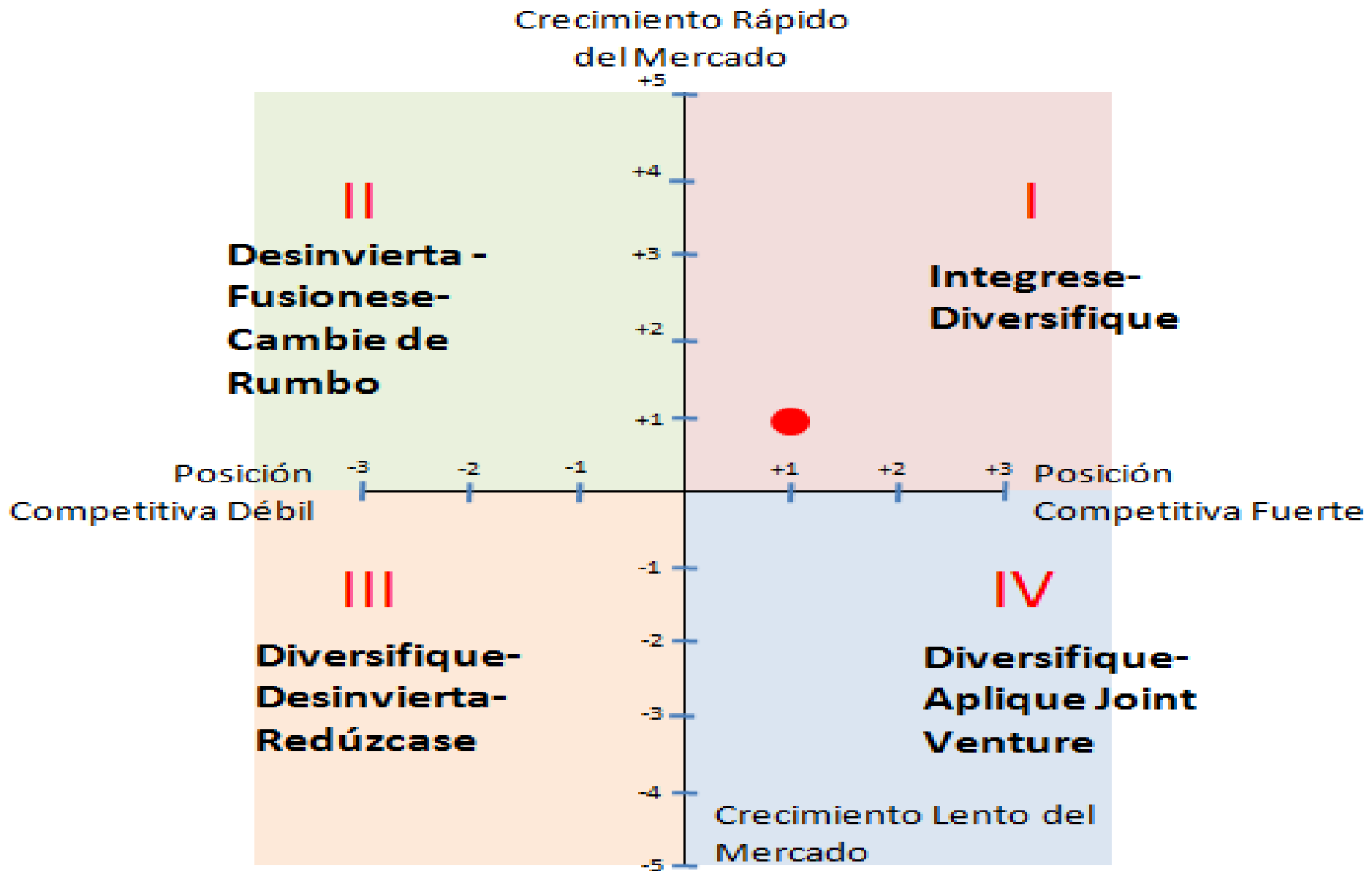


- ◆ Unidades empresariales
- Talento humano con habilidades artesanales
- ▲ Materia Prima
- × Capital de Trabajo
- * Mercado
- Certificación y calidad de productos
- + Medio Ambiente
- Alianzas

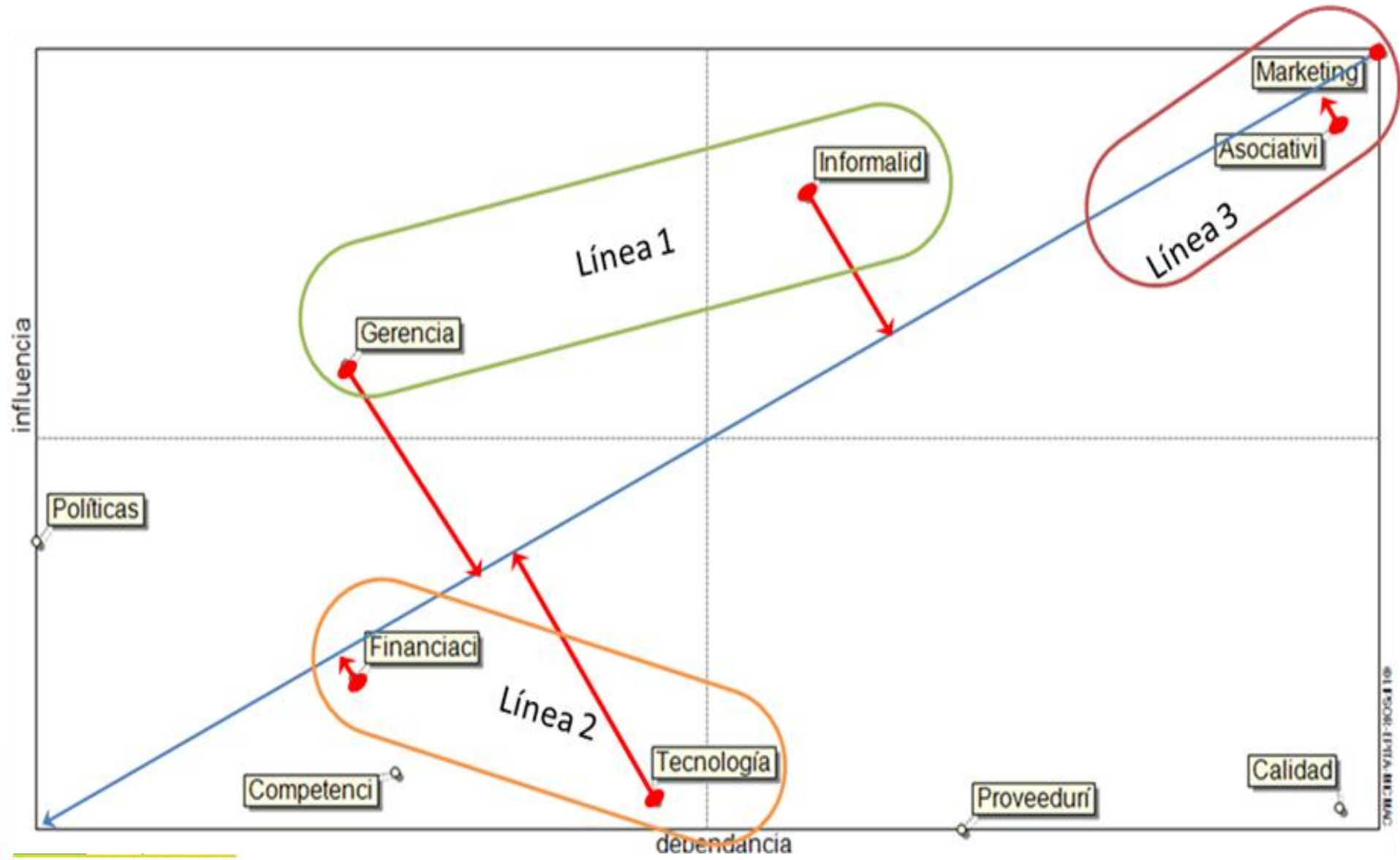
Capacidad de Reacción



4. ¿Qué Hacer? - Plan de Acción



4. ¿Qué Hacer? - Plan de Acción



4. ¿Qué Hacer? - Plan de Acción

FASE 1	GENERAR UNA DINÁMICA ASOCIATIVA (AGLOMERACIÓN) EN VEINTE (20) EMPRESAS JOYERAS DE SANTANDER, BASADA EN LA FORMACIÓN, ASESORÍA, GESTIÓN DE ALIANZAS Y ACUERDOS CONJUNTOS DE NEGOCIACIÓN
CÓDIGO	ACCIONES
A01	Formar mediante la práctica (actualización), en: principios y valores de la administración; responsabilidades legales; tributarias; laborales; comerciales y marketing; financieras; planeación y operación; relaciones con el entorno y Logística.
A02	Asesorar y acompañar la implementación de los principios adquiridos en los procesos de formación (específica para cada empresario).
A03	Diseñar, estructurar e implementar una política de buen gobierno de la asociación (nueva o existente) para la operación de iniciativas de comercio, producción, mercadeo, entre otras de manera conjunta que incluya el cumplimiento de normas de calidad.
A04	Generar alianzas estratégicas con diversas entidades al interior del sector y externas que permitan su fortalecimiento, definiendo sus roles y responsabilidades.
A05	Firmar acuerdos conjuntos (asociación) de compras o negociación de insumos, materias primas, herramientas, equipos, etc.

4. ¿Qué Hacer? - Plan de Acción

FASE 2	DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LA AGLOMERACIÓN EMPRESARIAL JOYERA EN SANTANDER, MEDIANTE LA GENERACIÓN DE CAPACIDADES TECNOLÓGICAS Y LA PUESTA EN MARCHA DE UN MODELO DE COMERCIALIZACIÓN CONJUNTA
CÓDIGO	ACCIONES
A01	Diseñar planes de mejoramiento técnico y tecnológico para veinte (20) empresas pertenecientes a la asociación a través de la evaluación de capacidades y necesidades a nivel tecnológico, de proceso y de producto.
A02	Gestionar recursos de crédito, cofinanciación o donación para adquirir equipos o herramientas que mejoren la productividad de las empresas y/o la calidad de los productos.
A03	Desarrollar una (1) asesoría técnica especializada para fortalecer los procesos de producción y acabado de productos.
A04	Estructurar un acuerdo legal que defina los esquemas de producción y comercialización conjunta de productos, así como de los beneficios y responsabilidades de cada uno de los actores vinculados.
A05	Diseñar y registrar una marca región con un manual de imagen concertado y validado por todos los actores vinculados a la estrategia de identidad del sector joyero de Santander.
A06	Desarrollar un (1) estudio de mercado y tendencias de moda que soporte el desarrollo de (2) nuevas colecciones a promocionarse a través de una (1) campaña publicitaria por medio impreso y virtual con el objetivo de posicionar los productos de la marca región y captar nuevos clientes.

4. ¿Qué Hacer? - Plan de Acción



MUCHAS GRACIAS

santandercompetitivo@camaradirecta.com
www.santandercompetitivo.org