



LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

**Plan de exportación piezas de joyería con Talavera Poblana para la
empresa Trimori Joyería de Autor a Colombia, para obtener la
Doble Titulación entre BUAP/ USTA**

Presenta: María Camila Montañez Barrera

Director del Plan de Exportación: Dr. Emilio. A Calderón Mora

Puebla, México a 30 de noviembre de 2023.



Resumen ejecutivo

Trimori Joyería de Autor, una firma reconocida por su calidad y originalidad en el diseño de joyas, ha llevado a cabo una investigación de mercado para fortalecer su posición en la industria. Los resultados destacan la sólida percepción de la marca, respaldada por la apreciación de los clientes hacia la artesanía única de sus creaciones. La investigación sugiere oportunidades estratégicas, como la expansión de productos personalizados para satisfacer la creciente demanda de experiencias únicas. Con estos hallazgos, Trimori está bien posicionada para consolidar su liderazgo en el mercado de joyería de autor, enfocándose en la innovación y la conexión personalizada con sus clientes.

La empresa ha planeado producción de joyas plata 9.25, piedras semipreciosas, con talavera poblana como posicionamiento de materias complementarias a los diseños exclusivos de autor, respondiendo a la demanda actual y de innovación de los clientes potenciales.

Se ha llevado a cabo una investigación de mercado con el propósito de analizar la demanda potencial de joyas elaboradas con la técnica de Talavera. La focalización principal se dirige hacia un mercado específico, centrando la atención en mujeres y hombres como segmentos receptores y potenciales compradores de estas joyas. Este mercado objetivo se localiza específicamente en Bogotá, Colombia.

En la búsqueda de consolidarla presencia de Trimori en el mercado internacional, donde se destaca por la producción exclusiva de joyería de autor en cantidades limitadas, se han desarrollado estrategias específicas de penetración del mercado para satisfacer el nicho de consumidores. La estrategia se centra en la implementación de tácticas de comercialización y promoción que no solo resalten la singularidad, sino que también permitan a los mercados detectar las oportunidades, en búsqueda de estas características se adecuan diversas estrategias de penetración como su envió de piezas a minoristas y por medio de canales electrónicos; así mismo estrategias de promoción que den a conocer la particularidad del producto.

TABLA DE CONTENIDO

1.	<i>Estado de la empresa</i>	5
1.1	Organigrama	6
1.1.1	¿Quiénes somos?	6
1.1.2	Misión.....	7
1.1.3	Visión.....	7
1.1.4	Logo.....	7
1.1.5	Valores.....	8
1.2	Matriz FODA.....	8
1.2.1	Matriz CAME	9
1.3	Objetivos y Metas de Internacionalización	10
1.3.1	Objetivo General de Internacionalización	11
1.3.3	Metas de internacionalización	11
2.	<i>Productos a Internacionalizar</i>	12
2.1	Ficha técnica	12
2.2	Valor agregado	13
3.	<i>Aspecto técnico</i>	15
3.1	Capacidad de producción.....	15
3.2	Control de calidad.....	18
3.3	Envase.....	19
3.3.1	Etiquetado.....	21
4.	<i>Mercado</i>	23
4.1	Análisis del mercado Colombiano.....	23
4.1.1	Políticos	23
4.1.2	Económicos	25
4.1.3	Sociales.....	26
4.1.4	Legal	27
4.2	Situación actual.....	28
4.3	Nicho de Mercado	30
4.4	Potencial de venta canal de distribución.....	31
4.4.1	Características demográficas	31
4.5	Canal de distribución	35
4.5.1	Envío a minorista en Colombia	38
4.6	Acceso al mercado: barreras arancelarias y no arancelarias.....	40
5.	<i>Estrategias de comercialización</i>	42
5.1	Incoterm DDP (Delivered Duty Paid)	42

5.2 Precio de Venta Internacional hacia Colombia	42
5.3 Estrategia de promoción	44
5.3.1 Relaciones Públicas (Eventos y ferias internacionales)	44
5.3.2 Marketing directo (Estrategia en punto de venta)	46
5.3.4 Estrategia de publicidad.....	47
6. <i>Conclusión</i>	50
7. <i>Referencias</i>	51

1. Estado de la empresa

En el año 2017, Angela Loaiza quién es la diseñadora y autora crea “Trimori Joyería de Autor” que comprende su significado de “tres amores”.

Desde su creación Trimori Joyería de Autor es una empresa dedicada al diseño y fabricación de joyería fina, elaboradas con Talavera Poblana certificada, esto quiere decir las piezas cumplen con los estándares establecidos y que se producen de acuerdo con las tradiciones históricas este título se otorga a través del Consejo Regulador de la Talavera. La certificación es un distintivo importante que ayuda a los consumidores a identificar y valorar las piezas auténticas de Talavera Poblana. Además de la utilización de otros materiales como plata.925 y diferentes piedras semipreciosas, en cada una de sus piezas resalta su inspiración, diversidad de los pueblos y la riqueza mexicana (Trimori Joyería, 2023)

Las piezas de joyería creadas con talavera poblana, la hacen un mercado distintivo por proceso de producción y diseño en cerámica artesanal, este cuenta con denominación de origen propiamente de las más distinguidas tradiciones artesanales. El objetivo de su diseño es exaltar las virtudes de la mujer actual, su sofisticación, su fuerza y orgullo por su etnicidad.

Su innovación constante del diseño y elaboración, producción y venta de colecciones busca diferentes inspiraciones en las cuáles se sigue identificando su producto base; la talavera.

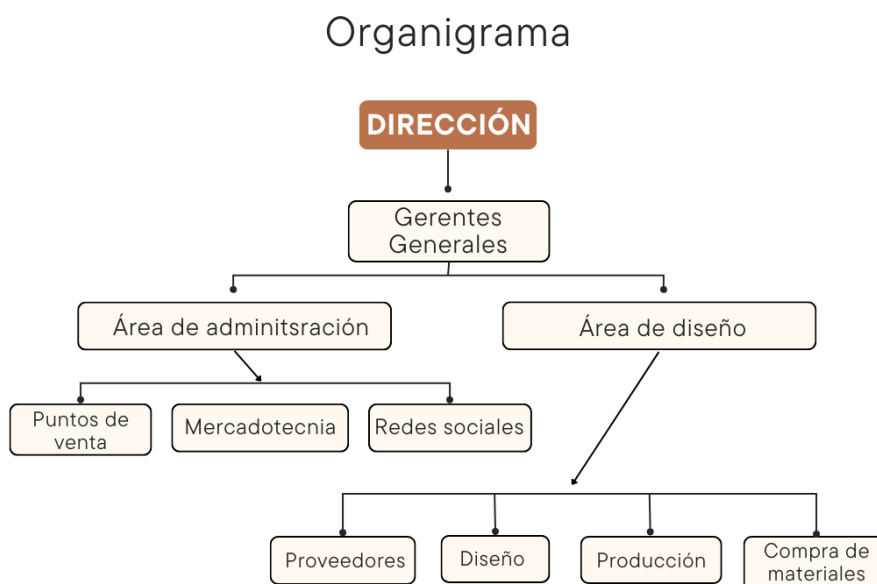
Actualmente la empresa cuenta con grandes participaciones a nivel local e internacional, como es el proyecto “Mis aficiones mis manos” con la exposición de una pieza en el Museo del Palacio en Saltillo Coahuila en el año 2021, a nivel internacional en el concurso de “Reina internacional de los Mares y el Turismo en Costa Rica con la participación de Linda Torres, viaja a Costa Rica para representar a México y el Estado de Puebla en el Certamen Reina Internacional en el año 2019, participación en Intermoda No 75 en el año 2021, una de las ferias más importantes de Latinoamérica (Trimori Joyería, 2023)

Además de participaciones en eventos y ferias en Cancún 2021, Ciudad de México 2021, Puebla 2018, Fundación Juan Camilo Mouriño Campeche 2019. Cabe mencionar que Trimori Joyería de Autor ha participado en internacionalización de sus productos a través de asociaciones a través de Joyeros MX y Mubri Internacional el cual pertenece a concursos en España (Trimori Joyería, 2023)

1.1 Organigrama

Figura 1

Organigrama empresarial de Trimori Joyería de Autor



Nota. Fuente elaboración propia con datos de la empresa de Trimori Joyería de Autor.

La figura 1 explica la el organigrama general de Trimori Joyería de Autor, compuesto por el gerente general, el área de administración, área de diseño .

1.1.1 ¿Quiénes somos?

Trimori en una empresa dedicada a la producción de piezas de joyería que fusiona elegancia y tradición. Empresa fundada en el año 2017 por Angela Loaiza, estas piezas de joyería están elaboradas con talavera poblana cerámica artesanal, también conocida como mayólica, que ostenta una prestigiosa denominación de origen debido a su destacada tradición en México. En Trimori Joyería, se esfuerza por combinar la artesanía tradicional con la visión contemporánea, creando joyería que no solo adorna, sino que también narra historias y celebra la belleza diversa de la mujer. Únase a nosotros en este viaje de elegancia, tradición y empoderamiento a través de nuestras piezas de joyería únicas y significativas.

1.1.2 Misión

Trimori Joyería de Autor es una empresa dedicada al diseño, fabricación y comercialización en el mercado local e internacional de joyería fina elaborada principalmente Talavera Poblana certificada, piezas en plata, piedras semi preciosas, entre otras, provenientes de varias regiones situadas en México, su diseño único, exclusivo e innovador le permite el reconocimiento de ser catalogada una empresa propiamente artesanal.

1.1.3 Visión

Posicionarse como una de las mejores marcas en producción y comercialización de joyería de autor, a nivel nacional e internacional, manteniendo una ilustración artesanal propiamente mexicana que satisfaga los deseos y necesidades de los clientes, a través de la representación de la cultura poblana.

1.1.4 Logo

Figura 2

Logo de Trimori Joyería de Autor



La flor de bougainvillea, también conocida como buganvilla o trinitaria, destaca por sus vibrantes colores y extraordinaria belleza. Sus tonos intensos, especialmente en variantes como el fucsia, sugieren una simbología ligada a la pasión y vitalidad, mientras que su elegancia y encanto hacen de esta flor un símbolo de belleza. Además, la bougainvillea puede evocar sentimientos de amor y afecto. En resumen, esta flor no solo cautiva con su esplendor visual, sino que también transmite significados que van más allá de su apariencia, conectando con emociones y simbolismos diversos.

Trimori su tipografía da una sensación de movimiento, sencillo y sofisticado con su significa “tres amores”.

1.1.5 Valores

-Autenticidad: Se distingue por ofrecer diseños únicos y originales en sus piezas de joyería, esto puede conferir autenticidad a la marca. La singularidad de los diseños contribuye a la identidad distintiva de Trimori.

-Artesanía y calidad: la marca se compromete con altos estándares de artesanía y utiliza materiales de alta calidad en la fabricación de sus joyas, esto puede respaldar la autenticidad al transmitir un compromiso con la excelencia y la durabilidad.

-Innovación: La marca se mantiene a la vanguardia de las tendencias y la innovación en el diseño de joyas, esto puede demostrar una autenticidad dinámica y un compromiso con la evolución creativa.

1.2 Matriz FODA

Tabla 1

Matriz FODA empresa Trimori Joyería de Autor

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
-Capacidad de diseño creativo y original con joyería denominación de origen (talavera poblana). -Acceso a materiales de alta calidad -Personal capacitado para el desarrollo de la joyería. -Buena reputación en el mercado y reconocimiento de la marca. -Gama de productos, abarcando diferentes estilos y precios. -Ubicación favorable considerando a Puebla como una zona comercial y turística. -Participación en ferias internacionales y nacionales.	-El consumo de joyería ha aumentado en los últimos años en Colombia. -Producción sostenible, atracción de consumidores conscientes del medio ambiente. -Digitalización del comercio. -Colaboración con empresas locales o internacionales. -La joyería poblana por su enfoque artesanal y auténtico es atractiva para los consumidores colombianos. -Participación en ferias de artesanía y eventos culturales. -Piezas únicas y exclusivas. -Tratados comerciales.

DEBILIDADES	AMENAZAS
-Falta de experiencia en exportación. -La planeación de los productos no se realiza con anticipación. -No hay un informe de los productos en cantidades, volúmenes o capacidad. -Las ideas de nuevos productos no se concretan por esto no pueden llevarse a cabo. -La joyería poblana no es reconocida fuera de México, puede dificultar su aceptación.	-Presencia de joyerías locales colombianas. -Tendencia de gustos de los consumidores pueden cambiar con el tiempo. -Las tasas de cambio pueden ser fluctuantes. -Nuevos competidores que ofrezcan productos similares. -Poder adquisitivo de los consumidores bajo. -Inestabilidad económica en el país receptor.

1.2.1Matriz CAME

Tabla 2

Matriz CAME empresa Trimori Joyería de Autor

FACTORES NEGATIVOS	FA	DA
	-El diseño original y creativo sumado a una denominación de origen puede representar oportunidades de establecer colaboraciones con otras marcas en el mercado. -La presencia de nuevos competidores puede impulsar a sacar nuevas líneas de productos, diseños además de satisfacer con el precio las preferencias de los consumidores.	-Fortalecer la capacidad de logística e innovación en la producción de piezas de joyería con talavera poblana. -Aprovechamiento creativo, las ideas internas de su equipo pueden fomentar la innovación interna. - Identificar las tendencias de consumo con el fin de aumentar la producción de las piezas más solicitadas.

	-Participación en ferias internacionales y nacionales como una plataforma para diversificar el mercado y no depender solo de uno.	
FACTORES POSITIVOS	FO -Destacar la habilidad y experiencia, a través de técnicas tradicionales e incorporación de innovaciones modernas que combinan lo tradicional con la innovación. -Expansión en el mercado colombiano a través de la digitalización del comercio, utilizando plataformas de comercio electrónico, redes sociales y estrategias de marketing.	DO -Mejorar los conocimientos en exportación. -Identificar segmento de mercado que tengan afinidad con la joyería poblana.

1.3 Objetivos y Metas de Internacionalización

Trimori Joyería de Autor busca la internacionalización por diversas razones estratégicas. La expansión a nuevos mercados permitiría a la marca acceder a audiencias internacionales interesadas en joyería única, aumentando así las ventas y la visibilidad global además, la diversificación de mercados reduce la dependencia de una única región y mitiga riesgos económicos. La internacionalización, aunque presenta desafíos, puede brindar a Trimori oportunidades de crecimiento, desarrollo de alianzas estratégicas y economías de escala en la producción y distribución de sus exclusivas creaciones joyeras.

1.3.1 Objetivo General de Internacionalización

Evaluar las perspectivas en el sector de la joyería mexicana hacia un nicho de mercado colombiano, mediante la adaptación de estrategias de mercado y así incrementar las ventas.

1.3.2 Objetivos específicos

- Analizar el comportamiento del mercado colombiano, tendencias de consumo, gustos y preferencias, así como la adaptabilidad del producto.

1.3.3 Metas de internacionalización

- Participar en ferias y eventos internacionales con el propósito de exponer los productos y establecer relaciones comerciales con potenciales socios en mercados extranjeros en un periodo de un año.

- Posicionar como una marca reconocida en el mercado colombiano, por su adaptación de diseños, innovación y calidad en un año.

- Desarrollar una cadena de distribución eficiente que permita la venta de productos a nivel internacional como un objetivo medible de un año.

- Reducir costes en transporte, almacenamiento y distribución en el proceso de exportación, en el cuál Trimori se concentre en desarrollarlos en un año.

2. Productos a Internacionalizar

Trimori Joyería de Autor comercializa piezas de joyería que incluyen collares, anillos, pulseras, aretes, mancuernillas. Estas piezas están elaboradas con incrustaciones de piezas de talavera, utilizando materiales de alta calidad como Plata 9.25, perlas y otros elementos. Cada joya refleja la artesanía mexicana y la elegancia única que caracterizan a Trimori, ofreciendo una expresión distintiva de la belleza y la creatividad en cada diseño de autor; Se fabrican mensualmente 50 piezas de joyería de autor, seleccionando 10 diseños que se reproducirán en 5 variantes distintas para cada pieza.

En la tabla 3 evidencia la ficha técnica de Trimori Joyería de Autor de acuerdo a su descripción y productos.

2.1 Ficha técnica

Tabla 3

Ficha técnica empresa Trimori Joyería de Autor

Nombre del producto	Joyería de Autor	Marca	Trímori Joyería de Autor
Descripción	Se diseñan collares, anillos, pulseras y aretes con incrustaciones de piezas de talavera. Estas piezas se elaboran con plata de ley 925 y se les realiza el montaje correspondiente.		
Diseño	La empresa Trimori Joyería de Autor produce sus artículos hechos con talavera en respuesta a la demanda, enfocándose en cantidades limitadas. Esto se debe a que cada pieza está vinculada al nombre del autor y la marca; se tienen alrededor de 32 diseños de plata .925, piedras semipreciosas, con talavera certificada.		
Información normativa para la talavera certificada	Norma Oficial Mexicana NOM-132-SCFI-1998, Talavera-Especificaciones.		

Almacenamiento y modo de empleo		<u>Almacenamiento</u> ; Su almacenamiento se realiza en empaques de tela y empaques de papel encerado para evitar daños en la cerámica y el metal. <u>Modo de empleo</u> ; Ornato personal joyas.			
Vida Útil	Eterno	Formato	<u>Estado</u> : Solido <u>Envase</u> : Bolsa de telas.	Para que se usa	Cada persona puede darle su propio significado a las joyas que usa, ya sea por estilo, tradición o por su valor sentimental.
Descripción		Joyas a partir de piedras semipreciosas, plata de ley 925 con Talavera Certificada.			
Diagrama de flujo El diseño con amor en cada pieza de joyería, incluye el proceso de elaboración de la talavera con técnicas ancestrales. Mezcla de barro negro y barro blanco, amasado para la eliminación de burbujas, en un trabajo artesanal ya sea entorno con moles de yeso, se deja secar, se elabora el vidriado, se decora (pinta) y se hornea, la plata. 925 se hace una aleación con cobre para darle mayor fuerza al metal, se recoce, laminado, diseño, calado, recocado, decapado y acabado para darle la terminación al producto.					

2.2 Valor agregado

Trimori joyería busca preservar la tradición artesanal fabricando joyería utilizando auténtica talavera poblana que se elabora en uno de los únicos 9 talleres certificados y cada pieza se entrega con el holograma especial que emite el Consejo Regulador de la Talavera con el que se certifica que cada una de las piezas sean auténticas.

El holograma emitido por el Consejo Regulador de la Talavera es una prueba tangible de que las piezas de joyería de Trimori están hechas de Talavera Poblana auténtica. Los

clientes pueden confiar en que están comprando productos genuinos que se adhieren a las tradiciones y estándares de calidad específicos de la Talavera.

La autenticidad y la certificación de las piezas de joyería de Talavera distinguen a Trimori de otros competidores que puedan utilizar materiales cerámicos menos auténticos. Esto puede atraer a un segmento de consumidores que valora la autenticidad y la calidad.

El uso de Talavera Poblana y la certificación por parte de un organismo oficial ayudan a preservar la rica tradición artesanal de Puebla y México en su conjunto. Los clientes pueden apreciar la conexión con la historia y la cultura de la región.

Puebla es conocida como la "Ciudad de la Talavera" debido a su proximidad a depósitos de arcilla y su ubicación estratégica para la producción y distribución de esta cerámica artesanal. Durante el siglo XX, la producción de talavera se expandió, lo que llevó a la transferencia de conocimientos y técnicas en su elaboración, así como a la diversificación del oficio. Para satisfacer la demanda, se contrataron artesanos de áreas cercanas, como el municipio de San Pablo del Monte en Tlaxcala, donde comenzó a desarrollarse esta artesanía. Algunos habitantes locales aprendieron el oficio y establecieron talleres en su región (Tolentino y Rosales 2011).

Hoy en día, la talavera mexicana en talleres de la región Puebla-Tlaxcala, como Cholula, Tecali, Atlixco en Puebla y San Pablo del Monte en Tlaxcala, cuenta con la denominación de origen, esta confiere que las piezas cuentan con propiedad intelectual, protección y calidad en sus productos (García y Bustillos, 2018)

En los años 80 del siglo XX, la producción de talavera se volvió masiva, lo que resultó en la disminución de los precios y la pérdida de calidad que caracterizaba el proceso tradicional de elaboración. Para preservar el conocimiento y las técnicas tradicionales, algunos artesanos impulsaron la certificación de origen, con el objetivo de proteger la autenticidad de la talavera. Finalmente, el 11 de septiembre de 1997 se estableció la Declaratoria General de la Denominación de Origen Talavera.

Inicialmente, la denominación de origen se aplicó a la zona del estado de Puebla. No fue hasta el año 1998 que se registró la Norma Oficial Mexicana NOM-132-SCFI para la Talavera, que regula a los productores en este oficio y establece las características de producción, según VERA-MUÑOZ et al. (2015).

3. Aspecto técnico

3.1 Capacidad de producción

La empresa Trimori Joyería de Autor comercializa sus joyas con talavera en respuesta a la demanda, enfocándose en cantidades limitadas. Esto se debe a que cada pieza está vinculada al nombre del autor y la marca. Los diseños están moldeados por la creatividad e inspiración de cada creador, además de las tendencias y técnicas actuales, lo que significa que no es factible la producción en masa o en grandes cantidades. Cada joya de autor es única y lleva la distintiva marca del diseñador o artista, y el proceso de producción de sus productos suele tener una duración de aproximadamente un mes y se pueden realizar alrededor de 50 piezas, 5 piezas por modelo al mes; así su promoción mensual está dada para solo abarcar 50 piezas en stock de las referencias mostradas a continuación teniendo en cuenta que se fabrican bajo la demanda del pedido de la joya.

Cada producto debe cumplir con los estándares ya mencionados en la norma para la denominación de origen, el cual debe ser manual y de tipo artesanal y cumplir con las características de esta artesanía, con pasta de barro blanco y negro debe ser mayor o igual a 2,48g/cm³ y menor o igual a 2,56g/cm³. Por medio de la inspección se verifica que el proceso de fabricación. Y materiales con que se elabora la Talavera sean los característicos de este tipo de artesanía. El productor y/o comercializador no pueden comercializar Talavera alguna que no cuente con certificado expedido por organismo de certificación acreditado.

En la tabla 4 las piezas se mostraran a continuación

Tabla 4

Piezas de Trimori Joyería de Autor con Talavera Poblana

Anillo Libélulas Anillo tres libélulas en plata 9.25 y cabujón de talavera. Diseño espiral colección libélulas. Producto elaborado con Talavera Poblana.	
--	--

Precio: 97.51\$US Cambio del día 20 de octubre de 2023, 1 dólar=17.19.	
Anillo Lunas Anillo de luna menguante de cristal SW y cabujón de Talavera + plata .925 Precio. 112.82\$US	
Anillo Mi amor colibrí Anillo de colibrí en plata.925 y corazón talavera 1cm. Diseño plumeado. Precio: 99.21\$US	
Aretes Amorcito (plumeado) Aretes de corazón de Talavera 1cm y perla, diseño plumeado colección amorcito. Precio: 87.87\$US	

Aretes Geometría Aretes de triángulo de Talavera y corazón de Blue Sand, Colección Geometría el producto está elaborado con Talavera Poblana. Precio: 97.51\$US	
Brazalete cabujón de talavera Brazalete cabujón de talavera 1.5 cm y doble alambre de plata .925, producto elaborado con talavera certificada. Precio: 195.58\$US	
Collar Mundo de Talavera (chico, plumeado) Collar bola de talavera mediana, perlas naturales y bolitas de plata. Diseño plumeado colección: mundo de talavera. Precio: 73.15\$US	

Dije Amorcito (Plumeado) Dije de corazón de talavera 1cm y perla, diseño plumeado. Colección amorcito. Precio: 59.53\$US	
Dije Lunas Dije de luna menguante en cristal SW cabujón de Talavera. Precio: 96.38\$US	
Mancuernillas Selva Azul Mancuernillas de rectángulo de Talavera y plata .925 colección selva azul. Producto elaborado con Talavera Poblana Certificada. Precio: 127.56\$US	

En la tabla 4 se mostraran un listado con figuras, precios, una descripción

3.2 Control de calidad

Según el artículo 56 de la Ley de Propiedad Industrial, los productores de Talavera deben mantener sistemas de control de calidad que sean consistentes con las normativas vigentes. Además, deben llevar a cabo una verificación periódica de las especificaciones detalladas en este Proyecto de NOM, utilizando equipos de laboratorio adecuados y

suficientes, junto con los métodos de prueba pertinentes. También se les exige mantener un registro estadístico de la producción que demuestre de manera objetiva el cumplimiento de estas especificaciones (SEGOB, 2023) Esto se lleva a cabo para que cada producto cuente con la norma establecida de la talavera.

Además de realizar una inspección visual detallada de cada joya para detectar defectos visibles, como rasguños, abolladuras, desgaste o imperfecciones en la superficie. Esto se hace utilizando una buena iluminación y lentes de aumento si es necesario, se da la aceptación por los comercializadores/productores.

El tamaño de la producción mensual que se realiza en Trimori puede ser un desafío al principio, pero comenzar con un enfoque selectivo y escalable le permitirá perfeccionar sus estrategias de distribución antes de expandirse a una escala mayor.

3.3 Envase

La empresa Trimori Joyería de Autor hace uso de envases como bolsas de tela, bolsas de papel, cajas con listón decorativo, esto con el fin de realzar la apariencia de las joyas y proporcionar de forma segura guardarlas o exhibirlas..

Bolsas de tela

Figura 3

Empaque de Trimori Joyería de Autor



Figura 4

Bolsas de papel



Figura 5

Cajas para guardado de las joyas con listón decorativo



3.3.1 Etiquetado

Marcado de productos

Teniendo en cuenta que cada producto debe cumplir la NOM-132-SCFI-1998:

Cada pieza de Talavera debe ostentar en forma legible la información comercial conforme a lo establecido por la Norma Oficial Mexicana NOM-050-SCFI-1994. Adicionalmente, debe incluirse lo siguiente:

- Nombre o razón social y domicilio del fabricante y/o comercializador.
- La leyenda "Fabricado en el Estado de Puebla, México".
- El anagrama.
- País de origen.
- Cantidad.

También se tendrá en cuenta que los artículos de joyería u orfebrería de metales preciosos, tiene que contener como mínimo lo siguiente: Plata 925 milésimas, incluido el marcado que corresponde en Pt si está incluida la plata.

A continuación en la Figura 6 y 7 encontramos el etiquetado correspondiente de Trimori Joyeria para los productos en empaque y el etiquetado para productos de certificación de talavera.

Figura 6

Etiquetas



Figura 7

Etiquetas



4. Mercado

4.1 Análisis del mercado Colombiano

4.1.1 Políticos

Colombia tiene un historial de gestión macroeconómica y fiscal prudente, anclado en un régimen de inflación objetivo, un tipo de cambio flexible y un marco fiscal basado en una regla fiscal moderna, que proveen una buena base para asegurar la estabilidad macroeconómica, un ingrediente clave para la reducción de la pobreza (CIBOD, 2022)

Además, se plantea una "reforma rural integral" que incluye la imposición fiscal a latifundios improductivos, la implementación de impuestos progresivos y equitativos, la renegociación de tratados de libre comercio y el fortalecimiento de las mujeres cabeza de familia con un ingreso mínimo vital (CIBOD, 2022)

Petro asegura que, a pesar de la preocupación de los sectores económicos, no aboga por una política socialista intervencionista. En cambio, defiende la propiedad y la inversión privadas en un sistema más equitativo. A diferencia de las elecciones de 2018, no habla de iniciar un proceso constituyente, sino de implementar la Constitución de 1991, de la cual se considera un defensor. Su enfoque es cumplir con las leyes existentes para combatir la

corrupción, garantizar los derechos fuera del mercado, reducir la desigualdad en busca de justicia social y poner fin a todas las formas de violencia (CIBOD, 2022)

En cuanto a política exterior, el presidente electo se mantiene reservado en un contexto internacional tumultuoso. Su plan de Gobierno destaca una agenda latinoamericana basada en el principio de no injerencia, la cooperación en la lucha contra el cambio climático y la pobreza, y el fortalecimiento de la colaboración regional, especialmente con las naciones andinas. A nivel global, se enfocará en relaciones con Estados Unidos, la Unión Europea, China y Asia Oriental, México, el Triángulo del Norte (El tiempo, 2022)

A través de una colaboración estrecha entre empresarios tanto nacionales como extranjeros, y mediante alianzas entre el sector público y privado, la entidad identifica y supervisa oportunidades comerciales que surgen para Colombia en los mercados internacionales

Las políticas gubernamentales actuales se centran principalmente en proyectos de inversión, formalización laboral y la creación de empleo.

Proexport ofrece un amplio portafolio de servicios dirigido a los empresarios que inician su proceso de internacionalización o que cuentan con experiencia exportadora para llegar a más mercados con nuevos productos. (MINC, 2023)

Buscan respaldar a las empresas que cuentan con productos o servicios con potencial exportador y que se encuentran preparadas para la exportación al cumplir con los requisitos necesarios, tener una estrategia clara y objetivos bien definidos. Entre las diversas iniciativas de promoción se incluyen ferias y eventos como ruedas o microrredes de negocios organizadas por la entidad, con el propósito de crear oportunidades de negocio con compradores internacionales. Para obtener información adicional, se puede consultar la página web www.proexport.com.co. (MINC, 2023)

También con algunos programas como exporta fácil dirigido a Micro, Pequeñas y Medianas Empresas que ofrece un sistema simplificado de exportaciones por tráfico postal, para que incursione en el mercado internacional por el operador.

4.1.2 Económicos

En ámbitos económicos se analiza el incremento del salario y como este afecta en Colombia, el incremento proyectado para 2024 sería del 11,78 %, lo que representaría un incremento de 33.75US\$ pesos respecto al salario mínimo actual, pero esto como afecta a las empresas ya que estas se ven obligadas a generar una serie de ajustes contractuales y modificaciones en los costos laborales. Es por esto que aquellas empresas que basan contratos en el salario mínimo para definir sueldos deben realizar ajustes contractuales, lo que puede afectar las utilidades y llevar a cambios en la nómina y presupuesto (BBVA, 2023)

Esto impacta significativamente en un alivio financiero para los trabajadores, sino que tiene un impacto en el poder adquisitivo, un salario más alto permite a los empleados mejorar su calidad de vida y ampliar sus opciones de compra, lo que se traduce en una mejora en la despesa y la capacidad de afrontar gastos cotidianos.

En estas circunstancias, una política de aumentos del salario mínimo no solo es indispensable para devolver los ingresos de los colombianos al estándar regional, sino también, para impulsar el resto de los salarios al alza y elevar el ritmo de crecimiento del PIB.

Sin aún entrar a analizar factores que influyen en el salario, como el nivel de educación, la experiencia, y la ciudad, los trabajadores en Colombia ganaban en 2021 un salario promedio de alrededor de \$516 por mes, es decir \$6,190 por año; ocupando el lugar 50 en una lista mundial de 69 países (Indeed, 2023)

Por otro lado, los empleadores pueden estar obligados a pagar impuestos estatales a:

Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF)

Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)

Caja de Compensación Familiar (CCF)

Colombia está clasificada como un país de economía de ingreso medio alto y una de las economías más grandes de América Latina. El país ha sido un destino de externalización de servicios del sector de las industrias en los últimos años, el Banco Mundial ha clasificado a Colombia como el tercer mejor entorno empresarial de América del Sur.

El gobierno colombiano ha implementado medidas económicas para atraer inversionistas extranjeros. De esta manera, más empresas globales se sentirán atraídas a

ingresar al país, con su creciente industria tecnológica, los clientes pueden subcontratar a Colombia para utilizar los servicios de subcontratación en beneficio de su negocio.

Dicho todo esto, Colombia tiene un gran potencial para destinos de outsourcing y nearshoring, específicamente en empresas de manufacturas; desde la rentabilidad hasta el crecimiento económico del país, Colombia es un destino ideal para las empresas que desean maximizar su rentabilidad al máximo.

4.1.3 Sociales

Se analiza la situación social de los colombianos, no solo a través de indicadores como la pobreza, los ingresos, las disparidades de género, el mercado laboral y otros, sino también se investigan las causas subyacentes, cómo se desarrollan estos problemas y las políticas propuestas para mejorar la equidad social en el país (BBVA, 2023)

La situación social de los colombianos está relacionada con factores como el empleo, la educación, la vivienda, los servicios públicos y la salud. El rendimiento en estas áreas es el resultado de acciones y políticas previamente implementadas (BBVA, 2023)

Los gobiernos locales, que son responsables de cerca de la mitad del gasto social del país y conocen de primera mano las necesidades de los ciudadanos, podrían lograr impactos sociales y productivos de importancia. Sin embargo, el rezago en las condiciones de vida de la población en la periferia del país se asocia justamente a las limitaciones que enfrentan los gobiernos locales para garantizar una adecuada conectividad de sus poblaciones con el resto del país, así como para ofrecer un adecuado acceso a bienes y servicios públicos sociales. Esto obedece a fallas en el modelo de descentralización y a la divergencia en las capacidades de gestión de las administraciones locales (ROAD, 2023)

La política social no ha sido efectiva para nivelar las condiciones sociales en el territorio. La elevada desigualdad en el ingreso y en el acceso a servicios y bienes públicos entre las áreas rurales y urbanas y entre las regiones periféricas y el centro del país (ROAD, 2023)

El 66% de la población colombiana reside en áreas rurales, mientras que el 25% se encuentra en transición hacia la población urbana, y el restante 9% ya forma parte de la población urbana.

4.1.4 Legal

El gobierno está en pro junto con la Autoridad Nacional de Licencias Ambientales, para la mejora y facilitación de llegada de inversión extranjera, a esto sumado a incentivos tributarios para la generación de energías limpias (MINC, 2023). La promoción de las ventas externas, como el Plan Vallejo, las Sociedades de Comercialización Internacional, Fábricas de Internacionalización.

Además del registro de patente en Colombia implica varios pasos y requisitos. Esto incluye la solicitud de formatos a la Superintendencia, el pago de aranceles y la presentación de documentación que respalde la originalidad del producto, marca o idea. El proceso completo de registro de patentes en Colombia abarca la presentación y admisión del trámite, la revisión de forma, la publicación de la propiedad en la Gaceta para verificar la inexistencia de reclamaciones de derechos de propiedad por parte de otros, la evaluación de la patentabilidad, la emisión de un veredicto y el mantenimiento de la patente.

En general, este proceso de registro de patentes en Colombia puede tomar de 3 a 5 años, dependiendo de las circunstancias específicas de cada caso (Banco de la república, 2023)

La protección de las marcas relacionadas con el comercio, la industria y la agricultura está regulada por la Ley 110 de 1914. De acuerdo con esta norma, cualquier persona, ciudadana o residente legal, colombiana o extranjera, goza del derecho de diferenciar sus artículos a nivel de manufactura, índole comercial o agrícola, mediante una marca especial y a registrar esa marca. Hay dos clases de marcas, (1) “nacionales”, que son aquéllas que se solicitan y se registran primero en Colombia; y, (2) extranjeras, que son aquéllas registradas en Colombia después de su primer registro en un país extranjero. Ambas gozan de los mismos privilegios (Banco de la República, 2023)

La SIC las define como un “título de propiedad otorgado por el Estado, que da a su titular el derecho de explotar e impedir temporalmente a otros la fabricación de la invención protegida” (Asuntos Legales, 2023)

Con eso en cuenta es que un solicitante puede acercarse a la Superindustria y pedir el registro de una invención. Para eso, antes que nada, es importante saber que no hay un solo tipo de patente. Está, por ejemplo, la patente de invención, que es aquella que se otorga por

20 años al invento que cumple con tres requisitos clave: novedad, nivel inventivo y aplicación industrial (Asuntos Legales, 2023)

Colombia es firmante del Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT), que tiene como objetivo simplificar y facilitar los procedimientos de solicitud de patentes en los otros 153 países firmantes del Tratado en el cual se incluye a México en la lista.

Derecho ofrecidos: Comercializar importar, ofrecer en venta, vender o distribuir de cualquier forma el esquema de trazado protegido.

4.2 Situación actual

La joyería en México ha estado creciendo en los últimos años como potencial exportador y generador de nuevos empleos. Según Legis Comex (2023) actualmente México se encuentra entre los 10 productores de joyería más grande en el mundo y junto con Brasil, el segundo más relevante de América, México se destaca por su capacidad productiva en oro y plata, superando a China en metales, la mano de obra hace que sus productos sean de mejor calidad.

Con una población de 127 millones de habitantes, México se sitúa como un país de gran potencial en la industria de las joyas. En el año 2022, las joyas tuvieron un aumento del 14% respecto al año 2021 y para el año 2027 se espera un crecimiento del 9% (ICEX, 2023).

México se considera como un país tradicional por su joyería artesanal, su consumo se puede ubicar entre el sexo femenino y masculino, estas compras pueden estar situadas en ocasiones especiales, eventos, detalles, etc. Según ICEX México centra sus exportaciones de joyería para Estados Unidos como principal, pero en esta categoría también se encuentran países como Canadá, Reino Unido, Colombia, Francia. (ICEX, 2023)

En el mercado al que queremos llegar la joyería en Colombia en los últimos años ha tenido un crecimiento significativo, este mercado lo que busca es innovación y creatividad. Colombia tiene una tradición en el mercado de esmeraldas y piedras preciosas, lo que lo convierte en un centro de producción de productos con base en esto. La joyería altamente valorada en el mercado colombiano se centra en la utilización de materiales como la plata y el oro, poniendo un énfasis especial en la autenticidad de las piedras preciosas.

De acuerdo con el programa Nacional de Joyería de Artesanías de Colombia, el sector está conformado por las empresas que fabrican, importan, distribuyen de piedras preciosas, joyas relojes y bisutería (Legiscomex, 2017)

Según el tipo de producto la joyería se puede segmentar en lo tradicional , de diseño y artística. En el país, el trabajo se ha concentrado en estos dos últimos grupos, porque son más fáciles de comercializar. (Legiscomex, 2017)

En el cual se encuentran tres categorías según Legiscomex:

Joyería Tradicional: Es joyería autóctona, con raíces culturales de diversas regiones del país, su técnica es de tradición, se usa generalmente en oro, plata y aleaciones.

Joyería de diseño: Es una joyería comercial, su clasificación se encuentra entre clásica y contemporánea, se usan materiales como oro, plata, piedras preciosas.

Joyería artística: Es la joyería con respuesta a la expresión individual de su diseñador que no tiene en cuenta al comprador. Debido a la información estadística del sector es bastante incipiente, el Gobierno Nacional junto con entidades como Artesanías de Colombia, Proexport, tomaron en cuenta las cadenas productivas del país:

Cadena productiva central: Se ubica Bogotá, Boyacá, Tolima, por el objetivo y la afluencia tiene en el comercio de piedras y la joyería en la capital del país (Legiscomex, 2017)

Cadena productiva noroccidental; Cubre Antioquia, Caldas, Risaralda, esta zona se consolida por el comercio de oro y ser el epicentro en comercio de joyas y accesorios del noroccidente (Legiscomex, 2017)

La joyería de diseño se ubica en las grandes ciudades del país como Bogotá, Medellín y Bucaramanga, en el centro del país en el departamento de Boyacá. Pese a esto Colombia señala algunas falencias en su joyería en el cual se encuentra:

- Bajos estándares de calidad.
- Falta de diseño de los productos.
- Predominio de copia de modelos.

En Colombia, todavía no se ha adoptado ampliamente la joyería hecha de Talavera poblana con una auténtica denominación de origen. Esto convierte a este producto en una opción diferenciadora e innovadora en el mercado local, diseños exclusivos y muestras de valor agregado.

4.3 Nicho de Mercado

Se ha identificado a Bogotá como un nicho estratégico para Trimori Joyería de Autor. La fusión de culturas en esta ciudad cosmopolita se presenta como un escenario propicio para ofrecer a los consumidores locales piezas de joyería exclusivas y distintivas.

Bogotá, siendo la capital de Colombia, no solo representa el epicentro cultural y económico del país, sino que también alberga una población con un mayor nivel de ingresos y un creciente interés hacia el lujo personalizado. En este contexto, Trimori encuentra un mercado para satisfacer la demanda de aquellos consumidores que buscan piezas únicas que reflejen su identidad y estilo de vida.

La economía en expansión de Bogotá se traduce en una mayor disposición de los consumidores a invertir en productos exclusivos y de alta calidad. Además, la falta de joyerías especializadas en la producción y comercialización de este tipo de joyería artesanal en el mercado local brinda a Trimori una oportunidad única para destacarse y llenar un espacio valioso en la oferta de productos.

En este entorno, donde la competencia es limitada y la demanda de joyería de autor está en alza, Trimori se posiciona como una opción atractiva para aquellos que buscan más que una simple joya: buscan una expresión auténtica de su individualidad en cada pieza. La combinación de la exclusividad de los diseños, la calidad artesanal y la conexión con la cultura local sitúa a Trimori como una marca distintiva y aspiracional en el mercado de la joyería en Bogotá. Identificar y enfocarse en un nicho de mercado puede ser beneficioso para las empresas, ya que les permite atender de manera más efectiva a un grupo específico de consumidores y diferenciarse de la competencia.

Sus productos pueden ser identificados a través los diferentes medios electrónicos o puntos físicos que hagan su exhibición como una pieza única, en composición y diseño; para luego hacer participaciones de ferias empresariales que le permitan al producto tener apertura a nuevos nichos de mercado. Entre estas ferias se puede encontrar Expojoyas, Colombiamoda, esto no solo favorece los procesos de ventas, sino le permiten a Trimori Joyería un intercambio cultural, además de dar a conocer tendencias actuales y futuras del mercado, esto lo visualizaremos en la Tabla 8.

4.4 Potencial de venta canal de distribución

4.4.1 Características demográficas

Colombia se perfila como un nicho de mercado ideal para la joyería poblana. Su economía diversificada y su población considerable generan un entorno propicio para la introducción de estas joyas únicas. Las tendencias de moda en el país, especialmente en ciudades capitales como Bogotá, Medellín y Tunja, junto con municipios destacados por su enfoque artesanal como Villa de Leyva, consolidan a Colombia como un mercado emergente para este tipo de joyas.

Los consumidores de joyas de esta zona geográfica pueden albergar un mercado de joyería más diversificado, con una combinación de consumidores que buscan joyas de lujo, personalizadas y de moda. La demanda puede estar influenciada por eventos sociales y culturales en la capital y en sus municipios, podría haber un interés en la joyería étnica y artesanal debido a la rica herencia cultural de la zona.

Tendencias de consumo.

En cuanto al consumo de joyería y bisutería a nivel Bogotá, la mayoría se destina a argollas, representando un 84,2% del consumo total, seguido por relojes con un 6,9%, y otros artículos de joyería con un 8,9%. Cuando observamos el consumo según los estratos socioeconómicos, el estrato medio lidera con un 55% del total, seguido por el estrato alto con un 31%, y el estrato bajo con un 14%. En el estrato medio, los relojes son los productos más consumidos, alcanzando un 60%, mientras que en el estrato alto, otros artículos personales son preferidos con un 33%. En lo que respecta a las preferencias en materiales, la plata y las piedras preciosas son las opciones más destacadas, seguidas de cerca por la joyería de fantasía (Revista Semana, 2023)

Soto Mejía resaltó el papel de la tecnología de las comunicaciones como aliado del sector, ya que de las personas que compran moda online en Colombia, el 14% consumen joyería y bisutería (Revista Semana, 2023)

A partir de esto destacamos un posible perfil del consumidor quién lo usaría a lo compraria:

-Hombres 30 y 55 años de edad, quienes usaron (mancuernillas) o regalaron productos de joyería tradicional, el fin de dar un regalo se concentra en ocasiones ideales de la compra como a una madre, esposa, novia, amiga, refleja el deseo de amor, amistad, entre otros. También en compras de uso en pareja en la cual cada pieza refleje una conexión entre

la pieza y quien lo adquiere. 30 a 40 años de edad seguido por personas de 35 a 50 años de edad, son generaciones X y Y, las personas de generación X entre las generalidades de esta generación encontramos consumidores de internet, comercio electrónico, mensajes de texto y redes sociales, la generación Y se encuentra en promedio de los consumidores tradicionales de internet, con gustos en joyería tradicional artesanal y autentica.

-Las mujeres de 30 a 55 años tienen una tendencia de consumo más alta en compra de joyería tradicional, la mujer colombiana se caracteriza por seguir la moda actual; La adquisición de joyas por motivos de satisfacción personal está vinculada al nivel de respeto individual y prestigio, estrechamente relacionados con los sentimientos de valor que las joyas inspiran. 30 a 40 años de edad seguido por personas de 35 a 50 años de edad, son generaciones X y Y, las personas de generación X entre las generalidades de esta generación encontramos consumidores de internet, comercio electrónico, mensajes de texto y redes sociales.

-Los productos estarán dirigidos a población con ingresos económicos sostenibles, pueden ubicarse en estratos 4, 5 teniendo en cuenta el nivel de ingresos y para México (NSE) es un segmento social y mercadológico que permite clasificar a los integrantes de acuerdo a su bienestar económico teniendo en cuenta la clase social se ubicaría entre clase media, alta para AB y B el año 2022 las clases sociales estarían distribuidas de la siguiente manera:

Clase media: El rango de ingreso mensual per cápita es de 200US-983\$US en Colombia.

Clase alta: El porcentaje de personas pertenecientes a esta división corresponde a aquellos ingresos mayores a los 1000US\$ en Colombia.

Basándonos en la información previa, Trimori Joyería de Autor tiene como objetivo atraer a mujeres y hombres interesados en adquirir productos con precios que oscilan entre 100 y 200 dólares. Esta estrategia implica que la marca se enfoca en un segmento de mercado específico con un poder adquisitivo más elevado, esperando que los ingresos superen los 100 dólares. En consecuencia, los productos están diseñados para satisfacer las preferencias de un público con capacidad financiera destacada, apuntando a ofrecer joyería de autor de alta calidad y diseño exclusivo en este rango de precios.

Preferencia por un estilo clásico:

Estos consumidores prefieren las joyas de estilo clásico-tradicional, son piezas que no pasan de moda, son piezas que encajan con la estética.

Su característica diferenciadora en el diseño e innovación, aplicado también a las técnicas artesanales aplicadas en el desarrollo de los productos, permite que al momento de la adquisición sea un factor diferenciador y por el cual se destaquen las compras.

A continuación en la tabla 5 se menciona una lista de competidores similares directos e indirectos de Trimori Joyería de Autor.

Tabla 5

Lista de competidores

EMPRESA	UBICACIÓN	CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO	PRECIO	SEGMENTO DEL MERCADO
Joyería Latina	Cl. 20 #12-26, Boyacá Villa de Leyva, Colombia	Anillos, collares, pulseras, en oro o plata con adiciones de esmeraldas, piedras semipreciosas.	Precios desde 500 MXN-2000 MXN, 28.35\$US, 113.38 \$US.	Mujeres y hombres de todas las edades estratos 4,5.
Oro Express Joyería	Cl. 22 #996, Villa de Leyva Boyacá, Colombia	Anillos, aretes, cadenas, pulseras, fabricaciones en oro de 18k, con adiciones de piedras preciosas como la esmeralda, plata 9.25	Precios desde 1000 MXN, 56.69\$US	Mujeres y hombres de todas las edades estrato 4,5.
Mercedes Salazar	Parque de la 93 y centro comercial, Bogotá	Aretes, collares, pulseras, anillos y llaveros. Materiales trabajados a mano de forma artesanal; bronce, plata, cuero,	Precios desde 1000-2500MXN 141.73\$US	Mujeres contemporáneas de todas las edades estratos 5 y 6

		pedras semipreciosas, mostacillas y filigrana.		
Pequeñas indulgencias	Calle 69 #9-44 y Centro Comercial El Retiro, Bogotá	Aretes, collares, pulseras, anillos y llaveros. Materiales trabajados a mano de forma artesanal; bronce, plata, telas, pedras semipreciosas.	Precios desde 1000-2500MXN 141.73\$US	Juvenil contemporáneo estratos 5 y 6.
Zuyelin Guane Joyería Artesanal	Cl. 11 #8a-90, Villa de Leyva, Boyacá, Colombia	Aretes, collares, pulseras, anillos fabricaciones de cuarzos, jade, pedras preciosas.	Precios desde 200 MXN-1000MXN, 11\$US, 59.69\$US	Contemporaneo mujeres estrato 3,4,5.
Artemis Joyería	Cra. 8 #12-64 Local 6, Villa de Leyva, Boyacá	Aretes, collares, anillos, pulseras, en oro con adiciones de esmeraldas, ambar, perlas	Precios desde 100MXN-2500 11\$US, 141.73US	Contemporaneo mujeres estrato 3,4,5 señorial.
Gosh Joyas	Parque Nariño, Cra. 8a #11-39, Villa de Leyva, Boyacá	Pulseras, dijes, collares, anillos con adiciones de esmeraldas, en plata .925, pedras preciosas,	Precios desde 500MXN, 28.35\$	Contemporaneo mujeres estrato 4,5.

Teniendo en cuenta la tabla anterior el mercado de la joyería y de las principales joyeras más destacadas del país es excepcionalmente diverso, ofreciendo una amplia gama de productos fabricados con materiales como oro, plata, , pedras semipreciosas, cuarzos y

muchos otros. Además, este mercado se caracteriza por su estratificación, ya que abarca productos de todo tipo de precios. Desde opciones sumamente asequibles diseñadas para atender a los estratos socioeconómicos media, hasta piezas extremadamente lujosas que solo pueden adquirir personas de alto poder adquisitivo.

De las empresas previamente analizadas, se observa que ninguna se centra exclusivamente en elementos distintivos como joyería de talavera. Sin embargo, entre las empresas analizadas, aquella que más se asemejaría a los productos de Trimori es aquella que utiliza diseños basados en piedras preciosas y se destaca por su enfoque artesanal. Esta empresa se perfilaría como una competencia directa en el mercado al que Trimori aspira ingresar, ya que comparten la característica de crear joyería de autor con un énfasis particular en la incorporación de piedras preciosas y diseños artesanales.

Algunas de las desventajas en comparación con los competidores se pueden atribuir al posicionamiento de la marca. Varias de las empresas mencionadas anteriormente cuentan con una trayectoria consolidada en el sector joyero, respaldada por un reconocimiento establecido entre el público. Este factor contribuye a generar confianza en sus productos, una ventaja competitiva que podría ser un desafío para Trimori Joyería de Autor al entrar en el mercado.

4.5 Canal de distribución

El canal de distribución que mejor se adecua a sus necesidades y oportunidades, teniendo en cuenta que sus productos son joyería de autor, con una producción mensual de 50 piezas, 5 para cada diseño es importante mencionar que los canales de distribución electrónicos y físicos se adaptan a sus necesidades en cuanto a:

Tienen un mayor alcance global a nivel de plataformas en línea y se puede identificar accesos en mercados locales, esto permite alcanzar un público más amplio, a nivel internacional teniendo como objetivo primario Colombia, donde sus barreras geográficas se rompen y se adecuan a clientes potenciales en sus áreas.

Sus productos pueden ser identificados a través los diferentes medios electrónicos o puntos físicos que hagan su exhibición como una pieza única, en composición y diseño; para luego hacer participaciones de ferias empresariales que le permitan al producto tener apertura a nuevos nichos de mercado. Entre estas ferias se puede encontrar Expojoyas,

Colombiamoda, esto no solo favorece los procesos de ventas, sino le permiten a Trimori Joyería un intercambio cultural, además de dar a conocer tendencias actuales y futuras del mercado.

Las plataformas en línea permiten una comunicación más directa con los clientes, Posibilita ofrecer experiencias más personalizadas y así comunicar la historia detrás de cada piezas. Los datos que se recopilan en las interacciones de los clientes con las páginas puede resultar en información valiosa sobre sus preferencias, así adecuarse a sus gustos y consumos.

Todos estos procesos de compra y venta se realiza por medio de un canal electrónico, las relaciones comerciales de publicidad, búsqueda de clientes, además de minimizar los intermediarios a cargo de la empresa.

Business to costumer (B2C): La empresa vende directamente al consumidor a través de su página web. Utiliza el envío internacional a través de servicios de paquetería como intermediario. Se planifican envíos de acuerdo a la demanda pero teniendo presente que su stock abarca 50 piezas mensuales 5 por cada diseño, consolidando los pedidos de los clientes para una logística eficiente de envíos internacionales (Acosta L, 2021).

En la figura 8 se visualiza el canal de distribución corto para la empresa Trimori Joyería de Autor por medios electrónicos, se hace uso de envío de paquetería hasta llegar al consumidor final.

Figura 8

Canal de distribución corto



Nota .Fuente elaboración propia

Además de otra propuesta de distribución en el cual Trimori Joyería de Autor haga exportaciones solidificando sus productos en cajas de 50 piezas enviarlo a minoristas como otra estrategia de comercialización, la empresa optaría por llegar a los minoristas en el mercado de destino. Se refiere a la distribución de los productos estos viajan desde el fabricante (Trimori Joyería de Autor), un intermediario (Minorista) y finalmente llegan al consumidor.

Business to business (B2B)

Implica transacciones comerciales entre dos empresas en lugar de entre una empresa y un consumidor final. La empresa Trimori Joyería de Autor contacta un minorista quién se encargara de las ventas, teniendo puntos físicos que le permitan al consumidor detallar los productos, el B2B puede ser cualquier tipo de empresa, los consumidores suelen comprar pocas unidades y en un periodo de tiempo. También puede crear estrategias en las que el minorista se convierta en un aliado y su marca de confianza. Los productos en el caso de la joyería van a un público más específico con tendencia de comprar mayor, es decir se puede encapsular en el uso de medios tradicionales y digitales para mostrar los productos.

Empacar los productos en cantidades mayores puede crear una reducción de costes de envío, las cajas de 50 piezas facilitan la gestión del inventario para los minoristas, ya que se recibe una totalidad del producto. Al llegar a los minoristas locales, Trimori puede aprovechar la red existente de distribución, beneficiándose de la experiencia y la reputación de los minoristas en el mercado de destino.

Su intermediario será híbrido esto quiere decir que además de usar los canales tradicionales que se encuentran en México, se utilizan canales electrónicos como complemento de su distribución, multicanal extensión virtual de los establecimientos físicos. (Acosta L, 2021)

Canal indirecto corto:

El canal que se acomoda a Trimori es el canal indirecto corto este tipo de canal en el cual número de intermediarios es pequeño, los productos llegan al minorista por parte del fabricante y son vendidos directamente al consumidor. Son un canal de uso frecuente, con una oferta bastante concentrada. Empresas del sector automovilístico, grandes superficies y almacenes y empresas de venta online suelen utilizar este tipo de canales cortos.

La figura 9 ilustra el canal indirecto corto por medio de minorista quienes hacen la adquisición del producto para hacerlo llegar al consumidor final.

Figura 9

Canal indirecto corto



Nota. Fuente elaboración propia

4.5.1 Envío a minorista en Colombia

En el canal de suministro, Trimori Joyería de Autor actuará como proveedor, suministrando joyas al minorista comercializador como se mencionaba anteriormente, este minorista se escogió por su trayectoria en el mercado además de su reconocimiento por ser una empresa en innovación y calidad Casting Joyería. Los envíos mensuales se realizarán a través de UPS en paquetes consolidados de 50 joyas. Esta estrategia permitirá analizar el comportamiento del mercado con el producto. La elección de Casting Joyería como empresa joyera asociada se basa en su interés en explorar el mercado joyero alternativo al tradicional.

Casting Joyería se encuentra en la ciudad de Bogotá, Colombia en la calle 82 11-75 Local B3 en el Retiro Shopping Center teniendo en cuenta la penetración del mercado por parte de sus filiales y el reconcomiendo joyero en la ciudad hace de este un minorista propicio en la comercialización de un producto nuevo a nivel país, tiene una trayectoria desde los años 90 con Daria Vega, con diseños de joyas 100% hechos a mano con artesanos.

Se está buscando penetrar en el mercado minorista, ya que en este segmento se concentra el mayor volumen de ventas proyectadas para el mercado colombiano. La estrategia se enfoca en establecer colaboraciones con minoristas especializados en los sectores medio y alto. Una ventaja significativa de esta estrategia es la reducción de

intermediarios, ya que el producto se entregará directamente al minorista, quien se encargará de suministrarlo directamente al consumidor final.

Adicionalmente, se empleará el comercio electrónico como una estrategia promocional para llegar directamente a los consumidores. Así mismo, se considerará la participación en ferias internacionales de joyería como una alternativa para establecer contacto directo con posibles clientes e importadores.

Figura 10

Logo Casting Joyería Taller



Figura 11

Tienda Casting



Considerando las investigaciones previas, el análisis del mercado de barreras, tanto arancelarias como no arancelarias, se centra en identificar las dinámicas de los tratados comerciales a los cuales el producto podría acceder al aumentar su distribución. Este enfoque se refleja en la información presentada en las figuras 12 y 13.

4.6 Acceso al mercado: barreras arancelarias y no arancelarias

El mercado entre México y Colombia se ha facilitado desde el Tratado de Libre Comercio México-Colombia el cuál entró en vigor el 1 de enero de 1995. Según Procolombia como consecuencia de la renuncia de Venezuela a este tratado. A raíz de la salida de Venezuela al TLG G3, México y Colombia acuerdan profundizar el tratado dando como resultado al TLC que entra en vigor el 2 de agosto de 2011.

Los órganos responsables de esta comisión serán en el caso de Colombia, el ministerio de comercio industria y turismo, en el caso de México la secretaría de Economía (Procolombia, 2020).

El objetivo de este tratado es el Acceso a Mercados, mejorando las condiciones de acceso de productos mexicanos, sin que estos pongan en riesgo la producción nacional, se determina las reglas de origen (ROE) que se usan para determinar si un bien está sujeto a una preferencia arancelaria en el marco del tratado; para esto se consulta en la industria para determinar que dichos insumos no se producen o no en un suficiente cantidad en México o Colombia.

Este programa incluye eliminación arancelaria a algunos productos industriales, determinado además por las ROE, todo esto con el fin de hacer mayor aprovechamiento entre los países en beneficio mutuo.

Cabe recalcar que los productos que potencian a los dos países, se ubican en el sector de industrias, téxtil, moda.

Los articulos de joyerías incluidos en la fracción arancelaria 7113.11 se encuentran libren de gravamen entre el TLC México-Colombia del 0%, Se debe tener en cuenta el pago de Iva del 19%, sin registro previo no se requiere la autorización de importación.

Figura 12

Gravamen Arancelario

021-México con cod. acuerdo 21	MEXICO	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %
--------------------------------	--------	-------------------------	--------

Figura 13

Requisitos de importación y exportación

MEDIDAS			
Concepto	Importaciones	Exportaciones	Tránsito
Gravamen			
IVA			
Otras tarifas generales			
Gravámenes por acuerdos internacionales			
Medidas de protección comercial			
Régimen de comercio			
Bienes de capital			
Índice Alfabético Arancelario			
Notas de nomenclatura			
Correlativas por apertura			
Correlativas por cierre			
Requisitos Específicos de Origen (REO)			
Documentos soporte			
Características especiales			
Restricciones			
Restricciones por Zonas de Régimen Aduanero Especial			
Tarifas por Zonas de Régimen Aduanero Especial			
Modalidades permitidas			
Descripciones de mercancías			
Documentos soporte por zona de RAE			
Cupos de Mercancia			

Nota. DIAN. (2023, Marzo). Dirección de impuestos y aduanas nacionales, ligie. Recuperado 18 de octubre de 2023, <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces>

En el apartado anterior podemos visualizar los requerimientos de la exportación hacia Colombia, en el cual ubicamos el gravamen del 0%, Iva del 19%, régimen de comercio libre de importación desde el año 2007 el 1 de enero, descripción de la mercancía con su nombre comercial y sus otras características (DIAN, 2023)

5. Estrategias de comercialización

5.1 Incoterm DDP (Delivered Duty Paid)

Este tipo de cláusula responde a las siglas DDP, o lo que es lo mismo, Delivered Duty Paid (Entregado a derechos pagados) se refiere a que en las transacciones que operen mediante este Incoterms es el vendedor el que se encarga de llevar a cabo la gran mayoría de obligaciones durante la exportación e importación de las mercancías (Miro M, 2021)

Teniendo en cuenta que Trimori Joyería cuenta con una producción mensual por 50 piezas los envíos serían simultáneamente de acuerdo a las demandas pero previendo que en su página se encontraran piezas limitadas y los envíos en consolidado de harían de manera en cajas de Kraft de 50 piezas, DDP es una transacción comercial, que usa envíos internacionales como UPS, implica que el vendedor (Trimori) asumiría la responsabilidad de sus costos hasta que los bienes lleguen a su destino final.

El proceso de distribución física se inicia en Puebla con el despacho del producto terminado empacado en las condiciones necesarias, se llevará directamente al centro de paquetería internacional quien realizara todo el proceso hasta llegar su punto de destino; este transporte se llevará a cabo por vía aérea, siendo el más seguro y rápido.

5.2 Precio de Venta Internacional hacia Colombia

Tabla 6

Envase para envío de las joyas

	
Medidas: 10x15 cm	Medidas: 10x13cm

	
Medidas: 7x7cm	Medidas: 23x15 cm

Considerando el servicio de UPS para envíos internacionales desde la ciudad de Puebla a Colombia-Bogotá como su centro de comercialización y distribución, se ha obtenido una cotización para el envío de piezas individuales con dimensiones previamente especificadas y un peso aproximado de 40 gramos por pieza. La cotización se realizó para cantidades de 1/2 kg, y se aplicará la misma tarifa independientemente de que la pieza a enviar sea inferior a este peso. Además, se contempla el uso de papel burbuja para garantizar el cuidado y protección de las piezas durante el envío, si sus envíos se realizarán solo por medios de difusión electrónicos.

1/2kg Servicios económicos con un valor de \$76.27US

Se aplica una promoción para las Pymes con el fin de impulsar las exportaciones de las pequeñas empresas \$68.63US

1kg 77.42\$US aplicando el descuento otorgado a las MyPymes

T.T 2-5 días en áreas metropolitanas.

T.T 6-8 días (pueblos o de difícil acceso)

Tabla 7

Precio unitario de las piezas+ envío

Anillo Libélulas precio 173.78US\$	Brazalete cabujón de talavera precio 271.7 US\$
Anillo Lunas precio 188.27US\$	Collar Mundo de Talavera precio 146.15US\$

Anillo Mi amor colibrí precio 175.48 US\$	Dije Amorcito precio 135.93 US\$
Aretes Amorcito precio 164.14 US\$	Dije Lunas precio 172.38 US\$
Aretes Geometría precio 164.14 US\$	Mancuernillas Selva Azul precio 203 US\$

Considerando la estrategia de envíos consolidados hacia minoristas, la propuesta implica el envío de 50 piezas en cajas de Kraft. El intermediario seleccionado para los envíos internacionales sería UPS. Cada caja tendría un peso consolidado de 2 kg, con cada pieza individual pesando 40 gramos. Según la cotización proporcionada, el costo total de este envío se estima en \$1410.81 US.

Esta táctica logística ofrece eficiencia al aprovechar la capacidad total de los paquetes, utiliza material de embalaje sostenible en forma de cajas de Kraft, y confía en la reputación de UPS como intermediario confiable para envíos internacionales. La cotización detallada permite una planificación presupuestaria precisa para los costos de envío. Es importante considerar posibles variaciones en los costos debido a factores como la distancia y los servicios adicionales requeridos

5.3 Estrategia de promoción

5.3.1 Relaciones Públicas (Eventos y ferias internacionales)

Uno de los eventos más importantes en Colombia contando con una lista de ferias nacional e internacionales encontramos a Expojoyas, una de las más importantes en América Latina, cabe recalcar que Expojoyas centra su participación en las mujeres que encabezan la lista, continuando con Expo artesanías es una de las ferias que más sobresalen de moda en Colombia, se lleva a cabo anualmente, donde se resaltan creaciones de cerámica, textiles, joyería. Estos eventos son de gran importancia para dar visibilidad a Trimori frente a un grupo en específico, con el objetivo de crear lazos que beneficien el producto de la empresa con el cliente potencial, así el proceso de comunicación directa con el público tendría mayor alcance en el sector.

Estos eventos representan una oportunidad de visualización en el contacto con los clientes así mismo ver, observar y sentir en vivo un primer acercamiento.

Son ideales para establecer contactos y colaboraciones. Conectar con personas del sector, minoristas, distribuidores o incluso diseñadores, puede abrir puertas a alianzas estratégicas y oportunidades comerciales.

Las ferias en Colombia atraen expositores y visitantes internacionales, lo que puede facilitar la expansión de las marcas de joyería a nivel global, en la tabla 8 vemos a continuación una lista de ferias en Colombia.

Tabla 8

EVENTOS EN COLOMBIA	CIUDAD
Expoartesanías es la feria artesanal de América Latina que busca promover la conservación de los oficios tradicionales de nuestro país. Ven y resalta el gran trabajo de los artesanos y sus creaciones, que representan diversas culturas y tradiciones de las distintas regiones del país. Se celebra del 7 al 10 de diciembre, esto resulta de gran oportunidad para promover el comercio artesanal.	Bogotá
Expojotas Bogotá, se exhiben joyas, bisutería, piedras preciosas, demás artículos relacionados con la industria joyera. Este evento suele atraer a profesionales del sector, compradores, diseñadores, entre otros. Su objetivo es promover e impulsar el arte, la cultura, el talento de los joyeros y la proyección de la joyería a través de su exposición. Se celebra alrededor del 27 de agosto al 13 de noviembre.	Bogotá
Memoria Hecha a Mano trabaja por consolidar la cadena de valor artesanal que	

consiste en el desarrollo humano, comercial, fortalecimiento en el diseño y producción de productos artesanales; con una alternativa de desarrollo económico local y regional. Apoya a los artesanos del país con la compra de diferentes piezas artesanales y observando la creación de las mismas. Se celebra del 3 al 8 de mayor (fechas variables).	Bogotá
---	---------------

5.3.2 Marketing directo (Estrategia en punto de venta)

Se seccionará en puntos de venta a través de minoristas incursionando en nuevos mercados, lo que pretende es aumentar los volúmenes de ventas, de hacer una promoción para presentar la nueva colección de joyas, generando expectativa y publicidad. La introducción de este producto en el mercado colombiano implica el desarrollo de estrategias que resalten su autenticidad y origen mexicano.

Se realizarán eventos exclusivos, como noches de presentación de joyas Trimori Joyería ya tiene trayectoria con estos eventos, realizan charlas sobre sus nuevas colecciones; además de hacer invitaciones a clientes potenciales del mercado, conocimiento que se encuentra en el minorista, quien mensualmente enfoca sus productos a determinado público objetivo. Realiza dinámicas de “promoción pareja” teniendo en cuenta que los consumidores son neuro transmisibles, la dinámica de tener un dúo de joyería hace que los clientes muestren mayor interés en su compra, en este tipo de de conjunto como las “mancuernillas” con un collar.

Se puede considerar el envío de muestras o mini catálogos a los clientes frecuentes con el objetivo de que se tenga una visualización previa de cada joya y gocen de privilegios de compra, teniendo en cuenta la particularidad de los clientes objetivo.

5.3.3 Desarrollo de mercado (Promoción de venta)

Existen estrategias para aprovechar las posibilidades en el crecimiento implica ingresar al mercado para fortalecer la presencia de Trimori Joyería en Colombia. Así se

logrará la expansión del mercado en áreas donde la empresa no tiene experiencia previa, a esto se le involucra nueva experiencia de desarrollo de productos e innovación. Como se mencionaba anteriormente se puede hacer el aprovechamiento de eventos que le permitan impulsar las ventas, además de la experiencia previa de los minoristas.

Se puede ofrecer la posibilidad de personalizar piezas de joyería, factor diferenciador de otras joyerías que no ofrecen los mismo servicios, puede ser un diferenciador frente a la competencia en Colombia a través de los canales minoristas, los conocimientos previos que posee Casting Joyería como el canal intermediario, permiten que los consumidores puedan tener contacto directo con el producto, así se ofrecen espacios interactivos donde los clientes experimentan con los productos antes de comprar.

Descuentos comerciales: Reducción en el precio, o a sus intermediarios en el canal por comprar específicas del producto; vinculando especialmente a colecciones, las colecciones se desarrollan en meses específicos del año, donde las compras son mayores; tales como San Valentin, Día de Madres, entre otros.

La participación con otras empresas locales para realizar promociones conjuntas, estos eventos comunitarios, patrocinan actividades locales para fortalecer los lazos de nivel competitivo.

5.3.4 Estrategia de publicidad

Se utilizan plataformas como Instagram, Facebook, página web, para mostrar imágenes atractivas de tus joyas. Creando anuncios pagados, la estrategia de marketing le ayudará a Trimori Joyería en la visualización de los productos y genera expectativa e interés en los consumidores. Así se usaran herramientas que muestren los resultados medibles como lo son herramientas como Google Analytics y Google Trends.

Figura 12

Página web

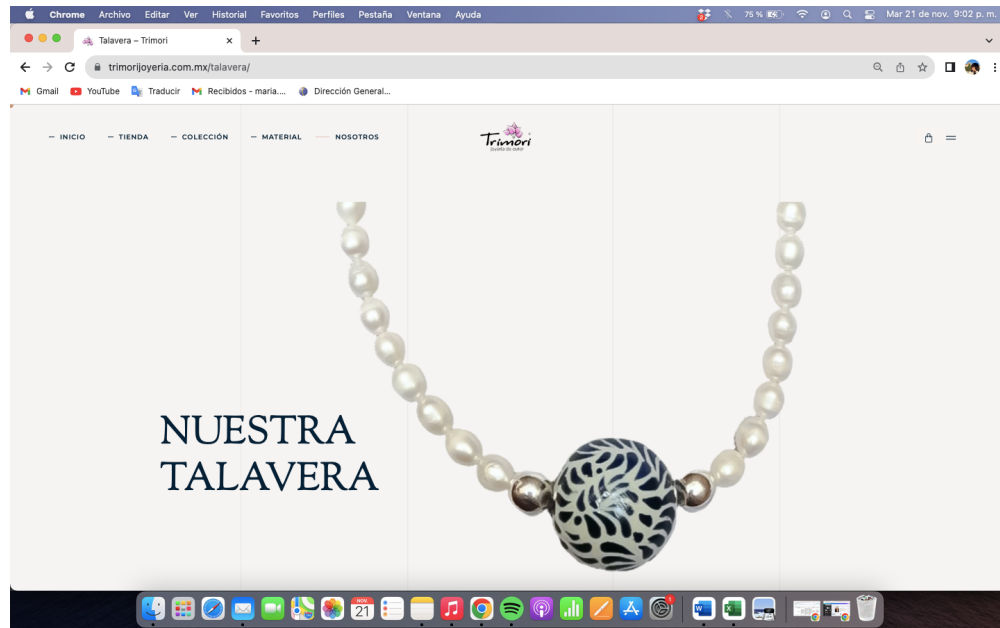
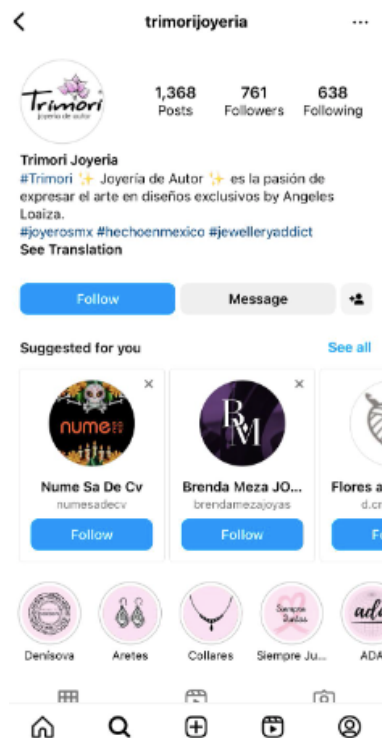


Figura 13

Página de Instagram



Se colaborará con otras marcas de joyería, para hacer publicaciones patrocinadas o de reseñas. En las tiendas físicas, la experiencia será atractiva, la presentación de las joyas tiene que ser dinámica para los clientes.

Debemos tener en cuenta que las redes sociales se basan en las imágenes atractivas de los productos, en estos se buscan resaltar los detalles únicos y la artesanía de cada pieza (Talavera Poblana).

Las publicidades pagas en plataformas como se venía mencionando Instagram y Facebook para llegar a una audiencia más amplia, en las búsquedas se ubiquen en primeras posiciones, se puede hacer una segmentación internacional en ubicación, intereses y demográficos.

Penetración del mercado de forma masiva enfocada en el público objetivo para obtener mayor participación en el mercado, se puede segmentar por edad, preferencias y ubicación, esto tiene un costo mensual de 130 dólares, a través de búsquedas de Google, que harían que la página apareciera en la lista de más buscados.

Organización de eventos virtuales en colaboración con tiendas de joyería locales en Colombia, se podría difundir en exhibiciones en línea, charlas, sesiones de pregunta, teniendo en cuenta que el mercado colombiano no tiene conocimiento de la talavera, cursos donde se presenten los diagramas de flujo, así se genera expectativa del estos nuevos productos.

6. Conclusión

Trimori, una empresa reconocida por su excelencia en la fabricación de joyería fina con Talavera poblana certificada, está decidida a consolidarse en el mercado internacional. La investigación de mercado resalta a Colombia como un nicho ideal, donde el consumidor muestra un fuerte interés por las tendencias, la moda y la exclusividad en los productos extranjeros. Dada la oferta ociosa que la empresa puede dirigir hacia la exportación en este país suramericano, se recomienda la implementación de canales tanto electrónicos como físicos, utilizando intermediarios de paquetería para facilitar envíos internacionales.

El enfoque estratégico propuesto implica mantener un stock mensual dedicado al mercado internacional, permitiendo así la adaptación de la oferta a las demandas específicas de los consumidores colombianos. Para mejorar la visibilidad y consolidar la marca, se sugiere una estrategia de marketing integral. Esto incluye una participación proactiva en eventos mediante relaciones públicas, publicidad digital focalizada, un sólido uso de redes sociales y una página web atractiva.

De manera adicional, es crucial resaltar la relevancia de establecer patrocinios y acuerdos publicitarios estratégicos para enriquecer la experiencia del consumidor colombiano. Se aconseja llevar a cabo un análisis exhaustivo de costos y evaluar el potencial y reconocimiento de cada nueva joya en el mercado. Dado que la talavera es un producto relativamente desconocido en este contexto, es imperativo trabajar con este valor diferencial y potenciar las ventas a través de la educación y concienciación del consumidor.

No podemos pasar por alto que la comprensión profunda de las cualidades únicas de la talavera puede ser un factor determinante para impulsar la aceptación y aprecio por estas joyas. La implementación exitosa de estas estrategias no solo contribuirá a la construcción de una cartera de clientes sólida, sino que también establecerá las bases para una presencia sostenible a largo plazo en el mercado colombiano.

7. Referencias

- Benito, L. (2023, 18 octubre). Dane reveló los datos de crecimiento de la economía colombiana: Avanzó, pero no mucho. *infobae*.
<https://www.infobae.com/colombia/2023/10/18/dane-revelo-los-datos-de-crecimiento-de-la-economia-colombiana/>
- ¿Cómo importar a Colombia? | MINCIT - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2023, 10 enero). <https://www.mincit.gov.co/mincomercioexterior/como-importar-a-colombia>
- Diario Oficial de la Federación. (1998, 3 febrero). *PROYECTO de Norma Oficial Mexicana NOM-132-SCFI-1998, Talavera-Especificaciones*. DOF.
https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4871947&fecha=27/03/1998#gsc.tab=0
- DOF. (s. f.). *PROYECTO de Norma Oficial Mexicana NOM-132-SCFI-1998, Talavera-Especificaciones*. Diario Oficial de la Federación. Recuperado 6 de noviembre de 2023, de https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4871947&fecha=27/03/1998#gsc.tab=0
- Hernández, M., Llanes, M. C., & Medina, M. J. V. (2023, 10 abril). *Colombia | ¿Cómo es la situación social de los colombianos?* BBVA Research.
<https://www.bbvarsearch.com/publicaciones/colombia-como-es-la-situacion-social-de-los-colombianos/>
- Joyería y bisutería en Colombia*. (2018). Legis Comex.
https://www.legiscomex.com/bancomedios/documentos%20pdf/estudio_joyeriacol.pdf

- Ministerio de Relaciones Exteriores. (2023a, enero). *PLAN ESTRATÉGICO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES 2023-2026*. Ministerio.
- Muñoz abogados. (2023). *Colombia Registro de patentes, abogados expertos en registro de patentes*. Muñoz Abogados. <https://www.munozab.com/colombia-registro-de-patentes/>
- Ortiz, O. M. (2015, 3 febrero). *Marcas y Patentes*. Banco de la República. <https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/492/15.%20Marcas%20y%20patentes.pdf>
- Plan Nacional de Desarrollo (Componente Ambiental) - Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible*. (2022a, diciembre 17). Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. <https://www.minambiente.gov.co/planeacion-y-seguimiento/plan-nacional-de-desarrollo-componente-ambiental/>
- Prom Perú. (2013). *Servicios al exportador*. Boletín de exportación. <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/49132875radE72A5.pdf>
- UNAM. (2021, abril). *LA REGULACIÓN DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS EN MÉXICO*. Jurídicas UNAM. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/15/7171/10.pdf>
- Zarate, Z. (2022, 7 agosto). *Presidente de la república*. CIBOD. https://www.cidob.org/biografias_lideres_politicos/america_del_sur/colombia/gustavo_petro_urrego