

4.1 Introducción

A continuación se presenta la información recopilada mediante la investigación documental. De esta forma se obtuvieron datos relevantes útiles para la realización del Plan de Negocios de Exportación de Joyería de Plata a Reino Unido.

4.2 Antecedentes de la plata

El parte aguas importante de la producción de plata fue el descubrimiento del mundo nuevo en 1492, momento después del cual las minas de plata importantes en México, Bolivia, y Perú tuvieron un incremento rápido de la producción anual de plata en el mundo. Este ascenso, aunado con las técnicas mejoradas para extraer la plata de las minas, ensanchó la calidad y la cantidad del mineral que podría ser explotada. Las mejoras tecnológicas, particularmente de fines del siglo diecinueve y a principios de siglo 20, realzaron sumamente la base de la producción de plata y aceleraron la explotación de la plata.

Cerca del 25 por ciento de producción acumulativa de la plata del mundo ocurrió antes de 1770. Los expedientes siguen siendo algo incompletos para los períodos antes de 1900, no obstante tienen una parte crítica en la determinación de la producción histórica acumulativa. (The Silver Institute, Silver Fracts, 2006, párr. 1, 2)

4.3 Antecedentes de la joyería de plata

El Principio (3,000 AC) Las joyas de plata se encontraron en excavaciones de las ciudades sumerias. Las primeras fuentes de Plata eran de las minas alrededor de Anatolia, que está en el área de Turquía moderna. Los Caldeos eran la primera cultura en extraer Plata de otros minerales alrededor de 2500 AC (The Silver Institute, Silver Fracts, 2006, p.2)

600 d. de C. Las obras de plata llegaron a ser muy importantes en China durante la dinastía de T'ang, que duró del 618-907 d. de C. Antes de este tiempo (The Silver Institute, Silver Fracts, 2006, párr. 1, 2)

900 d. de C. Las técnicas con plata se dicen haber alcanzado la región de Oaxaca en México durante este período (The Silver Institute, Silver Fracts, 2006, p.2)

Siglo XVI En el nuevo mundo durante este siglo, el español que conquistó a los indígenas de México, Panamá, los Andes, y Costa Rica encontraron que las habilidades de los plateros nativos eran comparables al español en el nivel de la técnica y el arte. La explotación europea de plata del nuevo mundo empezó en Bolivia. Perú y México crecieron para producir casi 85 por ciento de la plata en el mundo entre 1500 y 1800. (The Silver Institute, Silver Fracts, 2006, p.3)

Siglo XIX Las Joyas de plata llegaron a ser más económicas a causa de avances en la tecnología. Las tribus Navajos del Suroeste Americano empezaron a trabajar la Plata (aprendido de artesanos mexicanos) y habían pasado sus habilidades a las tribus de Zuni en 1870. En Inglaterra, la moda dictada extravagante de la Reina Victoria en casi cada aspecto, empezó el resurgimiento de motivos Célticos antiguos en joyas. Al fin del siglo XIX, ella empezó el período estético que duró hasta su muerte en 1901. (The Silver Institute, Silver Fracts, 2006, p.4)

Siglo XX El centro moderno de trabajo fino en Plata es la ciudad de Taxco en México. La plata era un metal de elección y se combinó con piedras sin cortar y cabujones. Las mejores joyas del Movimiento de Artesanías eran de C. R. Ashbee, Henry Wilson, y Harold Stabler, Liberty & S.a., Charles Horner, y Murre, Bennett & S.a. (The Silver Institute, Silver Fracts, 2006, p.5)

4.4 Generalidades de la joyería de plata

La plata posee calidades de trabajo similares a las del oro, pero tiene mejor brillo y se puede obtener el mejor pulido entre todos los metales. Para hacerlo durable para joyería, la plata pura es usualmente aleado con pequeñas cantidades de cobre. En muchos países la Plata Esterlina (92.5% plata, 7.5% cobre) es el estándar para vajillas de plata desde el siglo 14.

El cobre endurece la plata y hace posible usar como plata esterlina en tazones, cuchillería, y otros artículos decorativos. La plata esterlina combina la durabilidad de un metal precioso con la gran habilidad de adaptarse a las demandas de la moda. Con la ilimitada selección de diseños disponibles de lo tradicional y clásico a lo llamativo y atractivo; permite crear una basta gama de accesorios de plata tan variados como las personalidades, estilos y presupuesto de las personas.

En las mujeres su uso va de lo casual a lo más elegante; en su uso casual, la plata esterlina personifica lo más cercano al estilo propio porque puede ser casual y cómodo y al mismo tiempo elegante y duradero. La plata pura de color blanco combina con todos los tonos de piel y refleja la luz mejor que cualquier otro metal dando un brillo agradable. En el trabajo da un toque de profesionalismo, y es más accesible que otros metales preciosos, su color blanco nítido agrega un toque especial al atuendo de trabajo.

4.5 Características generales del Reino Unido.

De acuerdo con Bancomext (2005), Reino Unido (R.U.) Tiene uno de los niveles de ingreso y poder de compra más altos de Europa y del mundo. Es una economía de servicios con lo cual, una parte importante de la población que trabaja en este sector, requiere comprar productos que no son fabricados en el país. La proveeduría del exterior no es un tema nuevo para los británicos quienes compran mercancías de los cinco continentes desde hace siglos. El comercio internacional es natural para ellos, siempre han vivido con y de él. El británico como consumidor, siempre está dispuesto a probar cosas nuevas. Tratándose de moda, el R.U. es un país donde las últimas propuestas y tendencias son puestas a prueba. El Boom Latino sigue latente en el R.U., entendido éste como una actitud abierta hacia las propuestas culturales, gastronómicas, musicales, idiomáticas y artísticas de países como México, Brasil, Argentina, Colombia y Venezuela, principalmente.

4.5.1 Consideraciones de acceso al mercado

De acuerdo con Bancomext (2005) se deben considerar las diferencias culturales e idiomáticas que existen en Europa.

El verdadero valor y fuerza comercial en Europa lo tienen las marcas. Es difícil vender un producto en Europa si su marca no es conocida, lo que deja básicamente dos cursos de acción: buscar una alianza con una compañía europea que haga el marketing necesario o bien, aceptar la idea de vender a los europeos con sus marcas propias (private label). Para los mexicanos es natural cotizar en dólares por el intenso comercio que hay con Estados Unidos. Cuando se haga una cotización para el Reino Unido, se debe procurar hacerla en Libras Esterlinas (GBP) o por lo menos en Euros (Bancomext, Ficha Técnica, 2005, p4)

Los canales de distribución y sus participantes están muy bien definidos en el Reino Unido, brincarse alguno podría redundar en el fracaso de un buen negocio. En un principio cada parte de la cadena es indispensable.

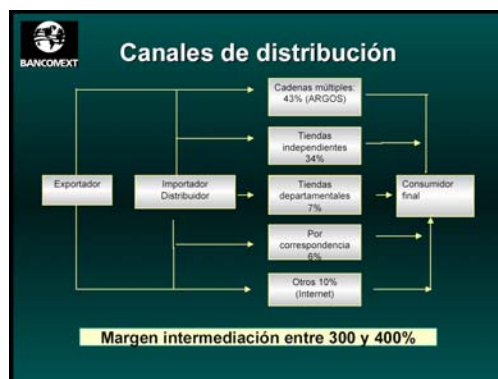
Se debe procurar mandar los embarques a tiempo, dar seguimiento a los pedidos, enviar la mercancía bajo las condiciones especificadas, dar servicio post-venta pero sobre todo, entregar a tiempo.

La honestidad es uno de los valores más preciados en esta región. La logística es muy importante en el proceso de venta al Reino Unido.

4.5.2 Canales de distribución y comercialización

Para que el producto entre al país es necesario que el exportador envíe sus productos o los venda a un importador o distribuidor, el cual se encarga de venderlos al consumidor final por diferentes medios, ya sea en tiendas comerciales, correo tradicional o Internet. Todo esto tiene un margen de intermediación de alrededor 400 por ciento.

Figura 1 Canales de distribución



Fuente: Bancomext, (Jewellery in UK, 2005, p. 13)