



# AL-INVEST IV INFORMA

Nº16 - NOVIEMBRE 2010



AL-Invest IV - Eurochambres - Avenue des Arts, 19 A/D - B-1000 Brussels - info@AL-INVEST4.eu

www.al-invest4.eu

## SUMARIO

### Especial Joyería y Bisutería

<b>Editorial</b>	
La importancia de la moda y la bisutería en el mercado europeo .....	1
<b>América Central, México y Cuba</b>	
México, "El país de la plata" .....	2
<b>Región Andina</b>	
Colombia, "Bogotá, una alta oferta de esmeraldas" .....	2
Perú, "La joyería de la plata en Perú, una actividad económica generadora de trabajo" .....	3
Bolivia, El "Corazón de Oro" en Bolivia .....	3
<b>Entrevista a...</b>	
Martha Vargas, Directora general de la empresa Martha Vargas, México .....	4
<b>Actividades</b>	
Horneados con mucho gusto (Turín, Italia) .....	5
Alimentos de mar (Vigo, España) .....	5
En busca de un café de excelencia (Veracruz, México) .....	5
Biología innovadora (Hannover, Alemania) .....	6
Misión informativa (Madrid, España) .....	6
Plan de futuro (Santa Cruz, Bolivia) .....	6
Mármol de calidad (Verona, Italia) .....	6
<b>En Bruselas se habla de...</b>	
Europa felicita a la nueva presidenta de Brasil .....	7
<b>Próximos eventos y publicaciones.</b> .....	7
<b>Contacto.</b> .....	7

## Dossier especial Joyería y Bisutería

### EDITORIAL

# La importancia de la moda y la bisutería en el mercado europeo

## Bisutería

El sector mundial de la bisutería se encuentra en pleno auge debido a la tendencia llamada "accesorización" de la moda que contribuye a la expansión del sector. Este fenómeno se ha incrementado en Europa en los últimos años y ha propiciado que proliferen cadenas de tiendas como la anglosajona Claire's que cuenta con establecimientos en Europa, Japón y Norte América; así como la británica Accessorize, que dispone de tiendas en Europa, Asia y Brasil.

Paralelamente, otros agentes suben de gama mediante el aumento del uso de la plata o de materiales semipreciosos con el fin de diferenciarse. La competencia es cada vez más intensa en el segmento alto de la bisutería, en el que las marcas de lujo están presentes desde hace tiempo. Su estrategia de diversificación de la actividad incorporando productos de joyería o bisutería les permite explotar la notoriedad de sus marcas de moda y paliar la ralentización de su mercado histórico.

La Unión Europea es una oportunidad clara para las exportaciones de los países latinoamericanos en éste sector debido a la tendencia creciente en sus importaciones, con un incremento constante en los últimos años de alrededor del 15%.

## Joyería

La UE es el segundo consumidor mundial de artículos de joyería, después de EEUU. En el último año, ciertos países han sufrido un retroceso ligero en las importaciones de estos productos debido a la crisis económica. Según datos de Eurostat las importaciones extracomunitarias han pasado de los casi 5.000 millones de euros en 2006 a los 4.700 millones en 2008.

En 2008, el promedio de gasto per cápita en joyería en la UE fue de 47,20 euros. Los grandes consumidores son italianos y grie-

gos con un promedio de 96,60 euros. En el período comprendido entre 2003 y 2008, el mercado de joyería se ha beneficiado del crecimiento económico y de factores como la independencia económica de las mujeres, el aumento del número de matrimonios, la mayor influencia de la moda y una mayor diversidad en los diseños de joyería.

Los europeos tienden a usar y a comprar joyas con más frecuencia. Desde 2003, las ventas aumentaron a una tasa media anual del 0,9%. Sin embargo, en el segundo semestre de 2007, las ventas de joyería se han debilitado debido a la recesión y al enorme aumento de los precios de los metales preciosos. Los consumidores han sido cautelosos a la hora de comprar joyas preciosas (oro, platino y diamantes de la joyería) y se han decantado por productos más económicos como la plata y la bisutería. En 2008, las ventas de joyería descendieron en la UE pero las de bisutería se vieron incrementadas.

La tendencia del mercado europeo está marcada en los últimos años por la importancia de la moda, los diseños innovadores, la entrada de nuevos materiales, la calidad y los precios asequibles que han provocado un mayor consumo. Asimismo, es importante tener en cuenta el sexo y la edad porque existe un mercado específico para hombres, adolescentes y niños.



Stefan Unseld  
Gestor de Proyecto  
Inwent

AL\*INVEST



Apoyo a la internacionalización de las PYMES de América Latina

El Programa AL-INVEST IV está financiado por la UE

La presente publicación ha sido elaborada con la asistencia de la Unión Europea. El contenido de la misma es responsabilidad exclusiva de AL-INVEST IV y en ningún caso debe considerarse que refleja los puntos de vista de la Unión Europea.

## América Central, México y Cuba

México es el principal productor mundial de plata afinada. La producción de joyería y orfebrería tiene un valor de 700 millones de dólares

### MÉXICO

El país de la plata



La fabricación de joyería en México es tradicional y predominantemente artesanal, aunque la tendencia se orienta cada vez más a la producción de artículos de alto valor agregado, elaborados por artesanos profesionales.

México es el principal productor mundial de plata afinada y después de Perú, el primero en plata minera, lo que le otorga un fuerte posicionamiento frente a los mercados europeos que cuentan con una alta demanda pero poca materia prima.

El país latinoamericano presume de tener numerosos yacimientos de plata a lo largo y ancho del país. Gracias a las propiedades de este material ha logrado posicionarse en sectores como la industria, la fotografía y la joyería.

En 2008 el valor global de las exportaciones de la joyería mexicana alcanzó los 2.591 millones de dólares. Actualmente existen unas 12.000 empresas del sector establecidas en el país latinoamericano y el 12% son exportadoras.

La comercialización de artículos de joyería y orfebrería se realiza masivamente en los centros turísticos nacionales y en las grandes ciudades, y cerca del 40% de la producción nacional se exporta a EEUU, a países europeos y a Japón.

Durante 2010, a partir del Programa AL-INVEST IV, un gran número de joyeros han podido participar en actividades orientadas a la mejora de su negocio. En abril y mayo, se les facilitó nociones básicas para el crecimiento de sus empresas a nivel internacional.

En septiembre, la feria internacional Intergift invitó a los pequeños empresarios a las misiones de familiarización y rueda de negocios para fortalecer sus conocimientos sobre mercados europeos y adquirir nuevas tendencias de Europa.

Hasta finales de año, se trabajará en el desarrollo de líneas de productos en joyería y artículos de decoración y regalos para poder atacar con madurez e innovación los mercados europeos en 2011.

## Región Andina

Los países de la Región Andina presumen de una fuerte tradición en el sector de la joyería. Perú se ha convertido en el principal productor mundial de la plata minera y Bogotá goza de una amplia oferta de esmeraldas

### COLOMBIA

Bogotá, una amplia oferta de esmeraldas

En la localidad de la Candelaria, en el centro de la ciudad de Bogotá, se agrupan en asociaciones los productores de joyas, en su mayoría manufactureros. Realizan joyería contemporánea utilizando materiales alternativos como aceros, maderas y fibras.

Bogotá presume de tener el mayor número de establecimientos comerciales de materias primas, maquinaria para la industria y una gran oferta de esmeraldas. Asimismo, el país goza de recursos mineros, de una amplia tradición joyera y de propuestas productivas muy variadas.

En este sentido, la Asociación Nacional de Comercio Exterior (ANALDEX), institución socia Andina del Programa AL-INVEST IV en Colombia lleva más de un año desarrollando actividades relacionadas con la mejora de sus procesos de diseño. Así por ejemplo, un total de 20 empresarios se beneficiaron de la Asistencia Técnica para el Diseño de Productos e Innovación de los Procesos, enfocada a la capacitación en Programas de modelado 2D y 3D.

Actualmente, se está llevando a cabo un Plan de Negocios en las empresas de 20 joyeros con el objetivo de enseñarles cómo funciona una empresa y cuáles son sus procedimientos.

No obstante, el sector de la joyería en Colombia tiene un largo camino por recorrer ya que presenta algunas debilidades para la consolidación de su internacionalización como por ejemplo la falta de cultura empresarial, malas prácticas en la fabricación del producto y un escaso acceso a la educación tecnológica y profesional.

Para hacer frente a los desafíos a los que se enfrenta el país latinoamericano, instituciones colombianas del Programa AL-INVEST IV en conjunto con socios europeos tienen planificadas diversas actividades que prestan apoyo a las pequeñas empresas.



## PERÚ

### La joyería de la plata en Perú, una actividad económica generadora de trabajo

Perú goza de una joyería cada vez más competitiva y rentable que genera nuevos puestos de trabajo y oportunidades de desarrollo. El país latinoamericano es especialista en trabajar la plata y se ha convertido en el principal productor mundial de la plata minera.

Se trata de una actividad que poco a poco ha demostrado un posicionamiento interesante en los mercados extranjeros gracias a la participación en ferias internacionales o misiones comerciales donde se exponen los productos peruanos. La Cámara Nacional de Comercio, Producción y Servicios, PERUCÁMARAS, a través del Programa AL-INVEST IV, es una de las instituciones encargadas de llevar a cabo estas actividades de apoyo a joyeros de regiones fuera de la capital de Perú como Cusco, Cajamarca, Huánuco, Lambayeque, Piura, Puno, entre otros.

Al sector de joyería se le ha brindado asistencia técnica que se puede resumir en: diseño de colecciones, seguimiento a las colecciones, desarrollo de imagen corporativa y diseño de stand para participar en Perú Moda y Perú Gift 2010, costos y determinación de precios, acabado de joyas, especialmente en lo que se refiere a enchapes.

Todo ello con miras a adaptar el diseño de sus productos a la tendencia de la moda, sin perder su identidad cultural; mejorar la calidad

de sus acabados, encontrar el punto de equilibrio para negociar el precio de sus productos con potenciales clientes; y, por último, mejorar su presentación y acceso a mercados a través de una buena imagen corporativa.



Joyas de plata de Catacaos exhibidas en Perú Moda 2010

Fuente: RA

## BOLIVIA

### El "Corazón de Oro" en Bolivia

Hace dos años, siete empresarios del núcleo de la joyería decidieron dejar de lado la competencia y aunar sus esfuerzos para crear la empresa "Kory Chuyma". Ubicada en la ciudad de La Paz, los dueños fabrican con sus propias manos originales y hermosas joyas que después comercializan en el mercado Lanza.

Los fundadores de "Corazón de Oro" cuentan con más de 20 años de experiencia en el mundo de la orfebrería y sus conocimientos han sido transmitidos por sus antepasados. La tecnología manual que utilizan es única y legendaria.

Sus creaciones tienen éxito entre el público local, pero su sueño es exportar los productos a países vecinos. Un anhelo que todavía ven "lejano" porque la escasa maquinaria y su pobre capital de operación no les permite expandirse a otros mercados nacionales e internacionales.

A pesar de que los propietarios están felices por contar con una empresa legalmente constituida, sienten que su sector está desplazado de la economía boliviana ya que no pueden acceder al oro con un alto grado de pureza, una gran traba para mejorar la calidad de sus joyas.

La empresa es una de las primeras que comenzó a asistir a las reuniones del Programa AL-INVEST IV dentro del núcleo de joyería creado por la Cámara Nacional de Comercio. Los empresarios aseguraron que les ha brindado la oportunidad de conocer nuevas tecnologías y desarrollar la orfebrería de una manera más profesional y empresarial.

<http://www.alinvest4can.org/KoryChuyma.aspx>

### Joyas de revista

Por sus condiciones geológicas, Bolivia es un país muy rico en materias primas, donde existe un sin fin de piedras semipreciosas, que con un toque de creatividad y talento se convierten en un invaluable tesoro. En ese sentido, la Cámara de Exportadores de Santa Cruz – CADEX, en el marco del Programa AL INVEST IV, ha desarrollado diversas actividades para impulsar al sector de joyeros agrupados en un núcleo denominado "Manos Creativas".

Las capacitaciones en el apoyo al proceso de internacionalización han permitido que el sector joyería fortalezca sus capacidades de gestión interna y desarrollen perspectivas de mercado.

Entre las actividades a destacar está la impresión del catálogo del núcleo "Manos Creativas", donde fue expuesto lo mejor de la joyería boliviana. La publicación fue distribuida a nivel nacional en lugares estratégicos para posicionar este tipo de productos.



Bolivianita: piedra preciosa natural que solamente puede ser encontrada en Bolivia

Fuente: RA

## Martha Vargas, Directora general de la empresa Martha Vargas, México

El buen gusto, la creatividad, el esfuerzo y la formación le han dado a Martha Vargas la clave del éxito para evolucionar en su negocio. Esta maestra de la joyería convierte la plata y la madera en joyas elegantes, originales y llenas de color. Todas las creaciones llevan impresas sus raíces michoacanas. El taller de Martha se encuentra en la comunidad indígena donde nació y donde transforma sus materiales en atractivos pendientes, collares y anillos. Poco a poco ha podido lograr la capacidad para dar el salto al terreno internacional.

Su empresa nació en 2002, ¿cómo fue su origen y evolución?

Comencé sola como técnica y diseñadora, una empresa realmente pequeña donde lo hacía todo. Fui creciendo poco a poco hasta que necesité contratar más personal. Ahora tengo 19 trabajadores en plantilla y 45 puntos de venta nacionales.

Tiene mucho gusto a la hora de elaborar joyas...

Me ayudó mi formación. Estudié la carrera de diseño y me especialicé en textiles y en técnicas de joyería.

Tiene una producción original...

La competencia de la plata en México es muy alta y se vende en todos lados. He tratado de diferenciarme usando materiales y técnicas poco comunes. Combino madera tallada a mano y plata elaborada de modo industrial, lo que ha llamado mucho la atención de mi producto.

¿Cómo ha evolucionado tan rápido?

Los cursos de AL-INVEST IV acerca de cómo administrar mi negocio y cómo hacerlo socialmente responsable me han apoyado mucho. El Programa me ha ofrecido la ayuda de asesores y expertos europeos que se han acercado hasta mi empresa para ver cómo manejo la producción. Me han dado consejos y recomendaciones que me han permitido avanzar a una velocidad que, por mi misma, no lo hubiera logrado.

¿Ha participado en alguna Feria a través de AL-INVEST?

Me invitaron a una feria en Italia y a cursos de cómo expresar mi línea y cómo comercializarla. El curso educativo en Vicenza me sirvió muchísimo.

Da cursos a comunidades indígenas...

Capacité y entrené a una comunidad indígena de Michoacán, donde yo nací, para hacer mi propia joyería allí. De este modo he conseguido que los diseños y la tecnología no se copien a la vez que ayudo a la comunidad.

Al mismo tiempo, he dado cursos a otros colectivos para enseñarles a trabajar sus propios materiales como el cobre, la madera o los textiles.

¿Cuál es su reto?

La internacionalización. Tengo la capacidad de producción lista para dar el salto y me gustaría muchísimo tener contactos formales. Mis experiencias han sido muy caseras. Personas a las que les ha gustado mi producto y lo han vendido en otros países.

Entonces, ¿sus productos se han vendido en Europa?

Una empresa alemana me encontró y empezó a comercializar allí mi producto. Mi joyería les gustó. Pero no era una persona experta en comercialización. A mí me gustaría localizar gente más capacitada y con más experiencia.



A la izquierda Martha Vargas, experta en diseño  
A la derecha Sergio Durán, empresario de Cozca

Fuente: Martha Vargas

FICHA

Sector: **Diseño, producción y comercialización de joyas de plata y madera**

Sede: Porfirio Díaz 138-301 México DF

Número trabajadores: 19

Web: <http://www.marthavargas.com/>

## Horneados con mucho gusto

Salón Internacional del Gusto, 21-25 octubre, Turín, Italia

Cuñapés, tortitas de carne, calitas, jallullas, bizcochos, paraguayos y galletas fueron algunas de las recetas típicas del municipio de San Javier (Santa Cruz, Bolivia) que pudieron saborearse en el Salón Internacional del Gusto celebrado el mes pasado en Turín. Un total de seis productoras de horneados y dulces exhibieron sus cualidades culinarias en este evento.

Esta misión fue organizada en el marco del Programa AL INVEST IV por la Cámara de Industria, Comercio, Servicios y Turismo de Santa Cruz – CAINCO en conjunto con Retecamere (Socio Italiano del Programa AL INVEST IV – Región Andina). Asimismo el Proyecto Misiones Cainco-Cepad y la Fundación Iberoamérica Europa (FIE), colaboraron en la organización de esta misión.

La Feria fue visitada por 200.000 personas y fue un éxito para las invitadas. “Nos enorgullece saber que nuestros productos tuvieron buena aceptación. Seguiremos trabajando, perfeccionando nuestros productos y ajustándonos a todas las exigencias internacionales para poder exportar”, explicó Heisa Montalván, presidenta de la Asociación de Horneadoras de San Javier.

Claudio Cipollini, director general de Retecamere destacó la participación Boliviana en esta feria y remarcó las amplias oportunidades de negocios que existen en el mercado italiano para la producción típica artesanal, así como para productos naturales biológicos.

[http://www.salonedelgusto.it/welcome\\_esp.lasso](http://www.salonedelgusto.it/welcome_esp.lasso)

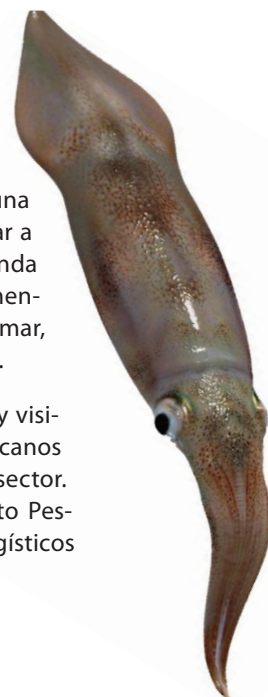
## Alimentos de mar

4-8 octubre, Vigo, España

La feria CONXEMAR en Vigo acogió el pasado mes una Rueda de Negocios cuyo principal objetivo fue dar a conocer a las empresas europeas la oferta y demanda existente en México, Honduras y Panamá de alimentos de mar como pulpo, camarón, pescado, calamar, alimentos procesados y congelados, entre otros.

Asimismo, se organizaron seminarios técnicos y visitas guiadas para que los empresarios latinoamericanos conocieran el mercado y la industria europea del sector. La misión concluyó con una visita técnica al Puerto Pesquero de El Berbés para dar a conocer los aspectos logísticos y de distribución.

<http://www.conxemar.com/feria.htm>



## En busca de un café de excelencia

Octubre-febrero 2011, Veracruz, México

El Estado mexicano de Veracruz posee características extraordinarias para producir un café de admirables propiedades. Sin embargo, debido a la falta de buenas prácticas en el procesamiento, el producto pierde su calidad. Por este motivo, el Eurocentro NAFIN México, dentro del Programa AL-INVEST IV, está desarrollando desde el mes de octubre de 2010 y hasta febrero de 2011 un conjunto de iniciativas destinadas a desarrollar un café diferenciado por la alta calidad y la denominación de origen.

El objetivo es darle un valor agregado crucial para la exportación en los mercados europeos. El proyecto busca que los pequeños empresarios de esta región acudan a las capacitaciones y talleres.

El trabajo se desarrollará a lo largo de seis meses en dos regiones de Veracruz (Huatusco y Coatepec) involucrando a 15 empresas a través de seis módulos progresivos de aprendizaje de los procedimientos agroindustriales de calidad para obtener un café de excelencia.



## Biotechnología innovadora

4-8 octubre, Hannover, Alemania

Una delegación de investigadores latinoamericanos asistió a la feria de "Biotechnica" en Hannover, organizada por el Eurocentro NAFIN junto al Ministerio Federal de Educación e Investigación de Alemania (BMBF).

El grupo de científicos latinoamericanos, procedentes de universidades, centros de investigación y empresas dedicadas al desarrollo tecnológico, acudieron al evento con el objetivo de conocer las innovaciones alemanas en el terreno de la biotecnología del medio ambiente y la agroindustria, así como de impulsar entre las partes involucradas proyectos de cooperación con institutos y centros alemanes.

<http://www.biotechnica.de>

## Misión informativa

4-8 octubre, Madrid, España



Feria SIMO Network

Fuente: CAMC

Del 4 al 8 de octubre, el Eurocentro NAFIN, junto con COEXPORT, organizó una misión de familiarización en la feria SIMO Network. El objetivo principal fue el de ofrecer a las empresas mexicanas y salvadoreñas un foro donde conocer, comparar y hacer negocios con empresas españolas que desarrollan tecnologías de la información en los sectores de 'software' y aplicaciones móviles, entre otros. Asimismo, se realizó una visita técnica al Parque Científico de Madrid con la finalidad de conocer las instalaciones, requisitos y beneficios para las empresas extranjeras que quieran establecerse en el país.

A través de esta misión, pequeños empresarios de Latinoamérica tuvieron la oportunidad de establecer contactos con empresas españolas con el fin de generar negocios a largo plazo. <http://www.ifema.es/web/ferias/simonetwork/default.html>

## Plan de futuro

20-22 octubre, Santa Cruz (Bolivia)



Fotografía grupal de andinos y europeos que participaron en la Reunión

Fuente: RA

Los socios del programa AL-INVEST IV y de la Región Andina se reunieron el mes pasado en Santa Cruz, Bolivia, para planificar las acciones de apoyo a la internacionalización de las PYMES latinoamericanas en el período 2011-2012.

Bajo la organización de la Cámara de Industria, Comercio Servicios y Turismo de Santa Cruz (CAINCO), alrededor de 50 representantes de instituciones de Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Europa se dieron cita con el objetivo de programar el presupuesto, compartir la metodología para la planificación anual del programa

y mejorar la comunicación. Asimismo, en representación del Consorcio Servicios estuvieron Joaquim Cordeiro y Paolo Baldan.

Julio Silva, director del Centro Boliviano de Competitividad de CAINCO, detalló que durante los tres días del encuentro los socios también dieron a conocer las experiencias y los avances que ha tenido el Programa AL-INVEST IV en sus respectivos países y las expectativas para los próximos años.

<http://www.alinvest4can.org/Web/Default.aspx?Id=07813d07-c8c4-44ab-a2ca-2f456803e52b>

## Mármol de calidad

29 septiembre- 2 octubre, Verona, Italia

Un total de 13 empresas mexicanas del sector del mármol viajaron hasta Italia a una Rueda de Negocios en Marmomacc, organizada por el Eurocentro NAFIN. Tuviron un promedio de 20 citas con empresas italianas para la compra de maquinaria y recibieron seminarios técnicos con el ingeniero Paolo Marone, presidente y director del Instituto Internacional del Mármol. Los pequeños empresarios de México se informaron sobre las nuevas tecnologías para la transformación de mármol y las tendencias en cuanto a maquinaria moderna. Los resultados fueron muy positivos ya que cerraron negocios con empresas europeas.

Adicionalmente, y derivado de esta acción, se está trabajando mediante seminarios y

mesas de trabajo con los empresarios del sector. Se trata de un proceso de formación de cluster para empresas de mármol, que les permitirá entrar a nuevos mercados y ser más fuertes a nivel nacional e internacional.

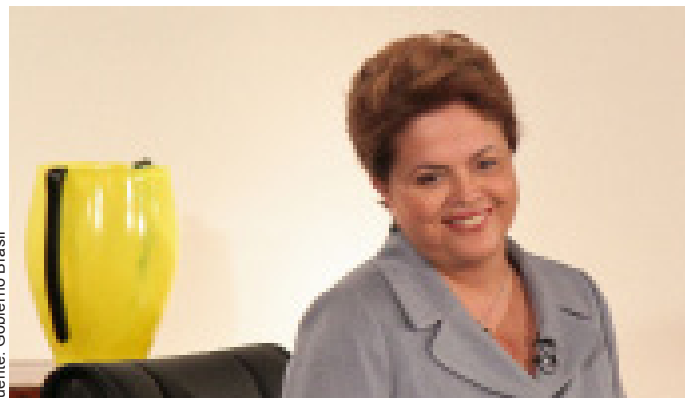
<http://www.marmomacc.it/en/index.asp#>



Fuente: Marmomacc

## Europa felicita a la nueva presidenta de Brasil

Las instituciones europeas dieron su enhorabuena a Dilma Rousseff, la primera mujer elegida presidenta en Brasil. Herman Van Rompuy, presidente del Consejo Europeo, felicitó a Rousseff y destacó la buena relación entre la UE y el país sudamericano.



Fuente: Gobierno Brasil

La UE acogió con satisfacción la victoria de Dilma Rousseff en los comicios presidenciales celebrados el último fin de semana de octubre en Brasil. Los ciudadanos respaldaron a la futura presidenta con un total de 56 millones de votos.

La eurodiputada española María Muñiz señaló que la brasileña es una mujer que "consolidará la senda de creci-

miento que ha emprendido Brasil en los últimos años"

La eurodiputada trasladó su apoyo a la futura mandataria y subrayó que las prioridades del Gobierno de Brasil son "estabilidad económica, lucha contra la pobreza, compromiso con los derechos fundamentales e igualdad entre mujeres y hombres".

José Manuel Barroso, presidente de la Comisión Europea, dio la enhorabuena a Rousseff por su victoria, que supone una "reafirmación de la vitalidad y madurez de la democracia brasileña".

Por su parte, Herman van Rompuy, presidente del Consejo Europeo, expresó su felicitación a la elegida de Lula y dijo que está seguro de que el apoyo ciudadano dará a Rousseff la "energía necesaria para hacer frente a los desafíos brasileños".

Tanto la eurodiputada como Van Rompuy y Barroso coincidieron en destacar la importancia que tiene Brasil como socio estratégico de la UE. Según señalaron, Brasil se ha convertido en un interlocutor clave para la Unión, no sólo desde el punto de vista económico y comercial, sino también en la resolución de conflictos y amenazas globales.

## Próximos eventos y publicaciones

### Eventos

Capacitación y asistencia técnica para implementación de buenas prácticas de manejo en turismo sostenible con base en el protocolo GREAT GREEN DEAL

Noviembre 30, 2010 (CAMC)

Capacitación y asistencia técnica para implementación de sistema de gestión de productividad para PYMES

Noviembre 30, 2010 (CAMC)

Capacitación y Asistencia Técnica en Sistemas de Gestión de Calidad, Norma ISO 9001:2008

Noviembre 30, 2010 (CAMC)

BIOFACH 2011

Febrero 16, 2011 -- Febrero 19, 2011 (CS)

CeBIT - Hannover 2011

Marzo 01, 2011 -- Marzo 05, 2011 (CS)

AGENDA DE NEGOCIOS PARA GCP GLOBAL EN ESPAÑA

Abril 01, 2011 (CAMC)

SIMM Madrid 2011

Septiembre 01, 2011 -- Septiembre 03, 2011 (CS)

Anuga 2011 - Köln

Octubre 08, 2011 -- Octubre 12, 2011 (CS)

FIMMA-MADERALIA, Valencia 2011

Noviembre 01, 2011 (CS)

### Publicaciones

Análisis sectorial "Joyería y Bisutería":

<http://www.al-invest4.eu/minisite/joyeria/europa/europa1.html>

\*CAMC- América Central, México y Cuba

\*CS- Consorcio de Servicios



Para ampliar información visiten nuestra página web

[www.al-invest4.eu](http://www.al-invest4.eu)

o nuestro perfil en



<http://www.facebook.com/pages/AL-Invest-IV-Consortio-de-Servicios/175340069146180?ref=ts>

Contacto:

[info@al-invest4.eu](mailto:info@al-invest4.eu)

¡Déjanos tus comentarios!

