



ILARIA CIABATTI, propietaria de las joyerías y platerías ILARIA

“Uno de mis grandes sueños es convertir a la **joyería y orfebrería en plata** en un **producto bandera del Perú**”

Por FERNANDA CASTILLO

“Lo ideal sería la creación de una verdadera academia de formación profesional para el sector joyero y platero, que agrupe a esos jóvenes que habiendo terminado la secundaria decidan iniciarse en este rubro”.

¿Qué hizo que Ilaria se convierta en una empresa exitosa?

Es muy difícil decir qué cosa ha contribuido a este resultado. Siempre existen un conjunto de elementos que favorecen una determinada situación, en este caso específico diría que los más importantes han sido el entusiasmo, la tenacidad y el amor hacia este país.

¿Trabaja con muchos artesanos, les ofrece algún tipo de capacitación?

Un importante componente del desarrollo y oportunidades del crecimiento de nuestra marca está en los diseños elaborados por las manos de nuestros artesanos, que suman actualmente más de cien, entre joyeros artesanos y orfebres, talladores de piedra y talladores de madera.

La estructura de trabajo con los artesanos implementada por Ilaria, que desde su comienzo fue concebida de esta manera, responde a un modelo desconcentrado de organización empresarial, legalmente reconocido, que apunta a la autonomía de los artesanos con los cuales se relaciona. Esto permite que los artesanos elaboren nuestros modelos cumpliendo las exigencias de calidad requeridas por la empresa. Para ello, realizamos permanentes controles en laboratorios especializados sobre la ley del mineral utilizado, el cual es además proporcionado por nosotros.

En algunas ocasiones Ilaria ha financiado cursos a algunos artesanos cuando se realizan capacitaciones, como el año pasado en ocasión del Primer Congreso Internacional de Joyería.

¿El personal directivo de la empresa es parte de su familia? ¿En qué porcentaje? Empecé sola, con la ayuda de algunos

magníficos colaboradores que siguen siendo mis grandes apoyos; luego entró mi hija Benedetta, quien se hizo cargo de las exportaciones, que en un primer tiempo no eran tan relevantes y ahora se están expandiendo; y finalmente llegó Beatrice de Italia hace siete años, y ella se hizo cargo del área de marketing. No puedo omitir a Geri, mi esposo, que a pesar de no trabajar en Ilaria siempre ha estado disponible para cualquier consejo o consulta.

Poco a poco, con el crecimiento que hemos tenido, estamos contando siempre más con la experiencia de profesionales capacitados, cuyos aportes están obteniendo nuevas estrategias de organización y expansión y consecuentemente nuevos mercados.

Quando el negocio es propio, tal vez es más difícil delegar y dejar en manos de otro las decisiones. ¿Usted puede hacerlo?

Reconozco que al comienzo no ha sido fácil delegar, y hasta ahora en algunos casos sigue siendo difícil, pero soy consciente de que el desarrollo de una iniciativa empresarial implica necesariamente el delegar responsabilidades acordes con los objetivos de crecimiento.

Ilaria es el ejemplo de una empresa que nació con un sentido de autosatisfacción y se convirtió en un caso de éxito. ¿Siente que ha perdido en el camino la visión del comienzo?

La admiración por la orfebrería peruana y sobre todo el arte virreinal definió el nacimiento de Ilaria hace 18 años.

Los primeros trabajos de Ilaria fueron destinados a la exportación; la idea fundamental fue mostrar con orgullo

los lindos trabajos que se realizaban en el Perú, y esta idea me sigue acompañando. Cuando me invitan a hacer un desfile en otro país, siento que he mantenido este propósito; lo que me impulsa a trabajar y a desplazarme es mostrar al mundo lo que somos capaces de hacer en nuestro país.

¿Qué piensa de las demás empresarias que han sido exitosas en el negocio de la platería, Milli Blume, Claudia Lira, entre otras? ¿Tiene relación con ellas? ¿Se reúnen a compartir experiencias o información del mercado?

Desde mayo de 2009, a través de la organización del Primer Congreso Internacional de Joyería, efectuado en Cajamarca, se logró reunir a los principales diseñadores y artesanos del Perú y el mundo dedicados al desarrollo de joyería de plata y oro.

El objetivo de esta convocatoria, así como de las que habrá en el futuro, es precisamente potenciar el desarrollo, especialización y formalización de los talleres y artesanos joyeros para darle mayor valor agregado al oro y plata que produce nuestro país.

Ilaria es la marca más reconocida en el Perú, y la experiencia está siendo exportada. ¿Cómo la recibieron en Chile? ¿En qué otros países tiene pensado incursionar?

Un valor fundamental del crecimiento logrado por Ilaria es la marca, que ha logrado posicionarse como sinónimo de



calidad, diseño innovador y elegancia, tanto en nuestro país como en todos aquellos lugares donde hemos logrado abrir tiendas propias y franquicias.

El primer trimestre del año inauguramos la segunda tienda propia de Ilaria en Santiago de Chile, en uno de los principales centros comerciales de la ciudad, donde al igual que en nuestro país hemos logrado convertirnos en una marca aspiracional y en un referente del arte y cultura del Perú transformado en plata.

Actualmente, contamos además con franquicias en Honduras, Guatemala, Guayaquil y Bogotá, y siempre estamos buscando nuevas oportunidades de expansión



El Perú es reconocido internacionalmente por sus trabajos en plata. ¿Podrían ser producto bandera?

Este es uno de mis grandes sueños. Existe por parte de ADEX la iniciativa de convertir a la joyería y orfebrería en plata en un producto bandera, en razón de que somos el principal productor mundial de plata, y se espera que la aprobación de esta propuesta contribuya a que su comercialización en el país sea a precio internacional.

De forma conjunta, buscamos mejorar la provisión del metal, pues hoy la capacidad de transformación y valor agregado de la plata que produce el Perú es incipiente respecto a

otros países, principalmente México, segundo productor mundial de plata, donde el 15% de su producción logra transformarse en joyería y platería, versus el 1% de nuestro país.

Existen además importantes condiciones para remontar esta situación, en razón de ser una importante actividad generadora de empleo y fuerza de desarrollo económico y social sostenido, además de un medio de rescate del arte y la tradición de nuestros ancestros, así como generador de un importante flujo comercial.

¿El sector recibe algún tipo de apoyo de parte del gobierno, ya sea en difusión, capacitación o legislación?

El Mincetur ha creado el registro de artesanos, a fin de tener una idea más clara de la composición del mercado e iniciar próximamente iniciativas de capacitación orientadas a mejorar el diseño, calidad y formalización del sector.

Una excelente iniciativa del actual ministro de comercio exterior y turismo, Martín Pérez, ha sido la de realizar los viajes de Expoperú a varios países con empresarios de distintos rubros, entre ellos los joyeros y plateros, que han logrado establecer relaciones comerciales con otros países, además de tener la posibilidad de mostrar al mundo nuestros trabajos.

¿Qué haría falta?

Generar mayor valor agregado, para lo cual, reitero, es necesario consolidar el abastecimiento de materia prima, cuyas limitaciones afectan la operatividad de las empresas que se dedican a la transformación de la plata. En paralelo debería trabajarse en su certificación. Es importante contar con un certificado o sello de calidad que garantice la pureza del metal y contribuya a eliminar la provisión informal del material.

La formación y la capacitación son también fundamentales en el objetivo de generar mayor valor agregado, con el propósito de que nuestra producción se vuelva más competitiva a nivel internacional.

Lo ideal sería la creación de una verdadera academia de formación profesional para el sector joyero y platero, que agrupe a esos jóvenes que habiendo terminado la secundaria decidan iniciarse en este rubro, y al mismo tiempo dar una seria capacitación profesional a todos los joyeros y plateros que ya están trabajando y que necesitan volverse más competitivos.

Tenemos en la actualidad centros de innovación tecnológica que cuentan con excelentes infraestructuras, pero que desgraciadamente no están en Lima, y las escuelas que tenemos en Lima no son suficientes para cubrir estas expectativas.

Asimismo, se requiere trabajar en el desarrollo de iniciativas de capacitación con especial énfasis en las buenas prácticas, referentes a normas de salud, de seguridad y protección ambiental en los lugares de trabajo, principalmente en los talleres, a fin de que los artesanos puedan mejorar la administración y optimizar sus recursos

Respecto a la producción de joyería, es necesario fomentar la producción industrial y artesanal. La primera en línea con la tendencia mundial y la segunda como un valor diferencial representada principalmente por el trabajo manual, el cual se está perdiendo en gran parte del mundo.

Es importante para un país con una tradición de orfebrería que data de más de 4,000 años mantener y mejorar la producción industrial, pero no perder su herencia artesanal. El Perú debe ser capaz de marketear su imagen de país de artesanos joyeros y plateros.

El mantener nuestra producción artesanal nos permitirá ofrecer un mayor valor agregado, una mayor variedad de productos, una producción con identidad propia y al mismo tiempo participar del crecimiento y desarrollo económico y social del Perú. ■