

PERFILES DE PRODUCTO

Centro de Inteligencia Comercial - CICO

JOYERÍA

Junio, 2006

Enfoque nacional

Zonas y superficie de cultivo

Volumen de producción

Temporadas de cultivo y cosecha

Variedades y producción de valor agregado

Procesos de producción

Precios del productor, distribuidor, consumidor nacional

Datos importantes para la inversión

Importancia del producto en la realidad nacional

Base de datos de empresas del sector

Enfoque del producto desde la perspectiva mundial

Información arancelaria

Nomenclatura de clasificación

Oferta

Producción mundial

Evolución de las exportaciones a nivel mundial

Participación del Ecuador en las exportaciones mundiales

Principales países exportadores

Principales destinos de las exportaciones

Demanda

Evolución de las importaciones a nivel mundial

Principales países importadores

Participación del Ecuador en las importaciones mundiales

Requisitos arancelarios, para arancelarios y de calidad

Logística internacional

Precios a nivel mundial

Enfoque de la participación del país en el mercado mundial

Evolución de las exportaciones ecuatorianas

Principales destinos de las exportaciones

Principales países importadores

Precios generales del producto ecuatoriano a nivel mundial

Análisis de la competencia

Principales exportadores

Destinos de las exportaciones de nuestros competidores

Precios relativos de principales competidores

ENFOQUE NACIONAL

Se conoce como joyería básicamente a objetos personales utilizados desde la antigüedad en todas las culturas como adorno, signo de posición social, rango oficial, símbolo de creencias religiosas o de otro tipo; generalmente estos objetos son fabricados con piedras y metales preciosos como el oro y la plata, sin embargo puede ser considerado como joya un objeto fabricado con otro tipo de material.

En nuestro país este símbolo ha sido tradición por años; por tal motivo bajo este esquema el país se ha mantenido en una producción progresista. Los diferentes sectores productivos de la sociedad permiten dar el empuje de crecimiento necesario para poder desarrollar al país en su conjunto. Si bien es cierto el país no presenta una coyuntura industrializada para la realización de sus productos, al menos posee la destreza de fabricarlos a cantidades de exportación y con la calidad requerida para ser aceptados a nivel mundial.

La joyería es parte del sector productor del país, en los últimos años ha tenido un gran auge debido al incremento de sus ventas, y su participación por ende ha aumentado en el mercado nacional e incluso en ciertos aspectos internacional. La joyería ve su aceptación básicamente en la diversidad de sus diseños y los materiales en los que se fabrica.

El Oro y la plata son los principales materiales en los que se trabaja la joyería y es precisamente lo que abarcará el estudio, este tiene como objetivo dar a conocer el perfil que presentan las joyas elaboradas en oro y plata, además de presentar la oferta exportable y los mercados en los cuales estos artículos tienen gran acogida según su demanda.

Vale la pena rescatar que tradicionalmente la producción de joyas se ha establecido en el Azuay, en Cuenca y Chordeleg específicamente. Sin embargo existe joyería en todo el país.

Entre los principales artículos elaborados tenemos: cadenas, aretes, brazaletes, anillos y filigranas. Los mismos son altamente cotizados tanto en el mercado nacional como en el internacional.

Zonas de y Superficies de Producción:

Zonas de extracción: Minas de oro y plata

El oro tiene sus fuentes primarias de explotación en Nambija (Zamora Chinchipe), Chinapitza (Zamora Chinchipe), Ponce Enríquez (límites de Azuay, El Oro y Guayas), Portovelo (El Oro) y Pacto (Pichincha).

ZONAS DE EXPLOTACIÓN PRIMARIA (EN ROCA)

ZONA	UBICACIÓN	TIPO	PROCESO	PRODUCCIÓN
NAMBIJA	Zamora Chinchipe	Oro de 23 quilates	-	5 Ton/año
CHINAPITZA	Zamora Chinchipe	Oro de 12 quilates	-	1.2 Ton/año

PONCE ENRIQUEZ	Límites Azuay, El Oro y Guayas	Oro en estado libre	Amalgamación	2 Ton/año
PORTOVELO	El Oro	Oro mezclado con cobre, zinc y plomo	Amalgamación y cianuración	3 Ton/año
PACTO	Pichincha	Filoneo angosto, con ventas auríferas	Molienda con chancadora artesanal	0.8 Ton/año

Fuente: Dirección Nacional de Minería
Elaboración: CICO- CORPEI

FUENTES SECUNDARIAS

NOMBRE	UBICACIÓN	EXTENSIÓN	PRODUCCIÓN
DISTRITO 1: ESMERALDAS-SANTIAGO	Noroeste del país	7Km.	600Kg/año
DISTRITO 2: DAULE-QUEVEDO	Oeste del país	7Km.	24 kg/año
DISTRITO 3: PUYANGO-BALAO	Suroeste del Ecuador	20Km.	240Kg/año
DISTRITO 4: ZAMORA	Suroeste del país	20Km.	240Kg/año
DISTRITO 5: NAPO - PASTAZA - AGUARICO	Noroeste del país	35Km.	672Kg/año

Fuente: Dirección Nacional de Minería
Elaboración: CICO- CORPEI

El potencial aurífero ecuatoriano, se encuentra ubicado en la región sur del país, en las provincias de Cañar, Azuay y el Oro. Existen alrededor de 200 ríos auríferos, que ubican a nuestro país como uno de los más ricos en este metal, a esto se suma, la existencia de 68 prospectos minerales de oro primario, según informes de Instituto Nacional de Energía y Minas "INEM"

ÁREAS DE RESERVA MINERA

PROYECTO	Hás A CONCESIONAR	MINERALES
Nambija (Zamora)	3.949	Oro

Malacatos (Loja)	1.521	Carbón
Portovelo (El Oro)	2.800	Oro, Plata, Cobre

Fuente: CODIGEM

Elaboración: CICO-CORPEI

El principal yacimiento es Portovelo, con importantes recursos minerales auríferos y polimetálicos. Se estima que desde sus inicios, a comienzos del siglo XX, Portovelo ha producido sobre las 120 toneladas de oro, el distrito de Zaruma – Portovelo, es el mayor productor aurífero del país. El distrito de Ponce Enríquez, que mantiene características similares que Portovelo, ocupa el segundo lugar de producción, siguiéndole en orden de importancia Nambija, por su alto contenido de oro y plata.

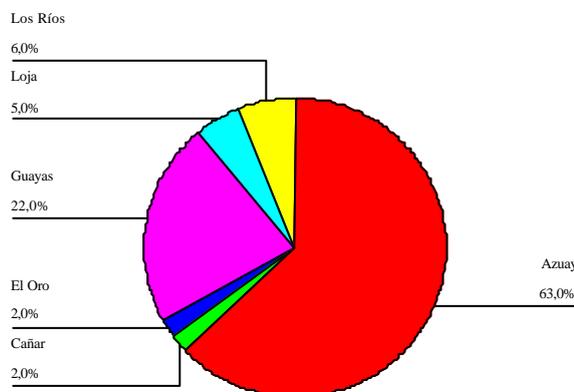
Los sistemas artesanales de procesamiento, llevan a que el desperdicio sea de un 50%. Así por ejemplo en la zona de Portovelo se producen 20 toneladas de oro y la mitad se pierde en el proceso de extracción; siendo las zonas más ricas en oro, y las más contaminadas por el mercurio utilizado en dicho proceso, las localidades de Nambija, Portovelo, Zaruma, Ponce Enríquez y Bellarica.

Zonas de producción de Joyas:

De acuerdo a las cifras establecidas en el mapa artesanal elaborado en el año 2005, se manifiesta una clara supremacía de participación provincial de talleres orfebres en la provincia del Azuay con el 63% del total nacional, es decir de 1153 talleres, 741 talleres orfebres corresponden a la provincia del Azuay, convirtiéndose de este modo en el principal centro de producción nacional.

Adicionalmente, existen otros centros importantes de producción de productos orfebres que se ubican en otras provincias como El Oro, Cañar, Guayas, Loja y los Ríos con un grado de participación relativamente menor.

Participación por talleres de elaboración de productos orfebres



Fuente: Mapa Artesanal - Ministerio de Comercio Exterior

Elaboración: Estudio Junta Nacional de Defensa del Artesano-CORPEI, 2006

En el caso de la provincia del Azuay, los principales talleres de producción se ubican en las zonas de Chordeleg, Cuenca, Sig Sig y Gualaceo. La técnica que más utilizan en Chordeleg es la filigrana, sus trabajos similares a la seda o al encaje son difíciles de describir en su exacta dimensión artística y en su enorme valor estético, pero lamentablemente en el ámbito nacional no son valorados en su precio justo y finalmente no son adquiridos por considerarlos demasiado caros. Cabe recalcar que la filigrana ecuatoriana es conocida como la de mejor elaboración.

Otro tipo de joyería, que solamente se comercializa en el ámbito nacional, en Quito y Guayaquil, es en el cual los joyeros combinan nuevos diseños y técnicas con el uso de piedras preciosas y semipreciosas.

Es en la zona del Azuay donde también se localizan tres maquiladoras de joyas, que trabajan con mano de obra ecuatoriana.

Volumen de Producción:

En lo referente a la capacidad de producción de joyas, la zona del Azuay es la primera en producción, a nivel nacional. En un contexto general tanto en oro y plata su producción se estima entre los 100 a 200 kilos mensuales debido a que básicamente éste, es un negocio de tradición en la zona. Además el comercio existente es de gran actividad lo que incrementa la demanda del producto.

Sin embargo a pesar de este detalle a nivel nacional también existen zonas productoras como se presenta en el siguiente cuadro según el FEORA:

CAPACIDAD DE PRODUCCION DE JOYAS Año 2000 / Mensual

ASOCIACIÓN	PRODUCCIÓN EN KILOS DE 24 KILATES
Pichincha	60 a 80 kilos
Guayas	60 a 80 kilos
Azuay	100 a 200 kilos
El Oro	80 a 90 kilos
Chimborazo	50 kilos
Imbabura	40 a 50 kilos
Tulcán	40 a 50 kilos
Tungurahua	40 kilos
Cotopaxi	30 kilos
Milagro	30 kilos
Esmeraldas	30 kilos
Quevedo	20 kilos

**Fuente: FEORA - Federación Ecuatoriana de Orfebres, Relojeros y Afines
Elaborado por: CICO – CORPEI**

Esta producción desafortunadamente es estimativa debido a que la mayoría de productores son orfebres artesanos que no presentan cantidades exactas de lo que producen o que muchas veces no registran sus montos de producción. Este problema se presenta principalmente en las joyas de plata.

Un detalle muy importante que se ha presentado en los últimos años, es que la crisis económica ha provocado que la producción de joyas de plata e incluso de oro disminuya notablemente debido al aumento del precio del material así como la disminución de la mano de obra por la migración.

Temporadas de producción:

Si bien la orfebrería no es un producto estacionario, existen épocas del año en que se incrementa la producción ya que existe una mayor demanda de estos productos. Estas épocas son especialmente Navidad, el día de la Madre y San Valentín,

Para la época de Navidad se comienza a producir desde julio hasta el mes de noviembre dependiendo del taller. Por lo que la temporada baja de producción comienza en diciembre y se registra un alza de producción en los meses de febrero y mayo por el día de San Valentín y el día de la Madre.

Variedades de Producción y de Valor Agregado:

Dentro de la Joyería existen 3 tipos de producción de valor agregado:

1. Producción Industrial
2. Producción Artesanal
3. Maquila

Producción Industrial, la producción de joyas industrial es una rama de la pequeña industria, donde se encuentran agrupados los pequeños talleres que procesan joyas principalmente de oro, usando tecnología y maquinaria específica para este fin.

La actividad principal se enfoca a la producción de cadenas, puesto que se puede producir por metros distintos tipos y grosores de este producto.

Producción Artesanal, los productores de joyas utilizan mayormente mano de obra calificada, es decir, existen talleres que cuentan con o orfebres que han sido entrenados en los procesos por al menos 3 meses y empiezan con labores sencillas, hasta los orfebres que tienen varios años de experiencia a quienes se les confía los trabajos mas elaborados y que requieren de conocimientos.

Estos productos artesanales o hechos a mano varían desde cadenas hasta piezas hechas a pedido cumpliendo los más caprichosos deseos.

Las piezas son hechas con oro o plata macizos, es decir su peso es mayor que el de una pieza industrializada, ya que ésta última en algunos casos se realiza con tubos de oro lo que la hacen hueca y por lo tanto más livianas.

Maquila, la actividad de joyería bajo el REGIMEN ESPECIAL de Maquila, es una actividad que mueve alrededor de 18.5 millones¹ de dólares en el comercio exterior del país. Sin embargo por disposiciones adoptadas por la aduana (Artículo 67 de la Ley Orgánica de Aduana, referente a la Verificación en Origen), ha sido desmotivada llegando al punto de la disminución sustantiva cada año. Al año 2003 existían 14 empresas de joyas autorizadas bajo este régimen, en la actualidad existen únicamente 3 maquiladoras en operación.

La joyería que se trabaja bajo el régimen de Maquila, puede ser de dos tipos:

¹ Fuente CAE Elaboración Promoción de Exportaciones

1. Elaboración total de las piezas; a partir del tubo de oro de 14kl, la joya es elaborada completamente.
2. Armado y montaje de las joyas, se reciben las joyas en piezas y estas son armadas y terminadas.

Variedades

Para la elaboración del diseño de las diferentes joyas en el caso de los orfebres, se toman los modelos en su gran mayoría de los catálogos provenientes principalmente de Estados Unidos, España, Italia, India y Japón, y se mantienen cientos de modelos en cera para la elaboración del trabajo en casting (maquinado).

Los productos elaborados mediante el trabajo de orfebrería son:

Anillos: que pueden ser de matrimonio, graduación, diseños exclusivos para mujeres y hombres, anillos solitarios para las mujeres.

Aretes: En variedad de diseños tales como: Botones (son sólo asa y asegurador); aretes con colgantes de variedad de diseños que pueden ser sólo oro en forma de pata de cabra (conos) o con apliques de oro con perlas y/o piedras preciosas, semipreciosas o sintéticas; argollas que también pueden ser solas con oro, con apliques como las anteriores, en variedad de tamaños y diseños, ya sean de catálogos o propios.

Cadenas: Se realizan en variedad de diseños, los mismos que su tamaño y su grosor pueden servir para enlazar algunos modelos de gargantillas.



Pulseras: Al igual que las anteriores se elaboran para ser usadas tanto por hombres como por mujeres, con una variedad de apliques según los casos, en varias de ellas se inserta una placa para iniciales o diferentes nombres, o se aplican piedras y/o perlas. Se pueden realizar juegos con aretes y collares, que son aplicaciones de cadenas con piedras preciosas u otros.

Pendientes: Es la especialidad de los artesanos, puesto que les permite desarrollar todo su talento y creatividad, en la elaboración de varios modelos, según las exigencias y las posibilidades económicas de los clientes, pudiendo ser desde una simple piedra o perla colgada de un cordón hasta unos pendientes con apliques de oro blanco y engastado de brillantes.

Dije: Es otro de los aspectos importantes y fascinantes del trabajo en orfebrería, ya que se pueden elaborar variedad de modelos, desde una simple letra hasta una variedad de figuras ya sean humanas, de animales, talismanes, signos zodiacales, cruces, medallas, etc.

Diseños Exclusivos: A pesar de que en menores cantidades, igualmente los artesanos poseen la capacidad para crear cualquier modelo, ya sea sugerido del cliente o por innovación de los catálogos y en varios casos son diseños exclusivos, los cuales poseen aplicaciones especiales, que les han sido recomendadas por empresarios japoneses e italianos, como es el caso de la utilización de la tagua o marfil vegetal, producto natural nativo de Ecuador, que permite la combinación con metales preciosos como el oro y la plata y de piedras preciosas o semipreciosas, siendo un producto nuevo, que puede llegar a tener una gran acogida en el ámbito internacional.



Filigrana: La filigrana es una técnica heredada, de fama mundial, a través de la cual se elaboran una enorme gama de objetos y de joyas manufacturadas como animales, aves, etc., utilizando como materia prima esencialmente la plata, por ser el metal de menor costo si lo comparamos con el oro, más manejable y con mayor demanda comercial. Adicionalmente podemos encontrar productos elaborados con la técnica de filigrana, utilizando como base oro y plata, esmeraldas y perlas barrocas.



Para el caso de los diseñadores de carrera, los modelos de sus joyas son exclusivos y cuentan con la creatividad directamente de ellos, por tanto no existe repetición de modelos ni son modelos tomados de catálogos. Ellos manejan la variedad anteriormente descrita pero con el particular que lo hacen actualmente en tendencia de modelos grandes pues la moda actualmente así lo demanda.

Piedras utilizadas en la elaboración del producto final:

Básicamente las tendencias del mercado de joyas lleva la siguiente tendencia: Para joyas de artesano se utiliza primariamente piedras semipreciosas como son: Ópalos, Turquesa Oriental, Turquesa Occidental, Jade, Circón, Lapislázuli, Turmalina y Granate; y luego las piedras preciosas como son: Diamante, Esmeralda Oriental,

Esmeralda Occidental o de Perú, Rubí Oriental, Rubí Espinela, Zafiro, Amatista Oriental, Amatista Occidental, Topacio Oriental, Topacio Occidental y Agua Marina.

Para el caso de las joyas de diseñador, la utilización del tipo de piedras depende bastante de las exigencias tanto del mercado como de la colección que el mismo está presentando para dicho momento, por lo mismo la utilización varía y no se puede especificar directamente una tendencia marcada para esta situación. Sin embargo las tendencias más usadas son con piedras semipreciosas, entre otros detalles igualmente por el precio y la manipulación que se le puede dar.

Calidad del producto:

En este aspecto, la joya es un producto que requiere de una excelente calidad para cumplir con los estándares de ventas tanto nacionales como internacionales. En la joya existen ciertas características que son las que conforman la calidad de la misma y estas son:

1. Diseño: el diseño debe cubrir con los deseos y necesidades del consumidor, caso contrario dudosamente se ve a una joya como de buena calidad en este aspecto. Los diseños deben ser acorde a las tendencias de moda o muy originales en el caso de los diseñadores.
2. Peso / Kilataje: si de una joya se dice que pesa una cierta cantidad de gramos, pues la misma debe pesar dicha cantidad de gramos, solo así se crea la confianza de que lo que se ha hecho es hecho de buena calidad.
3. Presentación: el producto para enfocar la calidad de excelencia al consumidor final debe presentarse en envases o fundas acorde al mismo, es decir joyas de valores altos no pueden ser entregados en fundas de papel entre otros detalles. Es importante recalcar que la presentación de la joya habla mucho de su calidad.

Como ya se dijo anteriormente la joya para ser considerada de buena o mala calidad debe presentar en conjunto una aceptación favorable del consumidor de los puntos anteriormente señalados, tanto en el caso de los orfebres, mucho más en el caso de los diseñadores de carrera.

Procesos de Producción

Compra de la materia prima:

Tanto para orfebres como para diseñadores, la obtención de la materia prima en su mayor cantidad se lo hace en el mismo país. Existen importaciones de piedras preciosas y semipreciosas, que se hacen formalmente, sin embargo en la mayoría de casos éstas se traen como equipaje acompañado y sin declaración aduanera.

Según las encuestas realizadas, los orfebres de la zona de Chordeleg no importan la materia prima, la compran a proveedores en Cuenca o a intermediarios, en el caso de los diseñadores la metodología es más o menos parecida, sin embargo lo referente a cadenas, se las importa de Italia.

Lo que a piedras se refiere, las mismas son adquiridas a distribuidores localizados en Quito y Guayaquil, en incluso en Cuenca por lo tanto tampoco realizan trámites de importación para este producto.

En lo referente a la elaboración del producto, el mismo tiene el siguiente proceso:

Se comienza por:

La suelta, que es el proceso de unir mediante la fundición a dos o más metales, para lo cual se utiliza un metal que se funde a menos temperatura que los que se van a soldar.

Seguido esta:

El fundido, donde se utiliza un soplete de gas, con los crisoles adecuados, para:

- Solidificar mallas o residuos.
- Alear dos o más metales
- Soldar piezas de un mismo objeto
- Construcción de piezas sólidas y fofas.
-

Luego se continúa con:

Las aleaciones que es la mezcla de dos o más metales y se logra fundiéndolos en un mismo crisol, después de solidificarse la solución adoptará una estructura cristalizada. Así por ejemplo, el oro y la plata requieren necesariamente un proceso de aleación con otros metales, debido a que son metales extremadamente blandos, los cuales se desgastan con facilidad, por lo cual se requiere unirlos con otro metal para conseguir la dureza deseada y así se presentan las siguientes ventajas:

- Mayor dureza y resistencia
- Mejor aspecto y variación del color
- El costo es inferior, porque al hacerse la aleación con un metal de menor precio, se necesitará menor cantidad de oro. El fundente para todas las aleaciones es el bórax.

Así llegamos a lo que se conoce como:

El forjado, laminado y trefilado; para el forjado se utiliza en yunque de acero y un martillo del mismo material, lo que facilita su utilización. Los yunques tienen diferentes medidas, lo cual sirve para adelgazar los lingotes de oro, plata o cobre que se vayan a utilizar. La laminadora es una máquina manual o eléctrica, que consta de cuatro masas y se utiliza para preparar el material ya sea en láminas o también para hacer hilo, los cuales serán pasados por unas hileras para obtener el grosor del hilo deseado. El trefilado, es el proceso de adelgazamiento del lingote.

En el caso de que las joyas sean pasadas a un proceso de industrialización, las mismas deberán entonces pasar por el proceso de:

Casting que es el método moderno de elaboración de joyas en serie, para lo cual se requiere un equipo que contenga: una vulcanizadora, inyector, vacum, horno y crisol eléctrico de fundir. El vacum funciona con aire comprimido y el resto con electricidad de 110v. Los modelos se realizan en matrices (cauchos), que se sacan de la inyectora de cera, luego se arregla y ordenan los modelos en un "árbol", en el que va una gran cantidad de piezas, que entran en el "tarro" que es cubierto por yeso de revestimiento, debidamente preparado mediante una fórmula adecuada tanto en la cantidad de agua y de yeso en polvo, el cual es pesado en una balanza especial y sometido al vacum, para la extracción de las burbujas que dañarían las piezas. Se deja secar a la intemperie por un par de horas y, una vez seco, se lo introduce en un horno precalentado unos 30 minutos y se lo deja por unos 60 a 120 minutos, según el

tamaño del tarro, mientras tanto el material ya sea en oro o plata se lo funde en el crisol eléctrico a la temperatura adecuada. Una vez listo y debidamente calentado el tarro, se lo saca del horno y se lo coloca en la máquina vacum, se acciona y se vierte el material y con el poder de succión del vacum, el material penetra en el tarro y cubre el espacio vacío que dejó los modelos en cera. Se deja enfriar un momento a la intemperie y luego se introduce en agua para enfriarlo y se saca el "árbol", y según el material vertido (oro o plata), se somete a la presión del agua con aire comprimido para su limpieza y luego se lo blanquea con ácido sulfúrico. Se cortan las piezas y se procede a su ensamblaje y terminación según el modelo requerido. Su terminación es igual que cualquier otra joya ya sea que tenga apliques con piedras preciosas o semipreciosas, sintéticas, perlas u otros apliques. Se pule y abrillanta en motores adecuados o con la utilización moderna de la tómbola (máquina para pulir), que es un sistema en que se introduce las joyas en un líquido y con el giro de la máquina estas se pulen en un tiempo adecuado.

Este proceso de producción es visualizado tanto en joyas de orfebrería como en joyas de diseñador, salvo el caso del casting que es más un proceso de industrialización donde se obtienen las joyas en serie.

Es importante recalcar que en el cantón Chordeleg la elaboración de las joyas es una tradición de familia, pues según los mismos habitantes sostienen, esta actividad es la base de la economía de la zona, por lo mismo es un oficio y actualmente una profesión propia del lugar. En las casas es normal que al menos una persona conozca como elaborar una joya, es decir a la vez también es normal la existencia de las herramientas necesarias para la elaboración, y es dentro de las mismas casas donde se encuentran los talleres de joyas.

Producción Artesanal:

Elaboración de cadenas en oro



Después de fundido el metal, se utiliza la laminadora, esta es una máquina manual o eléctrica, que consta de cuatro masas y se utiliza para preparar el material ya sea en láminas o en hilos.



El lingote pasa por laminadora.
El proceso de adelgazamiento del lingote se conoce como trefilado.



Ya obtenido el hilo, se lo emperna, y luego se lo cortará para obtener argollas. El perno utilizado en esta etapa del proceso dependerá del tamaño que tendrán las argollas.



Se unen las argollas para obtener la cadena, luego esta deber ser soldada.



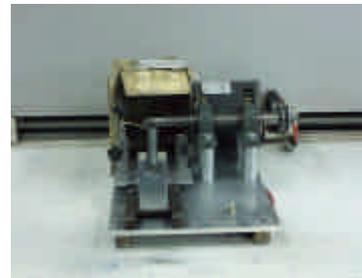
Luego de soldada la cadena, esta pasa a la quebrada, consiste en que el artesano estira y gira la cadena de manera que esta vaya adquiriendo forma.

Después de este paso, se enrecta la pieza, se la lima, lija y pasa a la explosión, la misma en la que se utiliza agua oxigenada y cianuro. En estos tres últimos procesos la pieza pierde un porcentaje de material, el mismo que es reutilizado. Por último se abrillanta, lava y seca la pieza.



Modelos terminados en oro.

Maquila: elaboración total de joyas, elaboración de aretes en oro



Llegan los tubos huecos, se los corta y estira aproximadamente unos dos metros, se inserta arena dentro de estos para que no se hundan en la elaboración de la joya.

Se emperna los tubos en función del diseño y tamaño de la joya y se los corta. Es así como semielaborado esto pasa al joyero.



El joyero procede a soldar las piezas de manera que la joya quede armada.



Se le da brillo a la pieza con municiones. Este proceso es llamado explosión y se utiliza agua oxigenada y cianuro.



El joyero pule la joya para que esta adquiera brillo. Luego pasará al control de calidad. Y si se esta trabajando con oro blanco al rodinado.



Perfectamente pulida y lavada la joya, se le da un baño de rodio. Este baño se le da al oro blanco, para darle brillo. Esta parte del acabado es muy importante por lo que se debe hacer con especial cuidado. Esta pieza pasará a control de calidad.



Ya terminado el proceso de elaboración y por tanto listas las joyas, estas son embaladas para su reexportación.

Armado y montaje de joyas

Elaboración de aretes en oro



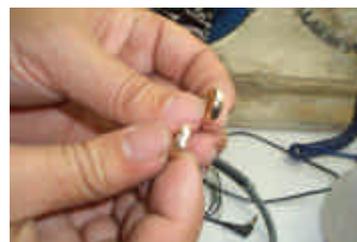
Las joyas llegan del extranjero en piezas por separado.



Se procede a soldar las piezas, luego estas pasan a reparaciones y si el modelo lo requiere a montaje de piedras.



Se les da brillo a las joyas con municiones.



Estas pasan a ser pulidas para que no existan imperfecciones en las mismas.



Se realiza un lavado de las piezas a presión, con vapor. Luego pasan a control de calidad si existe alguna imperfección regresarán al joyero. Terminado el proceso de elaboración de las joyas, estas son embaladas para su reexportación.

Producción Industrial

Elaboración de anillos



Los modelos de las joyas, en este caso anillos, se los realiza en matrices de caucho, en estos se inyecta cera, luego se los arregla y se colocan los modelos de manera que queden como un “árbol”. Esto es llamado “casting”.



El "árbol" es introducido en el "tarro", de manera que este pueda ser llevado a un vacum donde se succiona el oxígeno para evitar porosidad en la pieza, luego de un proceso en el que es cubierto con yeso de revestimiento. Luego es introducido en el horno; el tiempo y la temperatura del horno dependerán del tamaño del tarro.



Mientras tanto se funde el oro, en muchos talleres se lo hace de una manera tradicional como lo indica el gráfico, en otros se utiliza un crisol eléctrico a la temperatura adecuada. Cuando el tarro esta listo se lo saca del horno v se lo coloca en el vacum v se vierte el oro.



Luego se procede a la terminación del modelo, se lava la pieza, se la pule y abrillanta y si el modelo lo requiere se incrustarán piedras.

Precios del Productor, Distribuidor, Consumidor Final:

Joyería en oro

Los precios y las utilidades varían dependiendo del proceso de elaboración y materiales utilizados.

PRECIO DE ORO DE 18K en dólares			
PRODUCTOR			JOYERÍA
Costo de oro de 24K por gramo	Costo de oro de 18 K por gramo	Costo de mano de obra	P.V.P por gramo
\$19,29	\$13,68	\$2,74	\$20,52
Referencia precio de onza troy en la actualidad	Relación oro de 24 K - oro de 18 K	mano de obra y merma	Utilidad
\$600	-41%	20%	30%

Precio de oro 24kl onza troy \$600 - Junio 2006

Fuente: Encuesta – CORPEI 2006

La unidad para medir el peso del oro es la onza troy, que equivale a 31,1 g. Se compra un oro de 24k, el mismo que se le baja a 18k, mundialmente se baja el 33% con cobre y plata por lo general. Esta aleación se realiza de acuerdo al color que se quiera obtener. En Ecuador el porcentaje de aleación es generalmente de 41%.

La mayoría de productores compran el oro de 18 K. Para obtener esta relación de precio de oro de 24 K, con el oro de 18K se toma en cuenta que el oro bajará un 41%.

En términos generales en lo que es joyería en oro, el artesano gana un 20% lo que corresponde a un 10 % de mano de obra y un 10% de la merma (oro que se pierde en el proceso de elaboración de la joya, este es dado al artesano quien tiene mucho cuidado en su lugar de trabajo para recolectar este sobrante). Dentro de la producción industrial es diferente ya que el obrero tendrá un sueldo y no gana de acuerdo a la cantidad producida, por tanto las ganancias para el productor pueden ser mayores.

En lo referente al precio de venta, por lo general se mantiene un margen de ganancias de un 30% en la joyerías, claro que el precio variará de acuerdo al diseño, el número de engastes en piedras que se haga y si es en filigrana por ejemplo el se elevará el precio de la pieza.

La cadena de valor por lo general, se ve distribuida de la siguiente manera:

Precios al distribuidor:	20% sobre el costo del producto.
Precios Venta al Público (PVP):	30% sobre el precio de distribuidor.
Costo del material:	50%

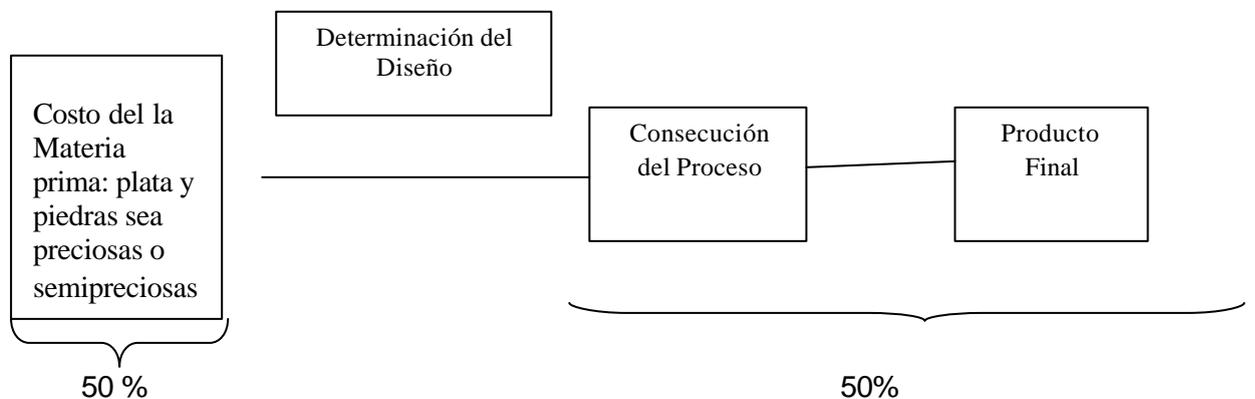
Joyería en plata

Esta distribución del costo para la obtención del precio final es igual tanto en orfebres artesanos como en diseñadores.

A manera de referencia en la actualidad se encuentra fluctuando el siguiente precio en las joyas de plata:

Entre los orfebres artesanos:

En lo que se refiere al costo, el mismo se ve distribuido de la siguiente manera:



Esta distribución del costo para la obtención del precio final es igual tanto en orfebres artesanos como en diseñadores.

A manera de referencia en la actualidad se encuentra fluctuando el siguiente precio en las joyas de plata:

Entre los orfebres artesanos:

- Gramo de Plata laminada: \$0,28 centavos de dólar
- Gramo de Plata trabajado: \$0,90 centavos de dólar

Entre los diseñadores:

- Gramo de Plata laminada: \$1,00
- Gramo de Plata de joya Italiana: \$1,35
- Gramo de Plata con piedra: \$2,00

Datos Importantes Para la Inversión:

La mayoría de empresas del sector joyero pertenecen a grupos familiares. Gran parte de ellas se financian por medio de créditos o bien con capital propio.

En cuanto a inversión en el sector podemos decir que no se cuenta con talleres en los que se trabaje con tecnología de punta, la mayor parte del trabajo lo hace el obrero. El costo de mano de obra en el proceso de elaboración de la pieza es mínima, la ganancia del artesano es baja, este aspecto que por un lado ha significado una ventaja competitiva ya que reduce los costos de producción, pero por otro lado, ha hecho que en los últimos años haya una gran pérdida de artesanos debido a la migración.

Para invertir en el sector joyero se debe tomar en cuenta que el sistema de comercialización de oro en el mercado nacional, se dan largos plazos a los compradores lo que ha ocasionado la quiebra de muchas empresas, esto, sumado a que la inversión en oro es muy complicado debido a la inestabilidad del mercado, hacen que el productor corra riesgos como el de una caída repentina del precio de este metal. Esto podría significar grandes ganancias o al contrario grandes pérdidas.

En cuanto a la exportación del producto, es necesario para el joyero cubrir las cantidades necesarias de manera que la ganancia justifique los gastos de exportación (transporte). Es necesario que haya una persona que viaje con la mercadería para que esta llegue a su lugar de destino debido a que en el país ningún courier transporta joyas.

Importancia del Producto en la Realidad Nacional (Empleo, Desarrollo de Industrias Conexas)

El sector joyero en el Ecuador es muy importante, sobre todo en la zona del Azuay donde su elaboración se ha convertido en una centenaria tradición. Es por eso que la mano de obra es altamente calificada.

Desde el punto de vista económico, la joyería genera muchas fuentes de trabajo actualmente en la región azuaya son alrededor de 700 las personas que trabajan en el sector en talleres y joyerías, en lo que es maquila el número de trabajadores asciende a 300. Estas cifras nos indican que son alrededor de 1.000 personas, las que dependen de la elaboración de joyas, sin contar los empleos indirectos e intermediarios.

La competencia dentro del sector joyero ha hecho que la gente se mantenga al tanto en lo que es diseño de piezas y se ajuste a las exigencias del mercado actual, en cuanto a la tecnificación de estas empresas, no se ve aún maquinaria de punta pero es posible elaborar cantidades de exportación y con la calidad requerida su aceptación a en el mercado internacional.

Base de datos de empresas del sector:

Asociaciones de joyeros:

Entre las más representativas a nivel nacional tenemos las siguientes:

- FEORA
- Centro de Formación, Capacitación y Tecnificación del Artesano Ecuatoriano "CFCTARE".
- Asociación de Joyeros del Azuay (AJA)
Dirección: Antonio Borrero 3-11
- CIDAP

ENFOQUE DEL PRODUCTO DESDE LA PERSPECTIVA MUNDIAL

Información arancelaria

Nomenclatura de clasificación

Para abarcar los datos de comercio exterior sobre joyería para el presente estudio, se tomará como subpartidas las siguientes:

Partida	Descripción
71.13	Artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso
71.13.11	De plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso.
71.13.19	De los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metal precioso.
71.14	Artículos de orfebrería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso
71.15	Las demás manufacturas de metal precioso o de chapado de metal precioso (plaqué)
71.17	Bisutería (de metal común, incluso plateado, dorado o platinado)

Oferta

Producción Mundial

La UE continúa siendo un centro importante de producción de joyería en el mundo, pero ha estado disminuyendo a medida que la producción en partes del mundo con costos más bajos se ha estado incrementando. Italia es el centro de la producción de joyería de la UE. Otros centros importantes de producción están en Francia, Alemania, el Reino Unido y España. Ellos tienden a especializarse en un tipo particular de joyería y producen diseños originales. Los consumidores están pidiendo piezas individuales cada vez más. Esto le da oportunidades a los exportadores de identificar nichos individuales y producirlas de acuerdo con esto.

Sin embargo, unas instalaciones de producción más grandes dan cuenta de una proporción de volumen más grande. Estas operaciones le proveen en particular a puntos de venta especializados. Las operaciones más pequeñas han podido acceder al mercado por medio de ferias artesanales, puntos de venta minoristas no

especializados, pedidos por correo e Internet. Algunos importadores de joyería tienen la facilidad de ensamblar y empacar pedidos de corto plazo en respuesta a una súbita demanda de artículos especiales. En estos casos, la joyería sería hecha en el exterior.

Producción de joyería en oro

La producción de joyería en oro declinó en un 5.5% en años recientes, a 2533 toneladas. Las caídas más grandes en volumen fueron en Europa y Asia del Este (109 y 57 toneladas, respectivamente), mientras que el aumento más impresionante fue en la demanda turca. Algo importante es que la perspectiva para los últimos dos años es más positiva mientras que más mercados se están ajustando a un precio de US\$400 por onza y se considera más probable una recuperación en la producción.

Europa es un proveedor importante de joyería de oro, dando cuenta de alrededor de un cuarto de la producción global de joyería en oro. Europa sigue siendo un marcador de tendencias en creaciones de joyería en oro en términos de calidad de producto y creadores de marca de joyería en oro.

Italia es el productor de joyería más grande del mundo. Sin embargo, una caída de más del 20% en los años pasados indica que la industria italiana de la joyería está experimentando una crisis. Ésta es una continua caída significativa en la producción debido a una demanda doméstica débil, una competencia doméstica más grande de importaciones como las de India y Turquía y una caída significativa en las exportaciones a su mayor mercado en los Estados Unidos. Esto se ha debido principalmente a la recesión económica en los Estados Unidos.

El único punto brillante en 2003 fueron las crecientes ventas a China. Hay señales de que la producción no seguirá cayendo a tan alarmante paso, particularmente con indicios de mejoramiento en la economía de los Estados Unidos. Los altos precios del oro no han ayudado a la situación italiana. Bulgari, el productor de joyería contemporáneo italiano líder, está abriendo puntos de venta minoristas ahora en territorio continental chino, en lo que puede convertirse en una tendencia significativa para los mayores joyeros internacionales.

Todavía hay gran valor en artículos de joyería que sean "Hechos en Italia". La industria misma está bastante fragmentada y ha sido afectada en diferentes grados por la baja. Los negocios que son automatizados han sufrido menos que otros. Es a través de eso que Italia podría, hasta cierto grado, seguir el modelo adoptado hace algunos años por Alemania. Éste involucraba mover la producción fuera del país, donde los costos de mano de obra son más bajos.

Francia produce 25 toneladas de joyería en oro anualmente. Otros productores incluyen: Alemania (24 toneladas), conocida por la simplicidad de su estilo y avanzada tecnología de proceso y el Reino Unido (44 toneladas). España (33 toneladas), Portugal (14 toneladas) y Grecia (13 toneladas) son otros grandes productores de joyería en oro de la UE.

Alemania es conocida por la elegancia simple de su estilo y su tecnología de proceso de gran calidad. Alemania hace un amplio rango de piezas de alto peso y grado de lujo.

Suiza se destaca por su mano de obra cuidadosa, la cual viene de su larga tradición en la producción/ensamblaje de relojes. La mayoría de su joyería consiste en piezas de lujo hechas a mano.

Producción de Joyería en Platino

La rareza del platino lo hace extremadamente deseable. Sudáfrica domina la producción de platino (78% del total mundial) y esto se está expandiendo. La fabricación de joyería da cuenta del 35% de la demanda de platino neto. La extracción de joyería en platino decayó en la mayoría de las regiones en años pasados, con la excepción de Norte América, que fue marginalmente más alto.

El color, fuerza, dureza y resistencia al deslustre del platino son algunas de las ventajas de este metal en la joyería. Este le da una montura segura a los diamantes y otras piedras preciosas, realzando su brillo. A veces se confunde con el "oro blanco" el cual puede lucir similar, pero, de hecho, es bastante diferente.

La mayor parte de la demanda para la producción de platino vino de China (55%) , pero con la excepción del Reino Unido, la demanda europea fue plana. Alemania, el más grande productor de joyería en platino de la UE, e Italia, levemente, aumentaron su producción, cambiando a diseños más clásicos y cadenas de peso liviano con un atractivo más amplio al consumidor. La reducción del 9% en la demanda de platino en joyería se ve contra un aumento de 8% en el uso de paladio. El paladio se usa en oro blanco como un elemento de aleación.

Producción de joyería en plata

La joyería mundial en plata y la producción de utensilios en plata aumento en 4% en años recientes a 276.7 millones de onzas. Este es un buen indicativo sobre el año anterior, conducido por un fuerte crecimiento en Tailandia y China. La robusta demanda en Europa y los Estados Unidos también apuntalo esta posición positiva. Interesantemente, Polonia, uno de los nuevos países que ingreso, tiene una industria de joyería dominada por productos en plata. Como con el oro, Italia es el productor dominante de plata de la UE. Es el hogar de los tres principales productores de plata en el mundo.

Alemania, el Reino Unida, Francia y España son otros productores considerables en la UE. A través de los mercados selectos de la UE la producción italiana estuvo estable en 45.5 millones de onzas. La demanda del Reino Unido para la producción de plata subió un 5% a tres millones de onzas La demanda alemana se mantuvo firme en 9.4 millones de onzas., la demanda francesa aumento en casi 10% de 2.7 a 2.9 millones de onzas, mientras la producción de plata española aumento levemente a 2.5 millones de onzas.

Los otros dos países que son los mayores productores de plata en el mundo son India y Tailandia. Juntos, estos países e Italia forman un 60% de la producción total de plata. Los países asiáticos se han vuelto proveedores más dominantes de plata. Aunque la producción india cayó significativamente en 2002, en 2003 fue estable en presencia de un aumento de precios.

La plata posee cualidades similares al oro, disfruta de una reflectividad mayor y puede alcanzar el mejor brillo de cualquier metal. La plata pura no se deslustra fácilmente pero para hacerla durable para la joyería, a menudo se alea con pequeñas cantidades de cobre.

Producción de joyería en piedras preciosas

En la joyería, las piedras preciosas usualmente se combinan con metales preciosos. Cerca del 60% de todas las joyas tienen piedras preciosas. 80% de las joyas con

pedras preciosas tienen un diamante o es una combinación de pedras preciosas como zafiros, rubíes, esmeraldas y perlas con diamantes. La mayoría de las pedras preciosas son importadas por los fabricantes de la UE, quienes las cortan y pulen y luego las usan en sus colecciones de joyería.

Diamantes

La producción mundial de diamantes naturales ha sido estimada en un total de 144 millones de kilates, con un valor de 9.4 billones de Euros. Alrededor del 20% de este volumen son gemas, que será pulido y puesto con joyería de diamantes y 45% son de calidades cercanas a las de las pedras preciosas, que hubieran sido clasificadas como industriales 40 años atrás, pero ahora son pulidas por la vasta industria de corte de bajo costo de la India. África, y en particular la región de su parte sur, es la región de mayor producción mundial de diamantes naturales. La minería de diamantes constituye una fuente importante de ingresos para la región. Botswana es el más grande productor africano.

Nótese que Congo ha sido suspendido recientemente del mercado legal de diamantes, entre acusaciones de que ha enviado millones de dólares de pedras pasadas de contrabando al mercado mundial. El joyero de diamantes más grande del mundo es *De Beers*, una compañía sudafricana de minería, acciones y finanzas. De Beers tiene más del 60% del mercado. En 2000, De Beers tomó la decisión de cesar, tratando de controlar el suministro y convertirse en el campeón de la publicidad y las marcas competitivas. Central a esto está una nueva estrategia de ventas de "Proveedor de Elección". El impacto de esto ha sido notable. La consolidación de la producción y distribución está teniendo lugar. Los fabricantes de diamantes están ahora asociándose con minoristas de joyería para comercializar sus nuevas líneas de marca.

Los países en desarrollo dan cuenta de casi un tercio del total de las importaciones de la UE. India, Sudáfrica, Botswana y Angola son destacados proveedores de los países en desarrollo. Debido a que India produce la mayor parte de la joyería en diamante – más de 9 de cada 10 joyas en diamante son hechas en India- el país se lleva mucho del crédito por ampliar el atractivo de los diamantes en todo el mundo.

Piedras preciosas (rubíes, zafiros y esmeraldas)

La joyería colorida con pedras preciosas insertadas se volvió una tendencia prominente desde 2003 y esta tendencia incitó las ventas de zafiros azules y de colores de fantasía de buena calidad. Los rubíes finos también disfrutaron de una fuerte demanda, pero el suministro fue escaso. El interés por las esmeraldas, sin embargo, permaneció relativamente bajo. Los rubíes, zafiros y esmeraldas son usados frecuentemente en joyería. Aquí, los principales productores no son países de la UE: Tailandia, India, Colombia, Sri Lanka y Brasil.

India también está trabajando duro para promover la exportación de pedras coloridas, las cuales son lideradas por la esmeralda y la tanzanita. El énfasis en el color será bien recibido en Europa, en donde los juegos de joyas de diseñador son populares.

El zafiro y el rubí permanecieron firmes en la cima de la lista de bestsellers de la encuesta, en donde la esmeralda y la tanzanita continúan compitiendo por el tercer lugar. El par cambió puestos una vez más este año, con la tanzanita superando un poco de la esmeralda en popularidad. Mientras tanto, las fortunas de la perla continuaron decayendo.

Perlas

En el sector de la perla, se restringió la demanda en tanto los minoristas fueron selectivos y dudosos cuando almacenaban inventario. El amplio suministro de perlas, a la par con la débil demanda, causó que los precios de las perlas vacilaran en la debilidad de la intensa competencia. Aquí, los países que no son de la UE son los principales productores, especialmente los países asiáticos. Después de ser monopolizados por un largo tiempo por el Japón, la producción de perlas se ha convertido en una actividad crecientemente internacional durante la última década. Esta redistribución se ha debido principalmente a la llegada de cuatro productores de perlas de nuevas culturas en el mapa:

- Australia recientemente se liberó de su dependencia de la tecnología japonesa y ahora produce sus propias “Perlas Blancas del Mar del Sur”. Recientemente, China empezó a producir cantidades muy grandes de perlas blancas “Akoya”.
- Las Filipinas, Indonesia y Tailandia, productores a escala pequeña de las pequeñas “Perlas Negras del Mar del Sur”, aparecieron recientemente en el mercado.
- Polinesia ha incrementado su producción de Perla Negra en más de 40 veces durante los últimos diez años.

La Polinesia Francesa es, con mucho, el productor mundial principal de las “Perlas Negras del Mar del Sur” (aquellas obtenidas de la *Pinctada margaritifera*), suministrando el 40% de los requerimientos del mercado mundial. Si estas cifras se comparan con la producción de perlas del mundo entero, todas las variedades combinadas, puede verse a Polinesia como proveedora del 25% del mercado mundial. México también está tratando de revivir las perlas norteamericanas.

La producción mundial de perlas está incrementándose y está estimada en más de mil toneladas. Solamente 5 toneladas de *Perlas Blancas del Mar del Sur* se cultivaron en años pasados, haciéndola la perla más exclusiva, con un valor de 200 millones de euros, más que cualquier otro tipo de perla. Las perlas taitianas son altamente apreciadas por su amplio rango de coloración.

Tendencias en la producción de joyería en la UE

La industria de joyería de la UE ha cambiado en la última década. Los fabricantes se especializan ahora añadiendo nuevos productos o accesorios que complementen sus propios rangos y, haciendo esto, crean oportunidades para nuevos proveedores o socios, que podrían ser exportadores en países en desarrollo.

Competencia de Asia y Europa del Este.

La intensa competencia de Asia, en particular de China e India ha llevado a una caída en la producción de joyería en Europa. Los productores en Asia se han movido de su fortaleza inicial de ser capaces de producir joyería en forma barata debido al bajo costo de la mano de obra a estar ahora involucrados en sofisticados procesos de diseño y producción. Esto les hace posible competir muy exitosamente en todos los niveles de calidad. Los métodos modernos de comunicación, viajes y producción flexible, les han facilitado reaccionar rápidamente a los cambios en la moda y demanda del consumidor.

Turquía es un jugador mayor en la producción de joyería ahora, y, como se menciona arriba, Europa del Este, incluyendo algunos de los países que recientemente accedieron, está atrayendo nuevas instalaciones de producción.

Para enfrentar esta amenaza, las compañías de la UE ahora se concentran principalmente en el diseño de alta calidad y marcas de moda, donde el precio no es tan importante. Otras han establecido una fuerte imagen de marca en un segmento de nicho particular como las ventas libres de impuestos.

Fusiones y adquisiciones

Otra tendencia es la oleada actual de fusiones entre manufactureros con el fin de reducir costos de producción y ganar porción en mercados extranjeros, especialmente en el sector de la joyería de oro. A pesar de las regulaciones de competencia de la UE, los productores de oro están uniendo fuerzas para crear grupos mucho más grandes. Se espera que en el futuro habrá sólo 4 ó 5 compañías joyeras mayores (de oro), algunas empresas pequeñas y un gran número de negocios muy pequeños.

Outsourcing

Las compañías de joyería europeas usan productores de más bajo costo, particularmente en Asia, para suministrar algunos artículos y esto le ha facilitado a los manufactureros en Europa retener al menos un grado de control. Tales arreglos cooperativos también les ayudan a los manufactureros del mundo en desarrollo a ganar acceso al mercado. Estos arreglos son más comunes en el punto del mercado de precios medios a bajos.

Fuente: CBI

Elaborado por: CICO – CORPEI

Evolución de las exportaciones a nivel mundial

Las exportaciones mundiales tuvieron un promedio de crecimiento equivalente al 13% de variación del valor FOB para el periodo 2000-2004. En el año 2004 se exportaron 35,765,928 miles de dolares, el valor más alto del periodo representado por un asenso del 24% respecto al 2003, así mismo la cifra más baja consta en el año 2000 donde las exportaciones alcanzan un valor FOB de 22,300,658 mil dólares.

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES MUNDIALES*		
AÑOS	VALOR FOB	VARIACION FOB
	(MILES USD)	%
2000	22,300,658	
2001	23,461,667	5%
2002	25,029,101	7%
2003	28,927,126	16%
2004	35,765,928	24%

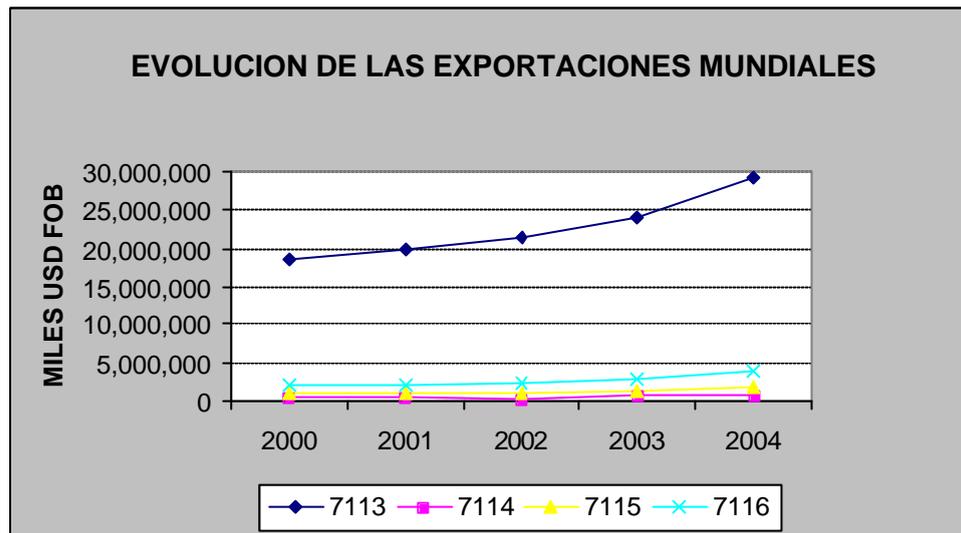
Fuente: Trademap

Elaborado por: CICO – CORPEI

La evolución de las exportaciones mundiales del período 2000-2004 para el sector de la joyería, registrada un incremento cada año particularmente en las partidas arancelarias 7113 y 7116, las mismas que se pueden identificar en el gráfico como las

más representativas principalmente la 7113 en donde existe una marcada diferencia en términos de miles de dólares FOB con relación al resto.

Para el caso de las partida 7114 y 7115, en los tres primeros años hay un decremento no tan considerable de año a año, sin embargo la tendencia para los dos próximos años, es decir 2003-2004 es superada considerablemente. Ubicando en orden de importancia en términos de miles de dólares FOB, ocupa en primer lugar la partida 7113, en segundo sitio la partida 7116, en tercera posición la partida arancelaria 7115 y finalmente la partida arancelaria 7114.



Fuente: Trademap

Elaborado por: CICO – CORPEI

Participación del Ecuador en las exportaciones mundiales

La posición relativa de Ecuador en las exportaciones mundiales del sector de joyería en el 2004 es 63 entre 166 países, con una participación de 0.03% en el contexto de las exportaciones mundiales de este producto. En ese año Ecuador exportó 9,530,000 dólares FOB con relación al total exportado mundialmente que es de 35,765,796. La Fuente no reporta volumen en toneladas

2004			
Posición	País exportador	Miles USD FOB	Participación%
1	Italia	5,002,178	13.99
2	India	3,649,786	10.2
3	Hong Kong (RAEC)	3,378,943	9.45
4	Estados Unidos de América	3,105,060	8.68
5	Suiza y Liechtenstein	2,356,665	6.59
6	China	2,217,855	6.2
7	Reino Unido	2,108,780	5.9
8	Tailandia	1,923,093	5.38
9	Alemania	1,407,638	3.94
10	Francia	1,159,711	3.24
11	Turquía	964,561	2.7
12	Zona franca	791,338	2.21
13	Malasia	779,178	2.18

14	Singapur	763,486	2.13
15	Corea, Rep De (del Sur)	739,675	2.07
16	México	558,046	1.56
17	Israel	403,637	1.13
18	Japón	365,423	1.02
19	Austria	312,254	0.87
20	España	309,564	0.87
21	Emiratos Árabes Unidos	308,746	0.86
22	Bélgica	296,152	0.83
23	Federación de Rusia	242,502	0.68
24	República Dominicana	238216	0.67
25	Canadá	234,661	0.66
26	Dinamarca	134,521	0.38
27	Jordania	126748	0.35
28	Líbano	107112	0.3
29	Australia	104,444	0.29
30	Croacia	100580	0.28
31	Viet Nam	100,278	0.28
32	Perú	90,945	0.25
33	Sudafrica	88,235	0.25
34	Brasil	86,749	0.24
35	Taiwan, Provincia de (China)	84,372	0.24
36	Indonesia	79,851	0.22
37	Bolivia	63549	0.18
38	Filipinas	61,463	0.17
39	Suecia	60,818	0.17
40	Islas Vírgenes Británicas	60173	0.17
41	Grecia	59,334	0.17
42	República Checa	55,615	0.16
43	Polonia	54,861	0.15
44	Nueva Zelandia	48,727	0.14
45	Países Bajos (Holanda)	46,314	0.13
46	Brunei Darussalam	42545	0.12
47	Mauricio	39,793	0.11
48	Armenia	33412	0.09
49	Irlanda	30,276	0.08
50	Arabia Saudita	28724	0.08
51	Pakistán	25,386	0.07
52	Colombia	24,417	0.07
53	Costa Rica	21842	0.06
54	Sri Lanka	19,775	0.06
55	Portugal	18,955	0.05
56	Gibraltar	18,176	0.05
57	Kuwait	17791	0.05
58	Qatar	17748	0.05
59	Noruega	16,047	0.04
60	Finlandia	14,690	0.04
61	Malta	11699	0.03
62	Macao	10,681	0.03
63	Ecuador	9530	0.03
64	Antillas Holandesas	9405	0.03
65	Panamá	8636	0.02

66	Eslovenia	7448	0.02
67	Chipre	7366	0.02
68	Nepal	7218	0.02
69	Polinesia Francesa	6986	0.02
70	Túnez	6,904	0.02
71	Kazajstán	6286	0.02
72	Zimbabwe	5907	0.02
73	Estonia	4,825	0.01
74	Luxemburgo	4494	0.01
75	Bermudas	4,296	0.01
76	Marruecos	3976	0.01
77	Unión Europea Nep	3696	0.01
78	Corea, Rep Pop. Dem. De (del Norte)	3173	0.01
79	Ucrania	3002	0.01
80	Hungría	2,970	0.01
81	Eslovaquia	2902	0.01
82	Suazilandia	2,766	0.01
83	Lituania	2,271	0.01
84	Argentina	2,023	0.01
85	Guatemala	1,846	0.01
86	Bahrein	1837	0.01
87	Uzbekistán	1619	0
88	Georgia	1436	0
89	Egipto	1354	0
90	Chile	1214	0
91	Omán	1,160	0
92	Kirguistán	1,100	0
93	Yemen	999	0
94	Serbia y Montenegro	914	0
95	Andorra	907	0
96	Tokelau	880	0
97	Albania	762	0
98	República Centroafricana	689	0
99	Santa Lucía	684	0
100	Guyana	629	0
101	Venezuela	554	0
102	Fiji	498	0
103	Níger	345	0
104	Kenya	341	0
105	El Salvador	336	0
106	Trinidad y Tobago	315	0
107	Uruguay	283	0
108	Islas Cook	278	0
109	Islas Salomon	262	0
110	Honduras	255	0
111	Jamaica	255	0
112	Irán (República Islámica del)	253	0
113	Estados Unidos Minor periferico Islas	243	0
114	Madagascar	221	0
115	Zambia	211	0
116	República Árabe Siria	208	0

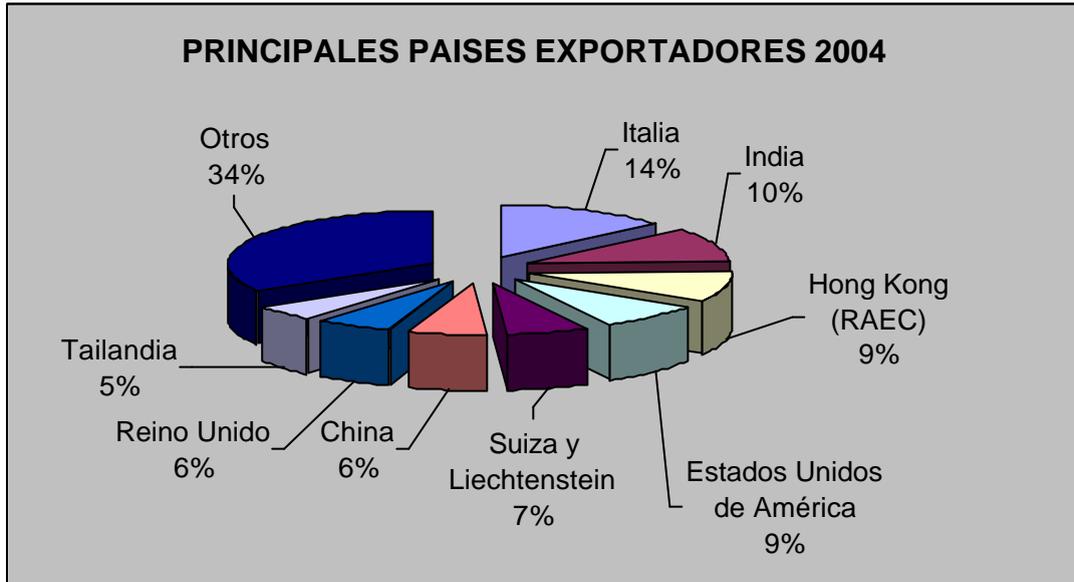
117	Bahamas	197	0
118	Islas Turks y Caicos	197	0
119	Ghana	194	0
120	Camboya	191	0
121	Moldova, Rep.de	162	0
122	Libia (Jamahiriya Arabe)	156	0
123	Letonia	144	0
124	Nigeria	141	0
125	Islas Caimanes	116	0
126	Congo, Rep. Dem. Del	114	0
127	Benin	91	0
128	Islas Marianas del Norte	85	0
129	Tanzanía, Rep. Unida de	80	0
130	Tayikistán	80	0
131	Islas Cocos (Keeling)	71	0
132	Camerún	69	0
133	Haití	65	0
134	Barbados	63	0
135	Sierra Leona	57	0
136	Malí	52	0
137	Maldivas	47	0
138	Liberia	46	0
139	Paraguay	42	0
140	Togo	42	0
141	Myanmar (Birmania)	40	0
142	Timor-Leste	37	0
143	Eur. Otros Nep	35	0
144	Santa Helena	33	0
145	Comoras	30	0
146	Islandia	29	0
147	Papua Nueva Guinea	26	0
148	Namibia	25	0
149	Cuba	23	0
150	Angola	21	0
151	Côte d'Ivoire (Costa de Marfil)	21	0
152	Laos, Rep. dem. Pop.	21	0
153	Uganda	21	0
154	Nicaragua	20	0
155	Bosnia y Herzegovina	19	0
156	Senegal	18	0
157	Afganistán	16	0
158	Sao Tomé y Príncipe	16	0
159	La ex Rep. Yugoslava de Macedonia	15	0
160	Seychelles	15	0
161	Groenlandia	11	0
162	Belice	10	0
163	Botsuana	10	0
164	Gambia	10	0
165	Iraq	10	0
166	Total	35,765,796	100

Fuente: Trademap

Elaborado por: CICO – CORPEI

Principales países exportadores

Italia es el principal país oferente de joyería a nivel mundial con el 14% de participación habiendo exportado 5,002,178,000 dólares de valor FOB. El segundo exportador de este producto es India con 10% de participación en el contexto mundial, seguido muy cerca por Hong Kong y Estados Unidos con una participación de 9% cada uno, Suiza con el 7%, China y Reino Unido con el 6%; Tailandia con el 5% y finalmente el 34% para otros países. En cuanto a toneladas, la fuente no registra cantidades.



Fuente: Trademap

Elaborado por: CICO – CORPEI

Principales destinos de las exportaciones

El principal destino de las exportaciones del mercado italiano (primer exportador del mundo) de joyería es Estados Unidos puesto que capta el 23% del total exportado por este país, seguido está Suiza con una participación del 9%, mientras que Reino Unido, Emiratos Árabes y Francia representan el 7%.

Para el caso de India (segundo exportador del mundo), tiene como mercado más importante a Emiratos Árabes Unidos con una participación del 43%, seguido muy de cerca por Estados Unidos con el 41%, Reino Unido a diferencia de los anteriores está representado por el 5%, quedando una cifra muy inferior del 1% para Singapur y Hong Kong..

Hong Kong (tercer exportador mundial) al igual que Italia tiene como principal socio comercial a Estados Unidos destinando casi la mitad de sus exportaciones de productos de joyería hacia ese mercado, es decir, representa el 47% del total; mientras que el 53% restante está distribuido entre Reino Unido con 9% de participación, Japón con 6%, Alemania con 5%, y Francia el 4% y finalmente el 29% de participación entre otros países.

DESTINOS DE LOS PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES			
Año 2004			
País Exportador	Países de Destino	Miles de USD	% Participación
ITALIA	Estados Unidos de América	1,159,048	23.17
	Suiza y Liechtenstein	461,705	9.23
	Reino Unido	365,879	7.31
	Emiratos Árabes Unidos	354,290	7.08
	Francia	326,869	6.53
INDIA	Emiratos Árabes Unidos	1554433	42.59
	Estados Unidos de América	1485189	40.69
	Reino Unido	164578	4.50
	Singapur	49575	1.35
	Hong Kong (RAEC)	48206	1.32
HONG KONG	Estados Unidos de América	1576582	46.66
	Reino Unido	297773	8.81
	Japón	224933	6.65
	Alemania	174538	5.16
	Francia	146122	4.32

Fuente: Trademap

Elaborado por: CICO – CORPEI

Demanda

Evolución de las importaciones a nivel mundial

El valor CIF de las importaciones mundiales de joyería ha disminuido a lo largo de los últimos años, el monto más alto registrado fue de 31,211,472,000 dólares en el 2000 y para el 2004 decreció a 19,629,661,000. La variación CIF más alta está representada entre los años 2000-2001 en un porcentaje de 18%, así también se registra una variación inferior al año anterior del 13% durante el período 2001-2002, para el período 2002-2003 bajó 4 puntos, es decir al 9%, y por último en el período 2003-2004 muestra una variación mínima del 2%.

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES MUNDIALES*		
AÑOS	VALOR CIF	VARIACION FOB
	(MILES USD)	%
2000	31,211,472	
2001	25,448,036	-18%
2002	22,043,772	-13%
2003	20,025,422	-9%
2004	19,629,661	-2%

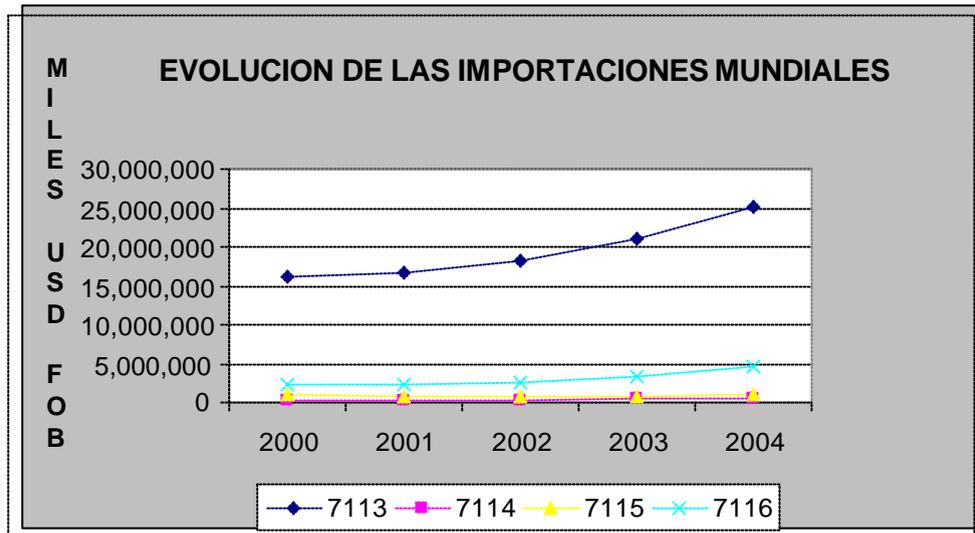
Fuente: Trademap

Elaborado por: CICO – CORPEI

La evolución de las importaciones mundiales del período 2000-2004 para el sector de la joyería, registrada un incremento cada año particularmente en las partidas arancelarias 7113 y 7116, las mismas que se pueden identificar en el gráfico como las más representativas principalmente la 7113 en donde existe una marcada diferencia en términos de miles de dólares CIF con relación al resto.

Para el caso de las partida 7114 y 7115, en los dos primeros años hay un decremento no tan considerable de año a año, sin embargo la tendencia para los tres próximos

años, es decir 2002-2004 es superada considerablemente. Ubicando en orden de importancia en términos de miles de dólares CIF, ocupa en primer lugar la partida 7113, en segundo sitio la partida 7116, en tercera posición la partida arancelaria 7115 y finalmente la partida arancelaria 7114.

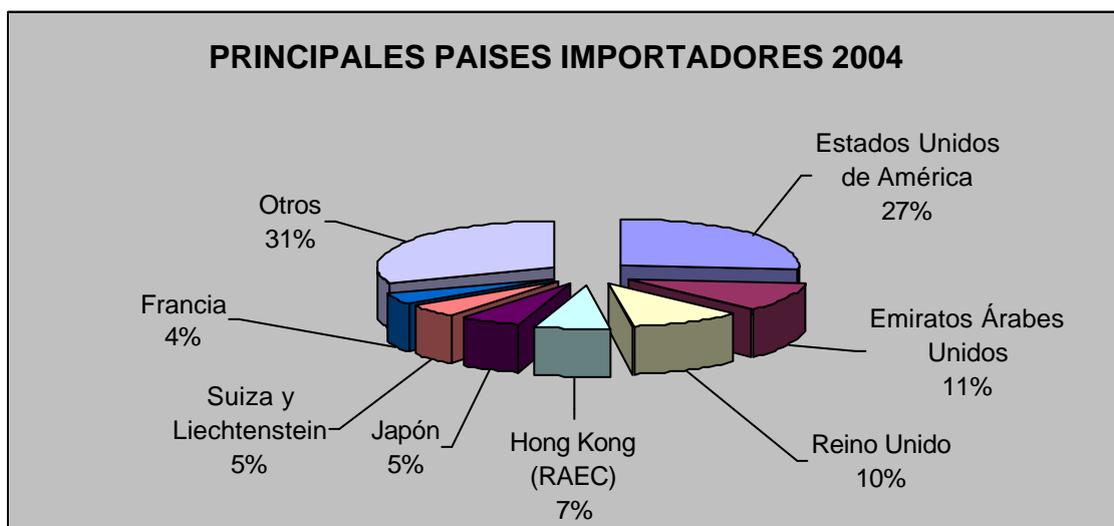


Fuente: Trademap
Elaborado por: CICO – CORPEI

Principales países importadores

Estados Unidos de América es el principal país oferente de joyería a nivel mundial con el 27% de participación habiendo importado 8,363,258,000 de valor CIF.

El segundo importador de este producto es Emiratos Árabes Unidos con 11% de participación en el contexto mundial, seguido muy cerca por Reino Unido con una participación del 10%, Hong Kong con el 7%, Japón y Suiza con el 5%; Francia con el 4% y finalmente el 31% repartido entre 201 países con un valor CIF de 9,700,489,000 del total importado mundialmente 31'211'296,000.



Fuente: Trademap
Elaborado por: CICO – CORPEI

Participación del Ecuador en las importaciones mundiales

La posición relativa de Ecuador en las importaciones mundiales del sector de joyería en el 2004 es 85 entre 208 países, con una participación de 0.03% en el contexto de las importaciones mundiales de este producto. En ese año Ecuador importó 8,428,000 dólares CIF con relación al total importado mundialmente que es de 31,211,296,000. La fuente no reporta volumen en toneladas.

Posición	2004		
	País importador	Miles USD FOB	Participación%
1	Estados Unidos de América	8,363,258	26.80
2	Emiratos Árabes Unidos	3,448,701	11.05
3	Reino Unido	3,097,215	9.92
4	Hong Kong (RAEC)	2,183,014	6.99
5	Japón	1,702,121	5.45
6	Suiza y Liechtenstein	1,453,185	4.66
7	Francia	1,263,313	4.05
8	Alemania	1,130,099	3.62
9	Singapur	821,322	2.63
10	Italia	699,593	2.24
11	España	520,611	1.67
12	Canadá	495,328	1.59
13	Australia	457,928	1.47
14	Bélgica	381,634	1.22
15	México	311,602	1.00
16	Austria	261,164	0.84
17	Antillas Holandesas	252,785	0.81
18	Taiwan, Provincia de (China)	212,864	0.68
19	China	189,050	0.61
20	Turquía	188,052	0.60
21	Países Bajos (Holanda)	184,214	0.59
22	Tailandia	183,823	0.59
23	República Dominicana	170,742	0.55
24	India	148,471	0.48
25	Corea, Rep De (del Sur)	137,621	0.44
26	Arabia Saudita	130,781	0.42
27	Suecia	129,919	0.42
28	Grecia	127,055	0.41
29	Israel	127,008	0.41
30	Panamá	118,610	0.38
31	Portugal	106,324	0.34
32	Kuwait	106,128	0.34
33	Ucrania	102,493	0.33
34	Croacia	100,203	0.32
35	Noruega	97,476	0.31
36	Dinamarca	92,132	0.30
37	Libia (Jamahiriya Arabe)	86,506	0.28
38	Brunei Darussalam	80,789	0.26
39	Irlanda	76,900	0.25
40	Polonia	74,155	0.24
41	Qatar	73,644	0.24
42	Nueva Zelanda	67,647	0.22

43	Líbano	67,344	0.22
44	Jordania	63,383	0.20
45	República Checa	62,841	0.20
46	Hungría	55,938	0.18
47	Benín	49,008	0.16
48	Finlandia	47,493	0.15
49	Sudáfrica	46,879	0.15
50	Bahamas	39,200	0.13
51	Malasia	38,764	0.12
52	Macao	36,778	0.12
53	Filipinas	36,728	0.12
54	Chipre	28,974	0.09
55	Egipto	27,004	0.09
56	Omán	25,758	0.08
57	Luxemburgo	25,459	0.08
58	Mauricio	25,121	0.08
59	Kazajstán	23,921	0.08
60	Letonia	22,138	0.07
61	Islas Vírgenes Británicas	21,898	0.07
62	Jamaica	21,864	0.07
63	Bahrein	20,901	0.07
64	Islas Caimanes	19,443	0.06
65	Eslovaquia	18,997	0.06
66	Nigeria	18,618	0.06
67	Viet Nam	17,608	0.06
68	Malta	17,482	0.06
69	Zona franca	17,350	0.06
70	Fiji	16,192	0.05
71	Lituania	15,903	0.05
72	Estados Unidos Minor periferico Islas	14,914	0.05
73	Bermudas	14,824	0.05
74	Andorra	14,383	0.05
75	Brasil	13,979	0.04
76	Gibraltar	13,278	0.04
77	Santa Lucía	12,507	0.04
78	Federación de Rusia	12,049	0.04
79	Colombia	10,984	0.04
80	Antigua y Barbuda	10,267	0.03
81	Chile	9,924	0.03
82	Namibia	9,628	0.03
83	Venezuela	9,323	0.03
84	Eslovenia	8,861	0.03
85	Ecuador	8,428	0.03
86	Guatemala	7,957	0.03
87	Marruecos	7,481	0.02
88	Polinesia Francesa	7,168	0.02
89	Estonia	6,850	0.02
90	Irán (República Islámica del)	6,822	0.02
91	Perú	6,343	0.02
92	Uzbekistán	5,766	0.02
93	Argentina	5,479	0.02
94	Argelia	5,259	0.02

95	Islandia	4,754	0.02
96	El Salvador	4,726	0.02
97	Costa Rica	4,678	0.01
98	Serbia y Montenegro	4,373	0.01
99	Granada	3,894	0.01
100	Nueva Caledonia	3,882	0.01
101	Sri Lanka	3,797	0.01
102	Trinidad y Tobago	3,672	0.01
103	Moldova, Rep.de	3,671	0.01
104	Indonesia	3,599	0.01
105	Côte d'Ivoire (Costa de Marfil)	3,553	0.01
106	Yemen	2,906	0.01
107	Honduras	2,752	0.01
108	Suazilandia	2,527	0.01
109	Ghana	2,497	0.01
110	Angola	2,232	0.01
111	Bosnia y Herzegovina	2,055	0.01
112	Territorio no definido	1,929	0.01
113	Camerún	1,883	0.01
114	Rancho de naves y aeronaves	1,824	0.01
115	Túnez	1,776	0.01
116	Belice	1,582	0.01
117	Pakistán	1,516	0.00
118	Bolivia	1,478	0.00
119	Groenlandia	1,424	0.00
120	Uruguay	1,298	0.00
121	Georgia	1,285	0.00
122	Mauritania	1,252	0.00
123	Congo, Rep. Dem. Del	1,147	0.00
124	Afganistán	1,030	0.00
125	San Vicente y las Granadinas	978	0.00
126	Armenia	901	0.00
127	Paraguay	885	0.00
128	Albania	865	0.00
129	Sudán	813	0.00
130	Kenya	777	0.00
131	Islas Marianas del Norte	770	0.00
132	Nepal	695	0.00
133	Guinea	685	0.00
134	Nicaragua	674	0.00
135	Barbados	669	0.00
136	Islas Feroe	654	0.00
137	La ex Rep. Yugoslava de Macedonia	615	0.00
138	Senegal	601	0.00
139	Etiopía	581	0.00
140	Tanzanía, Rep. Unida de	523	0.00
141	Iraq	522	0.00
142	Botswana	514	0.00
143	Níger	493	0.00
144	Turkmenistán	492	0.00
145	Haití	490	0.00
146	Isla Norfolk	485	0.00

147	Seychelles	485	0.00
148	Pitcairn	462	0.00
149	Djibouti	453	0.00
150	Suriname	441	0.00
151	Bangladesh	430	0.00
152	Corea, Rep Pop. Dem. De (del Norte)	403	0.00
153	Cuba	371	0.00
154	Sierra Leona	371	0.00
155	Zambia	365	0.00
156	Mozambique	362	0.00
157	Islas Cook	359	0.00
158	Maldivas	354	0.00
159	Congo	336	0.00
160	Islas Turks y Caicos	325	0.00
161	Papua Nueva Guinea	321	0.00
162	Uganda	294	0.00
163	Islas Wallis y Fortuna	255	0.00
164	Otros Africa	248	0.00
165	Myanmar (Birmania)	246	0.00
166	Gambia	241	0.00
167	Malí	226	0.00
168	Tokelau	217	0.00
169	Chad	208	0.00
170	Saint Kitts y Nevis	197	0.00
171	Dominica	173	0.00
172	Mongolia	170	0.00
173	Vanuatu	170	0.00
174	Zimbabwe	167	0.00
175	Comoras	149	0.00
176	Tonga	137	0.00
177	San Pedro y Miquelón	113	0.00
178	Tayikistán	105	0.00
179	Gabón	102	0.00
180	Burkina Faso	101	0.00
181	Kirguistán	101	0.00
182	Montserrat	97	0.00
183	República Centroafricana	89	0.00
184	Camboya	88	0.00
185	Mayotte	82	0.00
186	Malawi	69	0.00
187	Santa Helena	63	0.00
188	Terr. Brit. del Océano Índico	60	0.00
189	Samoa	55	0.00
190	Liberia	54	0.00
191	Eritrea	52	0.00
192	Otros Merca. Común Centroam.	52	0.00
193	Madagascar	49	0.00
194	Kiribati	47	0.00
195	Sao Tomé y Príncipe	47	0.00
196	Islas Marshall	46	0.00
197	Ruanda	43	0.00
198	Lesoto	33	0.00

199	Guyana	30	0.00
200	Anguila	26	0.00
201	Timor-Leste	26	0.00
202	Somalia	24	0.00
203	Guinea-Bissau	21	0.00
204	Islas (Malvinas) Falkland	21	0.00
205	Tierras Australes Francesas	16	0.00
206	Guinea Ecuatorial	12	0.00
207	Cabo Verde	11	0.00
208	Laos, Rep. dem. Pop.	10	0.00
209	Total	31,211,296	100

Fuente: Trademap

Elaborado por: CICO – CORPEI

Requisitos arancelarios, para-arancelarios y de calidad

Requisitos arancelarios

UNION EUROPEA

Partida arancelaria	Arancel	SGP	IVA	LCCD (Países menos desarrollados)
7113	2.5% - 4%	0%	21%	0%
7114	2%	0%	21%	0%
7115	3%	0%	21%	0%
7117	2.50%	0%	21%	0%

Requisitos de para arancelarios y de calidad

Los principales estándares para la joyería a ser considerados por los exportadores de países en desarrollo son:

- Sellos de metales preciosos para joyería (oro, platino y plata) y CCM. Estándar internacional para joyería chapada en metales preciosos (ISO/DIS10712).
- Todos los artículos de joyería deben estar libres de níquel (Directiva 94/27/EC).
- Otros estándares de calidad en la industria joyera.
- Estándares de calidad de la UE sobre tamaños de la joyería como estándares voluntarios de la UE (CEN TC 174).
- Estándares de seguridad de la UE (Directiva 92/59/EC).

Los sellos son una garantía de la definición y fineza de los objetos de metales preciosos. El sellado del oro y la plata se remonta 700 años atrás, convirtiendolo en una de las formas más antiguas de protección al consumidor. Actualmente, la mayoría de los países de la UE tienen sellos para la joyería en metales preciosos. En ocho países (Holanda, Francia, el Reino Unido, Irlanda, España, Portugal; Austria y Finlandia) los sellos son obligatorios por ley. Aunque estos países usan sus propias marcas y símbolos (por ej, leopardo, león, águila, etc), ellos aceptan los sellos de los otros. Esto significa que, una vez un artículo de joyería se aprueba, puede venderse sin ningún chequeo adicional en alguno de estos países. Alemania, Italia, Grecia y Luxemburgo no tienen requerimientos de sellos obligatorios, principalmente para proteger los intereses de sus industrias nacionales. Italia a intentado introducir un sistema de autocertificación para reemplazar el estándar de sello pero hay mucha oposición a esta propuesta.

En el Reino Unido, por ej, se redefinieron los sellos para los artículos de metales preciosos en 1999. El chequeo y marcación de los artículos de oro, plata y platino se declaran con el fin de garantizar conformidad a los estándares legales de pureza. Un sello indica:

1. Quién hizo el artículo (marca del patrocinador).
2. El contenido del metal precioso (marca de fineza).
3. Donde fue sellado el artículo (marca de la oficina de ensaye).
4. Cuándo fue sellado (única marca de letra para cada año).

Como son metales suaves, el oro y la plata se aplican mayormente en aleaciones con, respectivamente, paladio, plata, manganeso, níquel, cobre y estaño para aleaciones de oro y cobre para aleaciones de plata. La fineza de los metales preciosos se define en partes por mil (en ingles, PPT). Por ejemplo, en el Reino Unido el estándar de fineza legal es para:

- Oro 916 (22 kilates), 750 (18 kilates) y 585 (14 kilates) y 375 (9 kilates) PPT. Hay dos categorías más altas de fineza clasificadas en 990 y 999 PPT.
- Plata 925 (*Plata Sterlin*), 958 (*Britannia*), 800 y una fineza más alta de 999 PPT. La joyería de plata con rastros de níquel esta prohibida en la UE. Por lo tanto, se recomienda el uso de cobre y zinc puros, los cuales son libres de níquel y cadmio.
- Platino 999, 950, 900 y 850 PPT. Cada uno identificado diferentemente por Pt' o "Plat" seguido por la fineza en número y por la letra de la fecha y marca de la oficina de ensaye.

Se permite una tolerancia en estos estándares de fineza de 3 PPT para el oro y 5 PPT para la plata. Sin embargo, para el platino no se acepta tolerancia negativa. Para los más altos estándares de fineza, se aplica un proceso especial de ensaye y marcación, así como la determinación de estándar legal usual de fineza.

El uso de sellos en los países de la UE seleccionados: La armonización de sellos se considera de la más alta prioridad. La directiva propuesta de la UE de 1993 (93/C 318/06, enmendada por la 94/C 209/04), para la armonización de estándares y libre movimiento de artículos de metales preciosos a través de la UE, se designo para remplazar las provisiones nacionales existentes. La propuesta está designada a armonizar grados de fineza, sellos y marcas de responsabilidad y a trabajar con tres sistemas de certificación:

- Aseguramiento de la calidad, de acuerdo a la ISO-9003.
- Declaración de conformidad de la CE, basada en normas CEN armonizadas y
- Chequeo por terceras partes.

La Comisión Europea todavía no ha podido adoptar una posición común por las diferencias entre los estados miembros con referencia a los procedimientos de certificación. *La fineza del platino* está puesta bajo la Convención de Sellos en la UE, que son: 999, 950, 900 y 850. Dentro de los países selectos de la UE, Holanda y el Reino Unido han adoptado esta convención. La mayoría de los otros países de la UE aplican un solo estándar 950, con Italia permitiendo una pequeña tolerancia negativa. Francia, España e Italia también permiten que el iridio sea contado como el platino. Alemania permite el uso de aleaciones con 999, 960, 950, 900 y 800 de fineza.

La Marca de Control Común de la Convención de Viena (CCM): Esta marca puede aplicarse por los países miembros de la CCM para la importación y exportación hacia y desde estados miembros de la CCM dentro y fuera de la UE. Los actuales países

miembros son: Austria, la República Checa, Dinamarca, Finlandia, Irlanda, Holanda, Noruega, Portugal, Suecia, Suiza y el Reino Unido. La Marca de Control Común de la Convención (CCM) consiste en la siguientes marcas:

1. La marca de responsabilidad del productor o importador (como esté registrado en uno de los países miembros).
2. La CCM que aplique al estándar de fineza.
3. La marca de oficina de la organización de ensaye (ver cuadro de oficina de marca de Waarborg Holland).
4. Una marca que indique el estándar de fineza en miles (ver cuadro de la marca CCM).

Actualmente, los estándares de fineza reconocidos bajo la Convención son para:

- Oro: 750, 585 y 375 partes por mil (y, dentro de poco, también 999 y 916 ppt).
- Plata: 925, 830 y 800 ppt (y, dentro de poco, también 999 ppt).
- Platino: 950 ppt (y pronto también 999, 900 y 850 ppt).
- El paladio con estándares de fineza de 999, 950 y 500 ppt pronto se Incorporará en la Convención como metal precioso.

La mayoría de los joyeros húngaros, golpeados por un mercado de piedras preciosas y joyería no oficial, compitiendo en precio y disponibilidad, están empeñados en ver la práctica de la “marca de sellos” oficial consignada a la historia. Ellos dicen que los jugadores del mercado no oficial o falsifican el sello o simplemente ignoran el procedimiento.

Tanto los productores de joyería domésticos húngaros como los importadores están obligados por la ley a tener sus productos sellados por el Instituto de Examen y Certificación de Metales Preciosos (Nehiti, por sus siglas en inglés), un organismo que opera bajo la sombrilla del Ministerio de Economía y Transporte. El sellado por la Nehiti certifica que el metal es puro, mientras que el oro que pese menos de un gramo y la plata que pese menos de dos gramos, están exentos del requerimiento de sellado. En casos donde se requiera el sellado, éste debe hacerse antes de que se presenten los productos en el mercado.

Ahora, los jugadores legítimos están reclamando que hay una carencia de control de Nehiti. Habrá mucha presión de su sistema de sellado y, verdaderamente, en otros países de acceso, a medida que se unan a la UE.

Estándar internacional para joyería chapada: Este estándar resultó de quejas de los consumidores acerca de la desaparición o decoloración del chapado en oro o plata en sus joyas después de haber sido usadas por corto tiempo o después de haber estado en contacto con agua.

En 1999, un estándar en borrador ISO/DIS10712 estableció requerimientos mínimos de calidad para el oro chapado y para el uso del término “chapado en oro” y “dorado”. Hay tres niveles de artículos estándar descritos como chapados en oro. Estos estándares están ligados a un sistema de mercadeo en donde *P* indica *Plated* (chapado) y la segunda letra indica una categoría A, B o C. Las categorías A y B representan un mínimo espesor de 5 y 3 micrones (μ) respectivamente a 14 kilates. La categoría C es más complicada; exige un mínimo de 05 micrones (μ) de oro puro y da una escala móvil de pureza decreciente y espesor creciente que oscila a través de 1.2 micrones (μ) a 14 kilates, hasta 2.3 micrones (μ) a 9 kilates. En el caso de joyas chapadas en plata, existe una marcación similar, detalles de la cual pueden

obtenerse de la ISO (Organización de Estándares Internacionales); se puede encontrar la dirección en el Apéndice 2.1.

Otros estándares de calidad en la industria de la joyería: Los siguientes no son estándares oficiales de la UE, pero los compradores/importadores requieren la mayoría de ellos:

- Se deberían usar sustancias no tóxicas cuando se colorea la joyería.
- Los accesorios, cerraduras y broches deben ser de buena calidad. Los consumidores no aceptan artículos que se desbaraten en unas pocas semanas y solicitarán que se les reintegre su dinero, llevando a una queja al importador. Por ejemplo, los clips de los aretes deben abrir y cerrar fácilmente; los cierres de collares y brazaletes deben ser sólidos y de buena calidad.
- El acabado de las joyas es de creciente importancia, tanto para consumidores y compradores.
- Para evitar que la joyería de plata se oxide o se vuelva verde cuando se usa intensivamente o en agua, los exportadores deben tratar sus joyas de plata contra la oxidación.
- Evitar tener collares muy apretados y brazaletes y aretes pendientes muy rígidos.
- Entregar tanto el arete izquierdo como el derecho, en vez de dos izquierdos o dos derechos.
- El exportador debería seguir exactamente las instrucciones del comprador sobre tamaños y colores (indicado en colores Pantone). Una discrepancia menor podría dañar la calidad percibida del producto.
- Adhiérase a la calidad de las primeras muestras. Es probable que los artículos inferiores sean rehusados. Se le recomienda a los exportadores ofrecer contra muestras a los importadores.

Estándares de calidad de la UE sobre tamaños de joyas – CEN. El comité de la UE, CEN (Comité Europeo para la Estandarización), ha publicado estándares de calidad voluntarios para algunos artículos de joyería. El objetivo del comité de armonización de la UE CEN/TC 283 ha publicado estándares europeos para joyería que incluyen el tamaño de los anillos y el color de las piedras/metales sobre baños de metales preciosos de joyería enchapada. Los estándares están bajo desarrollo para muestreo de aleaciones de metales preciosos y métodos para determinar el contenido de níquel de post-ensamblajes de perforación del cuerpo (body piercing). Las principales actividades de los grupos de trabajo se relacionan con joyas preciosas, más que con joyas de fantasía. La actividad de estandarización internacional existe bajo la ISO/TC 174. Los estándares de calidad nacionales y métodos de evaluación aún aplican en muchas instancias. Visiones generales de los estándares de la CEN pueden encontrarse en los sitios de Internet de la CEN

Estándares de calidad y calificación para piedras preciosas: En el 30ma Congreso Mundial del Diamante, que tuvo lugar en octubre de 2002 en Londres, delegados de la Federación Mundial de Bolsas de Diamantes (WFDB, por sus siglas en inglés) votaron unánimemente para convertir en deber para todos sus miembros revelar a los compradores los tratamientos usados para mejorar el color y claridad de las piedras, especialmente donde se haya usado tratamiento de calor a alta presión (HPHT, por sus siglas en inglés). Éste es un proceso relativamente nuevo, en el cual los diamantes ásperos son sujetos a temperaturas por encima de los 1700 grados centígrados y presiones de más de 60 kilobares. Aunque esto puede cambiar significativamente el color de la piedra, el proceso es muy difícil de detectar. Algunos tratamientos son un problema a través de la cadena de manufactura y minoreo en la

industria joyera. Sin embargo, actualmente no hay estándares de calidad en la UE o a nivel nacional para las piedras preciosas. Puesto que han estado disponibles en el mercado más piedras artificiales y de imitación (por ejemplo, vidrio, cuentas, etc.), algunas de las cuales están perfectamente cortadas, los compradores se han vuelto más críticos en hacia la joyería con piedras mal cortadas. Aún si las piedras preciosas naturales genuinas están formadas completamente en forma natural, sin interferencia humana, su calidad debe reflejarse en términos de color, corte y claridad. Además, una descripción apropiada de la piedra se ha vuelto importante.

La pirámide de calidad del diamante: El diamante es la sustancia natural más dura conocida por el hombre y tiene el lustre más brillante de todas las piedras preciosas. En el comercio, la pirámide de calidad de los diamantes se expresa y mide por el corte de las 4 C's (corte, claridad, peso en kilates y color). La combinación de las 4 C's determina el valor de un diamante particular.

Kilates: El tamaño de un diamante se mide en peso en kilates y cada kilate es igual a 0.2 gramos, divididos en 100 puntos. Un diamante de .75 kilates es lo mismo que un diamante de 75 puntos o una piedra de $\frac{3}{4}$ de kilate. Mientras que los diamantes más grandes tienen altos precios, los diamantes de tamaño igual varían ampliamente en valor, dependiendo de las otras C's.

Claridad: Con una lupa o microscopio se pueden ver los fenómenos naturales (llamados inclusiones). Las piedras perfectas, por ejemplo, sin inclusiones, están en el pico de la Pirámide de Calidad de los Diamantes. Los diamantes con muy pequeñas inclusiones se califican como VVS1 o VVS2. Las inclusiones grandes significan un diamante de calidad más baja. Las inclusiones que pueden verse con a simple vista se califican I1 o I3.

Color: Los diamantes se califican por color, comenzando en la D y continuando a través del alfabeto. Las piedras verdaderamente incoloras, calificadas D, atesoradas por su rareza y valor, están en lo más alto de la Pirámide de Calidad de los Diamantes. Mientras que muchos diamantes aparecen incoloros, pueden de hecho tener tonos tenues amarillos o cafés y estas calificaciones de color incluyen P y Q. Aunque son aún hermosos, serán menos raros y, por tanto, menos valiosos.

Corte: Aquí es necesaria la mano de un artesano maestro para liberar el fuego, chispa y belleza. Cuando se corta un diamante en buenas proporciones, la luz se reflejará de una faceta tipo espejo a otra y se dispersará a través de la parte superior de la piedra, dando como resultado un despliegue de brillo y fuego. Los diamantes que se cortan demasiado profunda o superficialmente pierden luz, que se derrama a través del lado o base. Se mencionan las clásicas formas Brillante Redondo, Ovalada, de Pera, Marquesa, Princesa, Corazón y Esmeralda como entre las más bonitas y populares en nuestros tiempos.

Calificación de los diamantes: Hay dos sistemas de calificación de diamantes internacionalmente reconocidos: GIA y CIBJO. Uno de estos sistemas debería usarse para describir el color y claridad del diamante. Los sistemas como el ScanDN o sistemas específicos de comerciantes, no deberían usarse ya.

Diamantes de conflicto: Un nuevo sistema de certificación global para el comercio de diamantes entró en vigencia a principios de 2003. Todos los diamantes usados en la joyería deberían ser originarios de proveedores legítimos, en línea con las Resoluciones de las Naciones Unidas y acordados por los gobiernos del mundo en el Congreso Mundial de Diamantes.

Este sistema de certificación, conocido como el Proceso Kimberly, está destinado a prevenir el contrabando de diamantes de conflicto de zonas de guerra. Todos los países, incluyendo los mayores centros de comercio, tienen la intención, en el futuro, de importar sólo diamantes que vengan con un certificado oficial del país de exportación. Estos papeles solamente pueden obtenerse si cada etapa individual, desde la minería hasta la exportación, tuvo lugar legalmente. Los críticos de este nuevo sistema declaran que el monitoreo que tiene lugar en el sitio, en países en desarrollo como Sierra Leone, Angola o Congo, difícilmente pueden garantizarse. Además, muchos comerciantes están insuficientemente informados y aún aceptan productos sin chequear. Mientras que la industria de diamantes especula que la proporción de diamantes de conflicto es del 2 al 4%, la organización Global Witness, con sede en Londres, declara una cifra de alrededor del 20%. 60 países se han inscrito en este proceso, incluyendo 3 de la UE, uno de los cuales es el Reino Unido.

Calidad de las gemas o piedras preciosas: La revelación de todos los tratamientos de las piedras preciosas, la certificación independiente de los diamantes y la descripción exacta de todos los materiales usados en la elaboración de las joyas, se están volviendo la norma.

Peso y tamaño: Como los diamantes, las piedras preciosas se pesan tradicionalmente en kilates. Un kilate métrico= 1/5 de gramo, siendo subdividido en 100 partes o puntos. Los diferentes tipos de piedras preciosas tendrán diferentes pesos, ya que están hechos de diferentes materiales y tienen diferentes densidades. Esto se ilustra en el hecho de que un diamante redondo “de corte brillante”, que pese .15 kilates tendrá que ser de aproximadamente .22 kilates en un zafiro o rubí, para aparecer del mismo tamaño.

Una nota histórica: El peso en kilates (carat, en inglés) se origina de tiempos históricos clásicos. Viene de la planta mediterránea, el Carob, que se encuentra por toda esa área. Tiene semillas que son notablemente estándares en tamaño y peso y por tanto eran usadas como pesos estándares alrededor del área del mar Mediterráneo. Éste es el origen tanto del peso en kilates como del uso de proporciones de calidad en metales preciosos.

Requisitos para-arancelarios

Asuntos ambientales relacionados con el comercio: La conciencia de los problemas ambientales ha aumentado considerablemente en los pasados pocos años y se ha convertido en un tema importante en el comercio internacional de joyas. Para asuntos ambientales, las joyas son un grupo de productos complicado. No sólo hay una amplia variedad de productos, sino que también hay un extenso rango de materiales usados, especialmente en la joyería de fantasía. Los materiales más importantes y su impacto ambiental se discutirán debajo, en donde también se le hacen a los exportadores recomendaciones para mejoras.

Material usado en la producción, Principal asunto ambiental:

- Metal: La extracción de la materia prima, fundición y relleno
- Minería: Los desechos contaminados de procesos químicos y mecánicos

Metal: Las diferentes etapas en la producción del metal (productos) que tienen impacto sobre el ambiente son la extracción de la materia prima, la fundición y el relleno. El uso de energía durante el proceso de fundición es extremadamente alto. Un amplio rango de sustancias se emiten al agua y al aire. Las tecnologías de limpieza están, por tanto, orientadas a reducir las emisiones y ahorrar energía. La presión, la extrusión y el corte o perforación hidromecánicos pueden moldear el material crudo.

La emisión de sustancias durante el proceso de soldadura, para conectar las partes metálicas, depende del método usado.

A menudo se usa el thinner para desengrasar después de pulir. El thinner es un Componente Orgánico Volátil (VOC, por sus siglas en inglés), que es peligroso para el ambiente y la salud. Las consecuencias ambientales del uso de los VOC son el agotamiento del ozono, el smog y la polución del agua y la tierra. Los impactos en la salud son discapacidades en el sistema nervioso central, cerebro, hígado y riñones e irritación de los ojos y la piel.

Una opción ambientalmente sana es usar aceite vegetal, como el ester metil rapeseed (RME, por sus siglas en inglés) o laurato-hexil-etil de base de coco. Después del desengrase, los objetos pueden enjuagarse con agua y jabón y secarse en aserrín.

Minería: Los metales, al igual que las piedras preciosas, a menudo se consiguen por la minería. El peor problema para la minería es el desperdicio, que es polucionado debido a procesos químicos y mecánicos. Tome, por ejemplo, la polución de mercurio, causada por la minería de oro. La investigación mostró que, dentro de un radio de 500 kilómetros del lugar donde se hace minería de oro, los pájaros y peces contienen demasiado mercurio.

Estándar de seguridad de la UE: No se debería ofrecer joyería insegura para la venta a los consumidores. En este sentido, hay un estándar de la UE (Directiva 92/59/EC) para la seguridad general del producto, la cual requiere que todos los bienes de consumo lleven una garantía de seguridad. La directiva general define un "producto seguro" como uno que, cuando normal y razonablemente se usa durante unas condiciones y un período de tiempo anticipados, no plantea riesgo. Por ejemplo, aún ocurren accidentes con los anillos de bodas que se atorán en la manilla de una puerta. Recientemente, el joyero francés Pierre Voeltzel ha desarrollado un anillo de seguridad con un clip que se abre en estas situaciones o en cualquier otro caso de emergencia. En este momento, la joyería no está cubierta por las llamadas Directivas de Nuevo Abordaje de la UE referentes a la marcación de la CE. Éste es un requisito legal, a través del cual un fabricante exige que su producto cumpla con los requerimientos de seguridad mínimos.

En general, hay riesgos limitados cuando se usa un artículo, pero deberían considerarse los siguientes:

- Las características del artículo
- La forma en la que el artículo se ofrece
- Las categorías de consumidor

Un productor/exportador o su representante/importador en la UE, puede, en la mayoría de los casos, ser responsabilizado de compensación por daño a personas y propiedad, causados por un artículo que resultó ser no tan seguro como se esperaba. La compensación financiera puede exigirse por sufrimiento incidental incurrido. La directiva, por lo tanto, obliga tanto a fabricantes como importadores a monitorear la seguridad de artículos de joyería.

Temas de salud y seguridad: Varias operaciones se llevan a cabo en el proceso de fabricar joyería. La soldadura, pulimento, pintura, tratamiento del cuero, etc., pueden todas presentar riesgos para la seguridad del trabajador y la salud en el sitio de trabajo. Los productores pueden tomar medidas preventivas en las siguientes áreas:

- Esfuerzo físico: Para prevenir heridas, usar ayudas para levantar, mesas de trabajo ajustables y mesas de apoyo.
- Seguridad: Usar máscaras de soldadura seguras, las cuales deberían estar ampliamente disponibles.
- Seguridad química: Los empleados deberían estar protegidos de los gases liberados de la soldadura o de material como el níquel, que puede causar cáncer de pulmón y nariz.
- Instalaciones de trabajo: Tenga cuidado de que los espacios de trabajo y pasos de tránsito estén limpios, bien iluminados y ordenados y que haya suficiente ventilación. A los empleados se les debería instruir apropiadamente y se les debería dar ropa muy ajustada y vestimenta protectora especial. Se puede obtener información adicional sobre condiciones de trabajo de la Organización Internacional del Trabajo, que es la organización de la UE concerniente a todos los aspectos del trabajo; se puede encontrar la dirección en el Apéndice 2.6.

Estándar de la UE –libre de níquel: La joyería y accesorios están, a menudo, en contacto directo con la piel. La prevención de reacciones alérgicas es una cuestión importante. La UE requiere que el contenido de níquel en la joyería sea cero o absolutamente mínima.

Cerca del 10% de la población femenina y aproximadamente el 2% de la población masculina sufren de dermatitis por níquel. Los afectados sufren de sarpullidos rojos y picantes, que vienen del contacto prolongado con productos que contienen níquel. Por esta razón, el uso de níquel en la joyería debería restringirse tanto como sea posible.

La UE ha reconocido la alergia al níquel como un problema y se ha pasado la Directiva especial 94/27/EG ha sido pasada para regular el uso de níquel y para estandarizar su uso dentro de todos los países miembros. Los consumidores e importadores exigen que la joyería sea “libre de níquel” y a los exportadores se les aconseja fuertemente para que se adhieran a los términos de la Directiva:

Productos que perforan la piel (productos piercing): El níquel no puede usarse en montajes de fijación que se inserten en oídos perforados y otras partes del cuerpo humano, durante la sanación de la herida causada por la perforación, ya sea subsecuentemente quitada o no, a menos que estos montajes de fijación sean homogéneos y la concentración de níquel sea menos que 0.05%.

Productos que tienen contacto directo y prolongado con la piel: El níquel no puede usarse en tales productos si el índice de níquel liberado de cualquier parte del producto en contacto con la piel es mayor a 0.5 microgramos de níquel por centímetro cuadrado, por semana (0.5 (i g/cm²/semana). Unos pocos ejemplos de joyería a la cual aplica esta regla son aretes, collares, cadenas, pulseras, tobilleras y anillos.

El níquel no debe usarse en productos que tengan un baño no níquelado a menos que el baño sea suficiente para asegurar que el índice de níquel liberado no exceda (0.5. (i g/cm²/semana). Desde 2000, la Directiva del Níquel se ha implementado en la legislación nacional en todos los países de la UE. Se conducen evaluaciones para la determinación del contenido de níquel y la cantidad de liberación de níquel de artículos de joyería para ajustarse a los estándares europeos de liberación de níquel y/o contenido de níquel. Si los artículos cumplen con los estándares europeos, pueden, obtener la marca de garantía “Ni-Test”.

Adicionalmente, en Alemania, Dinamarca y Suecia, existe una ley antiníquel. En Alemania, por ejemplo, los montajes de fijación para el oído usados para perforación

(piercing) deben cumplir con la Directiva y los montajes que contengan más de 0.05 % de níquel están prohibidos. Los productos que contengan menos de 0.05% de níquel pueden ser etiquetados "libres de níquel". En Dinamarca, los fabricantes o importadores no pueden vender joyería si el índice de liberación de níquel excede 0.05(ug/crn2/semana). En el Reino Unido, la Asociación Británica de Joyeros está planeando un logo especial para indicarle al consumidor que el producto cumple con la Directiva. Estos ejemplos enfatizan el hecho de que las regulaciones nacionales difieren de un país a otro y de que es muy importante para los exportadores chequear los requisitos del mercado objetivo.

Empaque, marcación y etiquetado: Aunque los despachos de joyería usualmente se entregan por courier o por aire, los envíos de remesa por volumen de los países en desarrollo generalmente hacen un largo viaje, así que es muy importante que estén apropiadamente empacados. No hay estándares de la UE sobre cómo empaacar la joyería, pero, dada la algunas veces costosa naturaleza del producto y su propósito (un regalo especial para una temporada especial), es claro que su empaque minorista debería estar cuidadosamente planeado. Ya sea comprando artículos exclusivos o por volumen, no debería haber necesidad de que los importadores repararan joyería dañada por mal empaque.

Estándares de empaque de la UE: Para armonizar las diferentes formas de legislación sobre empaque y desperdicio de empaque en países de la UE, ésta ha emitido la directiva 94/62/EC, la cual regula estándares mínimos. Con efecto desde el primero de julio de 2001, estos estándares mínimos requerirán una cuota de recuperación de 50-65% para materiales de empaque traídos a la UE y regularán la presencia de cuatro metales pesados (mercurio, plomo, cadmio y cromo hexavalente). Los países de la UE tienen una cierta libertad de cómo cumplir con la tasa de recuperación pero al menos 24-25% del material traído al mercado debe ser reciclado, con un mínimo de 15% para cada material. La máxima suma disponible de concentraciones de plomo, mercurio y cromo hexavalente en empaque es: 600 ppm, después de Junio 30 de 1998 (ppm=partes por millón); 250 ppm, después de junio 30 de 1999 y 100 ppm, después de junio 30 de 2001.

Los países de la UE han implementado estos estándares desde 1996. Un exportador puede hacer su contribución tomando las siguientes precauciones:

- Tener cuidado de que la cantidad de empaque (empaque de transporte) sea limitada, reutilizable o reciclable.
- Tratar de combinar productos para hacer despachos más grandes, en vez de despachar frecuentemente pequeñas cantidades.
- Tratar de reducir la presencia de sustancias riesgosas en emisiones y mantener la ceniza al mínimo.

Empaque de exportación: Es esencial que el empaque exterior proteja los productos durante el almacenaje, transporte y distribución, de modo que lleguen a su destino final en Europa en una condición apropiada para la venta. La principales formas de daño que posiblemente ocurran a la joyería son rompimiento, rayaduras, abrasión, impresión (la transferencia de marcas de un material de empaque a un acabado pulido), suciedad y decoloración y humedad, deshidratación y daño por temperatura.

Con respecto al método de empaque, en la mayoría de los casos, los importadores o compradores especificarán si los artículos son para ser organizados o empacados en cajas individualmente o envueltos en volumen. El tipo y diseño del empaque se escogen para encajar con la calidad y valor de las joyas.

Directrices y recomendaciones detalladas sobre empaque de exportación para la joyería se pueden encontrar en un estudio especial sobre técnicas de empaque y el uso de materiales de empaque, titulado “Requerimientos de Empaque, una Guía para Países en Desarrollo”, el cual está disponible en el CBI. Esta guía da recomendaciones sobre empaque de transporte funcional para productos frágiles, empaque atractivo al consumidor y el uso de materiales (indígenas) para absorción de choques.

Marcación y etiquetado: Los empaques en tránsito deberían marcarse claramente con el nombre y dirección del exportador y el importador, el país de origen, el puerto de trasbordo e información sobre el contenido, de modo que el importador pueda identificar exactamente cuál lote de producto (s) ha llegado.

El importador también requerirá usualmente que el número del artículo esté marcado en la parte exterior del empaque, de modo que el despacho pueda ser distribuido sin abrir los contenedores. El uso de códigos de barras, que pueden ser leídos por sensores, está ahora extendido en la distribución europea mayorista y minorista y este método de marcación significa que la distribución se puede llevar a cabo automáticamente.

A menos que el producto sea parte de una colección de nombre de marca promovido, el importador también especificará si requiere el empaque de su propia compañía, talvez una etiqueta privada para múltiples clientes minoristas o empaque neutral, el cual él pueda modificar de acuerdo con los requisitos de sus clientes. El nombre del exportador y el país de origen usualmente no figuran en las etiquetas de producto, porque la competitividad del mercado hace deseable para el importador que oculte sus fuentes. Los importadores o compradores frecuentemente suministran sus propias etiquetas con el pedido.

Fuente: CBI
Elaborado por CICO – CORPEI

Logística Internacional

El factor clave que caracteriza la estructura de los canales comerciales de joyería de la UE es la total diversidad de las formas en las cuales los consumidores pueden acceder a los productos de joyería, particularmente joyas de plata y fantasía. Aunque muchos de los canales tradicionales aún dominan el sector de joyas preciosas, estos productos se pueden encontrar también en un amplio rango de puntos de venta y tipos de medios de comunicación, especialmente el Internet y canales de compra especiales.

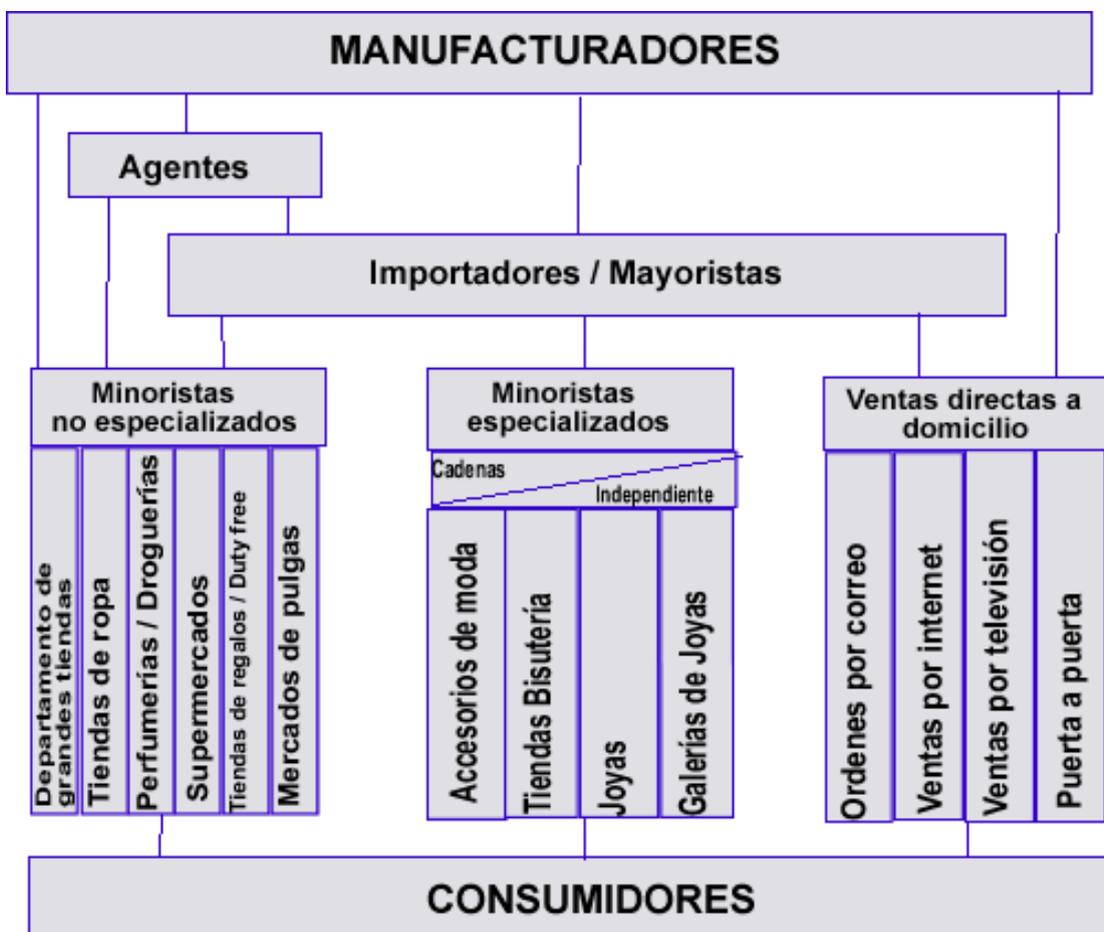
En años recientes, las compañías joyeras han estado buscando ganar control sobre sus redes de distribución, ya sea expandiendo sus franquicias o abriendo almacenes, operados directamente. Para las joyas preciosas, los minoristas de joyas especializados aún dominan en la mayoría de los mercados selectos de la UE, con un número creciente de almacenes de cadena y puntos de venta no especializados. Los grandes minoristas se han convertido en importantes puntos de venta de joyería.

Para la joyería de fantasía y de plata, los canales comerciales en los mercados selectos de la UE se han vuelto más diversos. Por ejemplo, el Reino Unido tiene un sistema fragmentado de distribución, con no especialistas como tiendas por departamento, showrooms de catálogo y ventas directas en el hogar dominando el mercado. La distribución en Francia está centralizada con su foco en París. Aquí, la

joyería se vende a través de una variedad de pequeños almacenes y almacenes de franquicia.

En Alemania y Holanda, dominan los grupos de compra, por ejemplo, grupos de minoristas de joyería organizados y almacenes de cadena. Los mercados italiano y español tienen una cadena de distribución más fragmentada que en los países del norte de la UE. Muchos grandes minoristas, propiedad de compañías estadounidenses y europeas, ya se han expandido hacia algunos de los Países de Acceso, en donde las pequeñas redes independientes aún dominan.

Los grandes fabricantes de joyería de la UE operan sobre una base global y tienen sus propias redes de distribución. Sin embargo, sólo unos pocos otros productores tienen sus propias redes o venden directamente a los consumidores. La mayoría de los mercados selectos de la UE operan a través de importadores. Los agentes se usan más frecuentemente en los países del sur de la UE.



Importadores/ mayoristas

Aunque la UE es un importante productor de joyería en el mercado global, una gran proporción de la joyería vendida en la UE se importa a través de una red de importadores, mayoristas y agentes. Algunos importadores sólo compran inventario después de que han identificado un comprador. Otros importarán y mantendrán inventario, asumiendo ellos mismos el riesgo. Mientras la proporción de joyas que manejan los importadores varía entre países, ellos son contactos importantes, particularmente para productos sin marca.

Los contratos con los mayoristas tienen una política de “no retorno”. En promedio, se reporta que los precios mayoristas son alrededor de la mitad del precio minorista para joyería. Los importadores y mayoristas venden joyas en su propio país y están familiarizados con el mercado local, el cual está continuamente cambiando en términos del número de proveedores y el ambiente minorista. Sin embargo, crecientes números de mayoristas e importadores negocian a través de fronteras nacionales. Además de comprar y vender, también se hacen cargo de procedimientos de importación y exportación. Una buena relación con un importador puede conducir a una cercana cooperación, la cual puede dar como resultado asistencia y consejo sobre diseños de producto, materiales, tendencias y requerimientos de calidad.

Algunos importadores venden directamente a los minoristas a través de un sistema de efectivo y llevan showrooms, de los cuales compran los pequeños y usualmente independientes minoristas. Otros tienen su propia fuerza de ventas que visita y toma pedidos de minoristas más grandes. Mientras se está en las estaciones claves de verano e invierno, los minoristas están crecientemente introduciendo nuevos rangos sobre una base continua a través del año. Es muy importante que se cumplan los calendarios de entrega.

Encontrar un nuevo comprador implica mucho trabajo duro y éste puede perderse por un pobre servicio, aún cuando el comprador pudiera estar muy contento con la calidad de sus productos.

Los joyeros mayoristas en otros mercados selectos de la UE están concentrados en las siguientes áreas:

- Reino Unido: Greater London, Birmingham
- Francia: París (tercer distrito, cerca de la Place de la République) en la Rue du Temple
- Alemania : Kaufbeuren (near Munich), Pforzheim (más enfocada en joyas preciosas).
- Italy : Arrezzo, Vincenza, Milan.
- Spain : Barcelona (Rambla).

Los importadores y mayoristas tienden a especializarse en sectores específicos de producto. Podría ser aretes o joyas de un país o diseñador particular o joyería de niños, etc. También pueden especializarse en artículos a un nivel de precios particular, en joyería hecha de materiales especiales o en joyería vendida y mercadeada a través de un canal de distribución específico. Ahora, más importadores tienden a comprar conceptos de producto o rangos de producto, en vez de un solo tipo o línea de producto, a menos que se especialicen en este artículo. Encuentre al importador que mejor se acomode a sus necesidades.

Agentes

Los agentes tienden a negociar a nombre de sus clientes y actúan como intermediarios entre comprador y vendedor. Ellos no compran o venden por su propia cuenta y, si representan más de un exportador, usualmente trabajan con base en comisión. Algunos productores usan más de un agente, pero la mayoría prefiere encontrar uno confiable con buenos contactos y trabajar con ellos exclusivamente. Esto también da más control sobre dónde deberían venderse sus productos.

En la joyería, un gran número de marcas exclusivas se ofrece sólo a través de agentes designados, algunas de las cuales sólo pueden venderse a través de un selecto

número de minoristas. En estos casos, los agentes juegan un importante rol en regular el mercado, al igual que en la distribución.

Minoristas

Los diferentes tipos de canales minoristas se pueden dividir ampliamente en tres categorías:

Puntos de venta especializados, los cuales venden solamente joyas preciosas o accesorios de moda o joyas de fantasía. Estos puntos de fábrica varían desde joyeros preciosos, galerías de joyería, tiendas de bisutería y de accesorios de moda. Los más grandes almacenes dentro de cada uno de estos grupos están, a menudo, vinculados con un almacén de cadena u organización de franquicia. La mayoría son pequeños almacenes independientes, especialmente en Italia y España. Debido a la creciente competencia en el mercado de la joyería, más de estos almacenes están conectados con un grupo de compras. Aparte del Reino Unido, los puntos de fábrica especializados formaron del 70 al 76% de las ventas de joyería en la mayoría de los países.

Puntos de fábrica no especializados, en donde se ofrecen rangos más baratos de joyas preciosas, joyería de plata y fantasía y accesorios para el cabello. Esta categoría está encabezada por las tiendas por departamentos, almacenes de ropa y de regalos.

Las ventas directas en el hogar se refieren principalmente a pedidos por correo, Internet y televentas, las cuales han estimulado los mercados de joyas de plata y fantasía. Esta categoría también incluye el “mercadeo en red”, el cual dirige al consumidor independiente directamente a través de planes grupales, Internet y fuentes similares.

Aunque está bajo la creciente amenaza de las ventas por medio de fuentes no minoristas, particularmente ventas en el hogar y directas, los minoristas continúan dominando el mercado. Sin embargo, la naturaleza del minoreo de joyas está cambiando. Los almacenes de ropa, hipermercados, tiendas de regalos, peluquerías y farmacias, reconocieron una creciente demanda y la gran rentabilidad por metro cuadrado de la joyería, tomando espacio limitado en los almacenes. Estos tipos diferentes de minoristas están emergiendo para desafiar el antiguo dominio de los joyeros especializados tradicionales.

Minoristas – Puntos de Venta Especializados

Puntos de venta de joyas preciosas: Estos puntos de venta dominan el comercio en territorio continental europeo, particularmente en Italia y Francia. Los joyeros preciosos principalmente ofrecen principalmente joyería y relojes de mano diseñados, de corriente dominante, dirigidos a un amplio grupo de consumidores. Ellos se concentran ante todo en ventas de joyería de oro, plata y platino, relojes de mano y pared y utensilios de regalo de metal finos. Aunque el dueño no sea necesariamente un platero o especialista en oro calificado, estos joyeros usualmente también tienen un pequeño taller para reparaciones o servicio. Sin embargo, los almacenes de joyería de marca propia ahora están amenazando algunos puntos de venta tradicionales. Los productores de joyas están encontrando cada vez más que necesitan una presencia minorista con el fin de que su marca sea reconocida, para ser distintivos e involucrarse directamente con los consumidores.

Las marcas son una tendencia significativa en este mercado y el minoreo se ve como un medio clave, a través del cual se comunica el nombre de una marca. Esto también se ve como un medio clave de internacionalizar una marca. La joyería es una compra emocional, que confía en el diseñador para que le dé un estilo o apariencia. Muchos consumidores encuentran difícil saber el verdadero valor de las joyas, así que el ambiente minorista es un medio a través del cual los fabricantes pueden añadir valor a sus productos.

En años recientes, la consolidación de grandes grupos de productos lujosos ha llevado al lanzamiento en el mercado de nuevas marcas de moda. Las casas de alta moda están diseñando y desarrollando cada vez más sus propias colecciones de joyería. Las compañías de joyería bien conocidas están contratando diseñadores de alto perfil.

Los minoristas de joyería independientes podrían estar amenazados por esta tendencia, pero también hay consecuencias para los fabricantes que lanzan sus propios puntos de fábrica. Esto es particularmente importante para precios y cómo la estrategia de precios afecta a los negociantes que también proveen los mismos productos a otros puntos de fábrica. Los minoristas independientes aún tienen la ventaja del servicio, particularmente las reparaciones. Muchos comentaristas creen que esta tendencia fomentará las ventas de joyería para todos, puesto que los puntos de fábrica de marca proveen una forma muy fuerte de publicidad para la industria de la joyería en su totalidad.

Un desafío mayor para los minoristas de joyería es el control de inventario. Los sistemas sofisticados pueden ayudar en el proceso de mantener niveles manejables de inventario, cuando los productores están trayendo continuamente nuevos productos, sin garantía probada de que se venderán. Es difícil encontrar el balance correcto entre los best sellers probados y la nueva mercancía, particularmente en un clima económico incierto. Los consumidores están continuamente buscando y esperando ver nuevos rangos, de modo que algunos minoristas estén tentados a almacenar toda la nueva mercancía.

La participación de minoristas independientes en la venta de joyas de fantasía está confinada a ventas limitadas de joyería de plata y fantasía de calidad más alta. Sin embargo, algunos joyeros pequeños, que conocen las últimas tendencias de moda, venden algunas joyas de fantasía de calidad más alta y joyas de plata con el fin de atraer a la gente joven a sus almacenes. Los almacenes más grandes están conectados con grandes operaciones internacionales de almacenes de cadena.

La mayoría de los joyeros tienen que enfrentar cuestiones como consumidores más exigentes, más competencia de no especialistas y especialistas en descuentos y restricciones más duras en la política de distribución por parte de los proveedores de marca. Con el fin de diferenciarse, los joyeros continuamente buscan nuevas fuentes para desarrollar sus propias colecciones exclusivas.

Las galerías de joyas son los plateros y especialistas en oro que hacen sus propias colecciones de joyería, vendiéndolas en sus propias tiendas o galerías. Algunas veces, también venden joyería de otros diseñadores, con el fin de ampliar su rango. Están fuertemente representados en Francia, Italia y España, pero también representan una porción considerable de las ventas de joyas en los otros mercados selectos de la UE.

Bisutería: A la que también se refiere como tiendas especializadas en "Bijoux" (la palabra francesa para joyas de fantasía). Típicamente, cerca del 70% de su facturación es por joyas de fantasía. Estos tipos de puntos de venta se encuentran

principalmente en los países del sur de la UE (Francia, Italia y España) y la mayoría de ellos son poseídos independientemente. Lo mismo es cierto para las *tiendas de accesorios de moda*. Sin embargo, con el fin de enfrentar la competencia de los no especialistas, un creciente número está uniéndose a grupos de compra, franquicias o almacenes de cadena.

Almacenes de cadena de accesorios de moda: Estos almacenes especializados son usualmente parte de una operación de almacenes de cadena nacionales o internacionales. La mayoría tienen rangos de productos estandarizados y están localizados en la calle alta o en centros comerciales fuera de la ciudad, en donde las mujeres los tratan como a cualquier otro almacén de ropa. Por los descuentos por volumen de sus proveedores, pueden ofrecer artículos a precios bajos, los cuales, a menudo se compran impulsivamente.

Tienda de accesorios de moda (franquiciada): Estos almacenes, ligados a una organización de franquicia, se encuentran más comúnmente en Francia y cada vez más en Italia. En Francia, más de la mitad de las ventas del mercado medio de joyería de fantasía fueron por 3300 almacenes franquiciatarios, operados por 18 franquiciantes. Los almacenes de accesorios tienen un rango de producto más amplio, vendiendo muchos accesorios de moda además de joyas, tales como bufandas, gafas de sol, relojes de mano, sombreros, cinturones, bolsos, calcetines y otros artículos de regalo.

Minoristas – Puntos de venta no especializados

Joyería de almacenes por departamentos: Las ventas a través de almacenes por departamentos se han incrementado en años recientes. Ellos se benefician de un alto volumen de tráfico de consumo y son capaces de ofrecer un amplio rango de productos desde moda hasta artículos de joyería de calidad real. Cada vez más, ellos venden joyas de marca, a menudo relacionadas con marcas de ropa o diseñadores bien conocidos, al lado de sus propias marcas, las cuales son, a menudo, dirigidas al extremo de abajo del mercado.

A las mujeres trabajadoras jóvenes les gusta comprar en un departamento de joyería sin sentir ninguna obligación de comprar. Esto no es tan fácil en tiendas especializadas de joyería. Las concesiones especializadas en el almacén (almacén en almacén) para joyas preciosas (oro) han sido populares y, para satisfacer la creciente demanda, los almacenes por departamentos han empezado a vender joyas de fantasía cerca de sus artículos de vestuario.

Almacenes de ropa: Las cadenas nacionales e internacionales juegan un rol mayor en la venta de joyas de fantasía y plata y algunas joyas preciosas baratas con gemas. En Francia, los almacenes de ropa dan cuenta de alrededor del 9% de las ventas totales de joyería, lo cual es alto comparado con los otros países de la UE. Estos grupos de almacenes tienen usualmente su propia marca de accesorios de moda, además de colecciones de temporada de los productores. Los consumidores jóvenes tienden a comprar joyas al mismo tiempo que nueva ropa, como parte de un "look".

Boutiques de moda: La mayoría son de propiedad independiente y operan de las secciones media a más alta del mercado. No tienen el poder de compra de los grandes mayoristas, así que tienen que trabajar con márgenes más altos. En estos puntos de fábrica, la joyería y la ropa deben ser de moda y exclusivos, con el fin de diferenciarse de la moda de la corriente dominante. Tienden a llevar un rango limitado, que se escoge para complementar sus colecciones de ropa. Sus principales proveedores son los importadores y agentes.

Puntos de venta de perfumes y farmacias: La joyería se vende a los consumidores en un grado limitado, a través de farmacias y puntos de venta de perfumes. Las tiendas de *perfumes* venden algunos artículos de joyería preciosa, fantasía y plata, los cuales son exclusivos en términos de diseño, precio y nombre de marca. Las existencias se compran de los importadores. Las *farmacias* venden la joyería más de moda y de precios más bajos y accesorios para el cabello. La joyería de plata se vende a menudo como artículos de regalo, particularmente durante períodos de venta pico, tales como Navidad, Pascua, día de San Valentín, día de la Madre, etc.

Almacenes de regalos y libres de impuestos: Los consumidores también compran joyas en tiendas de regalos, tiendas libres de impuestos en aeropuertos y en algunas ciudades mayores y en pequeños almacenes adjuntos a locaciones turísticas, tales como museos y galerías de arte. Esta mercancía se les compra a importadores especializados, cuyos rangos de producto incluyen utensilios de regalo, al igual que joyería. Estos puntos de venta representan una buena oportunidad para los exportadores, dado que los artículos se venden en empaque especial de regalo y con un folleto explicativo.

Mercados callejeros y de segunda mano: Particularmente en países del sur de Europa, con una industria turística significativa, la joyería de fantasía y plata puede encontrarse ampliamente en mercados callejeros. Las últimas modas no se encuentran usualmente en estos puntos de venta y a menudo algunos mayoristas los usan como medio de descargar inventario no vendido de otros canales de minoreo.

Otros almacenes

La joyería se vende en muchos otros tipos de almacenes, por ejemplo, hipermercados, puntos de venta de ropa infantil, tiendas de juguetes, ópticas, tiendas de vuelo de las aerolíneas, tiendas de calzado, mayoristas de “pague en efectivo y lleve” con puntos de venta minoristas, puntos de venta de fábrica y gasolineras.

Ventas directas de hogar: Las compras hogareñas se han vuelto bien establecidas. Las mejoras en la tecnología continúan cada año y se han hecho esfuerzos significativos para reasegurarle a los consumidores que es seguro comprar por teléfono e Internet. El pedido por correo es un medio creciente para artículos de joyería de costo más bajo, especialmente en Alemania y el Reino Unido.

Pedido por correo: Los catálogos de pedido por correo están ahora más enfocados en la moda. Usualmente se concentran en vender joyas de oro de costo más bajo y algunas joyas de plata o fantasía. Aún se requieren los ambientes de minoreo de servicio personal y exclusivo para la venta de artículos de joyería lujosa. Sin embargo, una vez se establece una marca, los consumidores también están preparados para comprar con pedido por correo. Muchos minoristas también tienen catálogos de pedidos por correo que ofrecen el mismo rango –o similar- de productos que se encuentran en sus puntos de venta minoristas.

Las compañías encuentran que los dos medios son complementarios. Un consumidor puede ver algo en línea y luego solicitar un catálogo para darle una mirada cercana al artículo en cuestión. Alternativamente, puede ver un artículo en un catálogo y luego hacer la orden de compra real en línea.

Internet: La compra en línea en el sector de joyería está incrementándose rápidamente. Recientemente, se estableció una subasta en Internet por la casa de subastas *Sotheby's* y el proveedor de subastas de Internet *eBay*. Las cadenas de

joyería como *Accesorize* y *Bijoux Brigitte* han hecho posibles las compras en línea desde sus sitios Web. Esto tiene sentido para compañías como aquéllas que se dirigen a una audiencia más joven, puesto que la gente más joven tiende a ser usuaria más frecuente del Internet. Sus productos tienden a ser de bajo precio, en términos de joyería. Poca gente compraría un precio caro de joyería en Internet.

El mercado de Internet para joyería en la UE se está desarrollando rápidamente. Aunque muchos minoristas tienen ahora sus propios sitios, en los que usted puede comprar en línea, al igual que ver, varios sitios Web existen sin ninguna presencia de apoyo minorista.

Televentas: Vender a través de la televisión, lo cual empezó en los Estados Unidos, está desarrollándose ahora alrededor del mundo, con varios operadores en Europa. El más grande operador es QVC. Aunque este canal es relativamente insignificante en términos de ventas, parece ser particularmente efectivo para la joyería. Sin embargo, la audiencia para este tipo de canal de compras lo haría más relevante para el extremo más bajo del mercado. En el Reino Unido, se estima que aproximadamente el 50% de las ventas QVC son de joyería. QVC reconoce la ventaja de las marcas en la joyería y tiene su propio rango de cristal bajo el nombre de Diamonique.

Mercadeo de Red o Multi-nivel/Plan de Grupos/Ventas en Pirámide

En esos esquemas, las compañías venden directamente a los consumidores, quienes reciben un descuento, dependiendo de la cantidad que ordenan. Estos consumidores venden la joyería en la misma forma a sus amigos y, gradualmente, se desarrolla una red de compradores/vendedores. La mayor ventaja del sistema es que la gente confía en el juicio de amigos más que en el de los vendedores de tienda. Sin embargo, muchos esquemas de mercadeo en red han recibido mala publicidad en tiempos recientes. Aunque la gente pueda confiar en el juicio de sus amigos, a veces sienten como si estuvieran obligados a comprar porque su amigo les ha presentado un producto.

Canales de distribución para exportadores de países en desarrollo

Realistamente, para los exportadores de joyería del mundo en desarrollo a la UE, las opciones son algo restringidas, dependiendo de los recursos del proveedor y de la escala de operación. Muchos compradores de joyería más grandes o han montado instalaciones de producción propias en partes del mundo en desarrollo o tienen alguna forma de relación exclusiva con ciertos proveedores. Los exportadores de países en desarrollo pueden hallar más fructíferos los segmentos medio y más bajo del mercado. Los productores asiáticos pueden encontrar un mercado con sus respectivas comunidades emigrantes en Europa, como lo harían los africanos de los países selectos.

Mientras la opción de emplear un agente europeo de tiempo completo no es asequible para muchos, es esencial para que los exportadores se aseguren de que a los compradores al menos se les dé la oportunidad de ver qué puede estar disponible para ellos. La primera escala para los exportadores debería ser contactar un importador que al menos pueda aconsejar sobre las diferentes condiciones y requerimientos del mercado. También puede haber consejos disponibles en el departamento de promoción de exportaciones de la embajada del exportador, en el país en cuestión.

Los siguientes canales suministran los medios de distribución más seguros y efectivos para los exportadores de:

Países en Desarrollo

- Distribución utilizando un importador en cada país
- Distribución a través de tiendas por departamentos, almacenes de cadena y minoristas (por ejemplo, grupos de compra)
- Distribución a través de canales de venta directa en el hogar

La relativa importancia de cada canal se ha descrito en la sección 7.1. Las ventajas y desventajas de cada canal pueden encontrarse en el Capítulo 10.3.

Posible canal para artesanos

Un canal de distribución para los artesanos de los países en desarrollo es el Centro de Exhibición Virtual. Éste es un proyecto conjunto ITC UNCTAD/WTO- UNESCO, que está dirigido a promover al sector de los artesanos en los países en desarrollo y economías en transición, con un énfasis especial en los Países Menos Desarrollados (LDCs, por sus siglas en inglés). Éste exhibe productos artesanales, los cuales incluyen joyería. Se ha establecido con la cercana colaboración de las organizaciones de promoción de comercio nacionales, las cámaras de comercio y otras organizaciones de negocios, al igual que organizaciones sin ánimo de lucro que promueven el comercio.

Comercio Justo: El comercio justo es un concepto que fomenta el comercio entre grupos de productores en desventaja o marginados –usualmente, grupos más pequeños- y partes del mundo desarrollado. La Federación Internacional de Comercio Justo (ifat.org) es un buen punto de contacto para manufactureros de joyas que estén interesados en este creciente sector del mercado. Aunque organizaciones benéficas como Oxfam están motivadas a brindar ayuda a los granjeros, cooperativas y exportadores de países en desarrollo, vendiendo sus productos en países de la UE, hay también muchas organizaciones comerciales que operan ahora en este sector. Por ejemplo, en Holanda, la Federación de Comercio Justo tiene seis tiendas y también le provee a 300 “Wereldwinkels” (Tiendas del Tercer Mundo) en el país.

Estas organizaciones sólo compran productos hechos bajo condiciones de trabajo humanas y aceptables (no empleen mano de obra infantil, por ejemplo) y para los cuales se paga un precio “justo”. Para la joyería, los diseñadores reflejan tanto la moda actual como el origen cultural de las joyas para la venta, a través de sus propios puntos de venta. Muchos consumidores en los países europeos están mirando muy de cerca los aspectos éticos y ambientales de todos los productos que compran. Aunque estos productos tienen a llevar un precio de recargo, para permitirles a los productores recibir una rentabilidad más grande, para los productos de joyería, esto sería probablemente más apropiado para joyas de moda o para el extremo más bajo del mercado de joyas preciosas. Varios manufactureros de Thai ya exportan a la UE bajo los términos del mercado justo.

Escuelas de Diseño: Varios colegios y universidades, que tienen departamentos de moda, pueden ofrecer oportunidades de entrenamiento en el diseño de joyería y, si piensan que es de una calidad apropiada, se les permitirá la exhibición. Esto les da el doble beneficio del entrenamiento en producción avanzada, al igual que una oportunidad potencia de exhibir los diseños o conocer posibles compradores.

Fuente: CBI

Elaborado por: CICO- CORPEI

Precios a nivel mundial

El precio es importante en el sector de la joyería y depende de las materias primas usadas, del arte, del diseño, de la distinción y cada vez más de la. En los últimos años 90, los precios del EU de la joyería declinaron en el mercado mundial. Este desarrollo, el rediseño de formas más baratas e.g. de oro (9 quilates) y las técnicas mejoradas, usando pocas materias primas, hicieron de la joyería preciosa más accesible a un grupo más grande de los consumidores, particularmente a gente más joven.

Los precios de todos los metales preciosos han aumentado en el mercado mundial estos últimos años. No obstante, los precios de han estado bajo múltiples presiones en todos los niveles en la cadena de valor debido a la recesión económica. El mercado de la joyería se ha estancado en los países en el transcurso de los últimos años.

Oro

Entre 2002 y 2004, el precio de oro se mantuvo en un promedio entre US\$280 y US\$407 por onza debido principalmente a un efecto de los cambios en políticas globales en 2003 que empujó hacia arriba el precio de oro incluso después de un período de aumento constante en los precios de oro desde el septiembre de 2001.

Aunque la economía de los E.E.U.U. ahora se está recuperando, la incertidumbre económica y un cambio descendente del dólar ha dado lugar a un interés cada vez mayor en oro como inversión. El interés era alto para los inversionistas institucionales, de fondos de reserva y de individuos particulares en los E.E.U.U. y en países asiáticos, pero también en el Oriente Medio debido a la tensión política. En la UE, la inversión en oro también creció rápido debido a la recesión económica, con los inversionistas dejando la bolsa de éste producto fluctuante, en éste mercado se observó aumentos constantes desde el año 2003 hasta mediados del año 2004.

Platino

El oro era el factor determinante detrás del precio del platino, que fue accionado el 7 de septiembre de 1999 por la decisión del FMI al evaluar sus reservas de oro. Desde entonces, el precio del platino aumentó debido a un acuerdo en los 15 bancos centrales europeos en cuanto a ventas del límite de sus reservas de oro sobre el período de cinco años.

La demanda para el platino en joyería ha aumentado considerablemente recientemente. Éste es un factor categórico aparte de la guerra en Irak por lo cual se ha visto una ruptura en el precio del platino con el US\$ 900 la onza en marzo de 2004, aunque, como el oro, ha caído desde ese entonces.

Plata

El precio de plata ligeremante ha aumentado de US\$ 4.52 por onza al principio de 2002 alcanzando un pico de US\$ 7.23 por onza en el 2004. La guerra en Irak coincidió con el comienzo de un excedente del aumento del precio de 60 por ciento los 12 meses siguientes, apoyado por la demanda creciente de plata más de alta calidad. Con respecto a precios de consumo de la joyería de plata, las fuentes comerciales estimaban que alrededor 90 por ciento de toda la joyería de plata fueron vendidos en los precios al por menor hasta de US\$ 100 la onza, con un precio medio de US\$ 40 por artículo.

Fuente: CBI

Elaborado por CICO – CORPEI

ENFOQUE DE LA PARTICIPACIÓN DEL PAÍS EN EL MERCADO MUNDIAL

Evolución de las exportaciones ecuatorianas

Los miles USD FOB generados por las exportaciones ecuatorianas de joyería han mantenido una tendencia positiva durante el periodo 2000-2002, sin embargo para el 2003 presenta una marcada variación del - 87%, no así en el siguiente periodo 2004 presenta un crecimiento superior al resto de años; y finalmente el último periodo 2005 decrece en un 15%. Los datos reflejan que el volumen exportado por Ecuador tuvo su punto máximo en el 2002 con un registro de 3,367.42 toneladas y un valor FOB de 8,579,000.48 dólares.

ECUADOR				
EXPORTACIONES DE JOYERIA				
PERIODO	VALOR FOB (MILES USD)	TONELADAS	VARIACION FOB	VARIACION TONELADAS
2000	980.24	172.05		
2001	7,507.62	1,502.56	665.90%	773.33%
2002	8,579.48	3,367.42	14.28%	124.11%
2003	1,088.28	1,088.28	-87.32%	-67.68%
2004	9,523.95	238.04	775.14%	-78.13%
2005	8,030.60	133.81	-15.68%	-43.79%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: CICO – CORPEI



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: CICO – CORPEI

Principales destinos de las exportaciones

El portafolio de destinos de exportación de joyería es poco diversificado. Su principal socio comercial es Estados Unidos con una participación del 96,62% en las exportaciones ecuatorianas, seguido por España con una representación del 1,78%, y el porcentaje restante (1,60%) para otros destinos comprendidos por 44 mercados distribuidos en América y Europa principalmente.



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: CICO – CORPEI

Principales países importadores

Como se muestra en el cuadro a continuación, Estados Unidos capta la mayor parte de las exportaciones ecuatorianas de joyería. Las cifras nos reflejan que 114.02 toneladas fueron importadas por este país en el 2005 con un valor total FOB de 7,759,190 dólares. Por otra parte, los mercados como España, Italia y Colombia importan del Ecuador entre 21,57 mil dólares y 143.29 mil dólares; mientras que los volúmenes que corresponden a éstos valores oscilan entre 0.32 y 1.58 toneladas.

ECUADOR:		
EXPORTACIONES DE JOYERIA 2005		
País importador	Toneladas	Valor FOB (Miles USD)
ESTADOS UNIDOS	114.02	7,759.19
ESPAÑA	1.58	143.29
ITALIA	7.86	38.84
COLOMBIA	0.32	21.57

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: CICO – CORPEI

Precios generales del producto ecuatoriano a nivel mundial

Los precios de exportación de joyería desde Ecuador en el 2005 varían de acuerdo al destino. Considerando un orden de importancia en cuanto al precio FOB por tonelada, tenemos que España es el mercado que muestra el precio más alto (9,068.99),

seguido por el mercado estadounidense con un valor de USD 6,805.11; y ocupando el tercer puesto con un monto de USD 6,740.63 para nuestro vecino país Colombia; y finalmente Italia con un precio de 494.15 dólares FOB

ECUADOR:			
EXPORTACIONES DE JOYERIA 2005			
País importador	Toneladas	Valor FOB (Miles USD)	Precio FOB
ESTADOS UNIDOS	114.02	7,759.19	6,805.11
ESPAÑA	1.58	143.29	9,068.99
ITALIA	7.86	38.84	494.15
COLOMBIA	0.32	21.57	6,740.63

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: CICO – CORPEI

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Principales exportadores

Los principales exportadores de joyería a nivel mundial son Italia, India, Hong Kong y Estados Unidos, entre otros. Estos mercados representan alrededor del 50% de la oferta mundial de joyería. No obstante, gran cantidad de éstos mercados son al mismo tiempo compradores de éstos productos en cuyo caso simplemente gran parte de su comercio está destinada a la reexportación.

La oferta de joyería a nivel mundial está constituida por mercados que son al mismo tiempo, importadores y exportadores de joyería tales como:

- **Italia** muestra una balanza comercial positiva en el sector de joyería equivalente a 4,328,452,000 dólares la cual refleja que las importaciones italianas de joyería representan 13.46% con respecto a las exportaciones, mientras que el 86.54% corresponde netamente a producción interna italiana.
- **Estados Unidos** muestra una balanza comercial negativa en el sector de joyería equivalente a 4,934,662,000 dólares, debido a que exporta un 38,61% de productos de este sector .

Destinos de las exportaciones de nuestros competidores

Los ofertantes de joyería a nivel mundial está constituido por mercados que son al mismo tiempo compradores de joyería ecuatoriana y competencia en los destinos de las exportaciones ecuatorianas de éste producto, éstos son:

Italia dirige sus exportaciones principalmente a Estados Unidos, Suiza, Reino Unido y Francia en porcentajes que oscilan entre el 7% y 23% de participación. Este mercado “compite” con la oferta exportable de joyería en Estados Unidos y España y al mismo tiempo constituye un destino de nuestras exportaciones de ese producto.

India dirige casi la totalidad de sus exportaciones a Emiratos Árabes Unidos y Estados Unidos, ambos captan individualmente más del 40% la oferta exportable hindú de éste sector. Este mercado, al igual que Ecuador, es un proveedor para los mercados de Estados Unidos y España.

Hong Kong exporta cerca de la mitad de su oferta exportable a Estados Unidos. Otros mercados importantes para Hong Kong son: Reino Unido, Japón, Alemania y Francia, a los cuales exporta entre el 4% y 9%.

Estados Unidos, tiene como principales destinos Japón, Hong Kong, Canadá, México y Suiza a los cuales exporta en porcentajes que van a de alrededor del 8.5% al 12% en cuanto a participación. Ecuador compite con Estados Unidos en sus principales destinos europeos (España e Italia).

Año 2004		Principales Destinos de las Exportaciones Ecuatorianas de joyería		
		Valor CIF Miles USD		
Principales Competidores		Estados Unidos	España	Italia
	Italia	1,159,048	227,155	-
	India	1,485,189	15,687	17,817
	Hong Kong	1,576,582	55,178	97,991
	Estados Unidos	-	11,112	73,930

Fuente: Trademap
Elaborado por: CICO – CORPEI

Precios relativos de los principales competidores

Para la joyería en general, hay una amplia gama de artículos, de calidades, de materiales, de diseños y de estilos. Los consumidores están preparados para pagar los precios extremadamente elevados por los artículos únicos hechos por un diseñador bien conocido o imitaciones de los artículos que, por ejemplo, son usados por celebridades famosas. Para la joyería preciosa, los precios de metales preciosos, los diamantes y las gemas en el mercado mundial, el estado de la economía mundial y el cambio del dólar tienen una gran influencia en precios, además del diseño, de la artesanía etc.

En vista de la variedad en artículos, materia prima y diseños, es casi imposible dar estándares de precios. Los precios de la joyería son generalmente más bajos en algunos de los países, particularmente en Europa Oriental y los estados bálticos, aunque están comenzando a levantarse. Sin embargo los precios en Chipre y Malta son similares a los niveles europeos debido a su proximidad con Italia y Grecia.

Fuente: CBI
Elaborado por: CICO - CORPEI