

Estudio de Mercado – México

Sector Joyería y Bisutería



- *Joyería de oro*
- *Joyería de plata*
- *Joyería de fantasía o bisutería*

**Proexport Colombia
Y
Banco Interamericano de Desarrollo- Fondo Multilateral de Inversión (BID-
FOMIN)**

Proexport – Colombia
Dirección de Información Comercial e Informática

www.proexport.gov.co

www.proexport.com.co

Calle 28 No 13a – 15, Pisos 35 y 36

TEL: (571) 5600100

Fax: (571) 5600118

Bogotá, Colombia

Banco Interamericano de Desarrollo

www.iadb.org

Carrera 7ª No. 71-21 Torre B, Piso 19

TEL: (571) 3257000

Fax: (571) 3257050

Bogotá, Colombia

Equipo Consultor

Consultor Senior: Ana María Arias A.

Consultores Junior:

Nancy R. Merino.

Marcela Ceballos

Ana Liz Derflinger.

Guanajuato 197 Int. 9

Teléfono: 52 (55) 55644566

anamariaarias@multi-net.com.mx

México DF, México.

El presente estudio de mercado se ha desarrollado dentro del marco del PROGRAMA DE INFORMACIÓN AL EXPORTADOR POR INTERNET - PROYECTO COOPERACIÓN TÉCNICA NO REEMBOLSABLE No. ATN/MT-7253-CO, con aportes de Proexport Colombia y el Banco Interamericano de Desarrollo-Fondo Multilateral de Inversiones (BID-FOMIN).

© 2004. Todos los derechos reservados. El Banco Interamericano de Desarrollo concede a Proexport Colombia una licencia no exclusiva, a título gratuito, por un plazo indeterminado, sin derecho a sublicenciar, para utilizar la información obtenida en el presente estudio. Ni la totalidad ni parte de este documento puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopias, impresión, grabación magnética o cualquier almacenamiento de información y sistemas de recuperación, sin permiso escrito de Proexport – Colombia.

Las denominaciones empleadas en este documento y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, de parte de PROEXPORT ni del BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO, juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites. Si bien se otorgó particular atención para garantizar la exactitud de la información contenida en este Estudio, PROEXPORT y el BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO no asumen responsabilidad alguna por las modificaciones que pudieran intervenir ulteriormente por lo que respecta a los datos presentados o la calidad de los contenidos y/o juicios emitidos por los consultores.

Cítese como: Proexport Colombia. 2004. Estudio de Mercado México – Sector Joyería. Convenio ATN/MT-7253-CO. Programa de Información al Exportador por Internet. Bogotá, Colombia, 65 páginas.

TABLA DE CONTENIDO

1	INFORMACIÓN GENERAL DEL SECTOR	1
1.1.	ANTECEDENTES	1
1.2.	COMPORTAMIENTO GENERAL DEL SECTOR	2
1.3.	SUBSECTORIZACIÓN	3
1.4.	CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS	4
2	COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO	4
2.1.	TAMAÑO DEL MERCADO	4
2.1.1.	PRODUCCIÓN NACIONAL	4
2.1.2.	COMPORTAMIENTO DE COMERCIO EXTERIOR	10
2.1.3.	CONSUMO NACIONAL APARENTE	11
2.1.4.	INVERSIÓN EXTRANJERA	12
2.1.5.	APOYOS GUBERNAMENTALES	12
2.2.	CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA	14
2.3.	CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS	15
3	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	16
3.1.	EMPRESAS FABRICANTES	16
3.2.	CONCENTRACIÓN REGIONAL	17
3.3.	EMPRESAS FABRICANTES	18
3.3.1.	PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS	22
3.4.	JOYERÍA DE ORO	23
3.4.1.	ANILLOS Y ARGOLLAS	23
3.4.2.	ARETES Y BROQUELES	26
3.4.3.	DIJES	27
3.4.4.	GARGANTILLAS Y COLLARES	28
3.5.	JOYERÍA DE PLATA	29
3.6.	BISUTERÍA	31
3.7.	DISEÑO Y TENDENCIAS	32
3.8.	CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS	33
4	CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	34
4.1.	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	35
4.1.1.	COMERCIALIZACIÓN	36
4.1.2.	JOYERÍA DE ORO	38

4.1.3. JOYERÍA DE PLATA Y BISUTERÍA	43
4.2. FERIAS RELACIONADAS CON EL SECTOR	47
4.3. INSTITUCIONES RELACIONADAS CON EL SECTOR	48
4.4. CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS.	49
5 ACCESO AL MERCADO	49
5.1. PROCESO DE IMPORTACIÓN	50
5.2. REQUISITOS DE ENTRADA PARA JOYERÍA	52
5.2.1. NOM'S QUE SE APLICAN A ACEITES Y GRASAS.	53
5.3. NORMAS OFICIALES MEXICANAS (NOM)	53
5.4. REGULACIÓN ARANCELARIA	56
5.4.1. ARANCELES E IMPUESTOS	56
5.5. CÁLCULO DE LA CARGA TRIBUTARIA	58
5.6. ANÁLISIS CON PAISES QUE EXPORTAN A MÉXICO	59
6 DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL	60
6.1. INFRAESTRUCTURA FÍSICA	61
6.2. COMPARATIVOS DE COSTOS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL	62
6.3. CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS	63
7 PERSPECTIVAS	63

TABLAS

TABLA 1: VARIABLES RELEVANTES DEL SECTOR JOYERÍA	3
TABLA 2: SUBSECTORIZACIÓN	4
TABLA 3: PRODUCCIÓN NACIONAL DE JOYERÍA	5
TABLA 4: FABRICANTES Y PERSONAL OCUPADO POR MATERIA PRIMA UTILIZADA	9
TABLA 5: EMPRESAS COMERCIALIZADORAS Y PERSONAL OCUPADO	9
TABLA 6: EXPORTACIONES EN MILES DE DÓLARES, 2001-2003	10

TABLA 7: IMPORTACIONES EN MILES DE DÓLARES, 2001-2003 _____	10
TABLA 8: BALANZA COMERCIAL EN MILES DE DÓLARES, 2001-2003 _____	11
TABLA 9: VENTAS DE JOYERÍA DE ORO Y PLATA, 2002-2004 _____	11
TABLA 10: FERIAS DEL SECTOR JOYERÍA _____	47
TABLA 11: REGULACIONES ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS. _____	53
TABLA 12: PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN DE IMPORTACIÓN. _____	59

GRÁFICAS

GRÁFICA 1: PRODUCCIÓN DE JOYERÍA EN ORO _____	6
GRÁFICA 2: PRODUCCIÓN DE JOYERÍA EN PLATA _____	7

ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: CONCENTRACIÓN REGIONAL DE LAS EMPRESAS _____	8
ILUSTRACIÓN 2: TIPOS DE ENVASES PRESENTES EN EL MERCADO _____	22
ILUSTRACIÓN 3: FLUJOGRAMA DE DISTRIBUCIÓN DE JOYERÍA DE ORO Y PLATA Y BISUTERÍA _____	35

Joyería en México

1 INFORMACIÓN GENERAL DEL SECTOR

1.1. ANTECEDENTES

La industria de la joyería y orfebrería nacional alcanzó un notable desarrollo desde la época prehispánica y, a pesar que sufrió un fuerte retraso con la llegada de los españoles, sin embargo, se ha mantenido como una actividad muy arraigada en el pueblo mexicano. En la actualidad, los empresarios del sector cuentan con una amplia experiencia, que, en la mayoría de los casos, se proyecta de generaciones pasadas a la presente generación.

La organización del sector comienza en 1955, cuando se forma la Unión de Joyeros Fabricantes de Occidente, que reunió a la mayoría de los pequeños talleres de la ciudad de Guadalajara. En 1967 nace la Cámara Nacional de Joyería y Platería, y posteriormente se fundan dos organizaciones más que apoyan a este sector: la Asociación Nacional de Exportadores e Importadores de Platería y Joyería de la República Mexicana, A. C., y la Cámara Regional de la Industria de Joyería y Platería del Estado de Jalisco (CRIJPEJ) y dependiente de esta última, el Círculo de exportadores de Jalisco.

La economía nacional en términos generales, desde finales de la década de los setentas y mediados de los ochentas mostraba signos de fuerte inestabilidad con alto índices de inflación e incluso se tuvo que recurrir a la implementación por períodos del control cambiario, lo cual contrajo en forma importante tanto el número de establecimientos, como el de personas dedicadas a la actividad joyera. De igual forma se destaca que desde el segundo lustro de la década de los ochenta se inicia la incorporación de la economía nacional a la tendencia de globalización mundial, en donde diversos sectores no se encontraban preparados para enfrentar la agresiva competencia internacional.

El sector de la joyería en México actualmente no ha dejado de tener el tradicional perfil artesanal. La mayoría de los artesanos tienen aún técnicas de fabricación rudimentaria y se encuentran en talleres

familiares. La tecnología utilizada es incipiente y la innovación en diseño se presenta en pocos núcleos productivos. El uso de tendencias de moda internacional no es un criterio utilizado para la fabricación de los productos y existe un gran desconocimiento del mercado nacional e internacional.

Se está desarrollando una nueva generación de artesanos profesionales que aprendieron formalmente la técnica y cuentan con un mayor nivel de capacitación y de conocimiento del mercado, creando marcas reconocidas a nivel nacional y con proyecciones para exportar su producción; aunque estas nuevas propuestas se encuentran aún en una etapa de inicio.

1.2. COMPORTAMIENTO GENERAL DEL SECTOR

Según Manuel Herrera Vega, presidente de la Cámara Regional de la Industria de Joyería y Platería del Estado de Jalisco, desde el ataque a las torres gemelas en Nueva York hasta el último trimestre del año 2003, las ventas del sector cayeron, aproximadamente un 35 %, actualmente, esta tendencia permanece. Esta crisis es de orden mundial y también resiente al sector nacional.

Por otra parte, el mercado interno mexicano es la principal fuente de ingresos del sector, es por ello que la industria joyera depende directamente del crecimiento del ingreso real de la población, el cual se percibe a un mediano plazo que no tendrá otra contracción fuerte en su ingreso, sino un ligero crecimiento, lo que permite visualizar oportunidades en el consumo. Los productos que se visualizan con mayor oportunidad son los enfocados a un mercado que puede adquirir artículos de joyería a precios competitivos y accesibles, ya sea tanto en joyería, como en piedras preciosas y bisutería.

En lo que se refiere al comercio exterior, el sector es exportador de joyería de oro y plata, e importador en joyería de fantasía o bisutería.

La rama de joyería se ubica en la división de "Otras industrias manufactureras", la cual está conformada por actividades relacionadas con la manufactura de instrumental médico, dental y óptico; artículos de fotografía; relojes; básculas y artículos de oficina.

El PIB generado por la actividad de joyas y orfebrería de plata y otros metales y piedras preciosas, artículos de fantasía y acuñación de

monedas, representa alrededor del 27% de la generación de valor total de la rama "Otras manufacturas".¹

Según la Cámara Nacional de la Industria de la Joyería y Platería, el sector ocupa un total de 94.477 empleados, de los cuales el 58% se dedican a la fabricación y el 42 % a la comercialización.²

El sector está calificado con riesgo 6 (alto) por la banca nacional³. Esto es debido a la volatilidad que registran los precios de los metales preciosos provocando que sus ingresos sean inestables, mientras que sus costos en moneda nacional aumentan en proporción de la inflación. Además, como ya se dijo, por ser productos suntuarios, su demanda es muy sensible a los ingresos de la población.

Tabla 1: VARIABLES RELEVANTES DEL SECTOR JOYERÍA

VARIABLES RELEVANTES	2001	2002	2003
ÍNDICE DE RENTABILIDAD	9,2%	1,05%	1,07%
INDICE DE MOROSIDAD (Corresponde a Otras industrias Manufactureras)	17,4%	29,6%	18,2%

Fuente: Estudios sectoriales Banco HSBC

1.3. SUBSECTORIZACIÓN

La subsectorización se enfocará principalmente en joyería de metales preciosos, inclusive revestida o enchapada en metales preciosos y en joyería de metales comunes o bisutería. En el siguiente cuadro se expresan las posiciones arancelarias elegidas y su descripción según la TIGIE⁴.

¹ Estudios sectoriales del Banco HSBC (antes Banco Bital),

² Ver apartado 2.1.1. "Producción nacional".

³ Estudios sectoriales del Banco HSBC (antes Banco Bital),

⁴ TIGIE: Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación.

Tabla 2: SUBSECTORIZACIÓN

DESCRIPCIÓN	POSICIÓN ARANCELARIA
Artículos de joyería y sus partes. De los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metal precioso (plaqué). Los demás.	71131999
Bisutería de metal común, incluso plateado, dorado o platinado, los demás.	71171999

1.4. CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS

La industria de la joyería en México es un sector fuerte y tradicional. Se encuentra muy organizado y consolidado a nivel cámaras y asociaciones empresariales. Si bien sufrió una fuerte baja en las ventas, se prevé una leve recuperación durante el presente 2004. El subsector de joyería de fantasía o bisutería, al ser claramente importador, se presenta como una opción posible para el exportador colombiano.

2 COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

2.1. TAMAÑO DEL MERCADO

2.1.1. PRODUCCIÓN NACIONAL

De acuerdo al último censo económico realizado en 1998 y publicado en 1999, la producción bruta total de joyería y orfebrería fue de 61 millones de dólares, de los cuales el 0.6% correspondía a joyería de fantasía o bisutería y el resto a oro y plata⁵. Para contar con información más actualizada hay que recurrir a la Encuesta Industrial Mensual⁶, realizada

⁵ El próximo Censo Económico se está realizando en el presente año 2004 y sus resultados se publicarán en el 2005.

⁶ EIM: Encuesta Industrial Mensual. La edición de febrero 2004 está realizada sobre una muestra que 205 ramas de la actividad económica y un total de 5.230 establecimientos. En cada clase de actividad se seleccionan los establecimientos que sumados aportan como mínimo el 80 % del valor bruto de la producción.

por el INEGI⁷, teniendo en cuenta que no son cifras absolutas sino tomadas de una muestra. Por otra parte, en dicha encuesta, no hay información desagregada sobre la bisutería. La siguiente tabla indica los resultados de la producción de joyería de oro y plata dividida por productos.

Tabla 3: Producción nacional de joyería

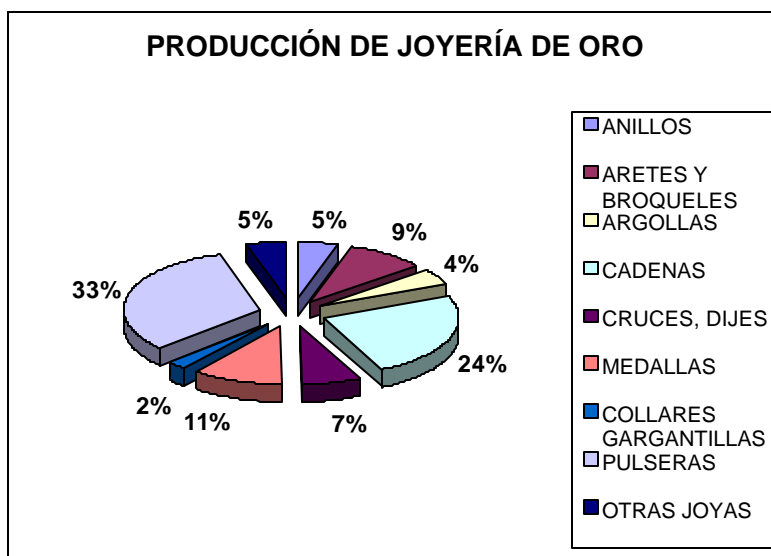
JOYAS DE ORO	VALOR EN DÓLARES
ANILLOS	183,217
ARETES Y BROQUELES	331,478
ARGOLLAS	158,522
CADENAS	866,000
CRUCES, DIJES	255,391
MEDALLAS	398,000
COLLARES GARGANTILLAS	81,391
PULSERAS	1,156,783
OTRAS JOYAS	174,261
TOTAL	3,605,043
JOYAS DE PLATA	
ANILLOS	26,609
ARETES Y BROQUELES	65,565
CRUCES, DIJES	103,391
OTRAS JOYAS	56,348
TOTAL	251,913

FUENTE: Encuesta Industrial Mensual, febrero 2004

En las siguientes gráficas se ve el valor en participación de la producción de joyería de oro y plata por artículo:

⁷ INEGI: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.

GRÁFICA 1: Producción de joyería en oro

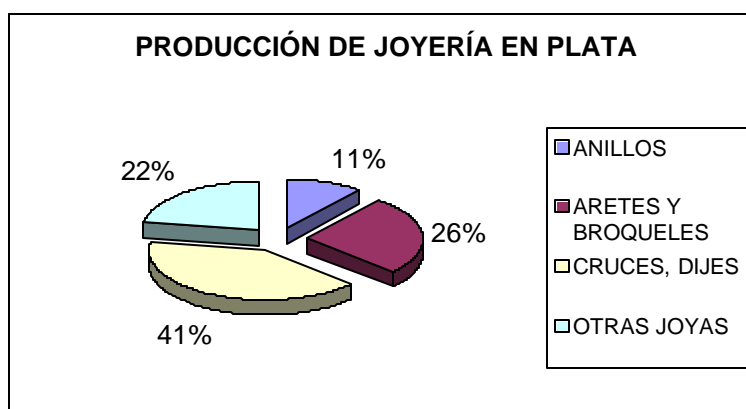


Fuente: EIM, febrero 2004

Como puede observarse en la gráfica anterior, el 33 % de la producción de joyería de oro corresponde a la fabricación de anillos, a eso hay que sumarle el 4 % que corresponde a las argollas o anillos de matrimonio, los cuales son idénticos entre sí, para el hombre y la mujer y, por lo general, no llevan incrustaciones de piedras preciosas. En importancia le siguen las cadenas y las medallas, que por lo general tienen motivos religiosos, el más importante en cuanto a cantidad, corresponde a la imagen de la Virgen de Guadalupe. La fabricación de “otras joyas” abarca las mancuernas (broches para puños de camisas masculinas), trabas para corbatas, prendedores, etc.

En cuanto a la producción de joyería de plata que se observa en la gráfica siguiente, la información está menos desagregada. La mayor parte de la producción, el 41 %, corresponde a dijes y medallas, le sigue el 26 % correspondiente a aretes y broqueles, el 21 % corresponde a “otras joyas”, entre las cuales están las cadenas, pulseras y llaveros y el 11 % a la producción de anillos.

GRÁFICA 2: Producción de joyería en plata



Fuente: EIM, febrero 2004

Según la citada Encuesta Industrial Mensual entre el mes de febrero de 2003 y febrero de 2004, la producción del ramo de fabricación de joyas y orfebrería de oro y plata sufrió un decrecimiento del 18%.

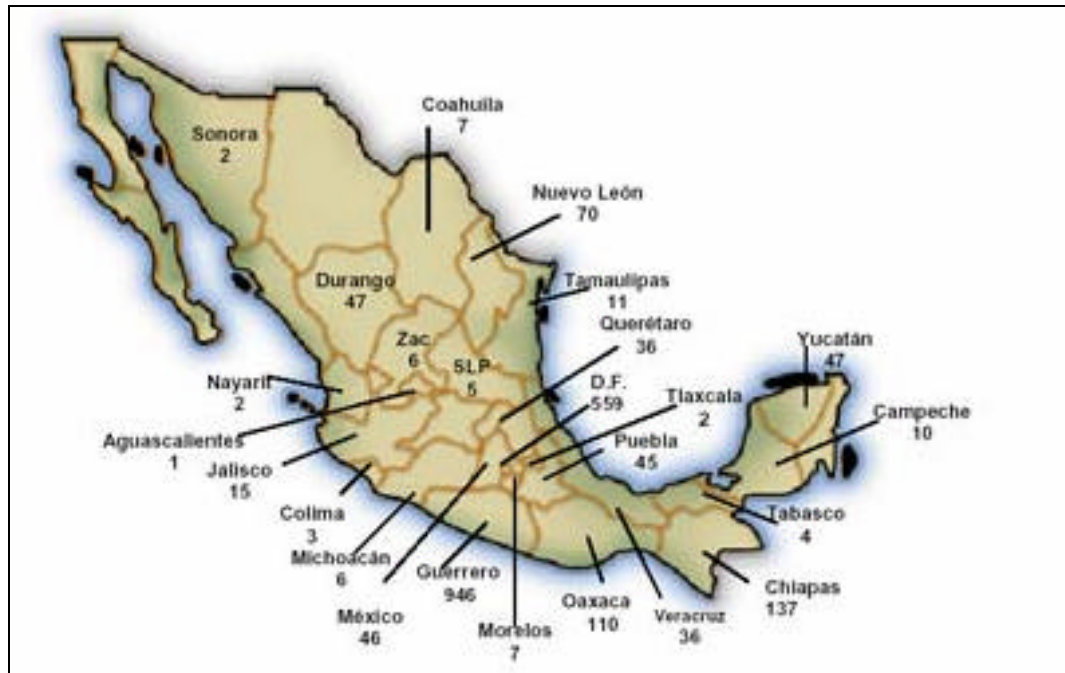
En cuanto a la cantidad de empresas que forman el sector de joyería, las cifras difieren, según se tomen de los datos del SIEM⁸ o de la Cámara Nacional de la Industria de la Platería y Joyería.

El SIEM registra un total de 2.292 empresas dedicadas a la fabricación de joyas y orfebrería en oro y plata, 41 empresas dedicadas a la fabricación de joyas de fantasía o bisutería y 5.060 empresas que comercializan artículos de platería y joyería.

La Cámara Nacional de la Industria de Platería y joyería que concentra al mayor número de empresarios tiene registrados a un total de 2,160 establecimientos afiliados para el 2003, distribuidos de la siguiente manera:

⁸ SIEM: Sistema de Información Empresarial Mexicano.

Ilustración 1: Concentración regional de las empresas



FUENTE: CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE PLATERIA Y JOYERIA.

La ubicación de los establecimientos afiliados denota una fuerte concentración en las zonas de consumo, así como en las consideradas turísticas. Así, el Estado de Guerrero concentra el 43.7% de los establecimientos (principalmente Taxco), el Distrito Federal el 25.8%, Chiapas el 6.3%, Oaxaca el 5% y Nuevo León el 3.2%.

Con respecto a la comercialización, según el SIEM, en el Distrito Federal hay 1480 empresas dedicadas a este rubro y en Jalisco 1.087. Le sigue el estado de Quintana Roo, donde se encuentra la ciudad de Cancún, con 402 comercios y Nuevo León con 150 establecimientos. La ubicación regional del comercio denota concentración en las zonas de mayor consumo y también relación con los centros turísticos.

Según la Cámara Nacional de la Industria de la Platería y Joyería, la información en cuanto a número de empresas y personal empleado difiere. En la siguiente tabla se indica la cantidad de fabricantes según la materia prima que utilizan y el personal ocupado en cada actividad.

Tabla 4: Fabricantes y personal ocupado por materia prima utilizada

MATERIA PRIMA	CANTIDAD	PORCENTAJE	PERSONAL OCUPADO
PLATA	6,956	51.91%	31,144
ORO	5,237	39.09%	19,684
FANTASÍA	1,206	9.00%	4,415
TOTAL	13,399	100.00%	55,243

Fuente: Cámara Nacional de la Industria de la Platería y Joyería

Con referencia a la cantidad de empresas comercializadoras, la Cámara Nacional de la Industria de la Platería y Joyería tiene contabilizados un total de 9.981 de establecimientos. La siguiente tabla expresa la cantidad de comercios por rubro de venta y por tipo de establecimiento, así como también el personal ocupado.

Tabla 5: Empresas comercializadoras y personal ocupado

POR TIPO ESTABLECIMIENTO	CANTIDAD	POR TIPO MERCADERÍA	CANTIDAD	PERSONAL OCUPADO
LOCALES ESTABLECIDOS	8,085	VENTA PLATA	4,367	39,234
TIANGUIS ⁹	1,896	VENTA ORO	5,614	
TOTAL	9,981	TOTAL	9,981	

Fuente: Cámara Nacional de la Industria de la Platería y Joyería

La diferencia de datos entre ambos organismos se debe, en primer lugar, a que la información disponible en el SIEM no está tan actualizada como aquella con que cuenta la Cámara. La Cámara releva la situación del sector por conocimiento y contacto directo. Además contempla aspectos del sector, de carácter más informal, que no están registrados en el SIEM, como, por ejemplo, la información que proviene de los tianguis.

⁹ Tianguis (del náhuatl, *tianguiz*): mercados callejeros organizados, de frecuencia generalmente semanal. Algunos de ellos están especializados en alguna clase de productos, por ejemplo ropa o artesanías, pero la mayoría de ellos abarcan todos los rubros del consumo doméstico, como alimentos, ropa y calzado, discos, artesanías, joyería, etc. En el caso de la joyería, la que se encuentra en los tianguis, generalmente es de plata o de menor valor, como la bisutería.

2.1.2. COMPORTAMIENTO DE COMERCIO EXTERIOR

Como ya se dijo, México es, básicamente, exportador en el rubro de joyería e importador de bisutería. En ambos casos, el país con quien realiza, en valor y volumen, más intercambio comercial es Estados Unidos de América, con excepción de las importaciones de bisutería.

Las exportaciones de joyería se han mantenido con un crecimiento constante en los últimos tres años, mientras que las de bisutería han decrecido en el orden del 13,49%.

Las importaciones también han mantenido un crecimiento constante, en el caso de la joyería, ha sido del orden del 26,19%, mientras que las importaciones de bisutería crecieron un 6,99%. El principal país proveedor de bisutería es China, debido a los bajos precios de la mercadería, y en segundo lugar, Estados Unidos. En importaciones de joyería los principales países de origen son Estados Unidos, India e Italia, sobre todo por la incorporación de diseños novedosos o exóticos.

Tabla 6: Exportaciones en miles de dólares, 2001-2003

POSICIÓN ARANCELARIA	2001	2002	2003	VARIACIÓN	PRINCIPALES PAÍSES
71131999 JOYERÍA	253,295	262,837	278,165	4,82%	USA, GUATEMALA
71171999 BISUTERÍA	10,986	9,425	8,233	-13.49%	USA, CANADÁ, GUATEMALA

Fuente: SIAVI

Tabla 7: Importaciones en miles de dólares, 2001-2003

POSICIÓN ARANCELARIA	2001	2002	2003	VARIACION	PRINCIPALES PAÍSES
71131999 JOYERÍA	139,845	189,435	226,090	26.19%	USA, INDIA, ITALIA
71171999 BISUTERÍA	18,470	19,925	21,155	6.99%	CHINA, USA, PERÚ

Fuente: SIAVI

Tabla 8: Balanza comercial en miles de dólares, 2001-2003

POSICIÓN ARANCELARIA	2001	2002	2003	VARIACIÓN
71131999 JOYERÍA	113,450	73,402	52,075	-32.85%
71171999 BISUTERÍA	-7,484	-10,500	-12,922	30.24%

2.1.3. CONSUMO NACIONAL APARENTE

No hay datos fehacientes y actualizados¹⁰ de producción nacional para relacionarlos con los datos de las importaciones y exportaciones. Por esta razón no puede realizarse el cálculo del consumo aparente. Pero, recurriendo nuevamente a la Encuesta Industrial Mensual, puede verse la evolución que los productos de joyería (la bisutería no cuenta con datos desagregados) han tenido en las ventas en los últimos tres años. En la siguiente tabla se expresa dicha evolución.

Tabla 9: Ventas de joyería de oro y plata, 2002-2004

JOYERIA ORO Y PLATA	VENTAS FEB 2002	VENTAS FEB 2003	VENTAS FEB 2004	VARIACIÓN
	5,459,275	6,061,976	4,846,522	-5.32%

Fuente: Encuesta Industrial Mensual, INEGI

Puede observarse como entre las ventas contabilizadas en la encuesta en febrero de 2002 y febrero de 2003 hay un incremento del 11.04%, mientras que entre 2003 y 2004 hay una caída del orden del 20.05%, lo que da una variación total entre las ventas de los tres años del -5,32%, de modo que la tendencia mundial de baja en la venta de estos productos acaecida luego de la crisis del 11 de septiembre de 2001 sigue vigente, si bien la variación de las caídas no se corresponde con lo afirmado por Manuel Herrera Vega, presidente de la Cámara Regional de la Industria de Joyería y Platería del Estado de Jalisco.

La caída de las ventas en joyería de oro está íntimamente relacionada con la cotización del dólar. A principios del año 2003, el gramo de oro

¹⁰ Ver nota al pie número 5, sobre Censo Económico 2004.

fino se vendía a 8.49 dólares, mientras que a finales del mismo se comercializaba a 14.15 dólares. Este deslizamiento del precio provocó que la mercancía subiera, entre un 40 y 60 por ciento en su precio de venta al público, afectando este comportamiento a los clientes mayoristas quienes con iguales presupuestos compran menos piezas.¹¹

2.1.4. INVERSIÓN EXTRANJERA

La inversión extranjera directa en el rubro de fabricación de joyería y orfebrería de oro y plata ha decrecido notablemente en los últimos tres años, suma un total de poco más de cuatro millones de dólares entre lo invertido por 37 empresas. En el caso de la joyería de fantasía ha habido un gran incremento de la inversión extranjera, si bien las cifras invertidas son muchos menores, acumulando un total de casi 197.000 dólares entre las 10 empresas registradas hasta diciembre del 2003.

RUBRO	VALOR EN MILES DE DÓLARES			TOTAL ACUMULADO 2001-2003	CANTIDAD DE EMPRESAS
	2001	2002	2003		
Fabricación de joyas y orfebrería de oro y plata.	3,340.3	486.3	270.8	4,097.4	37
Fabricación de joyas de fantasía y similares.	14.2	-26.6	209.2	196.8	10

Fuente: Secretaría de Economía. Dirección General de Inversión Extranjera

2.1.5. APOYOS GUBERNAMENTALES

Dentro de la política Industrial de los sectores de manufactura, en México no existe un lineamiento específico sobre el sector joyero; sin embargo, sí cuenta con los apoyos federales y sectoriales que el gobierno mexicano brinda a los sectores productivos dentro del país.

Existen diversas estrategias de apoyo gubernamental que no son especialmente para el sector joyero, pero están abiertos para los sectores industriales mexicanos al cual corresponde a este sector.

¹¹ Gabriel Suárez, "Pega incremento del oro en joyería", (artículo publicado en: www.mural.com).

La CIPI (Comisión Intersecretarial de Política Industrial) actúa como el órgano técnico de consulta del gobierno federal en materia de política industrial y de comercio exterior. Es quien dirige y promueve la oferta institucional de programas, fondos, acciones e instrumentos que el gobierno federal ofrece a los empresarios, productores y emprendedores de los sectores agropecuario, minero, industrial, comercial y de servicios, por lo que el sector joyero está involucrado en ello y puede contar con su apoyo.

Sin embargo, a pesar de los numerosos programas de apoyo ofrecidos por el gobierno federal y los gobiernos estatales, en el caso del sector joyería, son las propias cámaras y asociaciones las que reclaman mayor participación gubernamental para fortalecer la industria.

Los principales temas que preocupan a esta industria y general reclamo a los gobiernos son:

- Competencia desleal por la venta de joyería con un kilataje por debajo de lo marcado en las piezas, especialmente las de importación.
- Falta de apoyo a la industria para la inversión en tecnología y materia prima, especialmente oro.
- Complejidad y burocratización en los trámites de importación y exportación.
- El auge del contrabando, y la falta de revisiones exhaustivas de los productos de importación.
- Falta de educación en el consumidor mexicano que, por lo general, prefiere productos de importación.

A su vez, son las mismas cámaras las que ofrecen a sus asociados programas de capacitación y apoyo en tecnología, diseño, realización de concursos, etc. La Cámara de Joyería de Jalisco cuenta con el denominado Grupo de Calidad que funciona desde 1995. Hasta el momento, lo integran 220 empresas. Es un programa de autorregulación voluntaria instrumentado por la Cámara para garantizar al consumidor el kilataje marcado en las piezas de joyería que adquiere, y con dicho programa, se obliga a las empresas a ser más competentes entre ellas mismas..

Actualmente, la idea de esta Cámara es la de promover el funcionamiento de este grupo más allá del ámbito del estado de Jalisco.

De igual modo, esta misma cámara promueve la construcción de un parque industrial para el sector joyería en el que se piensa invertir algo más de cuatro millones de dólares. Este parque haría que los empresarios pudieran hacerse acreedores de los beneficios que otorga el gobierno para las empresas integradoras y las cadenas productivas.

2.2. CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

La principal demanda se encuentra en el mercado interno, dependiendo del nivel de ingreso y de la edad de la población. La gente en edad adulta presenta una preferencia por productos de oro, mientras que la gente joven ha tenido una mayor atracción por los artículos de plata por ser más económicos al igual que la bisutería.

La mayor demanda de oro se concentra en la joyería de 10 y 14 kilates, por ser productos de menor precio, en este tipo de joyas, el diseño es repetitivo o de escasa elaboración. La comercialización de oro de 18 es menor y la de 24 kilates es prácticamente, inexistente. En el caso del oro de 18 kilates, la tendencia de moda en los últimos años hace que las mujeres jóvenes prefieran oro blanco, sobre todo para las argollas de compromiso (con diamante) y las de matrimonio, mientras que las mayores o más conservadoras, siguen prefiriendo el oro amarillo.

Los consumidores con un alto poder de compra buscan diseños elegantes y garantía de la calidad de las joyas, por lo que no reparan en el precio. Otro aspecto importante a considerar, es que la joyería de oro resulta más cara desde su costo pero su poder de venta es mayor. Hay casos en los que el precio de las joyas de oro varía hasta en un 100% de establecimiento a establecimiento, lo que hace más atractivo este sector.

En cuanto a la joyería de plata, su demanda se da más en el sector joven de la población, por cuestiones de costos, como ya se dijo, pero también por diseño. Existe una cantidad de diseñadores jóvenes que han inyectado al sector una gama de diseños de nivel internacional, alternando la plata con otros materiales no tradicionales. Sin embargo, la mayoría de las joyas de plata que pueden verse en el mercado es también repetitiva en cuanto a diseño.

También es importante destacar que el turismo internacional es altamente consumidor de productos de joyería nacional, especialmente

la que se vale de diseños tradicionales (como la Virgen de Guadalupe) y prehispánicos, como la Piedra del Sol, símbolos mayas y aztecas, etc. En el caso de la bisutería o joyería de fantasía, el mayor consumo de estos productos se da en la población de menores recursos y son, en su mayoría procedentes de importación de países asiáticos y se comercializan de modo importante en el ámbito de la economía informal, como en tianguis o la venta ambulante.

Las épocas del año en que sube la venta de joyería y bisutería al público son tres: el mes de mayo (por el día de la madre), para las fiestas de fin de año y el mes de febrero (por el festejo del día del amor y la amistad). Después de febrero, las ventas decaen bastante.

Los importadores compran mercadería atendiendo a estas tres épocas de mayor venta. En general, los primeros pedidos son al contado, después de establecida la confianza con el proveedor, se recurre a cartas de crédito. El Incoterm más utilizado es EX WORK, y en segundo lugar, FOB. Los pedidos, debido al poco volumen y peso, llegan a México por vía aérea.

En general, debido a que se trata de mercadería costosa, no se trabaja con muestras sino con catálogos, salvo en el caso de bisutería. Ante la imposibilidad del manejo de muestras, los compradores de empresas más importantes optan por asistir a las ferias internacionales para conocer nuevos productos y tendencias y entablar relaciones con nuevos proveedores. Cuando se trata de joyería con un diseño a pedido, el tiempo de espera promedio varía de 45 o 60 días.

2.3. CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS

El mercado de joyería de oro y plata ha sufrido una fuerte contracción en las ventas de los últimos tres años, lo cual debe tenerse muy presente a la hora de la decisión de penetración de mercado. Sin embargo las importaciones han crecido, lo cual refleja que se trata de productos que si bien son catalogados como “suntuarios” siguen siendo atractivos para los consumidores, independientemente de los factores macroeconómicos desfavorables. El sector es más exportador que importador, pero la joyería importada, de buen diseño tiene presencia en el mercado, sobre todo la italiana.

La oportunidad para el exportador colombiano en joyería podría estar o en el nicho de mercado dirigido a clases de alto poder adquisitivo, a través de la incorporación de diseños elaborados o, pensando en la

demanda de sectores de menor poder económico, en productos de oro de 10 kilates, de precios competitivos.

En cuanto a la bisutería, si bien no hay cifras de ventas desagregadas, las exportaciones de estos productos han bajado mientras que las importaciones han crecido considerablemente, sobre todo en productos de calidad y precio bajo. Esto indicaría que hay oportunidad para el exportador colombiano, pero los precios de los productos deben ser muy competitivos para equiparse con los precios de la mercadería importada de China.

3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

3.1. EMPRESAS FABRICANTES

La presencia natural de minerales preciosos en México ha dado lugar a una fuerte tradición joyera, sin embargo la ventaja que este hecho le confiere al sector no ha sido explotada totalmente, debido a que la mayoría de los fabricantes de joyería son empresas pequeñas o micro empresas, generalmente, talleres familiares y muchas veces insertos en la economía informal. En estos talleres los conocimientos se transmiten de forma empírica, de generación en generación. Las técnicas de producción son rudimentarias y la innovación en diseño, tendencia y tecnología son incipientes.

En general, los productores tienen desconocimiento acerca de los precios internacionales del oro y la plata y del papel fundamental que juegan en el mercado internacional aspectos fundamentales como el diseño, las marcas o los canales de distribución.

También existe, pero en muy menor medida, la artesanía moderna, que produce artículos con mayor valor agregado y su importancia radica en la capacidad adquirida en los diseños y en la incorporación de tendencias relacionadas con la moda además de estrategias de comercialización más identificadas con el mundo de la moda. Dentro de esta categoría, los productores mexicanos que tienen mayor renombre están compitiendo con diseño e innovación y venden sus piezas como colecciones limitadas.

Las grandes empresas mexicanas en el sector son, en su mayoría, comercializadoras de productos de importación. Suelen manejar una línea específica o desarrollan sus líneas propias pero las producen en los países de más desarrollo y tecnología en el sector joyero. Es el caso de joyería de oro y platino procedente de Estados Unidos, Italia, India y Turquía, principalmente.

En el caso de la joyería de plata, el principal competidor del mercado mexicano es Italia, y en segundo lugar China, que se ha convertido en el productor de réplicas de joyería mexicana en plata, y la ha introducido en los mismos canales tradicionales de venta del mercado mexicano. En ambos países sus procesos de producción se realizan con mayor tecnología. La joyería italiana tiene más diseño pero su peso es menor; mientras que en la de China, el diseño abarca tanto los estilos mexicanos como internacionales pero su calidad es muy inferior.

En la línea de bisutería, los fabricantes de México se han enfocado a una industria de tipo artesanal. Por lo general es bisutería armada con cuentas de diversos materiales como piedras naturales, madera, vidrio, etc. Inclusive estos materiales se comercializan al público para que el consumidor mismo arme su bisutería. Un ejemplo de esto es la empresa Mineralia, que vende todo para el armado, sin mínimos de compra, de modo que se pueden comprar todos los elementos para armar sólo una pieza.

3.2. CONCENTRACIÓN REGIONAL


El sector de joyería de oro tiene una fuerza y relevancia especialmente en el estado de Jalisco, debido a la antigüedad y fortaleza de sus empresas, siendo el estado en donde se produce el 50% de la joyería que se elabora en todo el territorio mexicano. Esto lo posiciona en el primer lugar de manufactura y exportación de joyería de oro en México.


En el caso de la producción de plata, ésta se concentra principalmente en la ciudad de Taxco, en el Estado de Guerrero, donde existe el mayor número de talleres de producción y con mayor tradición en la república Mexicana. En esta ciudad hay contabilizadas 956 fábricas o talleres y es considerada el centro platero de México. En el Distrito Federal hay registradas 788 empresas.

En bisutería no existe una región específica de concentración de la producción, pero en lo que respecta a la distribución, la mayor concentración de la línea tiene lugar en la ciudad de México.


A continuación se describen las empresas fabricantes más importantes.


3.3. EMPRESAS FABRICANTES

GRUPO DAISA S.A. DE C.V.	
Avda. 16 de septiembre, 82 L-2 Colonia Centro, Distrito Federal Tel. (5255) 5512-9297 Fax: 5512-2370 www.joyeriasbizarro.com.mx	
Fundada en 1979, comercializa productos que fabrica su filial Fonelli en Italia. También venden artículos importados. Cuentan con marcas propias de relojes y son representantes de marcas internacionales. Tienen 16 sucursales en todo el país.	

GRUPO D'VILLAPANDO	
Madero 55, despacho, Colonia Centro, Distrito Federal (06000) Tel. (5255) 5512-0289 5521-4562 www.villalpando.com.mx Contacto: Armando Martínez	
Fabricantes de joyería de oro y plata, fundada en 1977, actualmente tienen 13 sucursales en todo el país y cuentan con 400 empleados. Exportan a Estados Unidos, Centro y Sudamérica.	


ANTIGUA PLATA MEXICANA	
Nuño de Guzmán no. 426 S.J., Col. Americana (44160) Guadalajara Fax/Tel: (5233) 3825-6069 E-mail: clientes@antiguaplata.com.mx www.antiguaplata.com.mx	
Empresa mexicana que se dedica a la fabricación de joyería fina de plata .925 con piedras naturales semipreciosas.	

CAMPOS JOYEROS	
Paseo del Hospicio # 65 1er. piso Local 64 D Condominio Plaza Joyera de Occidente, (44360) Guadalajara Tel y Fax: (5233) 3617-4609, 3618-1222, Ext. 262 y 201	
Fabricantes de joyería de oro: anillos, broqueles, dijes, etc.	

GRUPO BERNIE	
Distrito Federal: Monte de Piedad #13 Despacho 403 Col. Centro (06000) Tel. (5255) 5512-2885 5512-2884 Guadalajara: Paseo del Hospicio #65, Plaza Tapatía (44360) Tel: (5233) 3618-8496 3618-8495	
Fabricación de joyería de oro. Distribución por ventas por catálogo.	

ARFA JOYEROS	
Republica # 70 - 219 Col. San Juan de Dios (44360) Tapatio Centro Joyero, Guadalajara Tel. (5233) 3617-0934 3617-1701 Ext. 219 Mail: arfajoyeros@hotmail.com	
Fabricantes de anillo para dama y caballero, con diamantes y circonio, argollas matrimoniales, pulseras y anillos semanal con diseños tipo Italiano. Comercializan todo tipo de joyería en 14 K, (cadenas, juegos, gargantillas, etc.)	

LINDA DE TAXCO	
Plaza Borda No.4, Taxco, Guerrero (40200) (52762)-622-3172 622-41-19 Fax 622-41-19 Contacto: Gildardo García Ocampo	<h1>Linda de Taxco</h1>
Fabricantes artesanales de joyería, orfebrería y escultura en plata.	

ZOO LIFE S.A. C. V.	
Francisco de Miranda 26-B, Tlaquepaque, Jalisco Tel. (5233) 3838-2727 Mail : info@carlosalbert.com.mx www.carlosalbert.com.mx Contacto: Carlos Muñoz y Albert Ickenroth, propietarios.	
Desde 1990 se dedican a la fabricación de artesanías mexicanas entre las que se encuentran joyería de plata y oro de colección.	

EDITH BRABATA	
La giralda 99, Edif.. Magnolia 13, Colonia Loma Bonita, Zapopan, Jalisco Tel. (5233) 3684-4830 Mail: edith@edithbrabata.com www.edithbrabata.com	
Joyas de autor en oro y plata. Colecciones y piezas únicas.	

EXPORTACIONES ZAFIRO	
Miguel Hidalgo 7, Taxco, Guerrero Tel. (52762) 622-8003 Fax: 622-6422 Contacto: Héctor Castro López	
Taller artesanal de joyería en plata. Exportan a Estados Unidos y Europa	

D'ALBERTO DE TAXCO	
Plazuela de Bernal 1 – 1, Taxco de Alarcón, Guerrero. Tel. (52762) 622-7992 Contacto: Moisés Narváez Montero	
Fundada hace 20 años, empresa de fabricación de Joyería fina en plata con piedra ley .925 y 950 realizada por artesanos. Joyería fina de diseño con piedras naturales semi-preciosas y preciosas.	

4EVER TAXCO	
Celso Muñoz no. 4 Int. 6, C.P. 40300, Taxco, Guerrero Tel. (52762) 622-5525 622-3976 622-3318 Mail: taxco4ever@hotmail.com Contacto: Raúl Vereá Meléndez	
Venta, fabricación, y exportación de joyería, orfebrería y escultura en plata.	


PLATERÍA MORENO'S	
Carr. Nac. México-Taxco, Km.80, (40305) Tehuilotepic, Taxco, Guerrero Tel. (52762) 621-0811 621-0167 621-0539 Fax: 621-0216 Contacto: Jorge Moreno	
Producción y distribución de joyería de plata. Joyería. Electroformado o Electrólisis. Orfebrería. Accesorios y cubiertos en plata.	


ARTEAGA Y PETRINI	
Calle Benito Juárez No. 2-A, Colonia Centro, Taxco, Guerrero (40200) Tel. (52762) 622-7383 621-1536 621-0158 Mail: ayp@caramba.com.mx	
Fabricantes de joyería de plata de alta calidad. Exportan de joyería de plata directamente a cualquier parte del mundo. Diseños en joyería y orfebrería de estilos tradicionales mexicanos, europeos, americanos y asiáticos en diversas técnicas y acabados, con y sin piedras preciosas y semipreciosas.	


RYA DE TAXCO	
Benito Juárez No.23, Col. Centro, C.P. 40200, Taxco, Guerrero Tel. (52762) 622-7946 Mail: rya_taxco@hotmail.com Contacto: Anabel Pastrana, Alejandro Estrada, Blanca Teresa Lugo, René Estrada	
Fabricación de joyería de plata, especialidad en juegos de aretes en plata lisa y gargantillas ligeros, con combinación de resina.	

AMALIA EXPORTACIONES	
Benito Juárez No.18, Col. Centro, C.P. 40200, Taxco, Guerrero Tel. (52762) 622-5860 622-8007 Mail: doschicastaxco@hotmail.com Contacto: Ing. Carlos Arredondo V. Amalia Figueroa Escorcía	
Joyería de plata en general y joyería de diseñador.	

GRUPO KRISSEL .925	
Miguel Hidalgo No. 9, C.P. 40300, Taxco, Guerrero	
Tel . (52762) 622-3152 622-2567	
Mail: lafuente2004@hotmail.com	
Venta, fabricación, y exportación de joyería y orfebrería en plata.	

BELY JOYAS	
Zapopan, Jalisco. 01800-027-86-56 bely@joyasyjoyas.com www. http://www.joyasyjoyas.com/belyjoyas	
Fabricantes de joyería en plata y bisutería. Venden al mayoreo por catálogo a pequeños revendedores para venta en abonos (pequeñas cuotas). También son exportadores.	

SERGIO BUSTAMANTE	
Tel. sales@sergiobustamante.com.mx	
Diseñador de nivel internacional de joyería, muebles y objetos de arte. También es artista plástico y escultor. Tiene un estilo particular y reconocible a través del tiempo. Hay nueve galerías propias en México y distribuidores nacionales e internacionales.	

DANIEL ESPINOSA	
Av. De las Naciones 1, piso 17, ofic.14, World Trade Center, Distrito Federal Tel. (5255) 5488-2673 5488-3233 Mail: max@danielespinosa.com www.danielespinosa.com Contacto: Max Sánchez Miranda	
El diseñador mexicano probablemente más reconocido fuera del país. Todos los años saca sus colecciones que vende en México, Europa y Estados Unidos. Tiene tiendas propias y franquicias en todo el país, además de una tienda en Beverly Hills y otra en Madrid. Sus diseños han aparecidos modelados por celebridades en tapas de revistas como Vanidades, Elle, etc. También realiza diseños de joyería que comercializan otras firmas, como Samborns.	

3.3.1. PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS

En la línea de joyería de oro, los estuches son muy tradicionales. En la mayoría de los casos están fabricados de cartón forrado en imitación piel, con el interior de tela brillante. Hay más tipos de envases, pero estos son los más difundidos. Esto es así debido a que no actúa como un factor de decisión de compra sino como protección. En las líneas de oro más económicas los estuches son más sencillos, generalmente, solo de cartón o en sobres. A continuación, algunos ejemplos de empaque.

Ilustración 2: Tipos de envases presentes en el mercado

Bolsas imitación piel, tela y yute.	Cajas de cartón.	Cajas de cartón con interior de tela.
		
Cajas de cartón decoradas	Cajas de plástico imitación tela, con forma.	Cajas para joyas infantiles.
		
Cajas plásticas con tela interior.		

El etiquetado no va en la caja sino en la pieza, cuando se trata de una pieza de mayor valor la etiqueta no va en el producto con el fin de no afectar su exhibición. La etiqueta muestra código de barras y precio, así como un código en donde se indica el kilataje. Las piezas de oro y las de plata de autor, en algunos casos, están quintadas (con la marca del taller).




En el caso de la plata y la bisutería económica, el empaque se realiza con bolsas de plástico o de papel celofán, con la leyenda del país de origen, si son productos importados. También, en muchos casos la bisutería viene en cajas o bolsas de piezas sueltas y los importadores las hacen embolsar sin indicación alguna de país de origen.

La bisutería fina o de autor viene en estuches, por lo general en caja, si es de autor. Tanto en plata como bisutería de diseñadores famosos, el empaque y las bolsas enuncian la marca. Generalmente estos productos vienen acompañados de tarjetas de presentación de la colección completa.

A continuación se exhiben muestras de artículos de joyería en oro y plata y de bisutería.

3.4. JOYERÍA DE ORO

3.4.1. ANILLOS Y ARGOLLAS¹²

Anillo con brillantes de 18 puntos, oro 14 k. Precio al público: US\$ 292.00	Anillo de oro blanco de 14 K con brillante de 14 puntos. Precio al público: US\$ 164.00	Anillo de oro blanco de 14 k, con brillante de 16 puntos y zafiros. Hecho en Italia. Precio al público: US\$ 237.00
		

FUENTE: material recopilado por grupo consultor

¹² Información recogida por el grupo consultor en mayo y junio de 2004. Todos los precios están expresados en dólares. El tipo de cambio tomado para la conversión fue 1 dólar =11,50 pesos mexicanos.

Investigaciones Sectoriales Mercado - México

<p>Anillo oro blanco y amarillo de 14 k. Hecho en Italia. Precio al público: US\$ 161,00</p> 	<p>Anillo de oro blanco y amarillo de 14 K Precio al público: US\$ 189,00</p> 	<p>Anillo resorte, oro de 14 k, hecho en India. Precio al público: US\$ 57,00</p> 
<p>Anillo oro blanco y amarillo de 14 k. Precio al público: US\$ 70,00</p> 	<p>Anillo de oro amarillo de 14 K Precio al público: US\$ 64,00</p> 	<p>Anillo oro de 14 k, Precio al público: US\$ 87,00</p> 
<p>Argolla matrimonial oro de 14 k y circonios. Precio al público: US\$ 186,00 cada una.</p> 	<p>Argolla matrimonial de oro blanco y amarillo de 14 K hecho en Italia. Precio al público: US\$ 180,00 cada una.</p> 	<p>Argolla matrimonial oro de 14 k, Precio al público: US\$ 165,00 cada una.</p> 
<p>Argolla matrimonial oro blanco y amarillo de 14 k hecho en Italia Precio al público: US\$ 184,00 cada una.</p> 	<p>Argolla matrimonial de oro amarillo de 14 K y circonios. Precio al público: US\$ 152,00 cada una.</p> 	<p>Argolla matrimonial lisa oro de 14 k, Precio al público: US\$ 152,00 cada una.</p> 

FUENTE: material recopilado por grupo consultor

<p>Argolla matrimonial oro blanco y amarillo de 14 k hecho en India. Precio al público: US\$ 94,00 cada una.</p>	<p>Argolla matrimonial de oro amarillo de 14 K y circonios. Hecho en Italia. Precio al público: US\$ 172,00 cada una.</p>	<p>Argolla matrimonial lisa oro de 14 k, Precio al público: US\$ 165,00 cada una.</p>
		
<p>Argolla matrimonial oro blanco de 14 k Precio al público: US\$ 132,00 cada una.</p>	<p>Argolla matrimonial de oro florentino de 14 K Precio al público: US\$ 65,00 cada una.</p>	<p>Argolla matrimonial oro de 14 k, Precio al público: US\$ 152,00 cada una.</p>
		
<p>Argolla matrimonial oro blanco y amarillo de 14 k Precio al público: US\$ 109,00 cada una.</p>	<p>Argolla matrimonial de oro amarillo de 14 K y circonios. Precio al público: US\$ 80,00 cada una.</p>	<p>Argolla matrimonial oro de 14 k Hecha en India. Precio al público: US\$ 98,00 cada una.</p>
		











FUENTE: material recopilado por grupo consultor

3.4.2. ARETES Y BROQUELES

<p>Aretes 14 k con perla cultivada y brillante de 24 puntos. Italia. Precio al público: US\$ 333,00</p>	<p>Aretes oro de 14 K y dos puntos de brillantes. Precio al público: US\$ 206,00</p>	<p>Aretes oro de 14 k y brillante de 10 puntos. Precio al público: US\$ 179,00</p>
		
<p>Aretes 14 k. Precio al público: US\$ 88,00</p>	<p>Aretes 14 k con perla cultivada. Precio al público: US\$ 67,00</p>	<p>Broqueles de 14 k con brillantes de 18 puntos. Italia Precio al público: US\$ 465,00 cada una.</p>
		
<p>Aretes de 14 K Precio al público: US\$ 53,00</p>	<p>Aretes de 14 K Precio al público: US\$ 42,00</p>	<p>Broqueles de oro 14 k, con perla cultivada y brillante de 4 puntos. India Precio al público: US\$ 114,00</p>
		
<p>Broqueles oro blanco de 14 k Precio al público: US\$ 109,00 cada una.</p>	<p>Broqueles oro blanco de 14 k Con brillante de 8 puntos. Precio al público: US\$ 122,00</p>	<p>Broqueles oro blanco de 14 k con brillante. Italia. Precio al público: US\$ 84,00</p>
		

FUENTE: material recopilado por grupo consultor

3.4.3. DIJES

<p>Dije y cadena de 14 k, con 5 puntos de brillantes. Precio al público: US\$ 242,00</p>	<p>Dije y cadena de oro blanco 14 k, con perla cultivada y 13 puntos de brillante Precio al público: US\$ 273,00</p>	<p>Dije y cadena de 14 k con perlas y brillante de 13 puntos. Precio al público: US\$ 461,00</p>
		
<p>Dije y cadena de oro blanco 14 k, con 4 puntos de brillante Precio al público: US\$ 158,00</p>	<p>Dije y cadena de oro blanco 14 k, con 26 puntos de brillante Precio al público: US\$ 379,00</p>	<p>Dije y cadena de 14 k, con brillante de 8 puntos y perla cultivada. Italia Precio al público: US\$ 214,00</p>
		
<p>Dije de 14 k, con perla cultivada y 8 puntos de brillante. Precio al público: US\$ 234,00</p>	<p>Dije y cadena de 14 k, con 14 puntos de brillantes. Precio al público: US\$ 252,00</p>	<p>Dije y cadena 14 k con brillante de 6 puntos y rubí. Italia Precio al público: US\$ 263,00</p>
		
<p>Cruz y cadena de 14 k. India Precio al público: US\$ 147,00</p>	<p>Dije corazón y cadena 14 k. Precio al público: US\$ 54,00</p>	<p>Dije oro 14 k. India Precio al público: US\$ 312,00</p>
		

FUENTE: material recopilado por grupo consultor

3.4.4. GARGANTILLAS Y COLLARES

<p>Gargantilla 14 k y brillantes de 17 puntos. Precio al público: US\$ 636,00</p>	<p>Gargantilla 14 k con perlas. India, Precio al público: US\$ 469,00</p>	<p>Gargantilla 14 k. Italia Precio al público: US\$ 42,00</p>
		
<p>Gargantilla 14 k. India Precio al público: US\$ 195,00</p>	<p>Gargantilla 14 k. Precio al público: US\$ 277,00</p>	<p>Gargantilla 14 k. Precio al público: US\$ 87,00</p>
		
<p>Gargantilla de perlas y oro 14 k. Precio al público: US\$ 228,00</p>	<p>Gargantilla 14 k. Precio al público: US\$ 280,00</p>	<p>Collar de oro 14 y lapislázuli. Precio al público: US\$ 218,00</p>
		
<p>Collar oro 14 k. y amatista. Precio al público: US\$ 218,00</p>	<p>Dije cruz y cadena 14 k. India Precio al público: US\$ 315,00</p>	<p>Dije cruz y cadena oro 14 k. Precio al público: US\$ 252,00</p>
		

FUENTE: material recopilado por grupo consultor

3.5. JOYERÍA DE PLATA

<p>Gargantilla de plata, de autor. Precio al público: US\$ 126,00</p>	<p>Pulsera y aretes en plata, de autor. Precio al público: US\$ 91,00</p>	<p>Gargantilla, pulsera y aretes, de autor. Precio al público: US\$ 256,00</p>
		
<p>Gargantilla plata y amatista, de autor. Precio al público: US\$ 122,00</p>	<p>Pulsera de plata y piedra, de autor. Precio al público: US\$ 34,00</p>	<p>Gargantilla en plata y piedra natural, de autor. Precio al público: US\$ 43,00</p>
		
<p>Dijes de plata, de autor. Estrella: US\$ 29,00, Pez: US\$ 42,00</p>	<p>Gargantilla en y aretes en plata y aguamarina, de autor. Precio al público: US\$ 100,00</p>	<p>Gargantilla y pulsera en plata, citrina y gota de cristal, de autor. Precio al público: US\$ 270,00</p>
		

FUENTE: material recopilado por grupo consultor

<p>Dijes de plata, de autor. Precio al público: US\$ 26,00</p> 	<p>Dije grande de plata, de autor. Precio al público: US\$ 39,00</p> 	<p>Gargantilla y pulsera de plata, de autor. Precio al público: US\$ 180,00</p> 
<p>Cadena de plata, de autor. Precio al público: US\$ 390,00</p> 	<p>Cadena de plata, de autor. Precio al público: US\$ 129,00</p> 	<p>Dije calabaza, de plata. Precio al público: US\$ 33,00</p> 
<p>Gargantilla de plata, de autor. Precio al público: US\$ 296,00</p> 	<p>Gargantilla de plata, de autor. Precio al público: US\$ 289,00</p> 	<p>Gargantilla en plata, de autor. Precio al público: US\$ 150,00</p> 
<p>Pulsera en plata y oro. Precio al público: US\$ 48,00</p> 	<p>Pulsera en plata y oro, de autor. Precio al público: US\$ 236,00</p> 	<p>Pulsera en plata y oro, de autor. Precio al público: US\$ 129,00</p> 

FUENTE: material recopilado por grupo consultor

<p>Collar de plata y piel, Sergio Bustamante Precio al público: US\$ 173,00</p>	<p>Dije "papá", Sergio Bustamante Precio al público: US\$ 74,64</p>	<p>Argolla de plata, Sergio Bustamante Precio al público: US\$ 65,09</p>
		
<p>Diseños varios de plata con incrustaciones de jade y turquesa, con diseños tradicionales mexicanos. Aretes: US\$10,00 y US\$15,00 Pulseras: desde US\$25,00 Dijes: desde US\$ 10,00</p>		

FUENTE: material recopilado por grupo consultor

3.6. BISUTERÍA

<p>Gargantilla de plata Daniel Espinosa. Precio al público: US\$ 135,00</p>	<p>Collar Daniel Espinosa Precio al público: US\$ 93,00</p>	<p>Collar de cuero y piedra, China Precio al público: US\$ 5,00</p>
		
<p>Collar enchapado en oro, USA. Precio al público: US\$47,00</p>	<p>Collar metal dorado, USA, Precio al público: 15,00</p>	<p>Collar enchapado en oro y rodio. Precio al público: US\$ 37,00</p>
		

FUENTE: material recopilado por grupo consultor

Pulsera metal dorado, Usa. Precio al público: US\$ 14,00	Pulsera metal dorado, Usa. Precio al público: US\$ 15,00	Pulsera de cristal y Precio al público: US\$22,00
		
Gargantilla metal y vidrio, USA. Precio al público: US\$30,00	Collar y arete de cristal azul. USA. Precio al público: US\$34,00	Gargantilla de caucho con piedras y metal. China. Precio al público: US\$8,00
		
Collar de concha, China. Precio al público: US\$ 3,00	Collar de caucho con dije de metal, Tailandia. Precio al público: US\$ 5,00	Collar de caucho con piedra y madera, China. Precio al público: US\$ 4,00
		

FUENTE: material recopilado por grupo consultor

3.7. DISEÑO Y TENDENCIAS

La cultura del diseño en México es todavía muy pobre, en comparación con otros países que han logrado posicionarse a nivel mundial por las propuestas innovadoras y vanguardistas. Hay demasiados productos sin identidad, joyas homogéneas no reconocibles entre sí, lo que impera es la estandarización, la copia de estilos y marcas europeas, sobre todo italianas, y la repetición de diseños tradicionales.

Esto se relaciona, por un lado, con la idiosincrasia mexicana, que es de tradición más bien conservadora, pero, por otro lado, también tiene que

ver con el hecho que, en general, los fabricantes piensan en el diseño como un gasto, no como una inversión.

A nivel sectorial, hay intenciones de impulsar el diseño mexicano, con el fin que pueda reconocerse internacionalmente, a través de cursos, seminarios y concursos.

De forma aislada, hay diseñadores que ya son reconocidos por el público y que han trascendido el nivel nacional, como Sergio Bustamante, Edith Brabata, y Daniel Espinosa, entre otros. Las técnicas de diseño que más utilizan son: manual, troquelado y vaciado.

En cuanto a las tendencias, se trata de integrar las piezas en colecciones temáticas, inspiradas, como por ejemplo la naturaleza, flores y frutas, cuentos de hadas, etc. que den un sello de reconocimiento a la colección. También hay una tendencia a buscar fuentes de inspiración en conceptos no tradicionales, como la arquitectura y el diseño gráfico.

Entre las innovaciones que realizan está la integración a la joyería y bisutería fina de materiales no convencionales, como productos textiles, resinas, mármoles y piedras, maderas, etc. También darle prioridad al color como una apertura a lo nuevo, inyectando alegría como factor desestructurante de lo tradicional.

3.8. CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS

La competencia del sector es muy amplia y numerosa. En oro hay, por un lado, productos muy bajo precio, realizados en serie, con diseños muy básicos o repetitivos y de venta masiva. Por otro lado, hay joyas de diseño, con incrustaciones de piedras preciosas de altísimo valor.

En plata y bisutería ocurre el mismo fenómeno. El mercado va desde producto importado de baja calidad hasta piezas de autor con precios equivalentes a la joyería de oro.

La cantidad de productos importados presente en el mercado, en toda la gama de precios y calidades hace pensar que hay posibilidades de comercialización para el producto colombiano.

4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

El oro se vende en joyerías, tiendas departamentales, por medio de los aboneros y, en menor medida, en tianguis.

En el caso de las joyerías, las hay desde muy pequeñas, que se dedican mayormente a la reparación de joyas y relojes, hasta grandes tiendas con muchas sucursales en todo el país. Además, existen los llamados “centros joyeros”, que son centros comerciales dedicados, exclusivamente al rubro, donde hay locales de venta mayorista, minorista, talleres y oficinas.

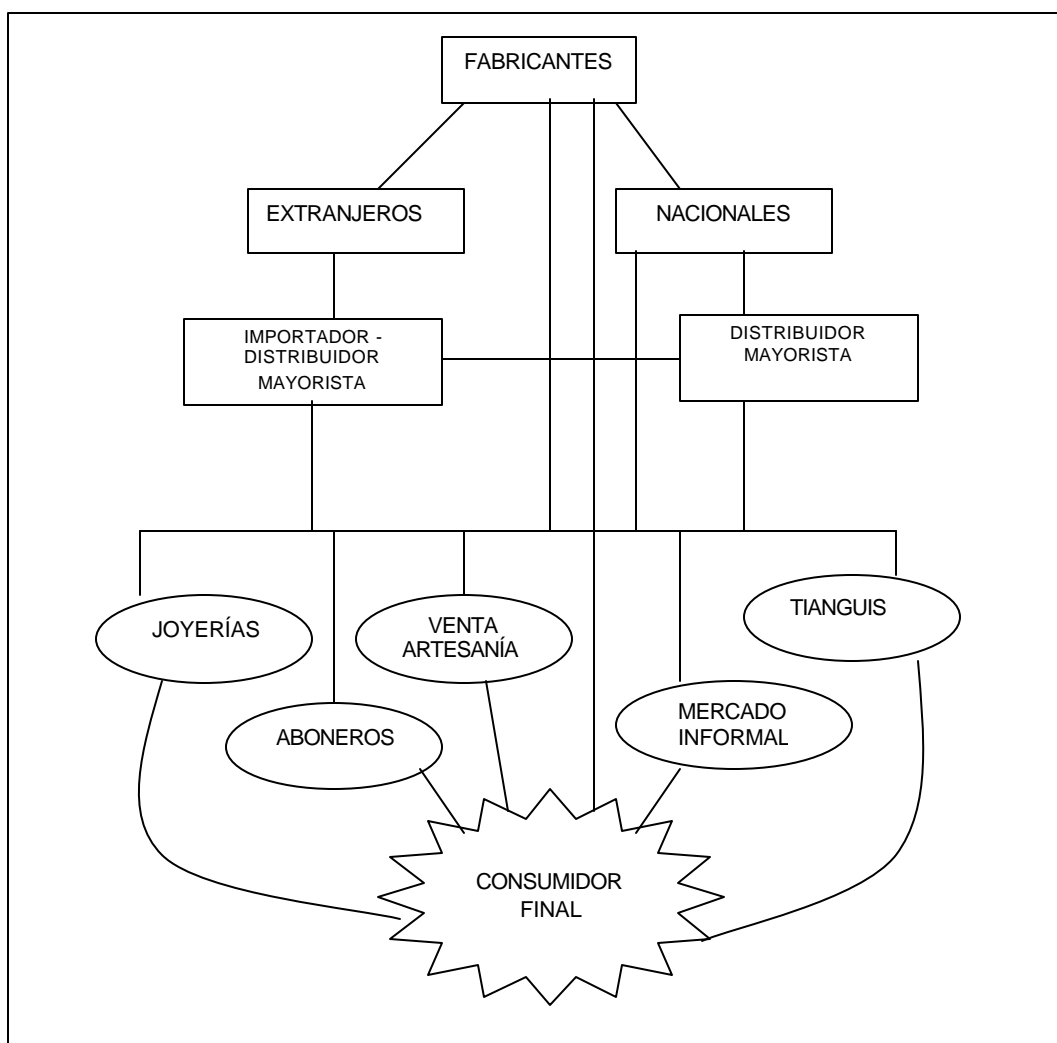
En el caso de la plata, se comercializa en dos nichos: el relacionado con la venta de artesanías, tanto en mercados, tianguis, locales establecidos y puestos callejeros, ubicados principalmente, en los lugares de mayor afluencia turística. El otro nicho está relacionado con la platería de autor y orfebrería que se comercializa en los grandes centros comerciales o en tiendas de la marca propia.

Los nichos de venta de la bisutería son múltiples: tiendas de autoservicio, tiendas departamentales, tabaquerías, tianguis, puestos callejeros y también por venta directa por catálogos. En casos de venta por catálogo, el producto es, en general, de buena calidad. La que se vende en los tianguis o directamente en la vía pública es bisutería de muy bajo costo y de baja calidad y proceden, generalmente, de oriente.

En todos los casos –oro, plata y bisutería- no hay una línea definida de distribución. Hay fabricantes que tienen tiendas al público y también distribuyen por mayoreo y medio mayoreo vendiendo por catálogo a los aboneros, hay minoristas que compran a distribuidores, pero también en fábricas.

El punto más abarcador de la cadena para la mercadería de origen extranjero lo constituyen los importadores que también son distribuidores y, en muchos casos, tienen tiendas de ventas al público, por lo que se recomienda al exportador colombiano penetrar el mercado por este punto del canal de distribución. En la siguiente ilustración se diagrama el flujo de canales disponibles.

Ilustración 3: Flujograma de distribución de joyería de oro y plata y bisutería



4.1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

4.1.1. COMERCIALIZACIÓN

Como estrategias de comercialización, a nivel mayorista, las empresas se valen de la participación en exposiciones, de la presencia en centros joyeros y casi todas manejan catálogos. La utilización de la Web como herramienta de publicidad no está demasiado difundida.

A nivel de consumidor final, las empresas se anuncian en revistas de moda, algunas realizan eventos especiales para la presentación de sus colecciones (sobre todo de bisutería fina), participan en desfiles de modas, algunas tienen páginas Web y confeccionan folletos de buena calidad para distribuir en las tiendas, con la información de las últimas colecciones, etc.

Las ventas por catálogo están muy difundidas, sobre todo, para los productos de bajo precio, tanto de joyería como de bisutería, pues están destinadas a las ventas a pagarse en cuotas o abonos. El comerciante mayorista provee de un catálogo con precios y mercadería al revendedor. La cantidad de mercadería inicial a comprar varía de acuerdo al mayorista. Para artículos de bisutería, hay tiendas que hacen paquetes de primera venta por 70 dólares más gastos de envío, ese paquete incluye el catálogo y elementos para mostrar las piezas (tapetes de tela, porta anillos, etc.). Los revendedores (o “aboneros”) comercializan los productos entre sus conocidos y familiares o en lugares de trabajo como oficinas, escuelas, etc.

Una estrategia de comercialización interesante que podría aplicarse a la joyería de oro con esmeraldas es la utilizada por la empresa “Perlas de Tahiti”. Esta empresa, radicada en la Polinesia Francesa y con una representación en México, promueve las perlas con un concepto de producto nacional (al modo del “Café de Colombia”). Su folletería no menciona marcas ni diseñadores ni exhibe joyas terminadas, está basada en información sobre la leyenda de las perlas negras, la cultura de la industria como un arte nacional y la descripción de las distintas clases de perla.

En cuanto a los precios, son muchos los factores que influyen en ellos. En el caso de la joyería de oro, en primer lugar, obviamente, la fluctuación del valor del metal en los mercados internacionales. Pero también influyen factores de producción y de comercialización. En cuanto a las variables de producción son importantes: el kilataje, el peso, la complejidad del diseño de la pieza, la fabricación (artesanal,

semi industrial o industrial), si está combinada con incrustaciones de brillantes o piedras preciosas, etc.

Las variables de comercialización que intervienen en el precio son: la marca, el país de origen, si se trata de una pieza de autor, el tipo punto de venta y la zona en la que se encuentra.

Los márgenes de ventas también son muy variados de acuerdo a los mismos factores que influyen en el precio final. Para los productos de oro y plata y también para la bisutería del tipo fabricada en serie (ni de fabricación artesanal ni de diseño de autor) los márgenes que se manejan entre mayorista y minorista van de un 30 a un 40 por ciento. En oro de 14 y 18, de buen diseño y calidad, hay márgenes más amplios, de acuerdo a las variables ya citadas y la misma pieza puede valer un 100 % de acuerdo al lugar donde se comercializa. Lo mismo sucede con la bisutería de diseño.

En México lo que más se vende es el oro de 10 k., si lleva incrustaciones, éstas son de piedras semi preciosas o comunes o materiales como madera y hueso. En oro de 14 k y de 18 k las incrustaciones son de piedra semi preciosas o preciosas o de perlas cultivadas. Las esmeraldas se trabajan muy poco a nivel nacional. A través de las encuestas a los principales actores del mercado se supo que la razón de la presencia escasa de joyas nacionales con incrustaciones de esmeraldas radica en que, en general, no hay demasiadas personas en el rubro que sepa trabajar este tipo de piedras.

Las piezas sin incrustaciones y de diseño simple se cotizan por peso. Al mes de marzo de 2004, el gramo de oro de 10 k está 6,50 dólares, de 14 k: 11.82 dólares y de 18 k: 14,95 dólares. El oro de 14 combinado con perlas se cotiza a 15.50 dólares.

Para la joyería de plata, el parámetro de precios es más amplio aún. Para ejemplificar, en el mercado se encuentran aretes desde 1,40 a 120 dólares. La diferencia está dada por el hecho de si tiene marca, si es joyería de autor, por el diseño, el punto de venta, etc. Lo mismo ocurre con la bisutería.

A continuación se incluye una lista de canales de distribución potenciales.

4.1.2. JOYERÍA DE ORO

CONSORCIO DIAMANTE
Francisco I. Madero No. 54, 2do. Piso, Col. Centro Tel. (5255) 5512-1400 www.megajake@hotmail.com Contacto: Jacobo Saba
Establecida en 1987. Distribuidores e importadores mayoristas de joyería de oro y plata, piedras preciosas, bisutería fina y relojería. Venden a revendedores por catálogo.

DINASTI
Madero 55, despacho 111, Col. Centro, Distrito Federal Tel. (5255) 5518-5109 Fax: 5510-3490 www.dinasti.com Contacto: Jacobo Hanono
Fundada en 1988. Cuentan también con sucursal en Guadalajara. Distribuyen joyería a medio mayoristas y vendedores por catálogo. Oro de 14 k, relojería, piedras preciosas

ABRAHAM BACK
Av. Vasconcelos 600, Monterrey, N.L. Tel. (5281)8378-1858, 8335-4916, 8335-4976 Contacto: Abraham Back abrahamback@aol.com
Desde hace 20 años diseñan piezas exclusivas y tienen compra-venta de joyas de máxima calidad. En su taller se han elaborado piezas famosas como la medalla conmemorativa de la visita del Papa Juan Pablo II en 1991, o la corona de la virgen de Fátima realizada en oro macizo. Especializados en hechuras a la orden y rediseño de piezas, fabricación de diseños de vanguardia y distribuidores de diamantes y piedras preciosas de calidad con certificados originales. Manejan principalmente piezas en oro de 14 y 18 kilates, poco platino y piezas con piedras preciosas (esmeraldas) y semipreciosas. Algunas de las piezas son importadas de Europa o de Oriente.

BIZZARRO
Compras en México: Carr. México-Toluca Km. 50 Loc. 43, Lerma, Estado de México TEL (5255) 8534-9930 www.joyeriasbizarro
Joyería fina en oro de 14 y 18 k, con incrustaciones de piedras preciosas y semipreciosas, tienen 16 sucursales en todo el país.

ORO GEMAS ARTE S.A. DE C. V.
O.F. Castillón 111 Colonia Chepevera, Monterrey TEL (5281) 8348-1082, 89-84 y 8378-3858. Contacto: Sergio Ramírez
Fabricantes de piezas en oro y manejo de algunas piezas con piedras preciosas y semipreciosas. Tienen dos sucursales.

GARCÍA YTURRIA

Calzada del Valle 201 Pte. San Pedro Garza García, Nuevo León (66220)

Tel. (5281) 8356-6756

Contacto: Javier García Yturria

Con más de 30 años en el mercado joyero, es una compañía familiar tradicional. Las hijas del dueño han cursado estudios profesionales en el Gemological Institute of America, para asegurarse que las piedras elegidas como el diamante cumplan con las características de color, corte, pureza y tamaño. Cuenta con 6 sucursales en las zonas más exclusivas de Monterrey (San Agustín, Galerías Monterrey, La Silla, San Pedro, Exclusivas y Calzada del Valle). Son fabricantes de sus piezas únicas por lo que no compran piezas sueltas sino más bien piedras preciosas. Sus principales proveedores los obtiene de la feria internacional de Tucson Arizona, (a finales de enero o principios de febrero), o en la feria de Las Vegas (en junio). Manejan únicamente oro de 14 y 18 Kilates., piedras preciosas y semipreciosas.

LOZANO GARZA JOYEROS

Madero 719 Pte, Monterrey N.L.

Tel. (5281)8375-7441, 8374-2930, 8372-1138 y 8374-7062

01-800-2024206 y 07

Contacto: Guille Garza.

Con cuatro sucursales en Monterrey, una en Piedras Negras Coahuila y una en Reynosa Tamaulipas.

Fabricantes de joyería fina en 10 y 14 kilates y plata.

Manejan mayoreo, medio mayoreo y menudeo. Tienen venta por catálogo con más de 2000 artículos. Surten pedidos a toda la república y a USA

Pueden llegar a estar interesados en piezas con esmeralda.

DORKA SURTIDORA DE JOYEROS

Pino Suárez 1017 Nte. Despacho 501, Centro, Monterrey

(81)8372-7071

Fax: (81)8372-8430

01-800-0248430

Contacto: Carlos Dorante Luna

Con una división de distribución a joyeros, una de joyería minorista y una división de orfebrería para modelos especiales. Importación y exportación.

Oro importado de USA; piedras preciosas, semipreciosas, sintéticas y de vidrio; plata nacional.

GHIBERTI ARTE MLENARIO

Plaza Fiesta San Agustín L- 2432, Monterrey, N.L.

Tel.(5281)88368-4811, 4812 y 4970

Fax. (81)8368-4634

Contacto: Lic. David Chapa

ghiberti@att.net.mx

Venden oro de 18 kG , platino en menor media y algo de esmeralda. Tienen 3 sucursales en Monterrey.

MIZPHA

Matamoros Ote. 127, Col. Centro, Monterrey

TEL. (5281) 8343-7067

Contacto: Patricia Dorante

Artículos y distribución para joyeros; no manejan oro, ni platino ni plata, únicamente piedras, incluyendo la esmeralda, y otras piedras preciosas, semipreciosas y sintéticas.

PEREGRINA HERMANOS

TEL. (
Fax:
Email: peregrinahermanos@hotmail.com
Web: www.thnos.freeseerbers.com
Contacto:
Productos: j

JOYAS MARAL

TEL (
Mail: mexico@emagr.com
Web: www.emagr.com
Contacto:
Joyería de oro de 14 k. Fábrica e importación, especialmente de Venezuela. Manejan marcas reconocidas.

JOSÉ FALCE

Av. Vasconcelos y Priv. Labastida 105 Ote. Col. del Valle, San Pedro Garza García, Nuevo León.
TEL. (5281)8378-5362 y 8335-5834
Contacto: José Falce
Piezas selectas; argollas matrimoniales con brillantes hechas a mano; oro de 18 y 14 Kil. Y poco platino; muy interesado en adquirir piezas con esmeraldas, o la piedra en sí, puesto que ellos también diseñan y fabrican.

FÁBRICA DE JOYERÍA SERNA

Juárez 971- B Nte, esquina Madero, Monterrey
TEL (5281) 8374-5184 y 8372-0066
Contacto: Sr. Serna
Comercializan poco oro de 18 k, platino y pocas piezas con esmeralda, manejan más piezas de plata y joyería de fantasía. Tienen 3 sucursales. Mayoreo y menudeo; venta por catálogo.

ARES JOYERÍA Y BREADS SHOPS

Mississippi 225-B Col. Del Valle, San Pedro Garza García, Nuevo León.
Contacto: Enrique García León
enriquegle@msn.com
Piedras semipreciosas, chaquiras y cuentas; piedras de río, naturales, de cristal; También manejan esmeralda, rubí y zafiro en piezas de 14 kil. Otros artículos para la fabricación de joyería y bisutería. Tienen dos sucursales.

CEBRIAN INTERNACIONAL S.A. DE C. V.

Av. Revolución 144 sur Col. Jardines del Country, Monterrey
TEL. (5281)8357-3654/ 74
Fax. (8357-3694
Contacto: Mónica Cebrian
cebriani@nl1.telmex.net.mx
Comercializan joyería de fantasía, en cristal y bisutería importada principalmente de China y Taiwán. Mayoreo y menudeo.

ARTEJ

Av. Mariano Otero No. 1329 Local 5 Letra I, Guadalajara, Jalisco
TEL. (5233) 3669-0808
Fax: 3669-0804
Contacto: Juan René Valencia Urzúa
MAIL : artej_joyerias@yahoo.com
Joyería de oro.

CORPORACIÓN ORALA S.A. DE C. V.

Av. Mariano Otero No. 1329 Local 2 Letra B, Guadalajara
TEL (5233) 3669-0865
Fax: 36-69-08-66
Director: Sr. Carlos Alatorre Rodríguez
MAIL : oralamx@yahoo.com.mx
Joyería de oro y plata. Exporta a Estados Unidos.

DE GALA, BAZAR Y JOYERÍA S.A. DE C. V.

Galerías Monterrey Insurgentes No. 2500, Col. Vista Hermosa, Monterrey
TEL. (5281) 8333-7499
Fax. (81)8348-6475
www.degalajoyeria.com
luiscantu@degalajoyeria.com
luiscantu@intercable.net
Contacto: Luis Cantú
Con 20 años en el mercado. Joyería selecta en oro de 14 y 18 K. Poco platino y piedras preciosas, y semipreciosas. Tienen dos sucursales.
Se mostraron muy interesados en adquirir información y comprar piezas colombianas, principalmente esmeraldas.

JOFRAN'S JOYERÍA

Plaza Fiesta San Agustín, Av. Real de San Agustín y Lázaro Cárdenas, Local F8, Monterrey
TEL (5281) 8363-4558 y 8363-4657
Contacto: Ileana García
julisagd@yahoo.com.mx
Oro de 14 y 18 k., con piedras preciosas (esmeraldas) y semipreciosas. Tienen 3 sucursales.

ENWA

Calzada del Valle 472 Oriente. Colonia del Valle, Monterrey
TEL. (5281) 8335-0177
Contacto: Eli Godberge
goldberge@enwa.com.mx
Piezas finas en oro de 18 kil y poco platino. Tienen 4 sucursales Monterrey y 9 más en todo México. Compran pocas piezas con esmeraldas, sin embargo se muestran interesados en los productos colombianos. Sus compras las realizan en las ferias internacionales.

JOYERÍA IMPERIAL

Emilio Carranza 732 sur, esquina Padre Mier Piso 4 despacho 405, Monterrey
TEL. (81)8344-1313 y 8342-1970
www.joyeriaimperial.com.mx
Menudeo y mayoreo; manejan catálogo.
Contacto: Maria Elena Salazar

Venden al menudeo y mayoreo, ventas por catálogo. La mayoría de sus ventas son de oro 10 y 14, muy poco de 18 k

CARRANZA Y CARRANZA

Mississippi 105, Col. del Valle, San Pedro Garza García.

TEL (5281) 8335-1464

Fax. (81)8335-4738

www.carranzaycarranza.com

Contacto: Carlos Galván

joyas@carranzaycarranza.com

Joyería fina en oro de 14 y 18 kil.; interesados en piezas con esmeraldas de Colombia. Tienen 3 sucursales.

ELEGANCIA CON ARTE S.A. DE C.V. (GRASSANO)

Plaza Fiesta San Agustín: Avenida Real de San Agustín y Lázaro Cárdenas, local K-1 y k-2, Monterrey

TEL (5281) 8363-2236, 4026 y 2208

Contacto: Lourdes Grassano

Elegancia_arte@prodigy.net.mx

Venden piezas selectas, de oro de 14 y 18 k y poco en platino; También manejan piezas con piedras preciosas y semipreciosas; se mostraron muy interesados en recibir información de productos colombianos; Hasta hace un tiempo una compañía colombiana llamada Fonseca hermanos era una de sus distribuidores, pero después dejaron de visitarlos.

CARNEVALI

Galerías Monterrey, Ave. Insurgentes 2500, Planta baja, Monterrey

(81)8333-6495

Contacto: Andrés Meléndez

Comercializan al mayoreo y menudeo joyería en oro de 14 y 18 k y algo de esmeraldas. Tienen dos sucursales.

LA ESMERALDA

Plaza Morelos, Morelos 372 oriente, esq. E. Carranza, Monterrey,

TEL (5281) 8342-2916

www.laesmeralda.com.mx

Contacto: Lic. Zamantha Zamora

guasias@hotmail.com

laesmeralda@laesmeralda.com.mx

Piezas en oro de 14 y 18 k. Y piezas con piedras preciosas y semipreciosas, entre ellas la esmeralda. Tienen 5 sucursales en Monterrey, y en Torreón, Toluca y Chihuahua. Se mostraron muy interesados en manejar piezas con esmeraldas colombianas

JOYERÍA FG

Juárez Nte 781, Colonia Centro, Monterrey

TEL (81)8372-9277 y 8864-8490

www.joyeriafg.com.mx

Contacto: Alucio Torres

Alucio_torres@hotmail.com

Venden principalmente piezas de oro 14 k, en menor medida de 18 k.

ORO GEMAS ARTE S.A. DE C. V.
O.F. Castellón 111 Colonia Chepevera, Monterrey TEL (5281) 8348-1082, 89-84 y 8378-3858. Contacto: Sergio Ramírez
Fabricantes de piezas en oro y manejo de algunas piezas con piedras preciosas y semipreciosas. Tienen dos sucursales.

4.1.3. JOYERÍA DE PLATA Y BISUTERÍA

PLATERÍA ANGÉLICA PLATA
Av. Juárez 232 Nte. Col. Centro, Monterrey, N.L. (81)8340-1187 01-800-639-8249 www.plateriasangat.cjb.net Contacto: Sr. Angel García Torres
Avalado por la asociación ANGAT. Con 6 sucursales en Monterrey. Joyería por catálogo, con la participación de ventas de público con una mínima inversión. Plata tailandesa, italiana, china y mexicana (Taxco, Gro) de 0.925 con más de 110 modelos; surtido de cadenas, gargantillas, anillos, esclavas, dijes, pulseras, brazaletes, juegos, coquetas, llaveros, etc. Menudeo y mayoreo. Distribuyen en toda la república.

TANE
Presidente Masaryk No. 430, Colonia Polanco, Distrito Federal TEL. (5255) 5281 4299 Contacto : Ana Abril
Manejan piezas exclusivas en plata y oro, estarían interesados en piezas colombianas. Tienen 11 tiendas ubicadas en zonas exclusivas en todo el país.

GRUPO IMPULSO 40 A.C.
El Carmen No. 576 Fracc. Camino Real, Zapopan, Jalisco. TEL. (5233) 3647-9052 Fax: 36-47-90-52 Director: Luz Elena Esparza Flores Mail: impulso40@hotmail.com
Joyería de plata, esmalte alto fuego y diversos

MIS ACCESORIOS
República de Uruguay 204-C Colonia Centro, Distrito Federal TEL. (5255) 5522-9322 Fax: 5694-1432 Contacto : Adriana González Quintana y Verónica Castillo Olmos sales@missaccesorios.com
Joyería de fantasía.

TYCHE

batallón de San Patricio 1000, local 1386, Col. Residencial San Agustín, García Garza, Nuevo León
TEL. (5281) 8368-4688
Fax 8368-4688
Contacto: Gabriela Jiménez
tyche@prodigy.net.mx
Joyería y bisutería en piedras, importación de la India y Filipinas.

OSCAR HACKMAN

Benjamin Hill #243 Piso 1 Colonia Condesa
TEL. (5255) 5771-0550/55
Oficina general: TEL: (5255) 5446-4957 y 5446-7116
Contactos: Oscar Gálvez y Haydee Cáceres
hackman@avantel.net
Joyería exótica en concha, cuerno, madera y otros materiales naturales. Joyería en plata.
Piedras semipreciosas.

MINERALIA

Av. Oaxaca # 131 Colonia Roma, Distrito Federal
TEL. (5255) 5533-1411
FAX: 5208-9390
Contactos: Susana Schneider y Luis Haghenbeck
mineralia@prodigy.net.mx
Accesorios para joyería en piedras naturales y plata. Joyería y artesanías en minerales. Tienen 12 sucursales en las principales ciudades.

MACKESH

Mariano Otero 1329 Local 4D, Colonia Rinconada Del Bosque, Guadalajara
TEL. (5233) 3669-0898
FAX: 3669-0899
Contactos: Geraldina Vega Gamboa y Susana Burr Loaiza
mackech@hotmail.com
Artículos de oro, plata y bisutería

LA FOX

Madero 55 Interior 405-406, Colonia Centro, Distrito Federal
TEL. (5255) 5512-7614 / 5512-8068
FAX: 5512-2688
Contactos: Abraham Korenfeld y Rafael Ramírez
lafox2@infosel.net.mx
joyería fina de imitación; cadenas, pulseras, anillos, etc. en chapa de oro, rodio y plateado.
Joyería de ositos, perlas de Mallorca, acero inoxidable y caucho.

KARATI

Calzada San Antonio Abad 333, Colonia Algarin, Distrito Federal
TEL. (5255) 5519-6502 / 5519-8766
FAX: 5530-6989
Contactos: Bernardo Mendoza Cabrera y Enrique Salazar Saldaña
karati@prodigy.net.mx
www.karati.com.mx
Collares, pulseras, dijes, aretes, medallas religiosas, piedras naturales y sintéticas, gamuzas, cueros, alambres, perlas naturales y sintéticas, accesorios de plata, pewter, chapa, ámbar.

HELGUERA ACCESORIOS

Presidente Masaryk 360, Local 14, Colonia Polanco Chapultepec, Distrito Federal
TEL. (5255) 5574-2939 / 5282-1140
Fax: 5564-1579
contactos: Rosa Medina e Inés Briones
rossmedinac@hotmail.com

Diseño de accesorios para dama, elaborados con piedras semipreciosas, collares, pulseras, brazaletes, aretes, etc.

GRUPO IMPORTADOR Y EXPORTADOR JULIO'S

Guatemala 10, Interior 307, Colonia Centro, Distrito Federal
TEL. (5255) 5702-1689 / 5518-4464
FAX: 2616-0074
Contactos: Javier Reyes Sánchez y Blanca Estela Mestre Ortiz
artesaniasjulio@hotmail.com
www.grupojulios.com

Artículos de fantasía.

GELY JOYAS

República 20, Local 231-232, República 50, Local 113 y República 70 Local 33, Colonia Centro, Guadalajara.
TEL. (5233) 3617-1701 Ext. 233, 3654-0178
FAX: 3654-0149
Victor Manuel De La Torre López y Miguel Ángel De La Torre López
gelyjoyas@terra.com.mx

Joyería de plata y bisutería italiana.

TRESKA 925

Francisco I. Madero 16-602 Colonia Centro, Distrito Federal.
TEL. (5255) 5726-7442
Contactos: Claudia Bocardó Erales y Elizabeth Díaz Peñalosa
treskadf@prodigy.net.mx

Fabricantes de joyería en plata, exportadores e importadores.

ESPERANZA SHUNIA

Esteros #131 Colonia Las Águilas Pilares, Distrito Federal
TEL. (5255) 5680-0864 / 5593-1201
FAX: 5664-2448
Contactos: Esperanza Shunia y Roberto Tamayo
esperanzashunia@hotmail.com

Línea de joyería y bisutería fina de importación. Gargantillas, pulseras, collares, llaveros, aretes, mancuernillas, anillos, cubrebotones, abrecartas, prendedores.

DELIA GONZÁLEZ

Benito Juárez #14 Colonia Ex convento, Taxco, Guerrero.
TEL. (52762) 622-7576
En Distrito Federal (exhibición y venta) Santa Ursula Xitla 38, Villas Belgraria, Edificio 22-102, Colonia Santa Ursula Xitla, Tlalpan.
Contactos: Delia González y Clavel López.
deliagonzaleztaxco@hotmail.com

Joyería en plata y bisutería en perlas y piedras naturales.

CORPORACIÓN RUBYEE

Madero 69, Local 28, Colonia Centro, Distrito Federal
TEL. (5255) 5518-0696 / 5518-3268
FAX: 5521-5736

Contactos: Gregorio Covarrubias y Rosa Nájera
rubyee@hotmail.com

Joyería y bisutería en plata con marquesita. Anillos, dijes, aretes, prendedores, pulseras, etc.

ARETTE ACCESORIOS S.A. DE C. V.

Obregón 542, S.L., Guadalajara (44360)

Tel. (5233) 3618-3604

Fax: 3654-3554

www.arette.com.mx

Distribuidora de joyería de fantasía, tienen cinco sucursales en Guadalajara, Jalisco.

EXPRESIONES

Francisco I Madero No.55, Interior 112, Col. Centro (06000) Distrito Federal

Tel. (5255) 5521-1406

Email: samburstein@yahoo.com

Contacto: Samuel Burstein Uziel

Distribución mayorista de bisutería fina. Fundada en 1986. Venden a grandes tiendas departamentales como Palacio de Hierro, Liverpool, supermercados como Sams Club, boutiques, joyerías. Compran por lo general, en lotes de 12 kilos de productos, al contado.

AMANO BEADS

Tuxpan 47, Col. Roma Sur, Distrito Federal

Tel. (5255) 5264-2680 5263-2680

Email: info@amanobeads.com

www.amanobeads.com

Contacto: Claudia Martín Origel

Importador y distribuidor mayorista de partes para armado de bisutería y bisutería. También venden al menudeo e imparten clases de armado de bisutería. Tienen dos tiendas en Distrito Federal. Importan de USA, Africa, India, China y República Checa.

UZZY DE MÉXICO

Miguel Angel No. 112, Esq. Juan de Arco, Col. Moderna, (03510) Distrito Federal

Tel.(5255) 5696-0616

Contacto: Moisés Arakanchi

Email : uzzy@prodigy.net.mx

Establecida en 1986. Importadores y distribuidores mayoristas. Le venden a Avon, Samborns, boutiques, etc. También venden al menudeo.

BARAQUE S.A. DE C. V.

J .Velásquez De León 105, Colonia San Rafael, Distrito Federal

TEL. (5255) 5546-04-63

Contacto: Daniel Romano

www.lebaraque.com

danielromano@lebaraque.com

Bisutería y artículos para armar.

4.2. FERIAS RELACIONADAS CON EL SECTOR

Las ferias constituyen un canal de comercialización importante para el sector. De las específicas del sector, la más importante es Expo Joya, que se realiza con frecuencia semestral en la ciudad de Guadalajara. La feria de AMFAR es la más importante en cuanto a decoración y regalos, pero está más orientada al consumidor final, en cambio, la feria ESPACIO no tiene venta minorista y está dedicada a los comercializadores de regalos. Hay muchos stands de bisutería y algunos de joyería.

Tabla 10: Ferias del sector joyería

CALENDARIO DE EVENTOS SECTOR JOYERÍA Y BISUTERÍA			
Feria	Lugar y fecha	Perfil del evento	Información
45 AMFAR Expo Regalo y Decoración	WTC, Distrito Federal 26-30 julio 2004	Feria de artículos de decoración y regalo, la más importante del sector. Venta mayorista y minorista.	Asociación Mexicana de Fabricantes de Artículos para Regalo, Decoración y Artesanías, A. C. TEL (5255) 5564 4564 amfar@amfar.com www.amfar.com
ESPACIO Sede del Regalo - Mexican Gift Show	Centro BANAMEX, Distrito Federal 19-22 agosto 2004	Exposición de artículos de regalo, decoración, novedades, tarjetas para toda ocasión y artículos de moda. Para mayoristas y distribuidores, no hay venta al público.	Grupo Salpro S. A. de C. V. 55+5272 8980 55+5515 1454 www.salpro.com.mx

EXPO-JOYA OCTUBRE 2004	Expo-Guadalajara, Guadalajara 7-10 octubre 2004	La feria de joyería más importante. Con más de 600 expositores nacionales y extranjeros. Es la edición número 17.	Cámara Regional de la Industria de la Joyería y Platería del Estado de Jalisco. TEL. (5233) 3121-9238 y 3121-0299 crijpej@infosel.net.mx
FERIA NACIONAL DE LA PLATA	Casa Borda y Plaza Borda, Taxco de Alarcón, Guerrero 22-29 noviembre 2004	Feria de platería y artesanías para mayoristas, artesanos público en general. Expositores nacionales e internacionales.	Patronato de la Feria Nacional de la Plata Manual Giles Martínez, Coordinador General TEL. (52762) 62 253 83 ariagral-taxco a prodigy.net.mx
EXPO-ORO Y PLATA ACAPULCO 2004	Hotel Grand Acapulco, Acapulco, Guerrero 6-11 julio	Es la primera edición, está dedicada a mayoristas de oro y plata	Asociación de Joyeros y Plateros de Acapulco, A. C. TEL. (52744) 480-1648 artem@hotmail.com
EXPO JOYERA CHIHUAHUA	Centro de Exposiciones y Convenciones de Chihuahua, Chihuahua 11-14 noviembre 2004	Feria regional, en su edición anterior hubo 15.000 visitantes. Exponen mayoristas, detallistas, industriales y artesanos. Ventas al mayoreo y menudeo.	Grupo Joyero Torres Cynthia Torres Cruz TEL. (52614) 411-5030 judithto@prodigy.net.mx
EXPO-JOYERIA PRIMAVERA 2004	WTC, Distrito Federal Enero 2005, a confirmar.	Joyería fina, relojería, maquinaria e insumos para la industria joyera y relojera, oro, plata y pedrería	AMEFJO, A.C. Lic. Flavio Juárez García, Gerente Administrativo TEL. (5255) 5512-1700 y 5512-5518

4.3. INSTITUCIONES RELACIONADAS CON EL SECTOR

Cámara Nacional de la Industria de la Joyería y Platería del Estado de Jalisco

Titular: Lic. Manuel Herrera Vega
 Dirección: Av. Topacio No. 2486 Fraccionamiento Verde Valle,
 Guadalajara, Jalisco (44540)
 Teléfono: (5233) 3121-9238 / 3121-9269
 Fax: 3121-02, 99 Ext. 122
 Mail: presidencia@camaradejoyeria.com.mx
 Web: www.camaradejoyeria.com.mx

Asociación Mexicana de Fabricantes de Joyería (AMEFJO)

Titular: Lic. Joaquín de Aguinaga Bobadilla
Dirección: Río Marne 19 P. H., Distrito Federal (06500)
Teléfono: (5255) 5703-2483
Fax: 5703-2360

Cámara Nacional de la Industria de la Platería y Joyería

Titular: Carlos Portilla Cuevas
Director General: Lic. Manuel Ezeta Sánchez
Domicilio: Reynosa No. 13, Colonia Condesa, Distrito Federal (06100)
Teléfono: (5255) 5516-1771
Fax: 5516-1067
Mail: plateria@prodigy.net.mx

4.4. CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS.

Como ya se dijo, el punto más destacado de la cadena para la mercadería de origen extranjero lo constituyen los importadores que también son distribuidores y, en muchos casos, tienen tiendas de ventas al público. La recomendación al exportador colombiano es abordar la cadena de distribución en este punto. También es muy importante la participación en la feria de Guadalajara y para bisutería, en la feria Espacios.

5 ACCESO AL MERCADO

En este capítulo, se presenta una descripción de los requisitos generales para la importación, y normatividad que debe ser cumplida por el importador, las regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias aplicadas a estos productos importados desde Colombia.

Como complemento se hace una presentación de los trámites y todo el proceso logístico que conlleva la nacionalización, comparación de los lineamientos de acceso al mercado dentro de los países que compiten

por penetrar el mercado mexicano con este producto, costos y gastos generados en el proceso.

5.1. PROCESO DE IMPORTACIÓN

Para llevar a cabo una importación es necesario llevar a cabo los siguientes pasos:

1. Es necesario tener una empresa legalmente constituida bajo las leyes mexicanas, estar inscrita en el Padrón de Importadores general y en el Padrón de Importadores Sector Específico, si la posición arancelaria lo requiere, y acreditar antes las autoridades aduaneras que se encuentra inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes.
2. Escoger un agente aduanal, que es la persona física autorizada ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, encargada del despacho de las mercancías de los importadores en México. Este agente aduanal iniciará los trámites de importación y para eso, debe contar con una carta de encomienda firmada por el importador, documento con el que comprueba el encargo que le ha solicitado la persona que contrata sus servicios para realizar el proceso de importación de las mercancías.
3. Enviar al agente aduanal muestras físicas o catálogos con el fin de identificar la posición arancelaria a la que corresponde el producto conforme a la Tarifa de Impuestos General de Importación y Exportación (TIGIE) mexicana. Es importante realizar este paso, ya que la clasificación arancelaria entre Colombia y México puede variar y generalmente la aduana mexicana es bastante estricta en aceptar una clasificación para los productos diferente de la que se tiene definida en la reglamentación mexicana. Se recomienda que el agente aduanal entregue por escrito la aprobación de la posición arancelaria del producto.
4. Si el agente aduanal mexicano no aprueba la posición arancelaria por la clasificación de la aduana de México, el exportador colombiano debe enviar una carta del organismo competente en Colombia, justificando la clasificación realizada bajo la posición arancelaria propuesta para su aprobación. La aduana mexicana es bastante estricta para otorgar cambio de posiciones arancelarias.
5. Una vez aprobada la posición arancelaria por parte del agente aduanal, se procede a solicitar al exportador colombiano una copia de los documentos de exportación (factura y certificado de origen), vía fax o correo electrónico y pasarla al agente aduanal para realizar una revisión previa de los documentos y asegurarse de que se

encuentren en orden y cumplan con los requisitos mexicanos y evitar contratiempos una vez se hayan enviado los documentos originales desde Colombia.

6. Con base en estos documentos, el agente aduanal realiza una proforma del Pedimento de Importación y un presupuesto de gastos de comisión del agente aduanal, gastos de impuestos, almacenaje, y demás generados para cubrir los gastos de puerto, para solicitar la aprobación del importador.
7. Se procede a enviar la mercancía de puerto de salida aéreo o marítimo en Colombia y una vez notificada la llegada del producto a destino mexicano, se realiza el trámite de pago de fletes a la naviera o a la compañía de carga, para proceder a liberar la guía aérea o marítima.
8. El agente aduanal debe realizar una inspección previa de la mercancía, revisando el cumplimiento de las normas de origen y detectando errores sobre posiciones arancelarias, certificados de origen y documentos anexos en el caso que se requiera.
9. El agente aduanal debe presentar los siguientes documentos a la aduana mexicana:
 - Copia de la factura comercial.
 - Lista de empaque.
 - Conocimiento de embarque o guía aérea, revalidados.
 - Documentos que comprueben el cumplimiento de las obligaciones en materia de regulaciones y restricciones no arancelarias.
 - Certificado de origen.
 - Copia del documento presentado por el agente aduanal a la Administración General de Aduanas, que comprueba el encargo que se le hubiere conferido para realizar el despacho aduanero de las mercancías.
 - Pedimento de importación en formato oficial.
10. Al presentar los documentos y ser aprobados por la aduana mexicana, el importador debe proceder al pago del Impuesto General de Importación o arancel, (dependiendo de la posición arancelaria), pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA), Derecho de Trámite Aduanero (DTA), pago de Derecho de Almacenaje.
11. Una vez que el agente aduanal tenga en su poder los documentos anteriores ya aprobados, solicita al transportista la presentación de la mercancía ante el semáforo fiscal.
12. El paso por el semáforo fiscal es un mecanismo de selección automatizado, donde se determina si debe practicarse o no el

reconocimiento aduanero. Si sale semáforo verde, la mercancía sale sin revisión alguna de la aduana. Si el semáforo sale rojo, tiene que esperar el turno de revisión donde un funcionario de la aduana mexicana revisa que el producto de importación cumpla con la veracidad de lo declarado en los documentos, respecto a unidades de medida, número de piezas, volumen, descripción, naturaleza, estado, origen y demás datos y características de la mercancía que permitan su identificación.

13. Si se detecta alguna inconsistencia en este paso, la mercancía se devuelve a las bodegas de la aduana, donde podrá solucionarse el problema o seguir un proceso legal según sea el caso.

5.2. REQUISITOS DE ENTRADA PARA JOYERÍA

PADRÓN DE IMPORTADORES: estar inscrito ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT).

PADRÓN DE IMPORTADORES SECTOR ESPECÍFICO: no se requiere padrón sectorial para los productos objeto de este estudio.¹³

CUMPLIR CON LAS NORMAS ESTABLECIDAS

La Normalización es el proceso mediante el cual se regulan las actividades desempeñadas por los sectores tanto privado como público, en materia de salud, medio ambiente en general, comercial, industrial y laboral, estableciendo reglas, directrices, especificaciones, atributos, características, o prescripciones aplicables a un producto, proceso o servicio.

Esta actividad se realiza a través de la expedición de las normas que pueden ser de tres tipos principalmente: las Normas Oficiales Mexicanas (NOM'S), las Normas Mexicanas (NMX'S) y las Normas de Referencia, que son las que elaboran las entidades de la administración pública para aplicarlas a los bienes o servicios que adquieren, arriendan o contratan cuando las normas mexicanas o internacionales no cubren los requerimientos de las mismas, o sus especificaciones resulten obsoletas o inaplicables.

¹³ SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO ANEXOS 10, de las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior para 2003, publicadas el 17 de abril de 2003.

Las **NORMAS OFICIALES MEXICANAS (NOM'S)**¹⁴ son las regulaciones técnicas de observancia **obligatoria** expedidas por las dependencias competentes, conforme a las finalidades establecidas en el artículo 40 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, y que están encaminadas a regular los productos, procesos o servicios, cuando éstos puedan constituir un riesgo latente para la seguridad o la salud de las personas, animales y vegetales así como el medio ambiente en general.

Las NOM'S tienen como finalidad establecer la terminología, clasificación, características, cualidades, medidas, y especificaciones técnicas que deben traer los productos.

Para el cumplimiento de la NOM, se deberá contar con una autorización o certificado de la dependencia competente mexicana que regula el producto, o de organismos reguladores extranjeros que hayan sido reconocidos o aprobados por las dependencias competentes en México Secretaría de Economía, Secretaría de Hacienda o Crédito Público, por intermedio de las autoridades aduaneras, de salud, Secretaría del Medio ambiente, entre otras.

5.2.1. NOM'S QUE SE APLICAN A ACEITES Y GRASAS.

Tabla 11: Regulaciones arancelarias y no arancelarias.

DESCRIPCIÓN	POSICIÓN ARANCELARIA	NORMAS (NOM)
Pulseras, collares, joyería armada y de casting y joyería con esmeraldas	71131999	NOM-033-SCFI-1994
Bisutería	71171999	NOM-050-SCFI-1994.

5.3. NORMAS OFICIALES MEXICANAS (NOM)

Las NOM tienen como finalidad establecer la terminología, clasificación, características, cualidades, medidas, especificaciones técnicas que deben traer los productos. En el caso concreto de joyería, solamente se

¹⁴ Banco de Normas, UNAM (Universidad Autónoma de México)

deberá tener en cuenta la NOM sobre etiquetado del producto e información comercial de alhajas o artículos de oro, plata, platino y paladio.

Esta NOM no requiere certificación, es decir, es autoaplicativa y para tener seguridad sobre su correcto cumplimiento existen unidades de verificación de información comercial que emiten las constancias correspondientes sobre la legalidad de las etiquetas, envases, garantías, instructivos, etc., o bien dictámenes de cumplimiento cuando la verificación se hace a productos ingresados al país bajo esta opción y se encuentran en almacenes generales de depósito o bodegas particulares de importadores.

NOM-033-SCFI-1994

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Clave de la Norma:	NOM-033-SCFI-1994
Título de la Norma:	Informaciones comercial-Alhajas o artículos de oro, plata, platino y paladio.
Fecha de Publicación:	21/12/1995
Nombre del Archivo:	033-scfi.doc - 42,913 B
Fe de Erratas:	No aplica
Tipo de Norma:	Definitiva
Norma Internacional:	No existe concordancia.
Producto:	Información comercial
Rama de Actividad Económica	Fabricación de productos metálicos
Dependencia:	Secretaría de Economía

En México, la comercialización de alhajas y artículos de oro, plata, platino o paladio, se encuentra regulada por la **NOM-033-SCFI-1994**, la cual especifica que estos artículos corresponden al rubro de la joyería y orfebrería. En esta norma se establece que únicamente pueden anunciarse como artículos de metales preciosos los que contengan como mínimo la ley siguiente:

Oro 10 quilates (417 milésimas)
Plata 925 milésimas
Platino 900 milésimas
Paladio 350 milésimas

La norma establece que quedan obligados a cumplir sus disposiciones, tanto los fabricantes nacionales como los importadores de los artículos descritos. No establece concordancia con normas internacionales, por no existir similares.

Otra norma que aplican para la regulación de la comercialización de estos productos es:

NOM-050-SCFI-1994

Entró en vigor el 1º de noviembre de 1996, y que es un tipo de norma definitiva, norma internacional ISO GUÍA 14.

Trata sobre información comercial y disposiciones generales que debe cumplir los productos marcados con esta norma.

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Clave de la Norma:	NOM-050-SCFI-1994.
Título de la Norma:	Información comercial Disposiciones generales para productos.
Fecha de Publicación:	24/01/1996
Fecha de Entrada en Vigor:	01/11/1996
Nombre del Archivo:	050-scfi.doc - 27,341 B
Manifestación de Impacto Regulatorio (MIR):	No disponible
Tipo de Norma:	Definitiva
Norma Internacional:	ISO GUIA 14.
Producto:	Información comercial
Dependencia:	SE

Descripción de la norma:

Información comercial

- Los productos sujetos a la aplicación de esta Norma deben contener en sus etiquetas, cuando menos, la siguiente información comercial obligatoria:
- Nombre o denominación genérica del producto, cuando no sea identificable a simple vista por el consumidor.
- Indicación de cantidad conforme a la NOM-030-SCFI.
- Nombre, denominación o razón social y domicilio fiscal del productor o responsable de la fabricación para productos nacionales. En el caso de productos importados, esta información deberá ser proporcionada a la Secretaría por el importador a solicitud de ésta.
- Leyenda que identifique el país de origen del producto, por ejemplo "producto de...", "hecho en...", "manufacturado en..." u otros análogos, sujeto a lo dispuesto en los tratados internacionales de los cuales México sea parte.
- Las advertencias de riesgos por medio de leyendas, gráficas o símbolos precautorios en el caso de productos peligrosos.

- Cuando el uso, manejo o conservación del producto requiera de instrucciones, debe presentarse esa información o indicarse en un instructivo o manual de operación anexo, anotándose en la respectiva etiqueta "VEASE INSTRUCTIVO ANEXO" o "MANUAL DE OPERACION ANEXO".
- Tratándose de productos importados, nombre, denominación o razón social y domicilio fiscal del importador. Esta información puede incorporarse al producto en territorio nacional, después del despacho aduanero y antes de la comercialización del producto.
- Presentarse en etiqueta fijada de manera tal que permanezca disponible hasta el momento de su uso o consumo en condiciones normales, la cual debe aplicarse en cada unidad o envase múltiple o colectivo.
- Contenido
- Los productos objeto de esta Norma, cuyo uso, manejo o conservación requiera de instrucciones, deben ir acompañados, sin cargo adicional para el consumidor, de los instructivos, manuales de operación y, en su caso, garantías, los cuales deben contener indicaciones claras y precisas para el uso normal, manejo, conservación, ensamble y aprovechamiento de los productos, así como las advertencias para el manejo seguro y confiable de los mismos.

5.4. REGULACIÓN ARANCELARIA

5.4.1. ARANCELES E IMPUESTOS

DESCRIPCIÓN	POSICIÓN ARANCELARIA	ARANCEL
PULSERAS, COLLARES, JOYERÍA ARMADA Y DE CASTING Y JOYERÍA CON ESMERALDAS	7113.19.99	EXENTO
BISUTERÍA	7117.19.99	EXENTO

En cuanto a la desgravación arancelaria con el Tratado de Libre Comercio G-3 (México-Colombia-Venezuela), las posiciones arancelarias de este estudio están exentas del pago de aranceles de entrada a México.

CONTRIBUCIONES QUE PUEDEN CAUSARSE CON MOTIVO DE LA IMPORTACIÓN

CONTRIBUCIONES	INFORMACIÓN
IMPUESTO GENERAL DE IMPORTACIÓN	• EXENTO DEL PAGO DE ARANCEL.

(ARANCEL) AÑO 2004	
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA)	<ul style="list-style-type: none"> Según el Diario Oficial de la Federación, (30/abril/2003) las mercancías bajo la posición arancelaria 71131999 no están obligadas al pago de IVA, siempre y cuando tengan un contenido mínimo de oro del 80%.
DERECHO DE TRÁMITE ADUANERO (DTA)	<ul style="list-style-type: none"> Del 8 al millar, sobre el valor que tengan los bienes para los efectos del impuesto general de importación.
DERECHO DE ALMACENAJE (ver cifras en anexo de Distribución Física Internacional)	<ul style="list-style-type: none"> La Terminal Portuaria concede un plazo libre de 5 días naturales en los casos de importación, y posteriores al término de descarga del buque.
MANIOBRAS DE IMPORTACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Revisión-previo. Entrega contenedor. Recepción equipo vacío. Lavado normal. Emisión E.I.R. Maniobras según tamaño del contenedor.

*Maniobras Importación (Costos aproximados)

THC (Cargo por manejo del contenedor en puerto)	US\$	85 A 90
Muellaje 40'		8.00
Muellaje 20'		4.00
Revisión-Previo		110.00
Entrega contenedor		55.00
Recepción equipo vacío		55.00
Lavado normal		15.00
Emisión E.I.R. (Estudio de Impacto Regulatorio)		4.00

Esta tarifa no incluye I.V.A DEL 15%.

Almacenajes.- Corresponde al cargo que se cubre en la Terminal Portuaria, por utilizar sus patios al término del plazo libre de almacenajes. La Terminal Portuaria concede un plazo libre de 5 días naturales en los casos de importación y 15 días naturales para exportación; posteriores al término de descarga del buque.

En caso de incurrir en el cargo de almacenajes se aplica la siguiente Tarifa:

Contenedores llenos, por día o fracción posteriores al tiempo libre acordado

Contenedor 20 pies	US\$ 50.00 \$
Contenedor 40 pies	75.00 \$
Contenedor especiales	115.00

Demoras de Contenedor.- La línea naviera ofrece 07 días libres de este cargo, posteriores a la fecha de término de descarga del buque, para los siguientes días aplica la siguiente tarifa, la cual es expresada en Dólares.

En contenedores de 20´

Los primeros 3 días 25 dólares diarios por contenedor

Los siguientes días 30 dólares diarios por contenedor

En contenedores de 40´

Los primeros 3 días 35 dólares diarios por contenedor

Los siguientes días 40 dólares diarios por contenedor

5.5. CÁLCULO DE LA CARGA TRIBUTARIA

BASE GRAVABLE DEL IMPUESTO DE IMPORTACIÓN

El valor en aduana de las mercancías, es la base gravable del impuesto general de importación.

En el caso de bienes originados desde Colombia, el valor en aduana de las mercancías importadas incluye los gastos de:

- Flete
- Seguros
- Gastos complementarios tales como: carga, descarga y manipulación en que se incurra.

Para calcular la carga tributaria, solamente se debe tener en cuenta los siguientes datos:

Valor CIF por el tipo de cambio vigente (se calcula a la fecha un promedio de \$11.50) más el pago del arancel de importación.¹⁵

¹⁵ SE DEBE TOMAR EN CUENTA EL TIPO DE CAMBIO VIGENTE A LA FECHA DE LA NACIONALIZACIÓN DEL PRODUCTO.

DESCRIPCIÓN	POSICIÓN ARANCELARIA	CÁLCULO CARGA TRIBUTARIA
PULSERAS, COLLARES, JOYERÍA ARMADA Y DE CASTING Y JOYERÍA CON ESMERALDAS	7113.19.99	[VALOR CIF * 11.50) + 0%]
BISUTERÍA	7117.19.99	[VALOR CIF * 11.50) + 0%]

En México se paga un Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS), pero no aplica para ninguno de los productos objetos de este estudio.

5.6. ANÁLISIS CON PAISES QUE EXPORTAN A MÉXICO

Para el caso de Joyería el principal país proveedor es Estados Unidos, seguidos de India e Italia, quienes tienen un posicionamiento importante por la calidad de diseño y terminados de los productos manufacturados.

En el caso de bisutería el país de origen es China con una importante participación del mercado, seguido por Estados Unidos con una menor participación.

Tabla 12: Principales países de origen de importación.

POSICIONES ARANCELARIAS	PAÍS	ARANCEL 2004	PARTICIPACIÓN 2003
7113.19.99	Estados Unidos de América	EXENTO	55.53%
	India	NMF: 30%	16.77%
	Italia	5.00%	21.32%
	Colombia	EXENTO	0.00%
7117.19.99	China	NMF: 23%	65.20%
	Estados Unidos de América	EXENTO	10.97%
	Perú	NMF: 23%	7.57%
	Italia	EXENTO	2.65%
	Colombia	EXENTO	0.15%

De acuerdo al Tratado de Libre Comercio que México tiene con Estados Unidos y Canadá, la posición arancelaria relativa a joyería de oro y plata, quedó desgravada a partir del 1^o de enero de 2003.

Las importaciones mexicanas provenientes de países con los cuales México no tiene tratado o acuerdo comercial, como es el caso de China, India y Perú entre otros, pagan un arancel normal del 23% para el caso de la bisutería y de 30% para el caso de joyería en oro y platino. Se debe tener presente que con Perú se está negociando el Tratado de Libre Comercio, lo que le dará una ventaja competitiva mucho mayor.

Respecto al tratado celebrado con la Unión Europea, se contempla que en el año 2005 queden exentos de arancel todos los productos incluidos en el sector joyero, pues hasta el momento se paga un arancel de 5%; sin embargo, la línea de bisutería se encuentra totalmente exenta de pago de arancel.

CONCLUSIONES:

Analizando la información anterior, observamos que Colombia presenta ciertas ventajas arancelarias frente a los países integrantes del TLCUE principalmente, pues su tasa de desgravación es mucho menor a la de este tratado y se encuentra a meses de quedar totalmente exenta del pago de arancel. Así, mientras que los productos de joyería provenientes de la Unión Europea pagan un 5%, las que provienen de Colombia se encuentran exentas; además, si consideramos que el periodo de desgravación para los productos europeos es mayor (2 años), Colombia tiene ventajas arancelarias marcadas en el mercado mexicano.

6 DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL

En este capítulo se presenta un análisis global del comportamiento de Distribución Física Internacional relevante para el sector de Joyería y bisutería y en el caso que sea necesario se informa sobre aspectos a tener en cuenta para la importación del producto en cuanto distribución física. El desarrollo de cada uno de los temas como son: vías y medios de acceso, procesos y costos desde las principales ciudades de Colombia a las principales ciudades de destino en México, contactos para los trámites en México, empresas transportadoras y demás información puntual, se presenta en el ANEXO DISTRIBUCIÓN FÍSICA

INTERNACIONAL.

6.1. INFRAESTRUCTURA FÍSICA

La infraestructura física de México se encuentra bastante desarrollada en cuanto a terminales marítimas y aéreas para atender el comercio internacional, dados los altos volúmenes de carga que maneja.

Cuenta con 48 aduanas que atienden el país. De ellas, 19 se encuentran a lo largo de la frontera norte, 2 en la frontera sur, 17 son marítimas y 10 son aduanas interiores.

Se tienen 15 puertos marítimos ubicados sobre los dos océanos: Pacífico y Atlántico, de los cuales hay cuatro que son principalmente puertos de terminales de manejo de carga: Veracruz y Altamira situados sobre el Océano Atlántico y Lázaro Cárdenas y Manzanillo sobre el Océano Pacífico.

Uno de los puertos de mayor importancia de tráfico entre Colombia y México es el puerto de Veracruz, que actualmente representa el 22.74%¹⁶ del movimiento de carga manejado a nivel nacional, lo que lo sitúa como el primer puerto comercial del país.

En volumen de importación de joyería el medio más utilizado es el terrestre para cargas provenientes de Estados Unidos. Para mercancía proveniente del oriente, principalmente de bisutería, el medio más utilizado es el marítimo, igualmente para volúmenes menores es el aéreo.

Las mercancías originarias del oriente, entran actualmente por el puerto de Manzanillo. En cuanto a mercancías originarias de América del Sur, en especial de Colombia, el principal puerto de entrada es Veracruz por el Atlántico, si se maneja la carga saliendo del Puerto de Cartagena, o ingresando por Manzanillo si proviene del Puerto de Buenaventura. La carga marítima se maneja para bisutería y cuando los volúmenes lo justifican.

Por el volumen del producto, la joyería es una mercancía que tradicionalmente se maneja por transporte aéreo, para volúmenes no tan grandes de importación. Generalmente se maneja como carga suelta o como producto consolidado con otras mercancías, cuando se traslada

¹⁶ Información de la SCOP (Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas), Dirección. Gral. de Puertos y Dragados

vía marítima. Las empresas de mensajería tienen prohibido transportar joyería por reglamentación, aunque las muestras se puede enviar por este medio, y que el valor no sobrepase los 300 dólares. El empaque del producto no tiene reglamentación alguna, pero las compañías de carga exigen negociación directa en el país de origen para poder trasladar esta mercancía bajo seguros especiales.

Se puede utilizar el servicio de mensajería internacional, pero se debe realizar el trámite de importación con todos los documentos como se presenta en el módulo de acceso al mercado.

Cada importador cuenta con centros de distribución, a donde llega directamente el contenedor, o en algunos casos cuentan con transporte propio de puerto a centro de distribución o prefieren contratar transporte privado interno en México, independiente del transportador que les manejó la mercancía desde el país de origen, lo que les permite minimizar los costos de transporte.

6.2. COMPARATIVOS DE COSTOS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL

En el anexo 1 se puede observar que Estados Unidos comparativamente tiene los precios más bajos de transporte, ya que se maneja el intercambio de mercancías por medio terrestre en la frontera norte de México. Las negociaciones con los fabricantes estadounidenses son DAF (Delivery at frontier) donde el importador mexicano recibe el producto en frontera y lo interna asumiendo gastos de transportes y seguros. El tiempo de entrega es de horas hasta máximo dos días desde la frontera hacia las principales ciudades, lo que también representa una buena ventaja. Para joyería y bisutería muchas empresas americanas llevan el producto a frontera y de ahí utilizan empresas de transporte terrestre especializadas en manejo de productos de valor, lo que les parece más confiable que el uso del medio aéreo.

En cuanto a importaciones por medio marítimo, y teniendo en cuenta el manejo de grandes volúmenes de bisutería, ya que la joyería se hace vía aérea, Colombia tiene el menor costo de fletes y tiempo de tránsito. Si bien depende del puerto de salida y las escalas realizadas en el recorrido, en comparación con India quien maneja tiempos de 30 días de tránsito, y de países europeos como Italia con tiempos de 16 días, Colombia tiene de 5 a 8 días lo que marca una buena diferencia en tiempos de entrega. Incluyendo el BAF, un contenedor de 20' procedente

de Colombia está costando alrededor de US\$ 1,500, mismo que valdría aproximadamente US\$ 2,700 desde la India. Se tiene que tomar en cuenta que los despachos desde el oriente en época de temporada alta tienen un sobre precio (Peak Season) de US\$ 400 y 600 para contenedor de 20' y 40' respectivamente, lo que incrementa considerablemente el valor del contenedor. Se tienen que sumar al costo de los contenedores el valor del transporte de puerto mexicano a ciudad destino. En el anexo de DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL se hace un comparativo de fletes terrestres en la república mexicana de los diferentes puertos a las principales ciudades destino y se hace una evaluación de las alternativas de ingreso desde los diferentes puertos mexicanos en costos, tiempos y riesgos del transporte.

6.3.CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS

El tránsito de mercancías, vía terrestre entre México y Estados Unidos de América, crea una fuerte ventaja en cuanto a costos se refiere. Sin embargo, el mayor ingreso de este producto proveniente de ese país vecino de México, se hace vía aérea. Igualmente el costo es mucho menor, por el alto volumen de tráfico entre los dos países. Respecto a Colombia el costo es más alto, pero no es un factor que encarezca mucho el producto.

Si se compara el ingreso de mercancías desde el oriente o Europa, la diferencia en costos es muy grande, y Colombia presenta una gran ventaja en este aspecto, sumado a la diferencia en aranceles con esos países que en este momento se encuentran vigentes.

7 PERSPECTIVAS

El sector de joyería y bisutería es muy fuerte en México, aunque presenta una contracción en las ventas de los últimos tres años, lo cual debe tenerse muy presente a la hora de la toma la decisión de penetrar el mercado.

En el tratamiento arancelario y normativo, es claro que no existen barreras de penetración al mercado y la cercanía física y cultural es un factor importante para el desarrollo de las tácticas de penetración del mercado, para el que existen buenas oportunidades.

En el rubro de joyería la oportunidad para el exportador colombiano podría estar o en el nicho de mercado dirigido a clases de alto poder adquisitivo, a través de la incorporación de diseños elaborados o, pensando en la demanda de sectores de menor poder económico, en productos de oro de 10 kilates, de precios competitivos, e introducirlos a través de los canales de comercialización que se valen de la venta por catálogo.

Otra posibilidad muy importante está dada por el mercado de joyería con esmeraldas, porque los joyeros nacionales, en general, declaran no estar capacitados para trabajar estas piedras y las encuestas revelaron mucho interés en el producto.

Sería de fundamental importancia tener en cuenta la estrategia de comercialización similar a la de las perlas de Tahití, comentada anteriormente. Es decir, promover la esmeralda colombiana como producto de nación, aprovechando el prestigio con que cuentan. Brindar material informativo con descripción de las piedras, cómo se extraen, la cultura de la minería colombiana, tips acerca de cómo reconocerlas, etc. Esta información puede manejarse a través de folletos que estén a disposición en los puntos de venta, pero también en las cámaras y asociaciones relacionadas al sector. Tal vez como un apoyo importante para la venta, se podría pensar en cursos de capacitación para los joyeros locales sobre cómo trabajar la piedra. Todas estas acciones estarían dirigidas a darle impulso a la joyería con esmeraldas, que en México no está tan difundida en relación con la que incorpora otras piedras preciosas, como por ejemplo, el diamante.

La oportunidad en bisutería radica en penetrar el mercado con artículos que puedan competir con los de procedencia china en cuanto a costos o productos de más valor agregado debido a la exclusividad de diseño.

Como ya se dijo, el punto más abarcador de la cadena para la mercadería de origen extranjero lo constituyen los importadores que también son distribuidores y, en muchos casos, tienen tiendas de ventas al público. La recomendación al exportador colombiano es abordar la cadena de distribución en este punto. También es muy importante la participación en la feria de Guadalajara y para bisutería, en la feria Espacios.

Otra estrategia puntual podría ser la de posicionar el producto en nichos de mercado de centros turísticos internacionales, como Cancún y toda la Riviera Maya, donde México por tradición tiene una importante red de

canales de distribución. Si bien estos canales no se encuentran desarrollados bajo una estrategia común, para Colombia podría ser importante aprovechar estas casas joyeras como medio de distribución y venta, o abrir puntos de venta propios, basados en la estrategia antes mencionada, la de posicionar la joyería de esmeraldas con el valor agregado de ser un producto cultural de nación.

ANEXO 1: COSTOS COMPARATIVOS DE TRANSPORTE.

TRANSPORTE MARÍTIMO

PAÍS ORIGEN	PUERTO DE SALIDA	MÉXICO PUERTO DE LLEGADA	TIEMPO TRÁNSITO DÍAS	ESCALAS	COSTO PUERTO A PUERTO (Valor en dólares US\$)	
					20'	40'
COLOMBIA	B/ventura	Manzanillo	8	1	1,580.00	2,000.00
INDIA	Calcuta	Manzanillo	30	2	2,700.00	4,200.00
ITALIA	Livorno	Veracruz	16	4	1,905.00	2,410.00

TRANSPORTE TERRESTRE ESTADOS UNIDOS

INGRESO MERCANCIA DESDE ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (PRECIOS SIN IVA 15%)					
PAIS ORIGEN	ADUANA DE ENTRADA	CIUDAD DESTINO	TIEMPO TRÁNSITO	TRAILER (Valor en dólares US\$)	
				48'	53'
ESTADOS UNIDOS	NUEVO LAREDO	México DF	16 horas	1,459.00	1,896.00
		Guadalajara	14 horas	1,297.00	1,800.00
		Monterrey	6 horas	353.00	494.00
	TIJUANA	México DF	34 horas	1,590.00	2,123.00
		Guadalajara	28 horas	1,393.00	1,900.00
		Monterrey	18 horas	1,946.00	2,700.00