

2013

Informe Especializado

Artículos de Joyería y
Bisutería en Colombia: Perfil
del consumidor y principales
canales de comercialización



CONSUMO DE ARTÍCULOS DE JOYERÍA Y BISUTERÍA EN COLOMBIA

1.- Panorama del Mercado Colombiano

- Colombia posee una de las economías más sólidas e importantes de América Latina con 45 millones de habitantes y un PBI de US\$ 366 billones, lo que la coloca como la 3ra y 5ta economía, respectivamente, dentro del ranking de las naciones que conforman la región.
- En 2012, el PBI colombiano aumentó 4%, con lo que la economía ha mantenido un crecimiento sostenido desde el año 2000. Del mismo modo, se proyecta que este indicador en 2013 y 2014, crecerá a una tasa de 4.1% y 5%, respectivamente, gracias al incremento del consumo privado y la expectativa positiva de ejecución de obras de infraestructura.
- De otro lado, Colombia es uno de los países latinoamericanos con mayor descentralización, pues la población, la producción, el poder adquisitivo y el consumo están distribuidos en varias ciudades de diferentes regiones del país (Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Cartagena, por mencionar algunas).
- Adicionalmente, la Federación Nacional de Comerciantes de Colombia (FENALCO)¹, ha señalado que el consumo de los colombianos en 2012 aumentó en 12,8%, sobre todo gracias a las facilidades del crédito y la liquidez que hay en el mercado, lo que habría incidido en el mejoramiento de la confianza de los ciudadanos.
- Finalmente, al ser miembro de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), el intercambio comercial de bienes entre Perú y Colombia es completamente libre (0% de arancel) para todo el universo arancelario.



2.- La industria de joyería y bisutería en Colombia

- Esta industria es poco desarrollada en Colombia, y se debe a que la joyería está constituida principalmente por pequeños establecimientos, comercios y talleres de carácter familiar con muy limitados equipos y desarrollo tecnológico, distribuidos en todo el territorio. De acuerdo al Circulo Colombiano de Joyerías², esta industria está conformada por un aproximado de 22 mil empresas, entre formales e informales.
- Por el lado del diseño, es común ver como la mayoría de artículos elaborados por joyeros colombianos son producto de la copia de catálogos extranjeros, principalmente europeos (italianos) o estadounidenses. Sin embargo, en los últimos años algunos artesanos joyeros están buscando posicionar diseños propios en base a la cultura prehispánica colombiana. Esto con la finalidad de desarrollar y posicionar a nivel internacional el sector joyero colombiano.
- En lo que respecta a las exportaciones de artículos de joyería y bisutería³ desde Colombia hacia el mundo, en 2012 este monto alcanzó los US\$ 39 millones, teniendo un crecimiento de 24.4% en comparación a 2011. Sus principales mercados se encuentran países de la región como Ecuador, Perú, Venezuela, México y Bolivia, que en conjunto representaron el 76% del total de exportaciones de ese sector.
- Por el lado de importaciones, en 2012, estas también presentaron un incremento de 24.8% respecto al año anterior, alcanzando US\$ 60.5 millones. De este total, las bisuterías representan el 72%, seguido de las joyas de oro con 16%, mientras que las joyas de plata representaron el 12% restante. Adicionalmente, de la tabla Nro. 1 se puede apreciar que

¹ www.fenalco.com.co

² www.circulocolombianojoyerias.org

³ Este monto no incluye las exportaciones piedras preciosas, específicamente esmeraldas de las que Colombia es el principal productor.

los productos de origen chino tienen mayor participación dentro del mercado, principalmente con artículos de bisutería (más del 90% del monto importado por Colombia).

- Para el caso peruano, nuestros principales competidores en lo que respecta artículos de joyería son España, Italia y Tailandia y México, sus productos son también de diseño y además cuentan, en algunos casos, con mayor reconocimiento que nuestra oferta exportable.

Tabla Nro. 1: Importaciones de Artículos de Joyería y Bisutería⁴, por parte de Colombia
(Miles de US\$)

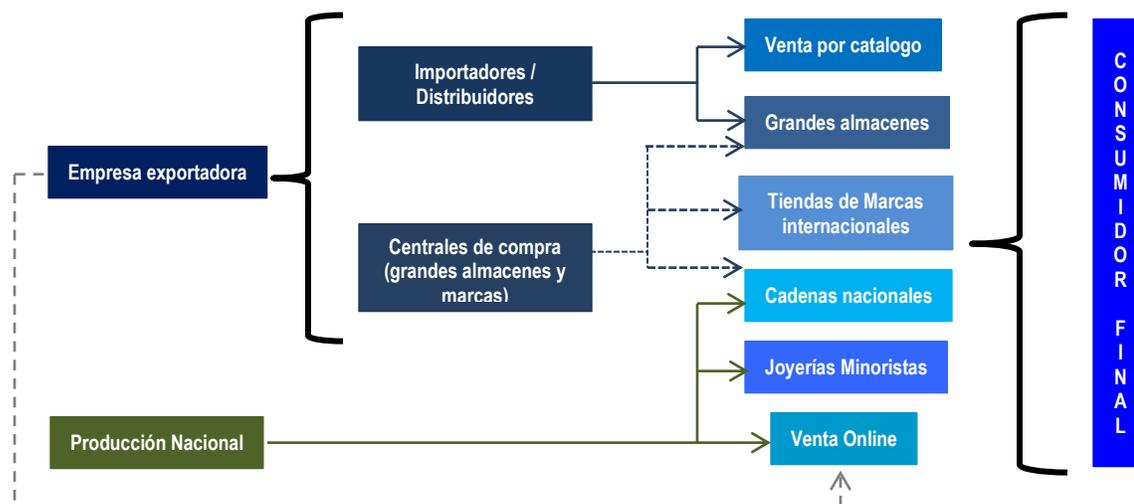
RK	Proveedores	2010	2011	2012	Var. 12/11	Part.12
	Total	32,843	48,501	60,543	24.8%	100%
1	China	14,923	25,651	30,990	20.8%	51%
2	Perú	4,088	5,041	7,378	46.4%	12%
3	España	1,553	2,868	3,496	21.9%	6%
4	Italia	2,393	2,793	3,101	11.0%	5%
5	Tailandia	731	872	2,112	142.2%	3%
6	México	1,569	1,981	1,825	-7.9%	3%
7	Panamá	337	404	1,825	351.7%	3%
8	Estados Unidos	1,866	1,603	1,609	0.4%	3%
9	Hong Kong	826	1,660	1,328	-20.0%	2%
	Los demás	4,550	5,630	6,877	22.1%	11%

Fuente: Trademap
Elaboración: Inteligencia Comercial - PROMPERU

3.- Canales de Distribución y Comercialización

- El sector de la gran distribución en Colombia es uno de los más dinámicos en ese país, pues se estima que 46% de colombianos realiza sus compras en grandes superficies (híper o supermercados, tiendas por departamento, etc.). Esta realidad no es ajena al sector de joyería y bisutería, ya que gran parte de la población compra estos bienes en almacenes o centros comerciales.

Gráfico Nro. 1: Canales de Distribución y Comercialización de Artículos de Joyería y Bisutería en Colombia



Fuente: Lexicomex

⁴ Para la elaboración de esta tabla se tomaron en cuenta las siguientes subpartidas arancelarias a 6 dígitos: 711311 (joyas de plata incluso revestidos o chapados de otros metales preciosos), 711319 (joyería de otros metales preciosos), 711719 (bisuterías de demás metales) y 711790 (la demás bisutería).

- Debe señalarse, que de acuerdo a un estudio realizado por la Universidad EAN – Bogotá, la compra de estos accesorios es en muchos casos impulsiva, y mayormente se realizan en las tiendas ubicadas en centros comerciales (43%), seguida por las compras a través de catálogos y ventas online (www.baguette.com.co, o www.yanbal.com/colombia).
- De otro lado, hay que destacar la efectividad de las ferias como herramienta de contacto y afianzamiento de relaciones comerciales con cualquier tipo de empresa que forme parte de la cadena de distribución y comercialización del sector de joyería y bisutería. Los eventos más importantes para este sector dentro de Colombia, a las cuales asisten importadores, distribuidores, minoristas e incluso consumidores finales son los siguientes:

Tabla 2: Información sobre Ferias de Joyería y Bisutería en Colombia

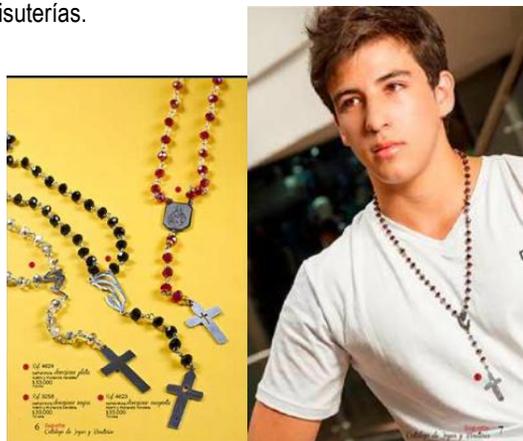
Feria	Web Site	Lugar	Duración	N° Expositores	N° Visitantes	Prox. Edición
Colombia Moda	http://colombiamoda.inexmoda.org.co/es/	Medellín	3 días	500	65,060	22-24 Julio 2014
Expo Joyas	www.expojoyaseventos.com.co	Bogotá	18 días	80	250,000	Setiembre 2014

Elaboración: Inteligencia de Mercados- Promperu.
La data de las ferias corresponde a las últimas ediciones (2012).

- En su edición de 2013, Colombia Moda contó con la participación de 1,788 compradores internacionales y más de 4,000 compradores nacionales. Además, se prevé que los 500 expositores (40 de los cuales pertenecían al sector bisutería y joyería), tanto colombianos como extranjeros, cerraron negocios por más de US\$ 150 millones.
- De otro lado, Expo Joyas que se realiza en el marco de la Feria del Hogar en Bogotá, sectoriza a las empresas por clase de joyería (Joyería fina, Joyería de contemporánea y de autor, Joyería artesanal y fantasía fina, y bisutería). Además, cuanta con la participación de empresas extranjeras entre sus expositores (aprox. 10%).

4.- Perfil del Consumidor

- El consumidor colombiano promedio es bastante consciente de la moda y gusta lucir bien, tanto en ocasiones especiales como de en el día a día.
- De otro lado, se conoce que los materiales que gozan de mayor preferencia entre la población son la plata y las piedras preciosas o semi preciosas. Esta es una característica muy importante a tener en cuenta para el diseño y elaboración de estos accesorios.
- El factor decisivo de compra para esta categoría de productos es el diseño, que debe tener cierto atractivo. La segunda variable es la relación calidad/precio. Sobre este último punto, se conoce que al mes, en promedio, una mujer puede invertir como mínimo 52.500 pesos (Aprox. US\$ 30) en joyas o bisuterías.
- Si bien es cierto que existen marcas que la población recuerda con mayor frecuencia como DOIT de venta en almacenes, Yanbal de venta por catálogo, Finart o Emerald Mart de venta directa de productos, también se ha observado que la marca no es un factor determinante en la selección de un accesorio debido a la gran variedad de marcas con distintos estilos y diseños que se pueden encontrar dentro del mercado.
- La población joven tiene preferencia por artículos de la región (diseños tradicionales y propios del país), con mucho color y de precio accesible. Entre la población masculina de este segmento los artículos mas solicitados son los crucifijos o rosarios con aplicaciones de oro plata.



Rosarios para caballeros, mezcla de piedras con plata.
Fuente: www.baguette.com.co

5.- Presencia peruana

- Las exportaciones peruanas de joyería y bisutería⁵ hacia el mercado colombiano en 2012 crecieron en 37.6%, respecto al año anterior, con un monto por encima de los US\$ 7 millones, lo que posiciona a Colombia como el 5° mercado de destino de las exportaciones de estos artículos.
- 19 fueron las empresas que dirigieron sus productos hacia Colombia, con artículos de bisutería, al ser los que tuvieron mayor demanda dentro de este mercado. Fueron 3 las empresas (Unique, Yobel y Cetco) que realizan sus ventas principalmente a través de catálogos, pues el *core-business* de éstas es la venta de productos cosméticos.

Tabla 3: Exportaciones Peruanas hacia Colombia de Joyería y Bisutería

Partidas	ENE. - DIC.			ENE. - JUN.			
	2011	2012	Var. 12/11	2012	2013	Var. 13/12	Part. 13
Total general	5,159,773	7,101,232	37.6%	4,095,097	2,253,627	-45.0%	100%
7117900000 - LAS DEMAS BISUTERIAS	5,075,518	6,604,108	30.1%	3,782,555	2,166,593	-42.7%	96%
7113110000 - ART. DE JOYERIA DE PLATA	84,255	497,124	490.0%	312,542	87,034	-72.2%	4%

Fuente: Sunat

Elaboración: Inteligencia Comercial – PROMPERU

Cifras en US\$

- Finalmente, se debe destacar el potencial comercial que muestra el mercado Colombiano para la oferta exportable peruana de artículos de joyería y bisutería, en especial dada la tendencia a adquirir artículos de lujo y accesorios de calidad y con buen diseño, además de contar con un arancel preferencial de 0% para estos productos.

⁵ Para la obtención de esta data se tomó en cuenta las siguientes subpartidas nacionales: 7113110000 (joyería de plata), 7113190000 (joyería de demás metales preciosos), 7117900000 (las demás bisuterías) y 7117190000 (bisutería de demás metales).