

El Mercado de la Joyería y Bisutería en Turquía

El Mercado de la Joyería y Bisutería en Turquía

Esta nota ha sido elaborada por Alicia Ortega Fortes
bajo la supervisión de la Oficina Económica y Co-
mercial de la Embajada de España en Ankara

Diciembre 2008

ÍNDICE

CONCLUSIONES	4
I. DEFINICION DEL SECTOR	5
1. Delimitación del sector	5
2. Clasificación arancelaria	5
II. OFERTA	6
1. Tamaño del mercado	6
2. Producción local	6
3. Importaciones	7
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	17
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	19
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	20
VI. DISTRIBUCIÓN	22
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	23
VIII. ANEXOS	25
1. Empresas	25
2. Ferias	25
3. Publicaciones del sector	25
4. Asociaciones	25
5. Otras direcciones de interés	26

CONCLUSIONES

Turquía es uno de los cinco mayores productores del mundo de joyas. Esto indica que es un mercado difícil ya que la producción propia es abundante. Además, tiene un amplio superávit en la balanza comercial de este producto, que cada año se incrementa. Por ello, resulta difícil hacerse un hueco en el mercado turco. Sin embargo, Italia goza de gran prestigio en este mercado y el valor de las importaciones ha ido aumentando a lo largo de los últimos años. Por otro lado, el consumidor de joyas turco es muy exigente y la demanda que se realiza en Turquía es en función de la calidad y de la ostentación de las mismas antes que en función del precio. De ahí que también importen joyas de los Emiratos Árabes unidos puesto que cumple el requisito de país rico y lujoso que tanto atrae a las clases altas del país.

España, además de apostar más fuerte por este negocio en Turquía, necesita muchos medios para acceder a un mercado donde la imagen del lujo vende más que el producto en sí y donde los precios no son significativos. Su presencia actual es escasa y necesita un fuerte impulso si pretende acercarse, dentro de su potencial como productor mediano, al referente turco.

En cuanto a bisutería, el mercado es más accesible aunque las posibilidades para los productores occidentales se reduce cada año por el auge de los productos orientales, sobre todo chinos, con los que Europa no puede competir a nivel de precios. El mercado de bisutería fina, o de cierta calidad, es sin embargo interesante y podría ser una posibilidad para las empresas españolas.

El resto de mercados estudiados, orfebrería, perlas y monedas son de escaso comercio y consumo en el país.

I ■ DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Este estudio se centra en la industria de la joyería, bisutería, orfebrería, perlas y monedas.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Las partidas arancelarias comprendidas en el estudio son las siguientes:

- 7113: Artículos de joyería y sus partes, de metales preciosos o de chapados de metales preciosos.
- 7114: Artículos de orfebrería y sus partes, de metales preciosos o de chapados de metales preciosos.
- 7116: Manufacturas de perlas finas o cultivadas, de piedras preciosas, semipreciosas, sintéticas o reconstituidas.
- 7117: Bisutería.
- 7118: Monedas.

II. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

En Turquía se transforman anualmente 400 toneladas de oro en productos de joyería. Cada año, este país ocupa los primeros puestos en producción joyera, situándose casi siempre entre los cinco primeros.

Hay unas 40.000 fábricas, incluyendo tiendas, que se dedican a la producción joyera, 200 de ellas de tamaño mediano y grande. En 50 de ellas se emplea a más de 200 trabajadores (hasta unos 1.500). La mayoría de estas compañías se dedican a todo el proceso, desde la fabricación hasta la venta. En total, esta industria es una de las mayores del país y emplea a 250.000 personas.

La mayoría de la producción se realiza en Estambul, sobre todo en el barrio de Cağaloğlu, pero la producción en Ankara e Izmir también es notable. En el este y el sudeste de Anatolia también se produce joyería, sobre todo oro.

Las técnicas de producción de joyería más comunes en Turquía son el tratado de oro (especialmente el oro liso), plata y piedras preciosas.

La producción de bisutería no es comparable a la de joyería y su importancia en la economía turca es pequeña. Sin embargo, muchas fábricas de joyería fabrican bisutería fina, de piedras o perlas sintéticas, de considerable valor.

No se puede ofrecer una tabla de valores de producción puesto que no existen datos fiables ni oficiales.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

En Turquía sólo hay una mina de oro en Ovacik, en el oeste del país y relativamente cerca de Izmir. Esta mina extrae anualmente entre tres y tres toneladas y media de oro y plata. Como la extracción no es pura, es necesario separar los metales. Esta separación se hace en el extranjero, ya que la refinería de oro del país no cuenta con certificación internacional.

EL MERCADO DE LA JOYERÍA Y BISUTERÍA EN TURQUÍA

En julio de 2004, el gobierno turco aprobó en el parlamento dos leyes referentes a la minería, que han animado a algunas empresas extranjeras interesadas en invertir en minas de oro a acelerar sus indagaciones y proyectos. Una de las leyes consiste en la supresión del IVA a la producción de oro en el país (a la explotación, compra de equipamiento, operación y refinación), y la otra incluye correcciones a la ley anterior sobre minería. Estas leyes se han aprobado para mejorar la competitividad del sector de la minería en Turquía.

Desde 1996, existe en Estambul una refinación de oro fundada con la ayuda del Tesoro turco y la Bolsa de Estambul. Los principales accionistas de la misma son un grupo de bancos turcos. Su objetivo principal es el de potenciar que las familias depositen sus ahorros en oro en los bancos y no los almacenen en casa. Para que esto suceda, es necesario que el oro en forma de joyas se convierta en lingotes. Esta refinación se ha unido en el año 2002 a través de una joint-venture a otra privada creada en 1995, la Halac.

En cuanto a la tecnología, los grandes fabricantes pudieron invertir importando maquinaria moderna y contratando ingenieros metalúrgicos, mecánicos e industriales. Posteriormente, la industria local comenzó a fabricar maquinaria esencial para el sector joyero lo que facilitó disponer de maquinaria de forma más simple y menos costosa. Los fabricantes de joyería turcos fueron los que más maquinaria importaron en la última década y ahora la industria local abastece un tercio de la maquinaria.

Los fabricantes turcos de joyería están iniciando una batalla para crear marcas mundiales y franquicias para llegar directamente al consumidor. Hasta hace poco, todos los minoristas joyeros eran independientes. Sin embargo, recientemente, algunos fabricantes decidieron repartir franquicias y el número de puntos de venta en régimen de franquicia ya alcanza los 200.

3. IMPORTACIONES

A continuación se presentan unas tablas con la información de las importaciones de las partidas arancelarias de este estudio. En cada una de ellas se muestran las importaciones totales de Turquía del exterior, así como los primeros países suministradores en cada uno de los años, la cantidad que suministra España de cada una de las partidas y la cuota de importación de los principales países.

Los hechos más destacables de la partida 7113 (artículos de joyería) son los siguientes:

- En los últimos cinco años, Italia y los Emiratos Árabes Unidos son los dos países principales de los que Turquía ha importado joyería, con gran diferencia entre el primero y el segundo. La cuota de importación de Italia superó en más del doble a la de los EAU en 2007 y la triplicó en 2006.
- España se situó en 2007 en el puesto 16, con una ínfima cuota de importación, así como el resto de países que no gozan de relevancia en el mercado turco.

Los hechos más destacables de la partida 7114 (artículos de orfebrería) son los siguientes:

- Francia se situó en 2007 por delante de Italia, primer país en la importación turca de orfebrería en 2006. Por tanto, Italia pasó a segundo lugar con una cuota de un 41%, seguido de China con un 11% y de India con un 3%.

EL MERCADO DE LA JOYERÍA Y BISUTERÍA EN TURQUÍA

- España tuvo una presencia notable en el mercado turco en 2004 con un 4% de cuota situándose en el tercer puesto.

Los hechos más destacables de la partida 7116 (manufacturas de perlas finas) son los siguientes:

- China es el principal país del que Turquía ha importado perlas en 2007 con un 12% de cuota. Sin embargo, ha sido su valor más pequeño en los últimos tres años.
- Hong Kong es el segundo exportador con un 4% de cuota. Los siguientes países tienen muy poca relevancia con cuotas de importación del 1%.

Los hechos más destacables de la partida 7117 (bisutería) son los siguientes:

- China ocupa el primer lugar en exportación de bisutería a Turquía con una cuota del 74% en 2007. En 2006, alcanzó una cuota del 66% y en 2005 ni siquiera aparece entre los primeros países exportadores. Con esta cuota de mercado, el resto de países tienen poca relevancia, siendo principalmente países asiáticos los que ocupan los puestos posteriores.
- España no aparece entre los diez principales países de los que Turquía importa bisutería.

7113: Artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso

AÑO 2007

Ranking	Valor (en dólares)	% cuota importación
ITALIA	237.464.151	58%
E.A.U	69.832.752	17%
TAILANDIA	27.399.396	7%
CHINA	15.473.314	4%
EE.UU.	13.386.803	3%
HONG KONG	12.477.040	3%
COREA DEL SUR	7.565.029	2%
INDONESIA	6.696.669	2%
INDIA	6.306.937	2%
FRANCIA	4.383.974	1%
Total Top 10	400.986.065	98%
Resto	10.150.793	2%
Total importaciones	411.136.858	100%

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

AÑO 2006

Ranking	Valor (en dólares)	% cuota importación
ITALIA	148.400.449	56%
E.A.U.	35.833.801	13%
TAILANDIA	23.034.415	9%
EEUU	13.519.194	5%

EL MERCADO DE LA JOYERÍA Y BISUTERÍA EN TURQUÍA

COREA DEL SUR	7.993.846	3%
HONG KONG	6.742.068	3%
INDIA	6.084.724	2%
ALEMANIA	4.994.621	2%
CHINA	4.754.753	2%
FRANCIA	2.336.379	1%
Total Top 10	253.694.250	95%
Resto	12.933.394	5%
Total importaciones	266.627.644	100%

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

AÑO 2005

Ranking	Valor (en dólares)	% cuota importación
ITALIA	93.494.204	16%
E.A.U.	31.201.472	5%
TAILANDIA	15.766.623	3%
EEUU	13.797.263	2%
COREA DEL SUR	10.205.277	2%
HONG KONG	3.776.344	1%
INDIA	3.698.958	1%
CHINA	2.469.942	0%
ALEMANIA	2.211.355	0%
ESPAÑA	1.254.328	0%
Total Top 10	177.875.766	30%
Resto	421.145.547	70%
Total importaciones	599.021.313	100%

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

AÑO 2004

Ranking	Valor (en dólares)	% cuota importación
ITALIA	71.063.542	16%
E.A.U.	19.819.530	4%
EEUU	13.577.459	3%
TAILANDIA	13.159.791	3%
COREA DEL SUR	7.325.095	2%
INDIA	3.180.026	1%
HONG KONG	2.153.437	0%
CHINA	1.746.336	0%
ISRAEL	1.249.582	0%
ALEMANIA	1.080.913	0%
Total Top 10	134.355.711	30%
Resto	319.855.788	70%
Total importaciones	454.211.499	100%

EL MERCADO DE LA JOYERÍA Y BISUTERÍA EN TURQUÍA

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

AÑO 2003

Ranking	Valor (en dólares)	% cuota importación
ITALIA	51.394.356	16%
E.A.U.	13.906.861	4%
EEUU	11.944.327	4%
TAILANDIA	6.630.050	2%
COREA DEL SUR	4.485.195	1%
ALEMANIA	2.238.050	1%
INDIA	1.886.614	1%
ISRAEL	1.724.831	1%
BAHREIN	1.126.317	0%
HONG KONG	1.091.194	0%
Total Top 10	96.427.795	30%
Resto	222.006.563	70%
Total importaciones	318.434.358	100%

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

7114: Artículos de orfebrería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso.

AÑO 2007

Ranking	Valor (en dólares)	% cuota importación
FRANCIA	460.467	44%
ITALIA	432.950	41%
CHINA	117.008	11%
INDIA	36.190	3%
TAILANDIA	8.837	1%
		0%
		0%
		0%
		0%
		0%
Total Top 10	1.055.452	100%
Resto	0	0%
Total importaciones	1.055.452	100%

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

AÑO 2006

Ranking	Valor (en dólares)	% cuota importación
ITALIA	362.732	35%
CHINA	247.894	24%
EEUU	25.399	2%

EL MERCADO DE LA JOYERÍA Y BISUTERÍA EN TURQUÍA

Total Top 10	636.025	62%
Resto	388.689	38%
Total importaciones	1.024.714	100%

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

AÑO 2005

Ranking	Valor (en dólares)	% cuota importación
ITALIA	224.182	14%
ALEMANIA	91.835	6%
CHINA	54.886	3%
FRANCIA	31.820	2%
HONG KONG	22.510	1%
CHIPRE DEL NORTE	16.142	1%
ARGENTINA	13.998	1%
EEUU	12.990	1%
REINO UNIDO	4.829	0%
TAIWAN	2.215	0%
Total Top 10	475.407	29%
Resto	1.177.725	71%
Total importaciones	1.653.132	100%

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

AÑO 2004

Ranking	Valor (en dólares)	% cuota importación
GRECIA	315.920	11%
ESPAÑA	114.917	4%
ITALIA	107.882	4%
HOLANDA	61.512	2%
REINO UNIDO	54.939	2%
ALEMANIA	35.586	1%
EEUU	18.544	1%
INDIA	14.264	1%
HONG KONG	12.609	0%
FINLANDIA	8.592	0%
Total Top 10	744.765	26%
Resto	2.078.769	74%
Total importaciones	2.823.534	100%

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

AÑO 2003

Ranking	Valor (en dólares)	% cuota importación
CHINA	192.181	12%

EL MERCADO DE LA JOYERÍA Y BISUTERÍA EN TURQUÍA

ITALIA	62.569	4%
ESPAÑA	58.923	4%
FRANCIA	46.773	3%
TAILANDIA	44.130	3%
ALEMANIA	34.512	2%
REP. CHECA	15.768	1%
EEUU	14.346	1%
GRECIA	11.409	1%
REINO UNIDO	7.877	0%
Total Top 10	488.488	29%
Resto	1.173.698	71%
Total importaciones	1.662.186	100%

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

7116: Manufacturas de perlas finas (naturales) o cultivadas, de piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstituidas).

AÑO 2007

Ranking	Valor (en dólares)	% cuota importación
CHINA	47.793	12%
HONG KONG	16.721	4%
ITALIA	5.217	1%
TAIWAN	4.722	1%
PAKISTAN	3.816	1%
SUIZA	2.833	1%
INDIA	2.735	1%
TAILANDIA	2.171	1%
FRANCIA	2.157	1%
FILIPINAS	1.747	0%
Total Top 10	89.912	22%
Resto	319.744	78%
Total importaciones	409.656	100%

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

AÑO 2006

Ranking	Valor (en dólares)	% cuota importación
CHINA	309.099	69%
INDIA	27.519	6%
HONG KONG	12.701	3%
PAKISTÁN	12.674	3%
ITALIA	11.282	3%
ALEMANIA	5.542	1%
Total Top 10	378.817	85%

EL MERCADO DE LA JOYERÍA Y BISUTERÍA EN TURQUÍA

Resto	66.388	15%
Total importaciones	445.205	100%

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

AÑO 2005

Ranking	Valor (en dólares)	% cuota importación
CHINA	167.251	14%
PAKISTAN	26.497	2%
HONG KONG	22.935	2%
TAILANDIA	13.330	1%
ALEMANIA	12.060	1%
EEUU	10.750	1%
ITALIA	5.933	1%
INDIA	5.302	0%
POLONIA	3.943	0%
AUSTRIA	3.925	0%
Total Top 10	271.926	23%
Resto	891.903	77%
Total importaciones	1.163.829	100%

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

AÑO 2004

Ranking	Valor (en dólares)	% cuota importación
CHINA	131.002	12%
POLONIA	30.295	3%
ITALIA	29.144	3%
HONG KONG	17.925	2%
ALEMANIA	17.451	2%
TAILANDIA	17.344	2%
PAKISTAN	7.259	1%
BRASIL	5.845	1%
INDIA	4.561	0%
TAIWAN	3.904	0%
Total Top 10	264.730	24%
Resto	834.185	76%
Total importaciones	1.098.915	100%

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

AÑO 2003

Ranking	Valor (en dólares)	% cuota importación
CHINA	47793	12%
HONG KONG	16721	4%
ITALIA	5217	1%

EL MERCADO DE LA JOYERÍA Y BISUTERÍA EN TURQUÍA

TAIWAN	4722	1%
PAKISTAN	3816	1%
SUIZA	2833	1%
INDIA	2735	1%
TAILANDIA	2171	1%
FRANCIA	2157	1%
FILIPINAS	1747	0%
Total Top 10	89.912	22%
Resto	319.744	78%
Total importaciones	409.656	100%

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

7117: Bisutería

AÑO 2007

Ranking	Valor (en dólares)	% cuota importación
CHINA	35.652.547	74%
ITALIA	3.959.096	8%
INDIA	1.453.454	3%
TAILANDIA	1.137.199	2%
FRANCIA	1.020.279	2%
HONG KONG	893.967	2%
ALEMANIA	648.116	1%
AUSTRIA	642.301	1%
COREA DEL SUR	638.100	1%
REINO UNIDO	474.070	1%
Total Top 10	46.519.129	96%
Resto	1.783.752	4%
Total importaciones	48.302.881	100%

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

AÑO 2006

Ranking	Valor (en dólares)	% cuota importación
CHINA	24.864.111	66%
ITALIA	2.618.738	7%
INDIA	2.007.482	5%
FRANCIA	1.281.324	3%
AUSTRIA	1.010.181	3%
FILIPINAS	670.349	2%
REPUBLICA CHECA	669.175	2%
HONG KONG	627.160	2%
TAILANDIA	626.891	2%
COREA DEL SUR	573.842	2%

EL MERCADO DE LA JOYERÍA Y BISUTERÍA EN TURQUÍA

Total Top 10	34.949.253	93%
Resto	2.607.016	7%
Total importaciones	37.556.269	100%

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

AÑO 2005

Ranking	Valor (en dólares)	% cuota importación
ALEMANIA	402.425	3%
ITALIA	358.093	3%
GRECIA	163.276	1%
CANADA	150.916	1%
HOLANDA	146.114	1%
EEUU	142.643	1%
IRAK	117.622	1%
RUSIA	107.505	1%
ESPAÑA	85.603	1%
REP. CHECA	83.751	1%
Total Top 10	1.757.948	13%
Resto	12.278.461	87%
Total importaciones	14.036.409	100%

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

AÑO 2004

Ranking	Valor (en dólares)	% cuota importación
CHINA	7.482.295	11%
FRANCIA	439.802	1%
AUSTRIA	435.460	1%
COREA DEL SUR	387.055	1%
REP. CHECA	282.446	0%
ITALIA	261.229	0%
HONG KONG	220.686	0%
INDIA	190.575	0%
REINO UNIDO	157.737	0%
EEUU	155.500	0%
Total Top 10	10.012.785	15%
Resto	56.260.689	85%
Total importaciones	66.273.474	100%

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

AÑO 2003

Ranking	Valor (en dólares)	% cuota importación
CHINA	3.717.794	11%

EL MERCADO DE LA JOYERÍA Y BISUTERÍA EN TURQUÍA

AUSTRIA	378.346	1%
FRANCIA	220.105	1%
ITALIA	194.886	1%
COREA DEL SUR	183.716	1%
HONG KONG	182.159	1%
FILIPINAS	175.360	1%
TAIWAN	163.210	0%
REP. CHECA	141.578	0%
INDIA	116.209	0%
Total Top 10	5.473.363	17%
Resto	27.283.388	83%
Total importaciones	32.756.751	100%

Fuente: Instituto de Estadísticas de Turquía

De la partida 7118 (monedas) no existen datos al ser un mercado residual.

ICEX

III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

La demanda de joyería en Turquía, especialmente de oro, es muy elevada. Los turcos compran joyería como adorno y como inversión. El oro en Turquía tiene una gran relevancia emocional y social. Se regala en bodas en formas de monedas, es el regalo típico que demuestra amistad y es símbolo de estatus social. La costumbre de regalar oro y de darle tanta importancia a las joyas en general viene de la tradición de los diferentes pueblos que vivieron en lo que ahora es Turquía a lo largo de la historia.

Además, el oro se compra también como inversión, casi siempre en forma de joyas. En un país en el que la moneda local ha sido tradicionalmente débil y la inflación fue muy alta y todavía sigue manteniéndose a niveles comparativos altos, parece lógico que se tienda a invertir en un activo más estable. Hoy por hoy, se calcula que en las casas turcas se acumulan unas 6.000 toneladas de oro. Después de la India, Turquía es el país que más invierte en este metal.

El cliente turco es exigente y suele mostrar un relativo conocimiento de la calidad y el trabajo de cada joya. Les atrae sobre todo el oro. Las piedras preciosas (diamantes, rubíes, zafiros y esmeraldas) y las piedras especiales (el ámbar y el ópalo) son un símbolo de estatus al que la clase alta turca rara vez renuncia. Es importante tener en cuenta que el producto local está muy bien valorado y se cree, siendo además en la mayoría de los casos cierto, que su calidad es la misma que la del resto de países que destacan en joyería. Además, las joyas con motivos inspirados en los de las antiguas civilizaciones turcas y los de motivos orientales, en general, tienen una amplia aceptación. Aunque la joyería turca se está adaptando cada vez mejor a la demanda del cliente y se centra, por tanto, en la moda y el diseño. Ahora el mercado exige al fabricante lo que quiere y antes el fabricante siempre ha vendido lo que ha fabricado. A este cambio se ha adaptado muy bien el sector joyero turco.

Los turcos son en general bastante supersticiosos y el mercado de joyería con objetos «protectores» está muy desarrollado, incluso entre las clases menos pudientes. Tienen mucho éxito, además, las joyas realizadas sobre encargo y las joyerías suelen disponer de este servicio y ser capaces de ejecutar un diseño concreto en veinticuatro horas.

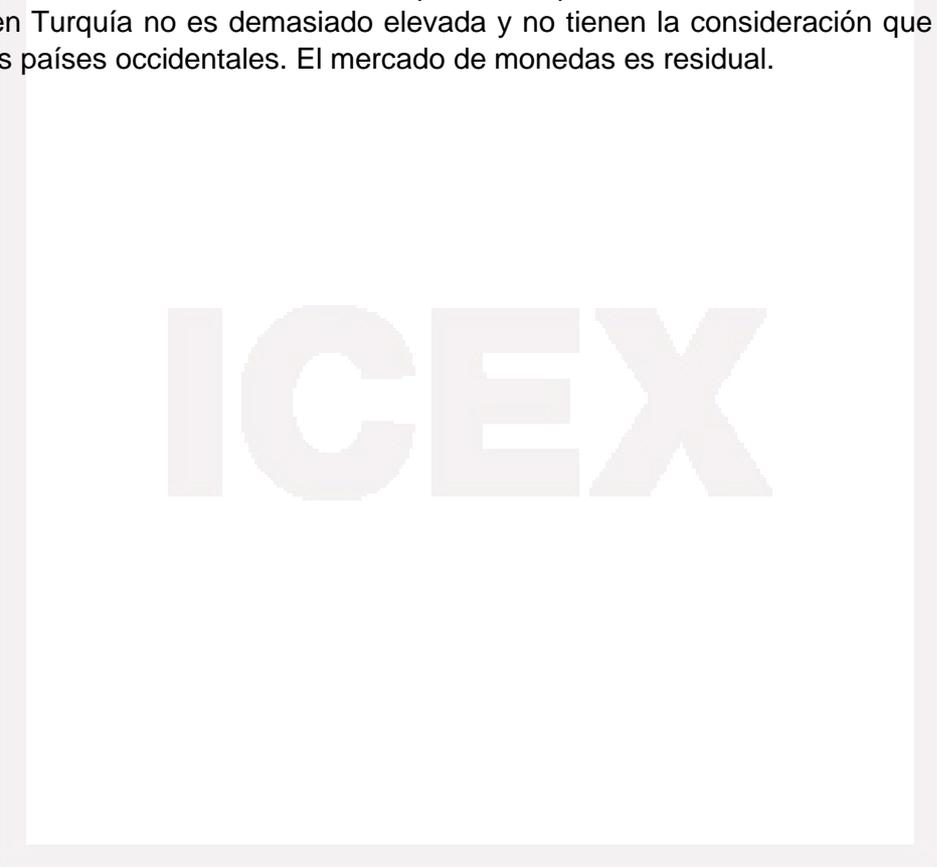
De fuera de Turquía se consideran de calidad extraordinaria las joyas procedentes de Italia y de la India, así como de la mayoría de países árabes y otros países del sudeste asiático. La demanda de joyas que se realiza en Turquía es en función de la calidad y de la ostentación de las mismas antes que en función del precio. Teniendo en cuenta que Turquía es exporta-

EL MERCADO DE LA JOYERÍA Y BISUTERÍA EN TURQUÍA

dor nato y la importación de joyería es relativamente pequeña, la joya extranjera que entre en Turquía debe ser casi excepcional para encontrar mercado.

La demanda de bisutería es muy diferente. La bisutería fina, demandada también por las clases altas, se caracteriza por la importancia del diseño y de la moda especialmente, pero la bisutería más económica se consume siempre en función del precio. De ahí que su origen no sea tan importante y sea China el principal país del que se importa. El consumo de bisutería en relación al de joyería es bastante escaso. Sin embargo, a la hora de introducir bisutería extranjera en Turquía, su aceptación puede ser mucho mayor ante diseños o calidades medias ya que la producción de bisutería es escasa y el país suele importarla.

La demanda de orfebrería es fundamentalmente de objetos decorativos recargados y, en base al estatus social y no responde a modas ni a calidad. Eso sí, los motivos tradicionales otomanos o de otras civilizaciones son los preferidos por los turcos. En cuanto a las perlas, la demanda en Turquía no es demasiado elevada y no tienen la consideración que pueden tener en otros países occidentales. El mercado de monedas es residual.



ICEX

IV ■ PRECIOS Y SU FORMACIÓN

En Turquía, el oro y la plata se venden al peso, lo que significa que el precio de la mano de obra es muy bajo, ya que el precio es, en general, independiente de la elaboración de la joya. No obstante, las joyas más caras no se venden al peso.

La plata que se vende en Turquía tiene una pureza de 900 frente a la de 925 que tiene la plata que se comercializa en España. Hay oro desde 8 hasta 24 quilates, pero el más vendido es el de 21 quilates porque lo consideran más oro, seguido del de 18.

El precio medio del oro en la bolsa de Estambul en el 2007 fue de 692,52 dólares/onza y el precio medio de la plata, 13,51 dólares/onza. El 17 de junio de 2008, el precio del oro fue de 879 dólares/onza y el de la plata 17,60.

En general, el precio de las joyas en Turquía es ligeramente inferior al precio de las joyas en España. El precio de la bisutería es muy similar.

V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

España ocupa un porcentaje muy pequeño del volumen de mercado de joyería y bisutería turco. No obstante, el porcentaje de negocio que tiene España en Turquía es superior en bisutería que en joyería. España ha exportado a Turquía 980 miles de dólares y 931 miles de dólares en 2006 y 2007 respectivamente mientras que ha exportado 4.123 miles de dólares y 4.009 miles de dólares en los mismos años en bisutería.

Ninguna empresa española de cualquiera de los dos sectores estudiados tiene presencia con tienda propia o fábrica en el país. Actúan en la mayoría de los casos por medio de representantes turcos, una práctica muy extendida entre las empresas europeas.

España no tiene una imagen fuerte ni es un referente joyero para Turquía. Italia es el país europeo mejor consolidado y, aunque España les evoca cierta similitud con este país, las calidades y el diseño italiano están, al menos en percepción para los turcos, muy lejos de los de cualquier otro país de la UE. Alemania también tiene un destacado volumen de negocio con Turquía debido sobre todo a los fuertes lazos entre Turquía y Alemania en términos de emigración.

A los turcos les gustan los diseños orientales y el trabajo en joyería y bisutería fina de países asiáticos o de la península arábiga, por lo que la mayoría de su comercio se concentra en esos países y dista mucho de la percepción en España de la joyería. Diseños recargados, inspirados en Oriente y de una extraordinaria calidad podrían resultar llamativos en el mercado turco. Aun así, hay que tener en cuenta que dada la elevada producción ya existente en el país, el mercado es complicado, a pesar del notable número de consumidores. Hay que contar además con que muchos clientes son extranjeros y tan solo consumen producción local o de países vecinos.

El producto español es medianamente conocido y, entre los expertos, considerado de buena calidad. El problema radica en que los exquisitos consumidores turcos no lo aprecian ya que no existe la imagen de España como país de lujo, lo que hace muy difícil la venta de productos en los que el precio no es una variable importante.

Aun así, la presencia de empresas españolas, aunque pocas, en las ferias del sector es un paso importante. Aunque lo fundamental es llegar al cliente final y no al joyero, que ya está convencido de las cualidades del producto español.

EL MERCADO DE LA JOYERÍA Y BISUTERÍA EN TURQUÍA

El mercado de la orfebrería es similar al de la joyería y el producto español no es conocido porque apenas se realizan importaciones. La orfebrería española, sin embargo, es del gusto turco ya que suele ser muy labrada, trabajada y de alta calidad. Tendría posibilidades de desarrollo a pesar de los bajos precios de la producción nacional si se consigue un producto atractivo de coste ajustado.

En cuanto a joyería en perlas, España debería promocionar sus productos, que en Turquía no están encajados dentro de la joyería propiamente dicha y ni son muy apreciados ni fabricados en el país. Es un mercado que parece potencialmente interesante y en el que España, con perlas de muy buena calidad triunfando en otros mercados, puede tener un importante nicho de mercado si se consigue cambiar la situación de desconocimiento del producto por parte del consumidor turco.

La bisutería (exceptuando la fina, que funciona como la joyería) en Turquía se vende en función del precio y del diseño. España ya tiene presencia en este mercado y sus productos son equiparables para el consumidor turco al país europeo más valorado en bisutería, Francia. Sin embargo, la dura competencia de los países asiáticos hace que la cuota de mercado sea reducida, ya que los precios de países como China especialmente son imposibles de igualar debido al elevado precio de la mano de obra europea. Por ello, sería interesante plantearse la producción en la propia Turquía, un país donde la mano de obra es barata.

ICEX

VI. DISTRIBUCIÓN

En Turquía hay muchas pequeñas joyerías independientes instaladas generalmente en el centro de las ciudades y en centros comerciales. Estas tiendas se aprovisionan de fabricantes locales o si la tienda es también fabricante, algo bastante habitual, de materias primas casi en su totalidad importadas. Las joyerías están especializadas por gamas y abundan las de alta calidad y diamantes. Los diseñadores de joyas no suelen tener tiendas propias y venden en tiendas de calidad superior, generalmente ubicadas en centros comerciales. Es importante destacar la presencia de joyerías en hoteles y en bazares. En los bazares, sobre todo en el Gran Bazar de Estambul y sus alrededores, hay numerosas joyerías de productos nacionales. También los anticuarios se muestran interesados por las joyas, incluidas las extranjeras. Dentro de este esquema, puede incluirse el pequeño mercado de ventas de joyería con perlas que hay en el país.

Dado que muchas tiendas son fabricantes, es necesario tener en cuenta que la exportación directa a tiendas será a pequeña escala, ya que ninguna joyería venderá en exclusiva una marca extranjera. Los distribuidores no son muchos pero suelen poseer una buena cartera de clientes. La opción del distribuidor es la preferida por las marcas europeas, mientras que las asiáticas prefieren la implantación en el país.

Los objetos de orfebrería se venden en joyerías, en tiendas de hogar muy especializadas y en anticuarios y no fabrican en tiendas, por lo que los establecimientos al público compran directamente a las fábricas. La importación puede ser directa o vía distribuidor, teniendo éste la misma importancia que en el sector joyero.

En cuanto a la bisutería, podemos dividir el mercado en dos respecto a la distribución. La bisutería fina que se vende en joyerías tiene la misma distribución que una joya y también se diseña y fabrica en las tiendas que fabrican joyería. Por otra parte, la bisutería más barata suele venderse en tiendas de regalos o de accesorios, que no se dedican a la fabricación. Estas tiendas compran de almacenes que acumulan producción local o importaciones, por lo que la distribución suele hacerse mediante mayorista

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Desde 1993 no hay restricciones de acceso al mercado turco para metales (salvo oro y plata) y piedras preciosas. La importación está exenta de cualquier arancel de entrada para exportaciones procedentes de cualquier país.

Sin embargo, el oro sólo se puede importar a través de 56 miembros autorizados por la Bolsa de Oro de Estambul, que consisten en bancos comerciales, empresas de metales preciosos y oficinas de divisas que obtuvieron su certificado de afiliación a través de la Subsecretaría del Tesoro de Turquía. Sólo estos miembros pueden importar y comerciar oro y otros metales preciosos en el mercado. ¿Qué certificado es éste?. Definir. Desde 1995 hay una Bolsa de oro en Estambul que comercia con oro estándar y no estándar, plata y platino. En su página Web, www.iab.gov.tr, se pueden consultar todos los movimientos del oro y otros metales preciosos además de los bancos comerciales que importan oro. La importación de oro y plata está sujeta a aranceles a la importación para los países del Sistema de Preferencias Generalizado. Este arancel es de entre el 2,5% para plata y metales preciosos y el 4% para metales recubiertos de metales preciosos.

La orfebrería está sujeta a un arancel del 2% para los países del SPG. La bisutería está sujeta a un arancel del 4% para los mismos países en los que el oro y la plata pagan arancel. Las monedas están exentas de cualquier arancel.

Los requisitos técnicos incluidos en el Instituto de Estandarización Turco (TSE), para joyería son:

TS EN 28653 12.03.1996

Jewellery-Ring Sizes-Definition, Measurement and Designation

TS EN 29202 03.09.1996

Jewellery; fineness of precious metal alloys

TS EN ISO 11210 06.10.1998

Determination of platinum in platinum jewellery alloys - Gravimetric method after precipitation of diammonium hexachloroplatinate

EL MERCADO DE LA JOYERÍA Y BISUTERÍA EN TURQUÍA

TS EN ISO 11489 25.05.1998

Determination of Platinum in Platinum Jewellery Alloys-Gravimetric

Determination by Reduction With Mercury (I) Chloride

TS EN ISO 11490 25.05.1998

Determination of Palladium in Palladium Jewellery Alloys-Gravimetric

Determination With Dimethylglyoxime

TS EN 31426 24.02.1998

Determination of gold in gold jewellery alloys-Cupellation method (fire assay)

TS EN 31427 20.01.1998

Determination of silver in silver jewellery alloys-Volumetric (potentiometric)

method using potassium bromide

TS prEN 31494 08.04.1999

Determination of platinum in platinum jewellery alloys- ICP- Solution spectrometric method using yttrium as internal standard element

TS prEN 31495 09.04.1999

Determination of palladium in palladium jewellery alloys- ICP- Solution spectrometric method using yttrium as internal standard element

TS ISO 10713 02.03.2004

Jewellery-Gold alloy coatings

TS ISO 13756 30.03.2004

Determination of silver in silver jewellery alloys-Volumetric (potentiometric) method using sodium chloride or potassium chloride

TS EN 1904 29.04.2003

Precious metals-The finenesses of solders used with precious metal jewellery alloys

TS EN ISO 11426 10.11.2005

Determination of gold in gold jewellery alloys – Cupellation method

VIII. ANEXOS

1. EMPRESAS

Listados de Fabricantes de joyería, Importadores-Distribuidores de joyería (incluidos fabricantes que importan), Maquinaria de joyería, Fabricantes e importadores de bisutería. La Oficina Comercial pone a su disposición como servicio personalizado un completo listado de distribuidores con información de interés sobre todos ellos. Para contratar este servicio puede contactar con esta Oficina Comercial o bien entrar en www.icex.es o llamar al 902349000.

2. FERIAS

JEWEX'08 Wedding ring, gold & silver ornament, jewellery, watch fair. Bursa.

26º Istanbul Jewelry Show-I. Estambul. Página Web: www.rotaforte.com

Gold Antalya 2008. Antalya.

Adana Jewellery 2008. Adana.

4ª Cukurova Gold and Jewellery Fair. Gaziantep.

27º Istanbul Jewelry Show-II. Estambul. Página Web: www.rotaforte.com

3. PUBLICACIONES DEL SECTOR

Gold News Journal: publicado por la asociación de joyeros de Estambul desde 1991 en turco y en inglés y se distribuye en Turquía y en capitales significantes del mundo.

TAJ Magazine: publicada por la Asociación de Joyeros Turcos. Incluir páginas web o alguna referencia

4. ASOCIACIONES

ASOCIACIÓN DE JOYEROS (ISTANBUL
CHAMBER OF JEWELLERY)

Piyerloti Cad. Saka Is hanı No: 11-13/3

Çemberlitas, Estambul

Tel.: 0212-5162757/5184904

Fax: 0212-5161278

E-mail: info@iko.org.tr

Web: www.iko.org.tr

JEWELLERY EXPORTER'S ASSOCIATION

Dis ticaret kompleksi

A-blok cobancesme mevkii, Sanayi Cad.

34530 Yenibosna, Bahcelievler, Estambul

Tel.: 0212-4540000

EL MERCADO DE LA JOYERÍA Y BISUTERÍA EN TURQUÍA

Fax: 0212-4540001
E-mail: immib@immib.org.tr
Web: www.immib.org.tr

TURKISH ASSOCIATION OF JEWELLERS
Dis ticaret kompleksi

A-blok çobançesme vevkii, Sanayi Cad.
34530 Yenibosna, Bahçelievler, Estambul
Tel.: 0212-4540000
Fax: 0212-4540001
E-mail: taj@taj.org.tr
Web: www.taj.org.tr

5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

BOLSA DE ORO DE ESTAMBUL
Rihtim Caddesi No. 231-233
80030, Karakoy, Estambul
Tel.: 0212-2926600
Fax: 0212-2926618
E-mail: iab@iab.gov.tr
Web: www.iab.gov.tr

ISTANBUL GOLD REFINERY (REFINERIA ES-
TAMBUL)
Kapaliçarsi, Acıçesme Sk. No.12
34440 Eminonu, Estambul (En el Gran Bazar)
Tel.: 0212-5127437/5264623
Fax: 0212-5272141
E-mail: info@iar.com.tr
Web: www.iar.com.tr

ICEX