



OPORTUNIDADES DEL MERCADO DE JOYERÍA EN ESPAÑA



Frankfurt, 2015

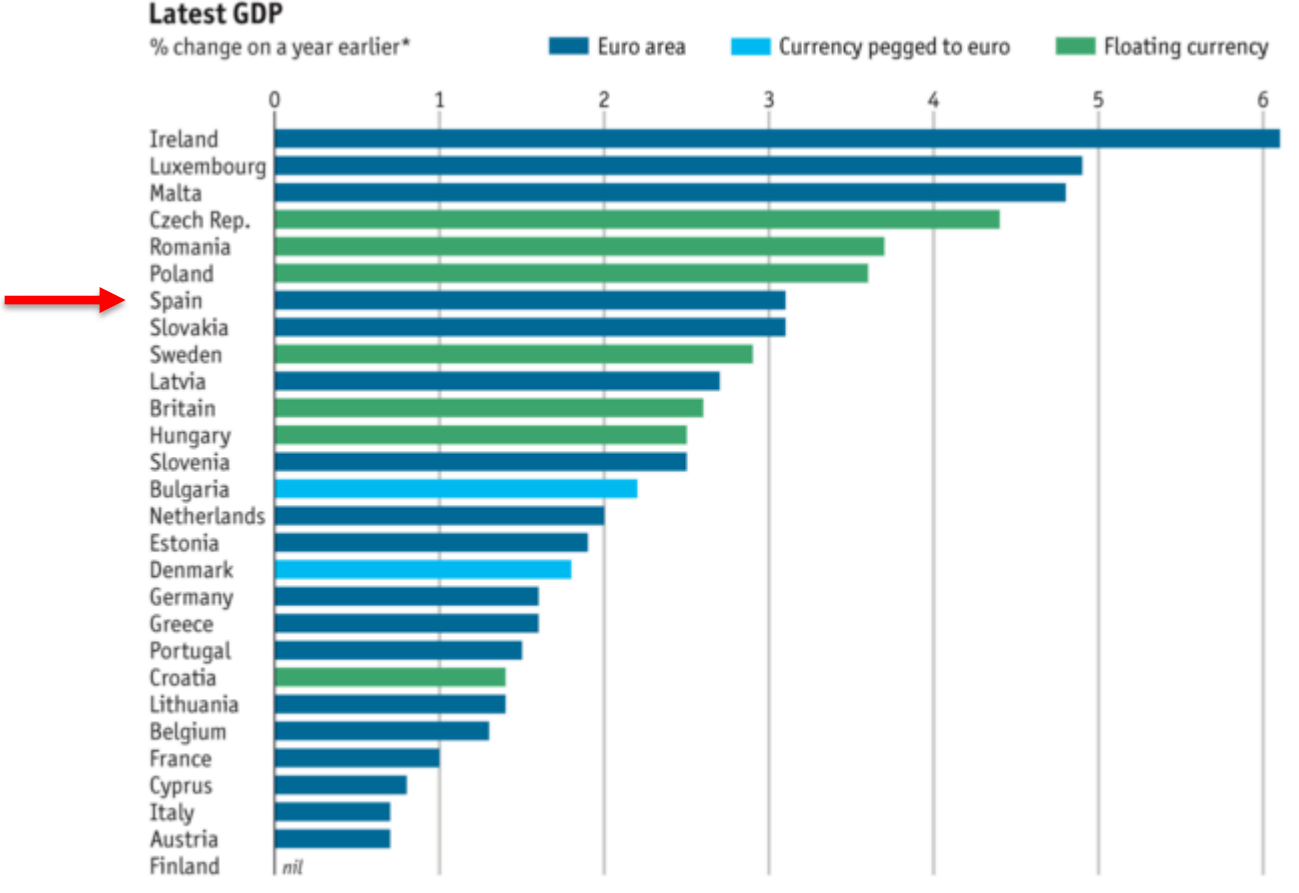


PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Contenido

- Características del mercado y tendencias actuales
- Competencia
- Producción
- Importaciones
- Canales de distribución
- Normatividad

España va recuperándose de la crisis



Source: Eurostat

*Q2 2015 or latest



El FMI estima que la economía española crecerá en **3,1%** en 2015, ubicándose como el **séptimo país con más crecimiento en Europa.**

*PIB a precios actuales

La economía se recupera y el mercado de la joyería también



PIB* no. 14 en el mundo

5° en Europa

2014: **US\$1.404 miles de millones**

Casi 4 veces el de Col

\$ x



Mercado no. 21 a nivel mundial 2015:

ventas estimadas **por US\$1.443,8 millones**



PIB per cápita no. 25 del mundo

14° en Europa

2014: **US\$30.262**

Casi 4 veces el de Colombia

5° Mercado para joyería en Europa

1.6% crecimiento anual
2015 - 2020

Características del mercado

1. Importancia del aspecto

Los consumidores están orientados hacia la moda. Las tendencias son de gran relevancia.

2. La joyería hace parte de la tradición

Los artículos de joyería son el principal regalo en las celebraciones religiosas como la Primera Comunión, bautizos, celebración de Reyes. Abril y mayo son los meses de Primeras Comuniones y en estos hay un pico de ventas de joyería tradicional.

3. El oro es el material predilecto

El oro es el material preferido por los consumidores tanto en joyería tradicional como en versiones modernas.

Crisis económica 2008



1. Importancia de la apariencia
2. La joyería hace parte de la tradición
3. El oro es el material predilecto

Tendencias actuales

Segmento Premium concentrado en las marcas internacionales

El segmento más alto del consumo ha permanecido casi inalterado. Los consumidores con mayor poder adquisitivo han mantenido el consumo de joyería de alta gama.

Estos prefieren marcas reconocidas internacionalmente como Cartier, Bulgari, Boucheron, entre otros.

TIFFANY & CO.

BOUCHERON
PARIS

B V L G A R I

JEWELLERY WATCHES ACCESSORIES FRAGRANCES GIFTS NEWS THE MAISON HOTELS Q

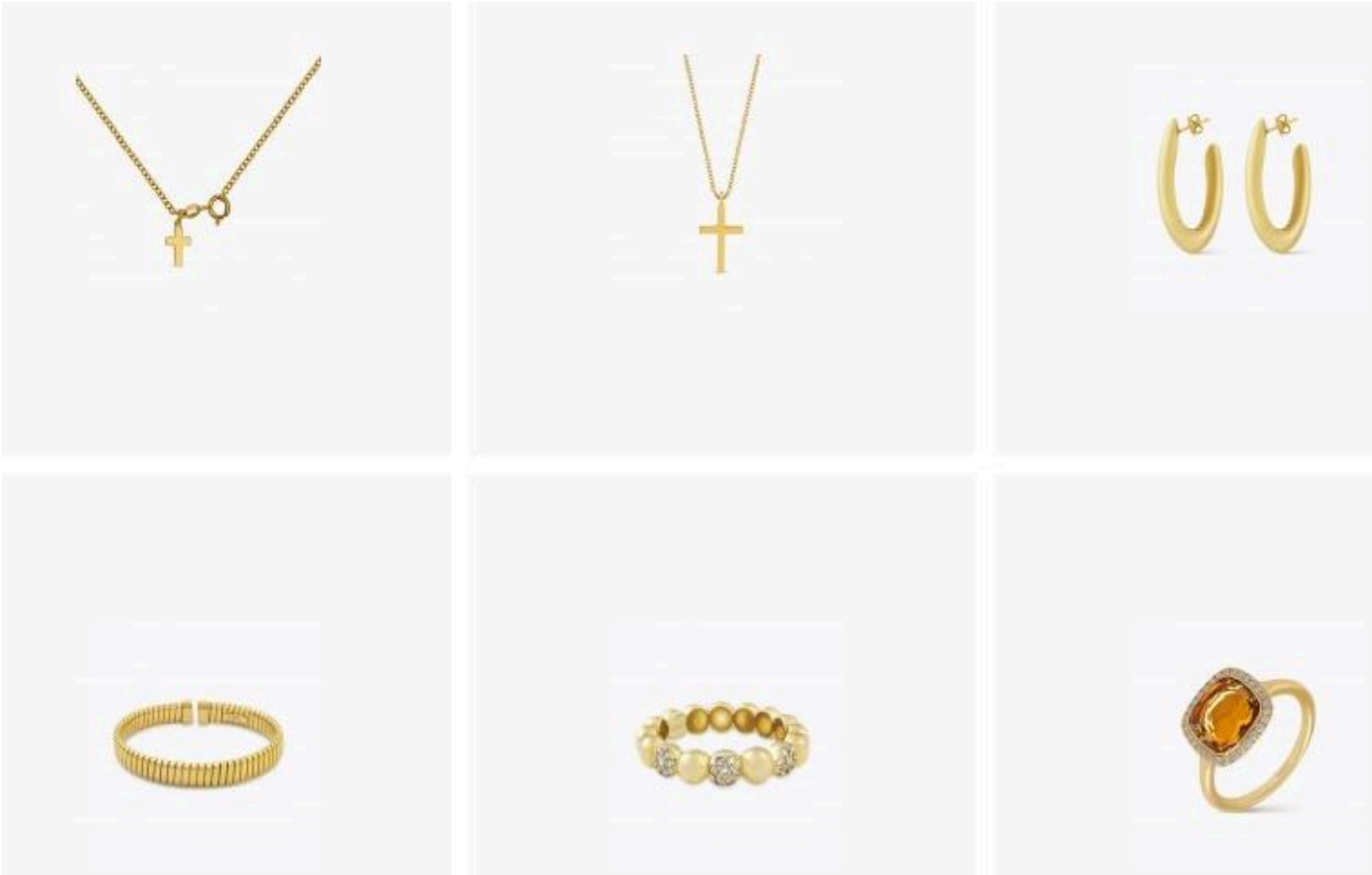
Cartier

Precaución en el gasto

Tras los años de crisis por los que ha pasado España, los consumidores ha adoptado una aptitud precavida a la hora de comprar productos de lujo. Esto afecta en gran medida al mercado de la joyería, pues el precio unitario es bastante alto comparado con otros productos.

Sin embargo, en 2015 es el primer año tras el 2008 en el que las compras de joyería han mostrado un comportamiento positivo.

Importancia del oro



La joyería de oro equivale a más del 26% de las ventas de joyería en España.

Tradición + celebraciones católicas

TOP 1. oro 18 quilates

—————> Nuevas oportunidades para

9 quilates

Plata

Plata chapada en oro

Accesorios a la moda

Combinación de metales

Ya que los consumidores no están dispuestos a gastar tanto en una sola pieza de joyería, las marcas presentes en el mercado se han adaptado mezclando materiales más económicos con metales preciosos.

aristocrazy

TOUS



< Volver al listado >

ANILLO CON CADENA GALLONADA EN PLATA/ORO AMARILLO
€ 119,00

DESCRIPCIÓN [LEER MÁS](#)

TALLA [Guía de tallas](#)

Elige una opción...

Añadir al carrito [Añadir a mis deseos](#)



Participación % por metales de las ventas de joyería en España

Metal	Part.% valor de las ventas 2015
Plata	30,6
Oro	26,3
Aleación de metales	12,9
Platino	25,5
Otros	4,7
Total	100

59€

CANTIDAD ▾

AÑADIR A TU BOLSA TOUS

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

• Pendientes TOUS Follow de vermeil con espinelas. Cierre presión. Motivo: 1,45cm. Vermeil: Plata de primera ley cubierta por un baño de oro de 18Kt.

DETALLES DEL ENVÍO

TOUS GIFT

REPARACIONES

Perlas y piedras semi preciosas son las más compradas.

En cuanto a la pedrería, en España se prefieren las gemas diferentes a los diamantes, principalmente perlas, y piedras semipreciosas, principalmente cuarzos y ónix.

SORTIJA CON PIEDRA TALLA COJÍN EN PLATA/ORO ROSA CON CUARZO FUMÉ

€ 119,00

Sortija con piedra talla cojín en plata de ley recubierto de oro rosa de 18 kts con cuarzo fumé



ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

- Pendientes Tack de vermeil con corazón y punta de rodonita. Motivo: 7,4mm. Cierre de gancho. Vermeil: Plata de primera ley cubierta por un bany d'or rosa de 18Kt.

65€



UTOPIAN

Sortija de plata con topacio central talla oval custodiada por amatistas talla oval

340,00 €

Tendencias de la moda priman sobre la joyería tradicional

Actualmente las tendencias de la moda tienen un gran impacto en la elección de los accesorios, incluyendo la joyería.

En los últimos años los accesorios grandes han estado de moda. Esto ha beneficiado a la venta de accesorios de fantasía, pues este tipo de accesorios son demasiado costosos en materiales preciosos, por lo cual los consumidores han preferido optar opciones más económicas.



[< VOLVER A LA SELECCIÓN](#)

Colgante de oro rosa con motivo central de zafiro rosa y orla de brillantes blancos.

FIRMA
Amuletto

TALLA O MEDIDA
Cadena de 45 cm.

CÓDIGO RABAT
P002302803

RABAT

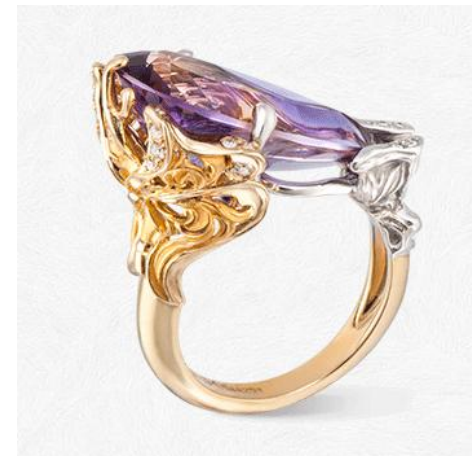
990 €

IVA INCL.

Accesorios discretos vs. a la moda

Las consumidoras españolas prefieren las piezas de joyería pequeñas y discretas para el uso diario, mientras que el uso de joyería más llamativa se reserva para las ocasiones especiales.

En cuanto al diseño, los consumidores buscan piezas novedosas y sobre todo únicas. Quienes compran joyería de alta gama esperan tener piezas únicas, que no sean producidas en masa. En esta medida, los consumidores prefieren piezas de joyería de diseñadores independientes.



Pulsera Sweet Dolls de Vermeil
199€



Pulsera New Sweet Dolls de Oro
1.985€





Las pulseras y los collares son los accesorios más comprados

Esto se debe a que tanto pulseras como collares son percibidos como accesorios de moda



Los aretes son en muchas ocasiones prendas de uso diario para el trabajo, por lo cual en su mayoría se prefieren accesorios discretos.

Mercado masculino en crecimiento

El mercado masculino es interesante en España, tanto para la joyería de oro como de plata. Es tradicional el uso de cadenas de oro con crucifijos y de pulseras con una placa donde se pueda gravar alguna letra o leyenda.

Además ha aumentado el consumo de pulseras, anillos, aretes y piercings para hombre en plata, con otros materiales como caucho y cuero.



Competencia

Las marcas internacionales tienen gran participación en el mercado

Marca	Empresa	Part.% ventas 2014
Tous	Joyería Tous SA	7,6
Bvlgari	LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA	6
Pandora	Pandora A/S	4,9
Boucheron	Kering SA	4,3
Chaumet	LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA	2,8
Cartier	Richemont SA, Cie Financière	2,1
Carrera & Carrera	Carrera y Carrera SA	1,5
Tiffany & Co	Tiffany & Co	1,4
Van Cleef & Arpels	Richemont SA, Cie Financière	1
Majorica	Majorica SA	1
Rabat	Flash d'Or SL	0,9
Joyería Suárez	Grupo Suárez	0,7
Luxenter	Luxenter Joyeros SL	0,7
Pedro Duran	Pedro Duran SA	0,4
Morellato	Morellato & Sector SpA	0,4
Folli Follie	Folli Follie Group	0,2
Aristocrazy	Grupo Suárez	0,2
Guess	Guess Inc	0,2
Prada	Prada SpA	0,1
Gucci	Kering SA	0,1
Otros	Otros	63,4
Total	Total	100

- Las principales 20 marcas tienen el 36,5% de participación
- 19,3% equivalen a marcas de Premium reconocidas internacionalmente

Las marcas internacionales tienen gran participación en el mercado

Marca	Empresa	Part.% ventas 2014
Tous	Joyería Tous SA	7,6
Bvlgari	LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA	6
Pandora	Pandora A/S	4,9
Boucheron	Kering SA	4,3
Chaumet	LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA	2,8
Cartier	Richemont SA, Cie Financière	2,1
Carrera & Carrera	Carrera y Carrera SA	1,5
Tiffany & Co	Tiffany & Co	1,4
Van Cleef & Arpels	Richemont SA, Cie Financière	1
Majórica	Majorica SA	1
Rabat	Flash d'Or SL	0,9
Joyería Suárez	Grupo Suárez	0,7
Luxenter	Luxenter Joyeros SL	0,7
Pedro Duran	Pedro Duran SA	0,4
Morellato	Morellato & Sector SpA	0,4
Folli Follie	Folli Follie Group	0,2
Aristocrazy	Grupo Suárez	0,2
Guess	Guess Inc	0,2
Prada	Prada SpA	0,1
Gucci	Kering SA	0,1
Otros	Otros	63,4
Total	Total	100

- De las principales 20, 4 fueron marcas internacionales dirigidas al segmento medio con participación de 5,7%
- Del 36,5% de participación que tuvieron las principales 20 marcas en el mercado, 25% correspondieron a marcas internacionales.

Las marcas internacionales tienen gran participación en el mercado

Marca	Empresa	Part.% ventas 2014
Tous	Joyería Tous SA	7,6
Bvlgari	LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA	6
Pandora	Pandora A/S	4,9
Boucheron	Kering SA	4,3
Chaumet	LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA	2,8
Cartier	Richemont SA, Cie Financière	2,1
CARRERA & CARRERA	CARRERA Y CARRERA SA	1,5
Tiffany & Co	Tiffany & Co	1,4
Van Cleef & Arpels	Richemont SA, Cie Financière	1
Majórica	Majorica SA	1
Rabat	Flash d'Or SL	0,9
Joyería Suárez	Grupo Suárez	0,7
Luxenter	Luxenter Joyeros SL	0,7
Pedro Duran	Pedro Duran SA	0,4
Morellato	Morellato & Sector SpA	0,4
Folli Follie	Folli Follie Group	0,2
Aristocrazy	Grupo Suárez	0,2
Guess	Guess Inc	0,2
Prada	Prada SpA	0,1
Gucci	Kering SA	0,1
Otros	Otros	63,4
Total	Total	100

- De las principales 20, 8 fueron marcas españolas con participación de 13%.

LUXENTER

RELOJES COLECCIONES INSPIRACIÓN LA JOYA SOBRE LUXENTER

Talla Precio

LUXENTER PLATA - ANILLOS - LUXENTER
PLATA
Anillo Thaba
Cod: X572R729

159 €

Anillo Thaba en plata, bañado en oro rosa con una imponente amatista, coronado por aristas irregulares en el centro. (Brazo de 8mm, piedra de 30mm de largo x 24mm de ancho x 9mm de alto).

AÑADIR A MI CARRITO

+ ENVIOS
+ DEVOLUCIONES
+ GARANTÍAS

ENVIAR

Segmento medio español

Joyería Suárez <http://joyeriasuarez.com/es/>

Aristocrazy <http://www.aristocrazy.com/es/>

aristocrazy

Anillo con araña en plata de ley recubierto de oro amarillo de 18 kts



€ 69,00



€ 59,00



€ 49,00



€ 89,00



€ 69,00



€ 59,00



€ 149,00



€ 89,00

Colgante pluma en plata de ley recubierto de oro amarillo de 18 kts.No incluye cadena



NUESTRAS JOYAS

Sortija de oro rosa con topacio central talla marquise con orla de carré de topacios y brazos de baguette de topacios

1.750,00 €



ONE

Pulsera One Color con perla Tahití y detalles en plata

175,00 €

Segmento medio español

- Tous <http://www.tous.com/es-es/>
- Majorica <http://www.majorica.com/es/>
- Rabat <http://www.rabat.net/es/joyas.html>
- Joyería Suárez <http://joyeriasuarez.com/es/>
- Luxenter <http://www.luxenter.com/>
- Aristocrazy <http://www.aristocrazy.com/es/>

LUXENTER



LUXENTER PLATA - ANILLOS - LUXENTER PLATA
Anillo Ronaana
 Cod: K2024278

239 €

Anillo Ronaana de plata bañada en rodio, rodeada con circonitas zafiro que enmarcan el doblete de madreperla blanco coronándole en el centro. (Brazo 3mm + pieza central de 28mm x 19mm).

AÑADIR A MI CARRITO

+ ENVÍOS

+ DEVOLUCIONES

+ GARANTÍAS

ENVIAR

aristocrazy

COLGANTE PLUMA EN PLATA/ORO AMARILLO

€ 179,00



Colgante pluma en plata de ley recubierto de oro amarillo de 18 kts.No incluye cadena

MAJORICA
1890

RABAT

TOUS



NOVEDAD

Anillo WHY NOT
49,00 €



NOVEDAD

Anillo WHY NOT
49,00 €



Pendientes Cuarzo Blue Pink
640 €



Anillo Topacio Rosa
1.465 €



Pulsera Beach de Vermeil
110€



Anillo Beach de Vermeil
95€



Collar Beach de Vermeil
110€



Colgantes Tack de Vermeil
69€



Collar Tack Conica de Oro
345€



Pendientes Tack Conica de Oro
329€



Pendientes Tack Conica de Oro
495€



Anillo Tack Conica de Oro
195€



Pendientes Roseton
3.090 €



Pulsera Abecedario Diamantes
385 €

PROCOLOMBIA

Marcas españolas

[Aguilar de Dios](#)
[Alejandro Gayubo](#)
[Almufer](#)
[Antonio Soria](#)
[Ardentia](#)
[Argyor](#)
[Artestone](#)
[As de Plata- AS & AS](#)
[Azahara Joya](#)
[Bagués Masriera](#)
[Bernat Rubi](#)
[Brazalete](#)
[Carrera y Carrera](#)
[Cervera Barcelona](#)

[Dallon Enamels](#)
[Dámaso Martínez](#)
[Ebano](#)
[Enric Torres](#)
[Facet Jewelry Solutions](#)
[Festina Lotus](#)
[Fink Orfebres](#)
[FMF Joyero 1950](#)
[Grupo Munreco-](#)
[Viceroy Sandoz](#)
[Grupo Valentin-](#)
[Time Force](#)
[Grupo Otero-](#)
[Justina](#)

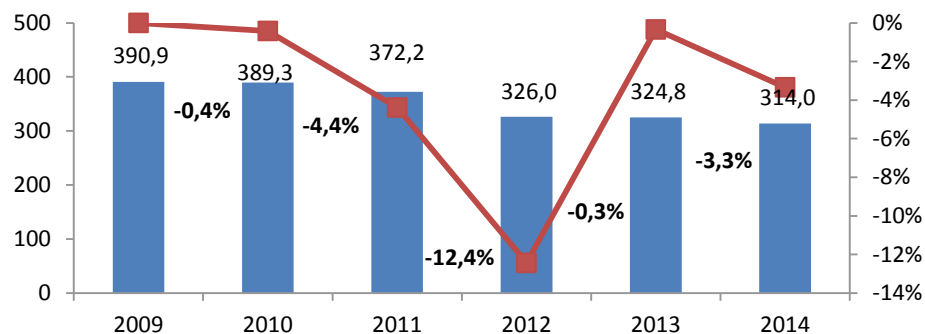
[Industrial Martí de Relojería](#)
[Isabel Cabanillas](#)
[Jesús García](#)
[Joi d'Art](#)
[Jorge Revilla](#)
[Lladro](#)
[Luxenter](#)
[Macchina CP5](#)
[Magerit](#)
[Majórica](#)

[Manuel García Merina](#)
[Marea](#)
[Martin Bagan](#)
[Noah Diseño](#)
[Ohtres Peninsula](#)
[Oscar Rodriguez Joyeros](#)
[Piero Magli W.S.](#)
[Puig Doria](#)
[Ramon Silveira](#)
[Solito Watches-](#)
[Franc Vila](#)
[Unión Joyera](#)
[Bergondo](#)

Producción

La industria local es de gran importancia en le mercado, pero ha venido disminuyendo

Valor de la producción de joyería en España*
US\$ millones



Fuente: PRODCOM, Eurostat.

El decrecimiento de la producción se puede explicar a través de la contracción del consumo gracias a la crisis. Dado que tanto el mercado interno como los destinos de las exportaciones españolas han mostrado reducciones en la adquisición de joyería, la industria sufrió el cierre de 4.000 empresas entre 2008 y 2012.

*Estas cifras equivalen a la clasificación 32121330 de la producción manufacturera de la UE, Prodcom.

Valores originales en euros (EUR244,6 millones). Se utilizó la tasa de cambio promedio del 2013 según el Banco Central Europeo (EUR1= US\$1,3281).

Valores originales en euros. Se utilizó la tasa de cambio promedio de cada año según el Banco Central Europeo. Fuente: PRODCOM, Eurostat.

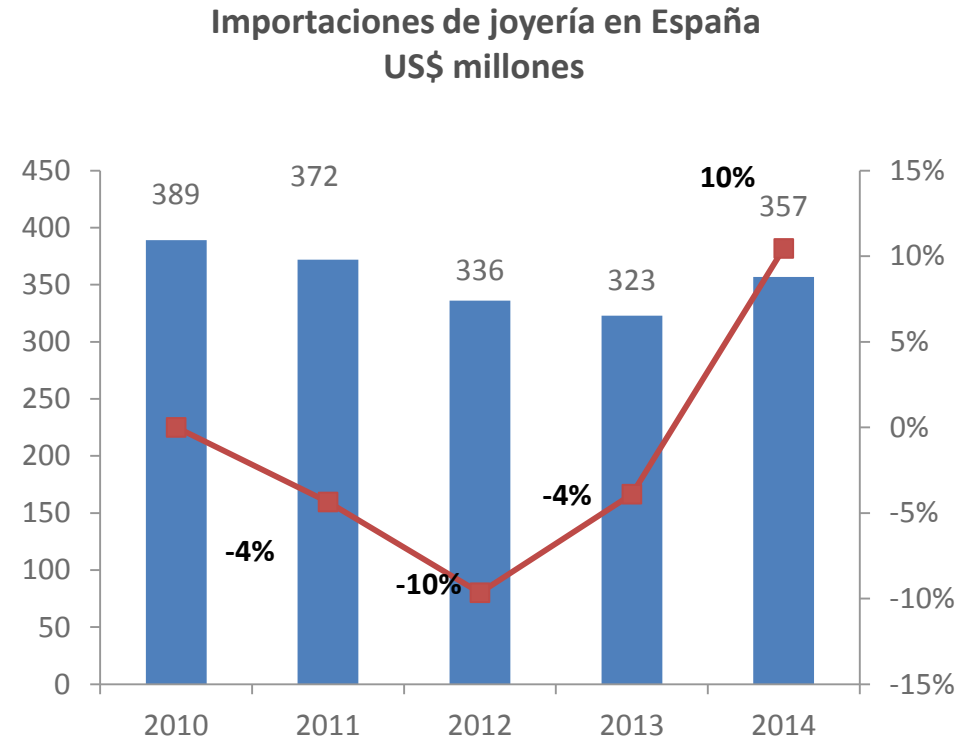
La industria local se enfoca en el segmento medio.

- Gran parte de la producción de joyería de España está destinada a la exportación, principalmente a Suiza, Francia, Estados Unidos, Italia y Hong Kong. Actualmente España es el **cuarto productor** de joyería de la Unión Europea.
- La mayoría de las empresas productoras de joyería españolas son talleres artesanales compuestos por cinco o menos trabajadores. Menos del 10% de las empresas cuentan con más de 10 empleados.
- Las principales zonas productoras son:
 - Córdoba, especializada en joyería pequeña, joyería isabelina y orfebrería;
 - Valencia con joyería media-alta;
 - Madrid, con joyería de alta gama;
 - Barcelona, con joyería de alta gama y joyería modernista,
 - Galicia, con joyería de gama alta con piedras preciosas.

Importaciones

La recuperación del consumo se evidencia en las importaciones

- España tuvo importaciones de productos de joyería por US\$356,8 millones en 2014. US\$690 millones en 2014.
- Después de haber mostrado una tendencia negativa en los últimos años, en 2014 las importaciones mostraron un crecimiento del 10%, con respecto al año anterior.



Fuente: Trade Map

Italia es el principal proveedor con precios por debajo del promedio

Italia es el principal

proveedor de joyería de España con una participación del 21% del valor de las importaciones totales, y 66% en términos de cantidad.

El segundo proveedor es Francia con un valor unitario más de 10 veces mayor al promedio.

Los primero 7 proveedores concentran el 69% del valor de las importaciones y el 85% en términos de cantidad.

Valor unitario de las importaciones de los principales proveedores de joyería en España
2014

No.	Origen	2014	Import. 2014 US\$ millones	Part. %	Import. 2014 Toneladas	Part. %
		Valor unitario, US\$/Toneladas				
	Mundo	101.846	356.768	-	8.736	-
1	Italia	31.604	75.250	21%	5.738	66%
2	Francia	1.345.483	39.019	11%	560	6%
3	China	555.533	33.332	9%	518	6%
4	India	6.294.000	31.470	9%	128	1%
5	Dinamarca	1.581.118	26.879	8%	125	1%
6	Suiza	23.178.000	23.178	6%	324	4%
7	Tailandia	2.421.143	16.948	5%	68	1%
	Otros	-	110.692	31%	1.275	15%

Fuente: Trade Map

Lo que más se importa desde Italia son las joyas de plata con enchape

53% del TOTAL de las importaciones de España en términos de cantidad, **son artículos de plata enchapados en oro provenientes de Italia.**

El **valor unitario** de estos productos es de US\$9.930 por tonelada, **menos de un tercio del promedio de Italia y menos de un décimo del promedio general de España.**

Principales productos de joyería importados a España desde Italia
2014

PA	Descripción	2014	Import. 2014	Part. %	Import. 2014 Toneladas	Part. %
		Valor unitario, US\$/Toneladas	US\$ miles			
	Total desde Italia	31.604	75.250	-	2.381	
'711319	joyería de otros metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metales preciosos	106.181	53.940	72%	508	21%
'711311	joyas de plata incluso revestidos o chapados de otros metales precioso	9.930	18.550	25%	1868	78%
'711320	artículos de joyería y sus partes, de chapados de metales preciosos sobre metal común	513.667	1.541	2%	3	0%
'711620	manufacturas de piedras preciosas, semipreciosas, sintéticas o reconstruidas	600.500	1.201	2%	2	0%
Otros		-	18	0%	0	0%

Fuente: Trade Map

Mercado internacional

España es un importante destino turístico, y muchos visitantes aprovechan para comprar productos de lujo en este destino, pues tienen precios mas bajos que en sus propio países.

El turismo en España continua en aumento y esto ha jalonado la venta de joyería. En esta medida, España es un escenario internacional para la joyería, y el mercado no se limita a los consumidores locales.

Canales de distribución

Retailers multimarca

Los retailers multi marca son muy comunes en el mercado y son una buena alternativa para las marcas que quieran entrar al mercado. En 2014, el 49,9% de las ventas de joyería se hicieron en almacenes especialistas en este tipo de productos.

Características:

- Dispersión
- Pocas cantidades

→ Estrategia: llegar a través de un *socio local*

- Importador
- Representante

Complemento a marcas de ropa

Las principales marcas de ropa, tanto de pronta moda como otras marcas están incorporando accesorios dentro de sus colecciones.

- Accesorios de plata u otros metales comunes con baño
 - Piedras semi preciosas, cuarzo
- } Precio relativamente bajo
- Accesorios de temporada
 - Pocas cantidades
 - Más colecciones
- } Precio relativamente bajo

Normatividad

La legislación común de la UE es la que rige el comercio de joyería en España. Las siguientes condiciones son establecidas por la UE.



<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm>

Seguridad

1907/2006 EC Chemicals REACH

En lo referente a accesorios, esta legislación prohíbe el contenido de ciertas sustancias o ciertas sustancias en artículos de joyería.

Níquel y sus compuestos:

- Se prohíbe el contenido de níquel en artículos que vayan a ser introducidos en perforaciones como aretes o piercings, a menos que la migración del contenido de níquel no supere los $0,2 \mu\text{g}/\text{cm}^2/\text{semana}$.
- Se prohíbe el contenido de níquel en artículos en contacto con la piel, a menos que la migración del contenido de níquel no supere los $0,5 \mu\text{g}/\text{cm}^2/\text{semana}$. Por otra parte, este tipo de artículos se podrá comercializar en el mercado aunque contenga níquel, siempre y cuando cuente con una cubierta libre de níquel que garantice que la transmisión de este componente es equivalente o menos al límite de $0,5 \mu\text{g}/\text{cm}^2/\text{semana}$ por un periodo de uso normal de dos años.

Seguridad

Cadmio y sus compuestos:

- Las partes metálicas no pueden contener más de 0.01% (100mg/kg) de cadmio.

Plomo y sus compuestos:

- Se prohíbe la venta de artículos de joyería o bisutería que tengan un contenido de plomo igual o superior al 0,05 % del peso de la parte. Esto aplica también para las partes de joyería y bisutería vendidas por separado.
- Este requisito no aplica para las piezas de vidrio cristal, componentes internos de relojes (no en contacto con la piel), piedras preciosas y semipreciosas y esmaltes, definidos como mezclas vitrificables resultantes de la fusión, vitrificación o sinterización de minerales fundidos a una temperatura mínima de 500 °C.

Retardantes de llama:

- Se prohíbe el uso de los siguientes piretardantes de llama en textiles que estarán en contacto con la piel
 - ✓ Tris (2,3 dibromopropyl) phosphate (TRIS)
 - ✓ Tris (aziridinyl) phosphineoxide (TEPA)
 - ✓ Polybromobiphenyles (PBB)
 - ✓ PentaBDE

Seguridad

Otros componentes:

- Se prohíbe el uso de Di- μ -oxo-di-n-butilestaño-hidroxiborano hidrogenoborato de dibutilestaño C₈H₁₉BO₃Sn (DBB) si la concentración es igual o superior al 0,01 % en peso del metal.
- Se prohíbe el contenido de colorantes azoicos y tintes azoicos que puedan liberar más aminas aromáticas superiores a 30 mg/kg (0,003 % en peso) en textiles y artículos de cuero destinado a entrar en contacto con la piel. En el apéndice 8 de esta legislación se puede ver cuáles aminas están prohibidas.
- Se prohíbe la venta de artículos que contengan NP (C₆H₄(OH)C₉H₁₉) o NPEs (C₂H₄O)_nC₁₅H₂₄O)₁ en concentraciones de 0.1 % o más por masa.
- Los productos no pueden contener Contaminantes orgánicos persistentes

Es importante revisar constantemente la legislación, pues la comisión está continuamente ampliando las listas de sustancias prohibidas.

Portal gratuito de la UE: <http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm>

Etiquetado

Real Decreto 197/1988, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley de objetos fabricados con metales preciosos.

Art. 12.

1. En todo objeto de metal precioso destinado al mercado interior deberán haberse marcado previamente, con toda nitidez, los citados contrastes del modo siguiente.

a) En primer lugar el punzón de identificación de origen.

b) Realizado éste y próximo a él el punzón de garantía.

http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1988-6186

Etiquetado

Art. 15.

1. La marca de los punzones de identificación de origen identifica al fabricante o al importador de objetos de metales preciosos, **el cual asumirá la responsabilidad de que tales objetos cumplan las normas legales y reglamentarias a que están sometidos.**

2. Con independencia de esta marca, **los objetos de metales preciosos podrán llevar grabadas, no superpuestas con la misma, cualquier otra marca de carácter comercial debidamente registrada en el Registro de la Propiedad Industrial,** siempre que su diseño no pueda inducir a confusión con las marcas de los punzones de garantía o de identificación de origen y que su tamaño sea sensiblemente superior al de éstas, sin que en ningún caso puedan aludir a la composición o «ley» de la aleación de que estén fabricados los objetos.

Etiquetado

Art. 16.

1. Los punzones de identificación de origen para fabricantes o importadores de libre diseño y fabricación, si bien deberán ser de mayor tamaño que los de garantía, no induciendo a confusión con éstos y no estando sus marcas enceradas en figura geométrica alguna. Estos punzones se tasarán indistintamente para los objetos fabricados con platino, oro o plata y en ningún caso aludirán a la «ley» de la aleación.

2. Antes de proceder a su utilización deberán haberse seguido los trámites siguientes:

a) Los fabricantes e importadores solicitarán el registro de su marca de contraste en el Registro de la Propiedad Industrial.

b) Obtenida la concesión de la marca, el interesado podrá proceder a su utilización acreditando, mediante certificación del Registro de la Propiedad Industrial, dicha concesión y su vigencia ante el laboratorio oficial o autorizado del que se solicite el contraste de garantía.

Etiquetado

Art. 17.

1. Los contrastes de garantía acreditan que los fabricantes o importadores de los correspondientes objetos de metales preciosos están reconocidos como tales. Los objetos contrastados deberán cumplir las prescripciones legales y reglamentarias que les son de aplicación y alcanzar o sobrepasar alguna de las «leyes» legales que les corresponden.

Etiquetado

Art. 72.

Para la comercialización en el interior del país de objetos de metales preciosos importados se exige:

a) Que se cumplan en su totalidad las normas de este Reglamento.

b) Que, con independencia de los contrastes con que los objetos vengan marcados por el país de origen, se marquen en destino con el punzón del importador y con el punzón de garantía. Previo precintado de los bultos por la Aduana, que podrá adoptar otras medidas de garantía que estime oportunas, el importador presentará los objetos para su punzonado en un laboratorio de contrastación.

Etiquetado

- **Marca de responsabilidad:** identifica al importador. El importador debe tener registrada la marca.

*Si se quiere tener una marca de responsabilidad propia, una empresa establecida en España debe registrar la marca.

Documentación adicional a aportar al laboratorio:

- licencia fiscal del importador
- registro de marca del punzón de responsabilidad
- documentación de despacho de la Aduana
- factura de compra del material

La marca de responsabilidad puede venir desde origen, pero la de contraste **TENDRÁ** que ser realizada en España por los laboratorios.

Etiquetado

Art. 66.

Los objetos de tamaño reducido, o que por las peculiaridades de su diseño no se puedan punzonar con los contrastes obligatorios, se comercializarán, soldando a éstos una placa del mismo metal y de la misma «ley» previamente punzonada con los contrastes de origen y garantía.

Cuando no resulte técnicamente posible se comercializarán con una etiqueta en la que figuren la «ley» del metal y la identificación del fabricante o importador. El laboratorio de contrastación hará constar esta circunstancia.

Etiquetado

Art. 7.º

Se entiende por «ley» la proporción en peso en que el metal precioso puro entra en una alineación. Se expresará en milésimas y se representará convencionalmente por un número de tres dígitos.

Art. 8.º

1. Como «leyes» oficiales para cada uno de los metales preciosos se establecen las siguientes:

- Platino: 950 milésimas.
- Otro primera ley: 750 milésimas.
- Oro segunda ley: 585 milésimas.
- Plata primera ley: 925 milésimas.
- Plata segunda ley: 800 milésimas.

Art. 67.

1. En los objetos de oro y de plata que se expongan al público para su comercialización se hará constar de forma explícita la «ley» de la aleación, bajo las expresiones «oro de primera ley», «oro de segunda ley», «plata de primera ley» y «plata de segunda ley».

2. Los objetos de platino se definirán como «platino de ley»

Etiquetado

Art. 68.

1. Los objetos que contengan metales preciosos en cantidades inferiores a las «leyes» legales establecidas sólo podrán comercializarse si van provistos de etiquetas en las que se haga constar su denominación y el contenido de metal precioso, expresado en milésimas.
2. Los objetos recubiertos con metales preciosos, tales como los denominados «chapados» y los «galvanizados», sólo podrán comercializarse con etiquetas que indiquen su denominación seguida de la del metal y su «ley», así como el espesor del recubrimiento en micras. Además, se hará constar si éste es chapado o electrolítico. En cualquier caso se observarán las disposiciones de normalización y homologación que se hallen vigentes.
3. En la etiqueta de estos objetos se hará constar el nombre o la razón social o denominación del fabricante o importador y en todo caso su domicilio.

Acuerdo Comercial Colombia - UE

Aranceles

- El arancel base están entre 0 y 4%.
- Los productos colombianos que cumplan origen entrarán con cero arancel a la UE.

Norma de origen

- Para los productos de joyería de la partida 7113 la norma de origen aplicable es: Fabricación en la cual todos los materiales utilizados se clasifican en una partida diferente a la del producto.
- No obstante, pueden utilizarse materiales clasificados en la misma partida siempre que su valor total no exceda el 20 por ciento del precio franco fábrica del producto.

Acuerdo Comercial Colombia - UE

Para los productos de joyería de la partida 7116 hay dos normas de origen aplicables.

1. Fabricación en la cual todos los materiales utilizados se clasifican en una partida diferente a la del producto. No obstante, pueden utilizarse materiales clasificados en la misma partida siempre que su valor total no exceda el 20 por ciento del precio franco fábrica del producto.
2. Fabricación en la cual el valor de todos los materiales utilizados no exceda el 50 por ciento del precio franco fábrica del producto.

Fuentes

TradeMap www.trademap.org

Export Help Desk <http://exporthelp.europa.eu/>

Euromonitor International <http://www.portal.euromonitor.com/>

CBI <http://www.cbi.eu/>

Eurostat <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>

Revista Digital de Moda y Cultura <http://www.asmoda.com/>

Fashion from Spain <http://www.fashionfromspain.com/>

Pinkermoda <http://www.pinkermoda.com/>

Madridjoya http://www.ifema.es/madridjoya_01/

Joya Barcelona Art Jewelry Fair <http://www.joyabarcelona.com/>

Asociación española de joyeros, plateros y relojeros, AEJPR <http://www.iberjoya.es/>

Asociación Española de Fabricantes y/o Exportadores de Joyería, Platería y Relojería JOYEX <http://www.joyex.com/>

Gremio de joyeros, plateros y relojeros de Madrid <http://www.gremiomadrid.org/>

Grupo Duplex <http://www.grupoduplex.com/>

Asociación española de laboratorios acreditados en el área de metales preciosos <http://www.krisos.org/>

Real Decreto 197/1988, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley de objetos fabricados con metales preciosos http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1988-6186

GRACIAS

GRACIAS
MERCI
THANK YOU
OBRIGADO
DANKE
TEŞEKKÜRLER
СПАСИБО
谢谢
ありがとう
감사합니다