

El mercado de la joyería en México

El mercado de la joyería en México

Este estudio ha sido realizado por Sara Guzmán
bajo la supervisión de la Oficina Económica y
Comercial de la Embajada de España en México
DE

Julio 2006

ÍNDICE

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	4
I ■ INTRODUCCIÓN	6
1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR	6
2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA	6
II ■ ANÁLISIS DE LA OFERTA	9
1. METODOLOGÍA	9
2. ANÁLISIS CUANTITATIVO	10
2.1. Tamaño de la oferta	10
2.2. Análisis de los componentes de la oferta	15
3. ANÁLISIS CUALITATIVO	18
3.1. Producción local	18
3.2. Obstáculos comerciales	19
III ■ ANÁLISIS DEL COMERCIO	26
1. ANÁLISIS CUANTITATIVO	26
2. ANÁLISIS CUALITATIVO	29
2.1. Marca y nombre comercial	29
2.2. Calidad y garantía	29
IV ■ ANÁLISIS DE LA DEMANDA	30
1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO	31
2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	35
3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	36
V ■ ANEXOS	37
1. INFORMES DE FERIAS	37
2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS	41
3. PUBLICACIONES DE INTERÉS	43
4. CENTROS JOYEROS	44
5. IMPORTADORES, REPRESENTANTES Y DISTRIBUIDORES. GAMA ALTA	46
6. JOYERÍAS COMERCIALES Y TIENDAS DEPARTAMENTALES	51
7. FUENTES DE INFORMACIÓN	56

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

El mercado de Joyería en México está atravesando un época de cambios originados por los altos precios del metal, la llegada masiva de productos de bisutería asiática al mercado y las apuestas y esfuerzos de numerosos agentes del sector por impulsar el diseño en las creaciones para, de esa manera, acceder a mercados extranjeros de una manera más competitiva.

El alto precio del metal provocó a mediados de 2005 un estancamiento en las ventas de joyería de oro. Los comerciantes, como solución provisional, optaron por la joyería en plata o bien la importación masiva de bisutería asiática, que pronto inundó y saturó los mercados.

Este efecto, que en un principio pudo parecer malo, ha supuesto de alguna manera una limpieza para el sector, puesto que muchas empresas se vieron forzadas a cerrar y han quedado en el mercado las empresas más competitivas y con verdadera vocación joyera.

El principal problema que presenta el sector joyero en México a la hora de su estudio es la dificultad para cuantificar cifras dada la ausencia de datos estadísticos fiables y homogéneos a partir de los cuales poder analizar.

Los agentes del sector son muy reticentes a facilitar información acerca de cifras de producción, ventas y capacidad de fabricación.

El país es tradicionalmente joyero, con los principales centros de producción ubicados en Guadalajara y México DF. En general es una joyería artesana y tradicional, consumida tanto por mujeres como por hombres.

Las pautas de consumo varían en función de la edad y el status económico. La mujer joven prefiere joyería en plata y la mujer más adulta se decanta por diseños en oro. La clase social con mayor poder adquisitivo opta por diseños más sofisticados e innovadores, mientras que el resto consume joyería en oro más tradicional.

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

En los últimos años ha surgido un nuevo tipo de demanda que busca diseños innovadores, que sigan las tendencias de moda. Los fabricantes y distribuidores han incrementado las importaciones de este tipo de productos para satisfacer la demanda. Los principales proveedores de joyería importada son EE.UU., Italia y España. Cabe destacar los nuevos proyectos que han surgido a nivel nacional con el fin de promover el desarrollo y el impulso del diseño mexicano. “Tendencias de Joyería” y la selección de joyería de la Galería Mexicana del Diseño, son algunos ejemplos de estas nuevas iniciativas que fomentan el diseño nacional.

La distribución de joyería se realiza mediante importadores, mayoristas, tiendas y centros joyeros. Aparte de todas estas figuras existe una estructura piramidal de distribución conformada por las “aboneras”. No existen datos fiables sobre el volumen de comercio que generan, pero según fuentes consultadas dentro del sector, se intuye que son porcentajes muy altos.

Las aboneras realizan ventas de joyería a domicilio y entre su círculo social más cercano. Pueden abastecerse directamente en los talleres de joyería, en centros joyeros, en tiendas etc. No existe un esquema definido y varía según los casos.

La eliminación definitiva de aranceles para productos europeos en 2007 presenta un marco favorable para la introducción de productos españoles en el mercado. A pesar de ello, las trabas a la importación continúan existiendo. El cuaderno ATA aún no puede utilizarse, aunque está reconocido por las autoridades aduaneras, con lo que los muestrarios y mercancías destinadas a ferias se tienen que introducir bajo régimen temporal de importaciones.

La escasa organización de las aduanas puede suponer un obstáculo extra en muchos de los casos.

Con todo, la joyería española es conocida en México, y apreciada por sus diseños y calidad.

I ■ INTRODUCCIÓN

El presente estudio pretende analizar el mercado de la joyería en México con el fin de ofrecer una visión global y orientar a la empresa española a la hora de abrirse camino en el mismo.

Los productos que han sido objeto de análisis son las manufacturas de metales preciosos, piedras preciosas y semipreciosas y perlas.

En el estudio se hace referencia a los datos generales del país, para después analizar la oferta y demanda existentes. También se analizan los rasgos de la comercialización y accesibilidad al mercado.

Las fuentes utilizadas en la elaboración del estudio son las que se indican en el Anexo, así como los contactos y experiencia de las personas a las que se ha entrevistado.

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

El estudio se centra en productos de joyería pertenecientes a las partidas arancelarias 7113 y 7116.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

En cuanto a normativas, aranceles y estadísticas, este estudio se refiere a las siguientes partidas arancelarias correspondientes con el Sistema Armonizado:

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

- **HS 7113** Artículos de joyería y partes de artículos de joyería, de metales preciosos o de metal recubierto de metal precioso (exc. con más de 100 años). La partida arancelaria se refiere a aquellas manufacturas realizadas en todo o en parte con metales preciosos o chapadas con los mismos. Es decir, se refiere a productos tales como:

Pequeños objetos de adorno personal: sortijas, pulseras, collares, broches, pendientes, cadenas de cuello, cadenas de reloj, dijes, colgantes, alfileres de corbata, sujeta corbatas, gemelos, cruces, medallas religiosas, cruces y medallas de órdenes, insignias, ornamentos para sombreros (alfileres, hebillas, anillas, etc.), ornamentos para bolsos, hebillas y pasadores para el calzado, cinturones, etc., peines, pasadores y diademas.

Artículos para uso personal que se llevan sobre la propia persona, así como los artículos de bolsillo o de bolso de mano (cigarreras y pitilleras, estuches para gafas o anteojos, tabaqueras, bomboneras, polveras, cajitas para maquillajes, peines de bolsillo, monederos de malla, rosarios, llaveros).

Los artículos de esta partida podrán incluir también perlas (finas, cultivadas o falsas), piedras preciosas o semi-preciosas, piedras falsas, piedras-sintéticas o reconstituidas o partes de concha, nácar, marfil, ámbar natural o reconstituido, azabache o coral.

- **HS 7113.11** – Artículos de joyería y sus partes, de plata, incl. revestida chapada de metal precioso plaqué (exc. con más de 100 años).
 - **HS 7113.19** – Artículos de joyería y sus partes, distintos de plata, incl. revestida o chapada de metal precioso plaqué (exc. con más de 100 años).
 - **HS 7113.20** – Artículos de joyería y sus partes, de chapado de metal precioso o plaqué sobre metal común (exc. con más de 100 años).
-
- **HS 7116** Artículos de perlas finas (naturales) o cultivadas, de piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstruidas).
 - **HS 7116.10** – Manufacturas de perlas finas naturales o cultivadas.
 - **HS 7166.20** – Manufacturas de piedras preciosas o semipreciosas naturales, sintéticas o reconstruidas.
 - **HS 7116.20.11** – Collares, pulseras y otras manufacturas de

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

pedras preciosas o semipreciosas naturales, simplemente ensartadas, sin dispositivos de cierre ni accesorios.

- **HS 7116.20.19** – Manufacturas exclusivamente de pedras preciosas o semipreciosas naturales.
- **HS 7116.20.20** - Manufacturas de pedras preciosas o semipreciosas naturales, sintéticas o reconstruidas (exc. exclusivamente de pedras preciosas o semipreciosas naturales).



II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. METODOLOGÍA

En el estudio de la oferta joyera de México nos encontramos con la ausencia de una fuente de información única y fiable de la que poder obtener datos para poder contrastar y llegar a una conclusión definitiva.

A ello se une el hermetismo del sector y sus principales agentes, muy reacios a proporcionar información cuantitativa sobre producción, ventas y formación de precios.

Para la obtención de datos de producción se han tenido en cuenta las estadísticas nacionales referentes a manufacturas de joyería y orfebrería. La metodología utilizada implica en primer lugar disponer de las estadísticas que el INEGI realiza cada cinco años con motivo de los Censos Económicos. Los últimos datos disponibles corresponden al año 2004.

Adicionalmente, se recurrió a la Encuesta Industrial Mensual, realizada igualmente por el INEGI, para obtener cifras sobre la producción de joyería para los años posteriores a 2004.

Es importante destacar que la clasificación de las actividades que integran el sector manufacturero obedece a la decisión tomada en 1991 por México para tener un clasificador común para los países del TLCAN, el cual ha sido denominado Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN). De esta forma, la fabricación de joyería y orfebrería corresponde actualmente a la Clase 390001. El INEGI considera como unidad económica a la que tiene una sola ubicación física, asentada de manera permanente y delimitada por construcciones e instalaciones fijas.

Los datos de producción obtenidos de las Encuestas Mensuales son una aproximación, dado que esta Encuesta únicamente cubre a un porcentaje de los establecimientos clasificados en la actividad 39001.

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

Para la obtención de cifras referentes a Comercio Exterior, se han utilizado datos de World Trade Atlas.

Para datos sobre situación del sector, expectativas para el futuro, tendencias y otros datos cualitativos se ha recurrido a entrevistas personales con diversos organismos y agentes del sector.

2. ANÁLISIS CUANTITATIVO

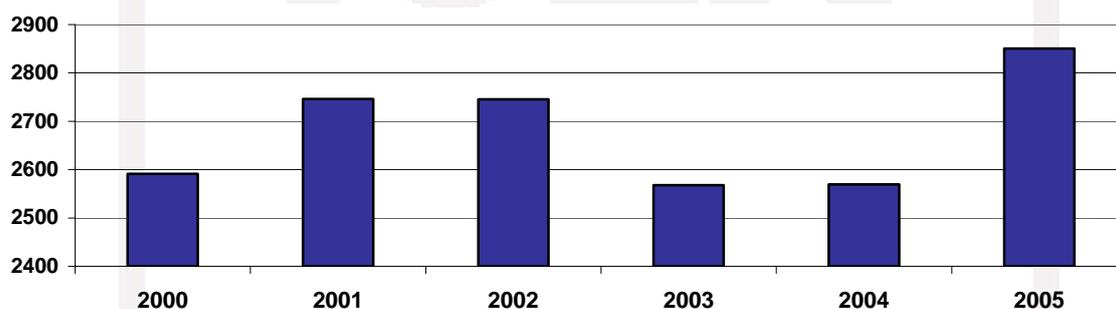
2.1. Tamaño de la oferta

México es el primer productor de plata del mundo, con una producción de 2850,31 toneladas en 2005, que representa alrededor del 16% de la producción mundial de este metal.

Las cifras alcanzadas en 2005 son las mejores de los últimos 5 años y suponen una notable mejoría tras las caídas de extracción de este metal registradas en 2003 y 2004.

PRODUCCIÓN DE PLATA

Toneladas



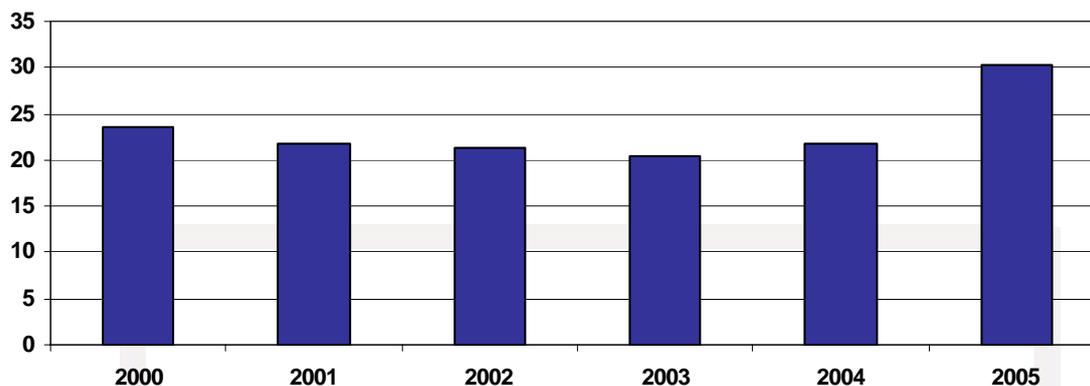
Fuente: INEGI, Encuesta de producción minerometalúrgica

La producción de oro, mucho menor que la de plata, fue de 30,2 toneladas en 2005, superando la producción de los 4 años anteriores.

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

PRODUCCIÓN DE ORO

Toneladas



Fuente: INEGI, Encuesta de producción minerometalúrgica

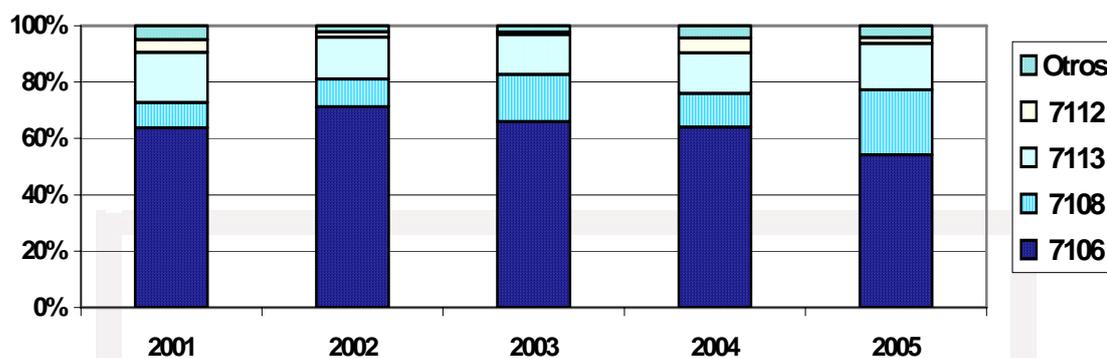
La plata mexicana es reconocida internacionalmente por su calidad. Muestra de ellos son las cifras de exportaciones de este metal. Si consideramos el capítulo 71 al completo, observamos que más del 54% de las exportaciones en 2005 corresponden a la partida 7103: Plata en bruto, semilabrada o en polvo.

Las exportaciones de oro en bruto, que recoge la partida 7108, son menores, pero también tienen un peso relevante dentro de las exportaciones totales del capítulo 71, representando el 22,9% en 2005.

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

EXPORTACIONES. CAPITULO HS 71

Millones de dólares



Fuente: World Trade Atlas

México, además de ser productor de plata y oro, destaca por su amplia tradición joyera. El objeto de este estudio, como se ha citado anteriormente, es analizar el mercado de manufacturas de joyería y perlas.

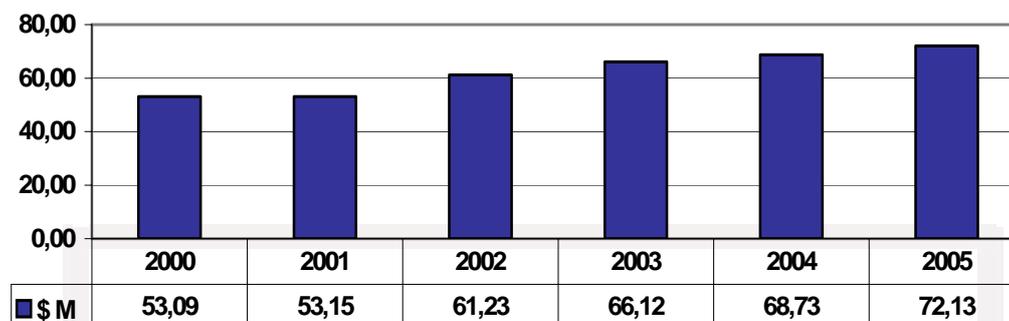
La fabricación de joyería y orfebrería es tradicional y predominantemente artesanal. Sólo en el Estado de Jalisco hay implantados más de 3000 talleres de joyería

El valor de la producción sigue una tendencia creciente desde el año 2000, situándose en 2005 en 72,13 millones de dólares americanos.

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

VALOR TOTAL DE LA PRODUCCIÓN

(Millones de USD)

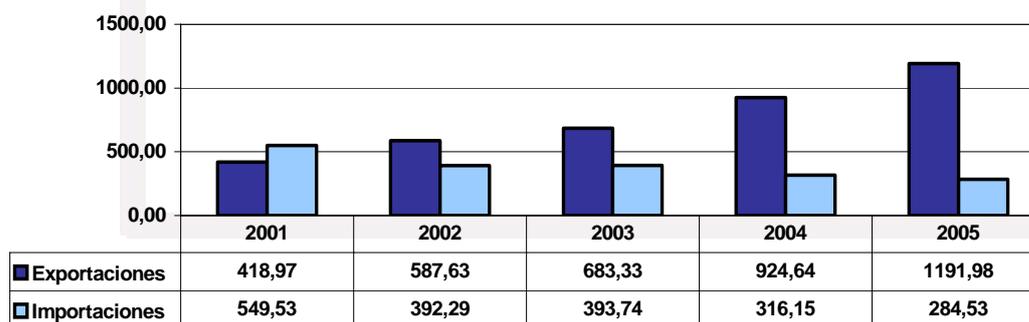


Fuente: Encuesta industrial mensual, INEGI

Las cifras de comercio exterior muestran una balanza comercial positiva, con tendencia creciente en las exportaciones, que han crecido un 185% desde el año 2000, y tendencia decreciente en las importaciones, que han caído un 48% desde el año 2000.

DATOS DE COMERCIO EXTERIOR

(Millones de USD)



Fuente: World Trade Atlas

Los datos referentes a consumo aparente no pueden obtenerse de una manera fiable por falta de fuentes de información homogéneas.

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

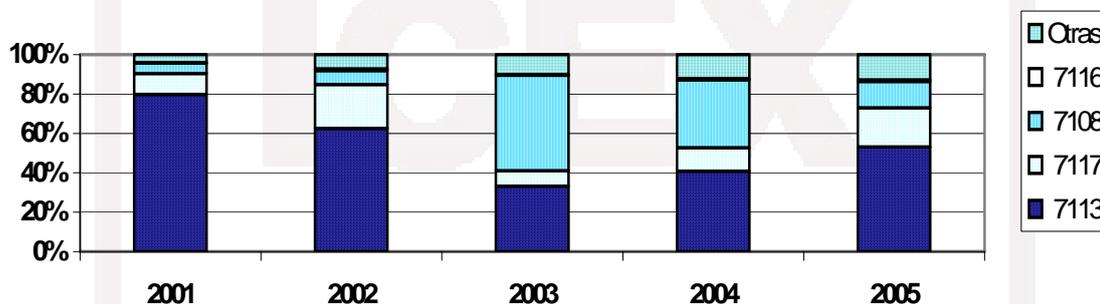
Sin embargo, puede observarse que el sector de joyería, que representa un 16% de la producción manufacturera mexicana y apenas un 0,04% del volumen total de la producción del país, se encuentra en crecimiento y que el producto mexicano tiene buena acogida en mercados exteriores.

En un análisis más detallado de las cifras de comercio exterior desglosadas por productos puede observarse que son precisamente los de la partida 7113 los que representan el grueso del comercio, representando más de 50% tanto de las importaciones como de las exportaciones.

Por el contrario, las perlas y sus manufacturas (Partida 7116), tienen un peso poco relevante en las cifras totales.

IMPORTACIONES

Desglose por partidas arancelarias



Fuente: World Trade Atlas

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

2.2. Análisis de los componentes de la oferta

Partida 7113

España ocupa un tercer puesto en la lista de países proveedores de México, si bien, con una diferencia considerable con respecto a Estados Unidos e Italia que encabezan el ranking.

Aunque las importaciones muestran un crecimiento del 355% desde el año 2000, la cuota de mercado de los productos españoles no ha conseguido mantener la misma tendencia, cayendo un 7% con respecto al año 2004.

Aún así, el producto español ocupa un privilegiado tercer puesto, que refleja la buena aceptación que el producto español tienen en el mercado mexicano.

Importaciones de Joyería HS 7113

Millones de USD

	2001	2002	2003	2004	2005	% Var 05/01	% Var 05/04
Estados Unidos	29,67	41,07	67,83	70,17	83,97	182,99	19,67
Italia	16,90	27,44	41,69	32,30	31,90	88,74	-1,22
España	2,51	5,81	8,10	10,50	11,43	355,42	8,89
Francia	2,27	1,64	2,01	3,03	3,95	73,57	30,32
Alemania	0,67	1,09	1,37	0,99	3,47	419,21	251,23
China	0,90	0,86	1,24	2,18	2,63	190,98	20,90
Tailandia	0,72	1,05	0,88	1,77	2,45	239,62	38,44
Israel	0,04	0,33	1,08	1,35	2,11	5861,85	56,08
Hong Kong	2,01	2,03	1,33	1,51	2,01	-0,07	32,50
Suiza	1,52	1,67	1,42	1,07	1,80	17,87	68,54
TOTAL	58,77	87,65	130,96	128,94	151,08	157,06	17,17

Fuente: World Trade Atlas

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

La cuota de mercado ha crecido un 77% desde el año 2000, representando en el año 2005 más de un 7% del total de las importaciones.

Cuota de mercado HS 7113

Porcentaje (%)

	2001	2002	2003	2004	2005	% Var 05/01	% Var 05/04
Estados Unidos	50,49	46,86	51,79	54,42	55,58	10,09	2,13
Italia	28,76	31,30	31,83	25,05	21,12	-26,58	-15,70
España	4,27	6,63	6,19	8,14	7,57	77,17	-7,06
Francia	3,87	1,87	1,53	2,35	2,61	-32,48	11,22
Alemania	1,14	1,25	1,04	0,77	2,29	101,98	199,76
China	1,54	0,98	0,95	1,69	1,74	13,20	3,19
Tailandia	1,23	1,20	0,67	1,37	1,62	32,12	18,15
Israel	0,06	0,38	0,82	1,05	1,40	2219,25	33,21
Hong Kong	3,42	2,31	1,02	1,17	1,33	-61,13	13,08
Suiza	2,59	1,90	1,09	0,83	1,19	-54,15	43,85
TOTAL	97,36	94,67	96,94	96,84	96,45	-0,93	-0,40

Fuente: World Trade Atlas

ICEX

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

Partida 7116

Las perlas y su manufacturas representan un porcentaje muy pequeño, en torno al 0,8%, dentro del global de importaciones de Joyería. Sin embargo, España es líder, ostentando una cuota de mercado del 26,85%.

Cabe destacar el incremento de cuota de mercado que desde 2001 muestran los productos chinos, que a lo largo de 2005 ha conseguido situarse por encima de EEUU.

Importaciones de Joyería HS 7116

Millones de USD

	2001	2002	2003	2004	2005	% Var 05/01	% Var 05/04
España	0,27	0,24	0,19	0,24	0,62	128,90	159,95
China	0,09	0,19	0,35	0,25	0,55	518,43	118,04
Estados Unidos	0,21	0,38	1,04	0,90	0,51	145,10	-43,59
Brasil	0,18	0,05	0,12	0,18	0,21	19,88	16,87
Hong Kong	0,06	0,10	0,04	0,14	0,12	94,46	-16,38
Japón	0,05	0,01	0,02	0,07	0,11	131,98	50,58
Alemania	0,01	0,01	0,04	0,02	0,03	194,90	45,21
Perú	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	0	2037,53
Taiwan	0,05	0,01	0,00	0,01	0,02	-62,67	194,55
Mónaco	0,04	0,00	0,01	0,00	0,02	-53,84	0
TOTAL	1,06	1,18	1,97	1,96	2,31	118,29	17,84

Fuente: World Trade Atlas

Cuota de mercado HS 7116

Porcentaje (%)

	2001	2002	2003	2004	2005	% Var 05/01	% Var 05/04
España	25,60	20,50	9,74	12,17	26,85	4,86	120,59
China	8,47	15,78	17,83	12,97	24,00	183,31	85,03
Estados Unidos	19,54	32,68	53,07	45,83	21,94	12,28	-52,13
Brasil	16,73	4,44	6,10	9,26	9,19	-45,08	-0,83
Hong Kong	5,78	8,80	2,26	7,25	5,15	-10,92	-29,04
Japón	4,31	0,55	1,13	3,58	4,58	6,27	27,79
Alemania	0,86	0,69	2,29	0,94	1,16	35,10	23,22
Perú	0,00	0,29	0,03	0,06	1,08	0,00	1713,91
Taiwan	4,52	0,82	0,24	0,31	0,77	-82,90	149,96
Mónaco	3,49	0,00	0,40	0,00	0,74	-78,86	0,00
TOTAL	89,30	84,55	93,10	92,38	95,45	6,89	3,32

Fuente: World Trade Atlas

3. ANÁLISIS CUALITATIVO

3.1. Producción local

La industria joyera mexicana cuenta con una importante tradición, ya desde tiempos prehispánicos. Durante el periodo colonial español, México, gracias a su riqueza minera, se convirtió en el primer productor mundial de plata. Es un país mundialmente reconocido por su variedad de artesanías y joyería, gracias a la habilidad, creatividad y sensibilidad de su gente. Los diseños precolombinos, la filigrana y la joyería moderna son los productos de mayor demanda en los mercados.

En toda la geografía mexicana es posible encontrar tanto talleres como mercados joyeros. En Jalisco se produce el 60% del total de la joyería que se elabora en el país. Jalisco se ubica en el primer lugar en manufactura y exportación de joyería de oro y plata. Esta industria regional agrupa a más de 3000 talleres de joyería, los cuales crean más de 15,000 empleos directos.

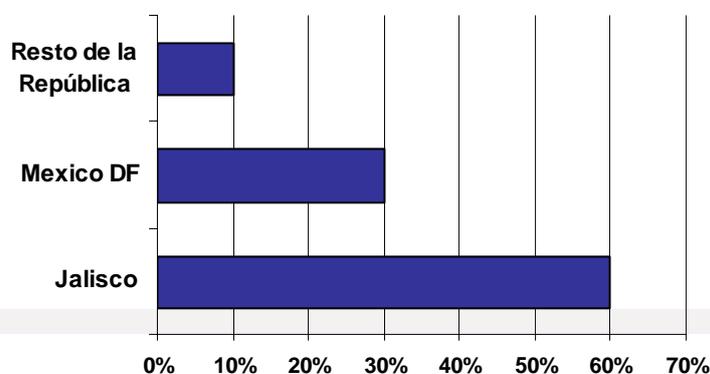
Por su tradición hay que destacar la ciudad de Taxco en el Estado de Guerrero, considerada la capital de la orfebrería mexicana. En Taxco, se especializan en la producción de joyería y orfebrería en plata, ocupando el segundo lugar a nivel nacional. Sin embargo, en los últimos años, la posición de Taxco ha ido perdiendo importancia en el panorama nacional, debido a la modernización e industrialización del sector. Taxco ha orientado su producción hacia diseños modernos y piezas con motivos clásicos y prehispánicos, orientados a la exportación a EE.UU.

En la actualidad, las principales ciudades productoras son, por orden de importancia: Guadalajara (Jalisco), Distrito Federal y Monterrey (Nuevo León). Otros estados donde se producen artículos de joyería son: Zacatecas, Durango, Puebla, Oaxaca, D.F., Chiapas, S.L.P., Quintana Roo y Yucatán. La joyería de fantasía se concentra principalmente en el D.F., Jalisco y Nuevo León.

La fabricación es casi artesanal y se realiza en pequeños talleres. Los diseños son generalmente clásicos, poco innovadores y muy sensibles a las oscilaciones en el precio del metal por el pequeño valor agregado que aportan.

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

CONCENTRACIÓN GEOGRÁFICA DE LA PRODUCCIÓN DE JOYERÍA EN MÉXICO, 2004



Fuente: Elaboración propia

Existe un tipo de joyería denominado “estilo mexicano” inspirada en diseños precolombinos y en la riqueza cultural del país.

Para considerarse como joyería de oro debe de ser de 10 quilates. La mayor demanda se concentra en joyería de 10 y 14 quilates.

Dentro de la producción nacional hay que distinguir entre alta joyería y joyería media o comercial como se verá más adelante.

3.2. Obstáculos comerciales

3.2.1 Barreras no arancelarias

El marco legal mexicano es muy complejo y cambiante, así como el sistema aduanal. De igual manera, son muchos los requisitos y procedimientos a la hora de importar productos. Para productos de joyería las principales barreras no arancelarias son las siguientes:

1. *Padrón de importadores y padrón sectorial.* Toda personas física o jurídica que desee importar está obligada a inscribirse en el *Padrón Nacional de Importadores* de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), así como en el padrón sectorial propio del giro al cual pertenezca el producto. Este procedimiento es largo, pudiendo alargarse hasta más de un año.

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

2. *Certificados de origen EUR-1*. Los productos procedentes de la UE deben ir acompañados por un certificado de origen EUR-1, expedido por las Aduanas Europeas. En ocasiones son rechazados en las aduanas mexicanas por errores de formato. La cumplimentación de los mismos ha de extremarse al máximo, ya que un pequeño error de puntuación o similar puede suponer el estancamiento de la mercancía en la aduana.
3. *Normas mexicanas (NOM)*, tienen carácter obligatorio y son expedidas por la Secretaría de Economía. Todo producto de importación debe acreditar estar sujeto a dichas normas si así se requiere. (www.economia-noms.gob.mx)
La Normativa que aplica al sector de joyería es la NOM-033-SCFI-1994, que define las directrices en materia de etiquetado y composición de los productos. Esta normativa se completa con la NOM-008-SCFI-2002 que hace referencia al Sistema General de Unidades de Medida.
Es recomendable revisar las actualizaciones y las novedades en las normativas para comprobar si afectan a los productos que desean introducirse en el mercado.
4. *Certificaciones*, se han de analizar los productos en los laboratorios que establece el Sistema Nacional de Acreditación de Laboratorios, así como presentar la solicitud de certificación a la Dirección General de Normas de la Secretaría de Economía.
5. *Importación de muestrarios*. La legislación es realmente restrictiva en este sentido. Este tema se tratará más adelante de manera extensa.

3.2.2 Barreras arancelarias

Desde el 1 de Julio de 2000 entró en vigor el Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México, en virtud del cual se han ido eliminando de forma gradual y recíproca los aranceles a la importación.

La entrada en vigor del Tratado, mejoró las condiciones de entrada de productos europeos en el país. Concretamente, quedaron libres de derechos arancelarios el 48% de los productos industriales europeos y se estableció un calendario de desarme arancelario, de tal forma que en el 2003 el arancel de los productos industriales europeos se redujo al 5%, estando previsto para el 2007 el desarme total.

Se trata, por tanto, de un Acuerdo que cubre prácticamente el 95% del comercio actual (100% de los productos industriales), además de ser compatible con las disposiciones de la OMC, en particular con el artículo XXIV del GATT.

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

Los aranceles aplicables a productos de joyería son los siguientes:

Fracción	Descripción	2006	2007
71.13	Artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso (plaqué)		
	- De metal precioso, incluso revestido o chapado de metal precioso (plaqué):		
7113.11	-- De plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaqué).		
7113.11.01	De plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaqué).	3%	Ex.
7113.19	-- De los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metal precioso (plaqué).		
7113.19.01	Sujetadores ("broches") de oro, excepto lo comprendido en la fracción 7113.19.02	Ex.	Ex.
7113.19.02	Sujetadores ("broches") de oro, tipo "perico" o "lobster", con peso igual o superior a 0.4 grms, pero inferior o igual a 0,7 grms.	1%	Ex
7113.19.99	Los demás	3%	Ex.
7113.20	- De chapado de metal precioso (plaqué) sobre metal común		
7113.20.01	De chapado de metal precioso (plaqué) sobre metal común	3%	Ex.
71.16	Manufacturas de perlas naturales o cultivadas, de piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstituidas)		
7116.10	-De perlas naturales o cultivadas		
7116.10.01	De perlas naturales o cultivadas	Ex.	Ex.
7116.20	De piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstituidas)		
7116.20.01	De piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstituidas)	Ex.	Ex.

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

Los productos de joyería están sujetos al Impuesto sobre el Valor Agregado (IVA) que se aplica sobre el valor del producto después de pagar arancel. El tipo del IVA es, en términos generales, el 15%, aunque existen algunas excepciones.

El tipo de IVA aplicable a los productos del sector de la Joyería:

Fracción	Recintos Fiscalizados y Zona Franca	Resto País
71131101	10%	15%
71131102	10%	15%
71131199	10%	15%
71131901	Exento	Exento con contenido de oro superior al 80%
71131902	Exento	Exento con contenido de oro superior al 80%
71131903	Exento	Exento con contenido de oro superior al 80%
71131999	Exento	Exento con contenido de oro superior al 80%
71132001	10%	15%
71161001	10%	15%
71162001	10%	15%

Existe además el *Impuesto al Activo*, un impuesto mínimo del 1,8% del valor promedio de los activos fijos y financieros de la empresa, que es obligatorio a partir del cuarto año de haberse iniciado las operaciones.

España y México suscribieron el 24 de julio de 1992 un Convenio para evitar la doble imposición (BOE, 27-10-94).

3.2.3 Importación de muestrarios

La importación de la mayor parte de mercancías se encuentra liberalizada. Las personas físicas o jurídicas que deseen importar están obligadas a inscribirse en el *Padrón Nacional de Importadores* de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). El número con el que se identifica al importador en dicho registro es el RFC (Registro Federal de Causantes). Una vez obtenida la licencia, se debe completar una declaración de importación para cada envío. Esta declaración debe ser cumplimentada por un agente de aduanas.

Existe una escasa organización de las aduanas, lo cual hace que en muchas ocasiones se creen obstáculos (bloqueos e inmovilización) a la entrada de productos en el país. La misma problemática puede presentarse a la hora de introducir muestras y catálogos en el país.

El Cuaderno ATA está aceptado en el país pero no es posible utilizarlo aún dados los requisitos que establece la ley. Las “Reglas de Carácter General de Comercio Exterior” determinan que ha de existir una persona moral constituida de conformidad con las leyes mexicanas para actuar como garantizadora y expedidora del Cuaderno ATA en México. Para obtener dicha autorización la persona moral deberá acreditar tener un capital social mínimo de 1.000.000 de pesos mexicanos íntegramente suscrito y pagado, así como contemplar dentro de su objeto social el garantizar las operaciones de importación y exportación temporales que se realicen al amparo del Cuaderno ATA. Asimismo, deberá depositar una fianza por un monto de 450.000 pesos mexicanos que permanecerá como tal durante el primer año de actividades. Por el momento no existe ninguna empresa mexicana que haya completado el procedimiento completo para actuar como garantizadora y expedidora del Cuaderno ATA.

La Legislación sobre importación de muestras exige que los productos de muestra se encuentren marcados, rotos, perforados, o tratados de modo que los descalifique para su venta, o para cualquier uso que no sea el de muestras. Evidentemente, en el caso de productos de joyería esto supone un coste muy alto y hay que optar por la importación temporal del muestrario.

En México existen tres Regímenes de importación: Definitivo, Temporal, Depósito Fiscal, Tránsito Interno.

Las mercancías destinada a ferias o exposiciones se podrán introducir bajo el Régimen Temporal, con un límite de un año. También se admiten para muestras y muestrarios para un período máximo de seis meses.

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

Por lo que se refiere a ferias y convenciones, la SHCP prevé la posibilidad de autorizar el Régimen Fiscal a los locales donde se celebren exposiciones internacionales, lo cual simplifica los trámites.

El procedimiento para realizar la importación temporal es el siguiente:

GUÍA PRÁCTICA PARA REALIZAR UNA IMPORTACIÓN TEMPORAL CUANDO EL PASAJERO TRANSPORTA LA MERCANCÍA	
1	Son necesarios los datos del pasajero y declarar a una empresa en México como Responsable Solidario.
2	A la llegada al aeropuerto, y antes de pasar aduanas, la mercancía ha de pasar a depósito
3	La mercancía es pesada, precintada y llevada al almacén. La estancia en el mismo lleva asociado un coste, que ronda los 1000 pesos. Dependerá de: <ul style="list-style-type: none"> • Almacenaje, el coste se determinará en función del peso y de los días que pase la mercancía en el almacén • Custodia, sobre la base del valor de la mercancía • Maniobra, en función del peso de la mercancía
4	El traslado de las mercancías desde la zona de pasajeros hasta la zona de carga (que es donde queda almacenada y donde finalmente se retira) se hace una vez al día. En el caso de joyería se realiza una “conducción extraordinaria” y la mercancía se traslada a la zona de carga en cuanto se recibe en la zona de pasajeros. Este proceso puede tardar un máximo de 2 horas.
5	Una vez la mercancía está en el almacén, el agente aduanal debe retirarla presentando la siguiente documentación: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Justificante de pago del <i>Pedimento</i>. El coste del Pedimento son 340 pesos: <ul style="list-style-type: none"> • 161 pesos de Pre-validador • 179 pesos de Derechos de Trámite Aduanero <p>El pago del Pedimento se debe de realizar en el banco. El banco habilitado a tal efecto finaliza su horario de atención al público a las 5 de la tarde.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Recibo del pasajero</i> (donde se especifica la mercancía en depósito). Este recibo es el formulario que rellena el pasajero en el avión especificando la mercancía que transporta. ▪ Pago del coste de almacén, que se realiza in situ. ▪ Otros documentos y formatos que el agente aduanal tramita con anterioridad, como una carta dirigida a Hacienda donde se solicita la autorización de la Importación Temporal de dichas mercancías
6	Retirada de mercancía. En el momento de la retirada hay que pasar por el sistema aleatorio, que consiste en pulsar un botón para que el sistema determine, mediante un sis-

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

	tema de luz similar al semáforo, si la mercancía será inspeccionada o no. Luz roja significa que la mercancía será inspeccionada por el agente, mientras que luz verde indica que se puede continuar sin someterse a inspección. Hay que tener en cuenta que el área de carga (y el sistema aleatorio) está operativa hasta las 6 de la tarde. A partir de esa hora no es posible retirar la mercancía y hay que esperar hasta el día siguiente. En función del agente aduanal que se contrate, este trámite puede resolverse en el mismo día o de un día para otro.
7	Todos estos trámites se deberán hacer necesariamente a través de un agente aduanal. El coste de los servicios del agente pueden rondar en torno a los 2000 pesos.

* NOTA: Las tarifas y costes indicados son aproximados y actualizados a Junio de 2006. Recomendamos consultar los costes aplicables con su agente aduanal.



ICEX

III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

El mercado mexicano de joyería se caracteriza por su enorme dispersión y su heterogeneidad. El volumen de las empresas varía desde la gran empresa hasta el negocio familiar. El número de importadores es reducido y en muchos casos entran en esta actividad de modo esporádico para completar sus líneas propias.

Como figuras principales de la distribución de joyería se diferencian las siguientes:

- **Mayoristas:** podemos encontrar a los mayoristas en los centros joyeros. Muchos de ellos venden al por mayor y además tienen su propia tienda donde venden al detalle.
- **Cadenas de tiendas:** situadas generalmente en los centros comerciales. Realizan sus compras a través de su central de compras y distribuyen a todas sus tiendas.
- **Centros Joyeros:** distribuyen principalmente joyería de gama media ó comercial.
- **Tiendas de joyería de gama alta:** situadas principalmente en Polanco, en la Avenida Presidente Masarik. Junto a las principales firmas mexicanas se encuentran las tiendas de las marcas internacionales con presencia en el país: Cartier, Bulgari, Berger. También hay joyerías de gama alta en los centros comerciales de las zonas mas exclusivas de DF (Centro Comercial Plaza Moliere) y Guadalajara (CC La Gran Plaza).
- **Aboneros:** Existe un mercado paralelo que equivale al 10% de las ventas totales. Venden joyería a plazos directamente en los domicilios.

La distribución de joyería en México sigue generalmente un camino definido, tanto para el producto nacional como el importado. La cadena de distribución se inicia en el fabricante o

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

importador (masivo), el cual no suele vender directamente, a excepción de casos aislados en los cuales el fabricante cuenta con una red de tiendas, normalmente orientadas hacia la venta a mayoristas pero que también es accesible al público general.

La vía más habitual de distribución incluye distintos intermediarios, hasta el vendedor final, el cual puede ser una tienda establecida o, en muchos casos en México, una abonera.

La abonera es una vendedora a domicilio, que vende a plazos, de ahí su nombre. Su clientela se reduce a sus conocidos. Generalmente, financia sus ventas de forma particular y los plazos de pago no exceden de 60 días con pagos semanales o quincenales. El producto que venden suele ser de calidad y precio bajos. La irregularidad de este tipo de venta hace difícil la realización de estimaciones del volumen de ventas, aunque nadie pone en duda la gran importancia de estas figuras dentro de la distribución del sector.

Hay que destacar la expansión de los Centros Joyeros en casi todas las ciudades de la República. El concepto de Centro Joyero consiste en la concentración de empresas joyeras en un mismo emplazamiento, representando una transformación en las formas de comercialización y venta de joyería tanto al menudeo como al mayoreo. La seguridad ha sido una de las principales razones para su creación, permitiendo la venta directa al consumidor final eliminando intermediarios. El tipo de joyería que se comercializa es de gama media o joyería comercial.

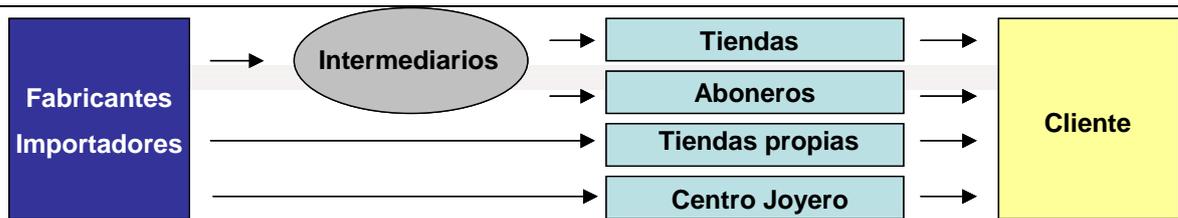
En 1983 se creó en Guadalajara el primer centro joyero de México. Desde entonces la idea ha tenido gran aceptación y en la actualidad, son más de 20 los establecidos en la República mexicana. Éstos se ubican en las zonas con mayor tradición joyera como México DF, Guadalajara, Taxco e Iguala (Guerrero).

En la actualidad concentran la comercialización de la mayor parte de la joyería del país. Del mismo modo, permiten una mayor competencia entre firmas ofreciendo al consumidor una mayor posibilidad de selección y comparación en un mismo lugar y en menos tiempo. En un primer momento, los centros se orientaron hacia los compradores de volúmenes medios y elevados, pero con el paso del tiempo se han abierto hacia el pequeño comprador y vendedor. Esta situación ha hecho que aumente la venta a los pequeños compradores a precio casi de mayorista.

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

Si nos centramos en la joyería de alta gama nos encontramos con que, por motivos de seguridad, no es frecuente encontrar joyerías en las calles, la mayor parte de ellas se ubican en Centros Comerciales y zonas muy exclusivas de la ciudad.

ESQUEMA DE LA DISTRIBUCIÓN



Fuente: Elaboración propia

ICEX

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Marca y nombre comercial

Aunque no es obligatorio, el registro de la marca representa un trámite fundamental para las empresas que deseen introducir sus productos en México.

Otorga el derecho exclusivo de su uso en la República mexicana, evitando copias, imitaciones o aprovechamiento de la reputación comercial de una empresa, permitiendo ejercer las acciones legales oportunas en caso de uso no autorizado.

La vigencia de una marca o nombre comercial tiene una duración de 10 años. Las renovaciones son por 10 años igualmente e ilimitadas.

2.2. Calidad y garantía

La NOM-33-SCFI-1994 establece los criterios de quilatajes y marcas en las piezas para que éstas puedan ser comercializadas en el país.

Además de las disposiciones que marca la ley, existe el “Grupo de Calidad” una iniciativa de la Camara de Joyería de Jalisco (CRIJPEJ) .

Se constituyó hace 10 años con el objetivo de presentar a sus agremiados un proyecto que regulara el quilataje de los productos a la hora de medirlos y dar autenticidad a los mismos. Se ha convertido en un referente de calidad tanto para consumidores, que buscan el sello en las piezas, como para las empresas, que solicitan la certificación para poder garantizar la calidad de sus productos.

IV . ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La falta de estadísticas fiables limita, una vez más, la obtención de estimaciones de consumo. A ello se unen las reticencias del sector a dar cifras de producción y ventas, el enorme volumen del mercado negro y el contrabando existente.

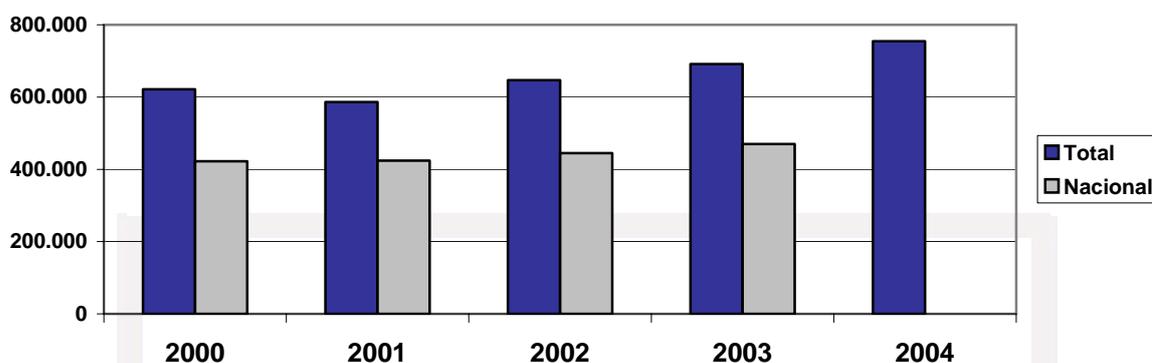
De acuerdo con la información ofrecida por el INEGI a través de las “Encuestas industriales anuales” y el “Censo Económico 2004” las ventas del sector se han mantenido crecientes desde el año 2000, salvo en el año 2001, donde se registró un descenso debido a la crisis económica global que se vivió.

Hasta el año 2003 es posible cruzar los datos de ventas nacionales con los datos de ventas netas totales. Teniendo en cuenta esta información se puede asegurar que el mercado interno es la principal fuente de ingresos de la joyería, presentando un comportamiento más estable y lineal.

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

VENTAS TOTALES NETAS Y VENTAS NACIONALES DE JOYERÍA 2000 – 2004

Miles de pesos a precios corrientes



Fuente: INEGI. Datos de ventas nacionales de 2004 no disponibles

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

El sector de la joyería está muy influenciado por la evolución general de la economía. Las variaciones del poder adquisitivo de la población se traducen en importantes variaciones en el consumo de joyería en México.

Como ya se ha visto, México presenta unas cifras importantes de consumo de joyería. Las características de este consumo dependen principalmente del nivel de ingresos de los potenciales clientes y de la edad del consumidor.

Se trata de un producto indicativo de estatus y posición económica, que forma parte de la cultura y de la estética mexicana, al entenderse como parte del atuendo personal y cotidiano

El nivel de renta y su desigual distribución en México determina las características del consumo y del tipo de producto demandado.

Cerca de un 20% de la población conforman lo que podría considerarse como clase social media-alta. Ellos son los potenciales consumidores de joyería de gama alta y se decantan por diseños elegantes, modernos y con calidad garantizada, siendo el precio un factor secundario.

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

En este sentido, se hace necesario observar las tendencias del gusto de los consumidores, invirtiendo recursos en el diseño de productos novedosos.

El resto de consumidores opta por joyería en oro más tradicional y de producción nacional.

El peso de las piezas influye directamente en el precio, de forma que podemos establecer una relación entre el tipo y peso de las piezas con el tipo de comercialización y el perfil del consumidor final de las mismas.

Peso de las piezas	Comercialización	Público
Menos de 5 grms	Aboneros	Comprador de bajos recursos
Entre 5 y 20 grms	Mayoristas	Comprador clase baja - media
Más de 20 grms (Precio inferior 3000 USD)	Joyeros establecidos	Piezas destinadas a regalo
Más de 20 grms (Precio superior 3000 USD)	Joyerías de gama alta	Elite económica y social del país. Gran porcentaje de producto importado

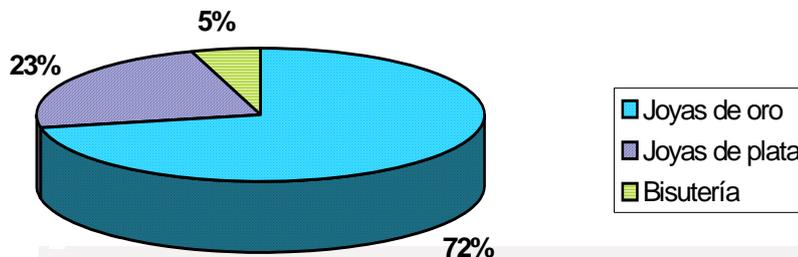
Otro factor que determina el tipo de consumo de joyería es la edad. Mientras que la mujer joven prefiere diseños en plata, más modernos y económicos, la mujer adulta muestra preferencia por los productos de oro.

Las mujeres de entre 40 y 60 años realizan el 80% de las compras. Los artículos de más de 1000 USD son generalmente comprados por hombres.

El 72% de las ventas corresponde a joyería en oro, mientras que la joyería de plata representa un 23%. El 5% restante corresponde a las ventas de bisutería y joyería de fantasía importada principalmente de países asiáticos.

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

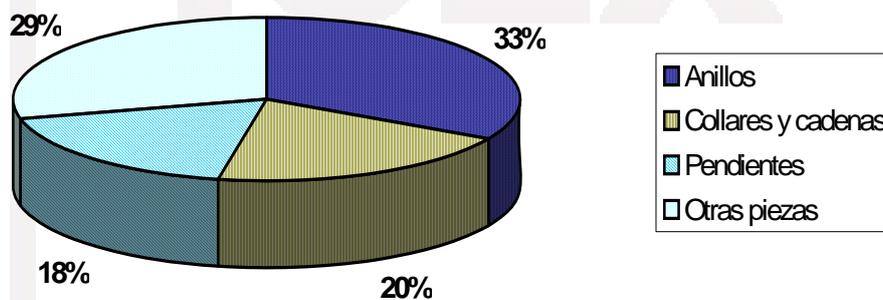
DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS DE JOYERÍA SEGÚN MATERIAL DE FABRICACIÓN



Fuente: INEGI

El producto más vendido son los anillos (33%), seguido por collares y cadenas (20%) y por los pendientes (18%).

DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS DE JOYERÍA SEGÚN TIPO DE PRODUCTO



Fuente: INEGI

Las piezas de oro pueden encontrarse en tres tipos de quilataje distinto: 10 K, 14 K y 18 K.

Dependiendo de la zona geográfica, está más extendido el consumo de uno u otro. En términos generales podemos determinar que la demanda se reparte de la siguiente manera:

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

Zona	Quilataje
Zona Centro y Distrito Federal	14 K
Estado de Guerrero (Iguala y Taxco)	10 K
Zona Norte	14 a 18 K
Estado de Jalisco (Guadalajara)	10 K

Como puede observarse, el mercado del oro de 18 K es reducido en México, principalmente debido a su precio. Entre las clases de mayor poder adquisitivo es muy apreciado y lo compran como producto importado, pero el grueso del consumo está representado por las piezas de 10 y 14 quilates.

Las ventas de joyería son muy cíclicas, concentrándose aproximadamente un 35% en los meses de noviembre y diciembre coincidiendo con las fiestas Navideñas.

Otras fechas señaladas son el día de San Valentín (14 de febrero) y Día de la Madre (10 de Mayo).

Las bodas tienen un peso muy importante en las ventas de joyería. Las ventas de anillos de compromiso y alianzas de oro para las bodas representan un importante porcentaje en las ventas.

Los cumpleaños a partir de los 15 años para las chicas, nacimientos y fin de carrera son otras de las fechas señaladas para regalar joyas.

Cerca de un 20% de las compras del sector las realizan turistas.

Además de la compra de joyería para consumo propio o regalo, existe la compra de joyería como patrimonio, aunque su importancia es apenas relevante

La certificación de calidad de los productos pretende evitar la introducción en el mercado de otros tipos de aleaciones, quilatajes inferiores o imitaciones de piedras preciosas. AMAGOD y el grupo de calidad de CRIJPEJ controlan la certificación de empresas que cumplen con la calidad de sus productos.

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

En México, tanto hombres como mujeres son consumidores de joyería de oro.

La clase social media-baja consume joyería de oro sin darle demasiada importancia al diseño, ya que el consumo está relacionado con el status. Se decantan principalmente por cadenas, brazaletes y medallones con motivos religiosos.

Las mujeres de entre 40 y 60 años consumen joyería en oro amarillo, diseños tradicionales y combinados con piedras preciosas y semipreciosas. Los colores más actuales son el azul y el coral.

En los últimos años se ha desarrollado la demanda de diseños más sofisticados y que siga las tendencias de la moda. Las revistas del sector y las marcas europeas establecidas en México han sido las propulsoras de este nuevo mercado, que se decanta por la joyería en oro blanco y joyería en plata. La plata es más versátil y fácil de adaptar a los diseños más juveniles a precios más asequibles.

Las clases sociales de alto poder adquisitivo se decantan por diseños de alta calidad, generalmente joyería importada de Italia. La joyería europea goza de un gran prestigio y se considera señal de status social.

Las piedras preciosas y semipreciosas, combinadas con diseños de oro blanco, amarillo o plata, y las perlas están de moda.

La inseguridad en las calles está reforzando la tendencia a llevar piezas poco recargadas y de menor valor en detrimento de las piezas de alta joyería y más barrocas.

3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

En México el producto español en general cuenta con una buena imagen y prestigio y se asocia a innovación. Este punto de partida es óptimo para empezar a desarrollar una imagen de marca Made in Spain.

La joyería española se percibe como un producto de alta calidad, próxima a la italiana o francesa, muy superior a las piezas de origen asiático, con buenos diseños y acabados pero sigue siendo muy desconocida aún. Aparte de Carrera y Carrera y Tous, no hay marcas españolas reconocidas en el mercado. La joyería comercial es conocida y apreciada por su calidad y acabados, especialmente la joyería cordobesa, pero sin asociarse a marcas concretas.

Se enfrenta a dificultades en el mercado mexicano por su alto precio, en comparación con el producto nacional y el proveniente de otros países.

Italia, principal competidor, lleva una gran ventaja en el mercado al haber realizado una gran inversión publicitaria y haber construido una imagen de marca muy fuerte. Es común ver copias de modelos de firmas italianas realizadas por fabricantes mexicanos a precios más bajos.

En relación a los distintos tipos de joyería hay que tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- Joyería en oro: el consumo de joyería en oro de 18 kilates se reduce al segmento de población con mayores ingresos.
- Joyería en plata: México es uno de los mayores productores mundiales y ofrece una enorme variedad de creaciones en plata. La empresa española deberá prestar especial atención a los diseños innovadores y al precio para ganar participación en este sector.

La empresa española ha de ser muy cuidadosa en la protección de sus diseños. El plagio y la copia de diseños y nombres comerciales son prácticas habituales.

Entre las posibilidades que puede contemplar la empresa española se debe considerar la colaboración entre empresas de ambos países, comercializando la empresa española producto mexicano y viceversa.

V ■ ANEXOS

1. INFORMES DE FERIAS

EXPO JOYA, Exposición Internacional de Joyería, Platería, Relojería, Accesorios e Insumos	
Ambito:	Internacional
Frecuencia:	Semestral. En abril y en octubre.
Lugar de celebración:	Centro de Exposiciones Expo Guadalajara Av. Mariano Otero 1499, Col. Verde Valle, 44520 Guadalajara, Jalisco (MÉXICO) http://www.expojoya.com.mx
Horario de la feria:	De 10:00 h. a 19:00 h
Precio de la entrada:	Gratuita. Exclusiva para mayoristas del sector
Organizador/Director:	Cámara de Joyería de Jalisco Av. Topacio 2486, Fracc. Verde Valle Guadalajara, Jalisco, CP 44540 Tel: 52 33 31 21 92 38 / 31 21 92 69 Fax: 52 33 31 21 92 86 Email: exposiciones@camaradejoyeria.com.mx Web: www.camaradejoyeria.com.mx
Superficie:	13.000 m ²
Carácter:	Profesional
Tipo de visitantes:	Mayoristas especializados del sector

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

EXPOJOYERÍA PREMIER	
Ambito:	Nacional
Frecuencia:	Semestral. En febrero y noviembre
Lugar de celebración:	WTC, World Trade Center C/ Filadelfia s/n. Colonia Nápoles 03810 México DF
Horario de la feria:	De 10:00 h. a 17:00 h.
Precio de la entrada:	50 pesos
Director / Organizador:	AMEFJO, Asociación Mexicana de Fabricantes de Joyería y Distribuidores de relojería Río Guadiana 23, 4º piso Col. Cuauhtemoc, 06500 México DF Tel: (00 52) (55) 5535 5660 Fax: (00 52) (55) 5535 5706 E-mail: amefjoyeria@hotmail.com amefjoac@prodigy.net.mx Contacto: Lic. Flavio Juarez
Superficie:	3.300 M2
Carácter:	Mixta

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

AMFAR EXPOREGALO	
Ambito:	Internacional
Frecuencia:	Semestral. Julio y Enero
Lugar de celebración:	WTC, World Trade Center C/ Filadelfia s/n. Colonia Nápoles 03810 México DF
Horario de la feria:	De 10:00 h. a 17:00 h
Precio de la entrada:	Gratuita
Director / Organizador:	AMFAR, Asociación Mexicana de Fabricantes de Artículos de Regalo, decoración y Artesanías Guanajuato 214. Col. Roma 06700 México DF Tel: (00 52) (55) 5564 4564 Fax: (00 52) (55) 5574 9709 Email: amfar@amfar.com Web: www.amfar.com.mx Contacto: Bernardo Poldosky - Director General = bpoldosky@amfar.com Ángel Landeros – Director Administrativo alanderos@amfar.com
Superficie:	14.500 M2
Tipo de visitantes:	Mayoristas

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

ESPACIO SEDE DEL REGALO	
Frecuencia:	Semestral. Enero y Agosto
Lugar de celebración:	Centro de Exposiciones Banamex Avda. Conscripto 311, Col. Lomas de Sotelo México DF
Horario de la feria:	De 10:00 a 20:00
Precio de la entrada:	Gratuito para profesionales del sector e instituciones Público en general : 10 pesos
Director / Organizador:	Grupo Salpro, S.A. de C.V
Superficie:	22.000 m2
Tipo de visitantes:	Compradores mayoristas nacionales y extranjeros.
Servicios ofrecidos:	Módulos de información, guardarropa, agencia de viajes "Altanueva", Centro de Negocios (FedEx KinKo's), Cajeros automáticos, Primeros Auxilios, Estancia Infantil, Facilidades para discapacitados, Ticketmaster y Granja de las Américas (entretenimiento familiar).
Nº de expositores:	550 empresas
Carácter:	Profesional, dirigido exclusivamente al mayoreo.

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS

AMEFJO, ASOCIACIÓN MEXICANA DE FABRICANTES DE JOYERÍA Y DISTRIBUIDORES DE RELOJERÍA

Río Guadiana N°23, 4º piso

Col. Cuauhtemoc, 06500

México DF

Tel: (00 52) (55) 5235-5660

Fax: (00 52) (55) 5535-5706

Email: amefjoyeria@hotmail.com

amefjoac@prodigy.net.mx

Contacto: Lic. Flavio Juarez

AMEFJO está formada por los principales fabricantes mexicanos de joyería. Su objetivo es la defensa de los intereses de las empresas del sector así como promocionarlas en el exterior. Organizan la asistencia de empresas mexicanas a ferias internacionales, principalmente JCK en Estados Unidos y Vicenza en Italia. AMEFJO organiza la feria Expojoyería

CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA PLATERÍA Y LA JOYERÍA

Reynosa N°13

Col. Condesa, 06100

México DF

Tel: (00 52) (55) 5516 1771

Fax: (00 52) (55) 5535-5706

CAMARA REGIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA JOYERÍA Y PLATERÍA DEL ESTADO DE JALISCO

Av/ Topacio 2468

Col. Fracc. Verde Valle

44540 Guadalajara

Estado de Jalisco

Tel: (00 52) (33) 3121 9238

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

Fax: (00 52) (33) 3121 0299

Email: info@camaradejoyeria.com.mx

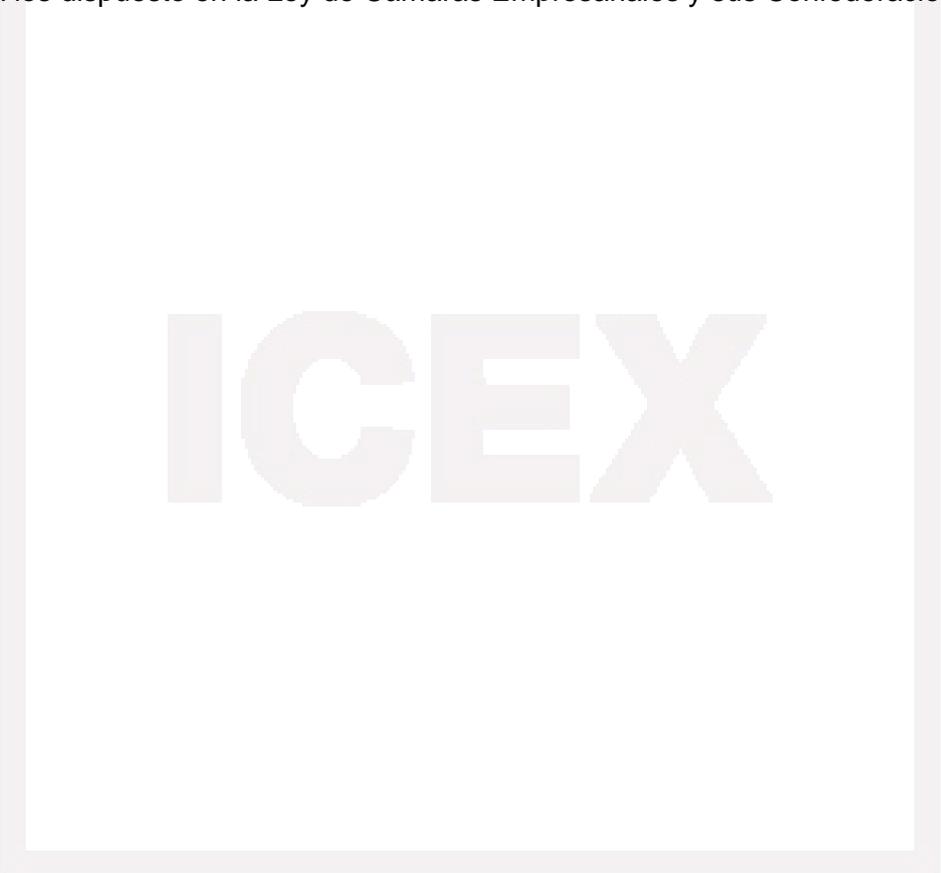
desarrolloindustrial@camaradejoyeria.com.mx

Contacto: Michel Ponce, Comercio Exterior

Web: www.camaradejoyeria.com.mx

La cámara tiene por objeto representar, defender, orientar, auxiliar e informar a sus asociados así como impulsar y promover el desarrollo de la joyería en el Estado de Jalisco.

La Cámara Regional de la Industria de Joyería y Platería del Estado de Jalisco es una institución de interés público, autónoma, con personalidad jurídica y patrimonio propio, constituida conforme a lo dispuesto en la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones.



ICEX

3. PUBLICACIONES DE INTERÉS

Tiempo de Joyas

Ediciones Tourbillon, SA de CV

Emilio Castelar 111 – 5

Colonia Polanco

11560 México DF

Tel: (00 52) (55) 5280 1796

Fax:(00 52) (55) 5281 5610

Mail: info@tiempoderelojes.com

Publicación semestral (Primavera y Otoño)

Nuestra Joya

Editada por la CRIJPEJ

Topacio 2486, Fracc. Verde Valle

44540 Guadalajara , Estado de Jalisco

Tel: (00 52) (33) 3121 9238

Fax: (00 52) (33) 3121 0299

Email: info@camaradejoyeria.com.mx

Web : www.camaradejoyeria.com.mx

Publicación semestral bilingüe de información de la joyería y platería así como sus nexos, conexos y similares.

Precio: 100 \$

Horloger

Edición y comercialización: Guillermo Lira

Tlf. (0052) (55) 5362-1501

Móvil: (044)55-5419-1289

Coordinadora comercial: Sandra Barradas

Colaboradores: Carlos Matamoros, Israel Ortiga, Krina, Luis Peyrelongue

Alta Joyería, Suplemento trimestral del diario "El Economista" , sólo para suscriptores

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

4. CENTROS JOYEROS

Nombre	Dirección	Ciudad
Tapatío Centro Joyero	República nº 70	Guadalajara
Centro Joyero Guadalajara	Pº de los Herreros 269, República nº40	Guadalajara
Centro Joyero República	República nº 20	Guadalajara
Plaza Joyera de Occidente	Pº del Hospicio nº 65	Guadalajara
Centro Joyero GWTC	Av. Mariano Otero nº 1329	Guadalajara
Centro Joyero Diamante	República nº 69	Guadalajara
Centro Joyero Aguamarina	Pº de los Herreros nº 266	Guadalajara
Centro Joyero Cabañas	Pº del Hospicio nº 22	Guadalajara
Auri Galería Joyera	Av. 16 de Septiembre nº 233	Guadalajara
Nuevo Centro Joyero de Guadalajara	República nº 17	Guadalajara
Galería Joyera	República nº 67	Guadalajara
Centro Joyero Metropolitano	Paseo Degollado nº 55	Guadalajara
Centro Joyero La Joya	Pº del Hospicio nº 57	Guadalajara
Magno Centro Joyero	Pº del Hospicio nº 22	Guadalajara
Portal Joyero	Pº del Hospicio nº 61	Guadalajara
Pabellón Joyero	Pº del Hospicio nº 56	Guadalajara
Centro Joyero Plaza de Armas	Pedro Moreno nº 337 -339	Guadalajara
El Tianguis Joyero	Pedro Moreno nº 388	Guadalajara
Centro Joyero Madero	Madero nº 55. Col. Centro	México DF
Centro Joyero Madero	Madero nº 54. Col. Centro	México DF
Centro Joyero Madero	Madero nº 16. Col. Centro	México DF
Centro Joyero Madero	Madero nº 34. Col. Centro	México DF
Centro Joyero Zócalo	—	México DF
Centro Joyero Palma	Palma nº 9	México DF
Centro Joyero Palma	Palma nº 5	México DF
Centro Joyero Palma	Palma nº 30	México DF
Centro Joyero Iguala	Av. Juárez nº 9	Iguala, Guerrero

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

Centro Joyero de Iguala	Obregón, esq. Reforma	Iguala, Guerrero.
Ag. Centro Exportador	Miguel Hidalgo nº 31	Taxco, Guerrero
Centro Platero Real de Taxco	Cuauhtemoc nº 4	Taxco, Guerrero
Centro Joyero Puerto Vallarta	Juarez nº 150.	P. Vallarta, Jalisco



ICEX

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

5. IMPORTADORES, REPRESENTANTES Y DISTRIBUIDORES. GAMA ALTA

Berger Joyeros, SA de CV

Presidente Masaryk, 438

Col. Polanco, Deleg. Miguel Hidalgo

11510, México DF

Tel.: (0052) (55) 5281 4122

Fax: (0052) (55) 5281 5803

www.berger.com.mx

Contacto: D. Luis Leos, Gerente

D. Ari y Sergio Berger, Directores

Joyería El Aderezo

Avda. Presidente Masaryk, 427

Col. Polanco, Deleg. Miguel Hidalgo

11550, México DF

Tel: (0052) (55) 52806602

Fax: (0052) (55) 52806613

Peyrelongue Chronos

Avda. Presidente Masaryk, 431

Col. Polanco, Deleg. Miguel Hidalgo

11550 , México DF

Tel: (0052) (55) 5281 5050

www.chronos.com.mx

Contacto: Luis Peyrelongue, Director General.

Email:direccion@chronos.com.mx

Tressor Joyeros

Londres 144-A (Entre Florencia y Amberes)

Col. Juárez (Zona Rosa), Deleg. Cuauhtemoc

C.P. 06600. México D.F.

Tel.: (0052) (55) 5208 9165

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

Fax: (0052) (55) 55110755

Contacto: D. Rafael Aguilar

Email: raguilarr@tressor.com.mx

www.tressor.com.mx

De la Fuente Bustillo

Avda. Vasco de Quiroga, 3800 Local 117 Planta Baja (enfrente de Liverpool)

Col. Santa Fe, Deleg. Cuajimalpa

05109 Mexico DF

Tel.: (0052) (55) 5257 0042

Fax: (0052) (55) 5512 9161

Contacto: D. Pedro y D. Miguel De la Fuente

Email: delafuente@joyeriayrelojes.com

Casa Arles

Centro Comercial Perisur

Periférico Sur, 4690 1er Piso, Local 179

Col. Ampliación Pedregal, Deleg. Coyoacan

04500 México DF

Tel: (0052) (55) 5528 0725; Ext. 213

Contacto: D. Fernando Hernández

Diamonds Straat

Centro Comercial Plaza Moliere

Avda. Moliere, 222 Local 207 (Planta Baja)

Col. Palmas Polanco, Deleg. Miguel Hidalgo

11570 México DF

Tel: (0052) (55) 5433 7511 (tel. móvil)

Contacto: D. Carlos Araiza de la Parra

Astrio Joyeros

Joyería del Hotel Camino Real

Mariano Escobedo 700

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

Col. Nueva Anzures, Deleg. Miguel Hidalgo
11300 México DF
Tel: (0052) (55) 5203 2030
Fax: (0052) (55) 5203 2030
Contacto: Ing. Victoria Roig
Email: astrid_jewl@hotmail.com

Finozzi Joyería

Copenhague 22 P.B.
Col. Juárez (Zona Rosa), Deleg. Cuauhtemoc
06600. México D.F..
Tel: (0052) (55) 5207 8226/ 5514 4144
Contacto: Sr. Vázquez y Sheila White

Peregrina Hermanos SA de CV

J. Luis Verdia, 193
44450 Guadalajara, Jalisco
Tel: (0052) (33) 3317 2799
Fax: (0052) (33) 3617 8560
Email: peregrinahermanos@hotmail.com
Contacto: Sr. Hugo Peregrina

Aplijsa

Hotel Fiesta Americana
Aurelio Aceves No. 225
Glorieta Minerva
Guadalajara, Jalisco, Mexico
Tel: (0052) (33) 3825 2809
Contacto: D. Salvador Sandoval

Lozano Martínez

Portal Joyero, Local 130
Paseo del Hospicio, 61, Zona Centro

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

Guadalajara Jalisco

44360 México

Guadalajara, Jalisco, México

Tel: (0052) (33) 3540 9830/ 34

Contacto: D. Alejandro Lozano

Macame Joyas

C.Comercial Plaza del Sol, Local 7 Zona O.

Guadalajara, Jalisco, México

Tel: (0052) (33) 3647 5104

Persona de Contacto: Sr. Arriaga

Lacherta Joyería

Centro Joyero World Trade Center

Av. Mariano Otero, 1249

Torre Pacífico, piso 5

Guadalajara, Jalisco

44540 México

Tel.: (0052) (33) 3669 0823

Contacto: Benigno Vergara

Carranza y Carranza Joyas Finas

Centrito Valle

Tel: (0052) (81) 8335 1464/ 3601

Monterrey, Nuevo León

México

Contacto: Alejandra, Rogelio, Verenice y Jesús Carranza.

E-mail: joyas@carranzaycarranza.com

www.carranzaycarranza.com

Relojes Exactos, SA de CV

Ejército Nacional 499. 1er piso.

Col. Granada. Deleg. Miguel Hidalgo

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México DF

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

11520 México DF

Tel.: (0052) (55) 5255 5845

Contacto: Jorge Cabrera

E-mail: jcabrera@relojesexactos.com

Web: www.relojesexactos.com

Grupo Mondi, SA de CV

Avda. Popocatepetl 204

Col. General Anaya. Deleg. Benito Juárez

03340 México DF

Tel: (0052) (55) 5605 1007/ 0238

Fax: (0052)(55) 5688 2589

Contacto: Ing. Lorenzo García

E-mail: grupo_mondi@yahoo.com.mx

H Steele & Co.

Avda. Industria Textil, 24

Parque Industrial Naucalpan. Deleg. Naucalpan

53489 Estado de México

Tel: (0052) (55) 5329 4023

Fax: (0052) (55) 5300 3302

Contacto: Jaime Volovitz

E-mail: jaimev@hsteele.com.mx

6. JOYERÍA COMERCIAL Y TIENDAS DEPARTAMENTALES

Palacio De Hierro SA de CV

Valladolid 85, 2º. Col. Roma.

06700 México D.F.

Tel.: (00 52) (55) 5229 5400 (Conmutador)

Fax: (00 52) (55) 5514 2933

www.elpalaciodehierro.com.mx

El Puerto De Liverpool SA de CV

Mariano Escobedo 425.

Col. Chapultepec - Morales.

11570 México D.F.

Tel.: (00 52) (55) 5328 6800/ 64 00/ 65 00 (Conmutador)

Fax: (00 52) (55) 5531 72 51 (Puente)

<http://www.liverpool.com.mx>

Sears Roebuck De México SA de CV (Grupo Carso)

Av. Vasco De Quiroga, 3800

Centro Comercial Santa Fe

1210 Mexico D.F

Tel: (00 52) (55) 5257 9300

Fax: (00 52) (55) 5257 1872

<http://www.sears.com/todoparati/>

Sanborns Hermanos S.A.

Calvario, 106

Col. Tlalpan, Deleg. Tlalpan

1400 México DF

Tel (00 52) (55) 5325 9912

Fax (00 52) (55) 5325 9945

E-mail:cusia@sanborns.com.mx

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

Mexican Trading

Avda. Presidente Masaryk, 473
Col. Los Morales- Polanco
11520 México DF
Tel. (00 52) (55) 5378 5306
Email: mexicantrading@hotmail.com

Alamán Romay

Cinco de Mayo, 32 Despacho 313
Col. Centro , Delg. Cuauhtemoc
06000 México DF
Telf. (00 52) (55) 5512 2627
Fax. (00 52) (55) 5521 3326
E-mail: altdisjlbo@hotmail.com

Joyas Plaza Galerías SA de CV

Av. Insurgentes Nte. 1501 4º p.
Col. Tepeyac Insurgentes
CP 07020 México DF
Tel. (00 52) (55) 5118 0065
Fax (00 52) (55) 5781 0862
E-mail: gbobadilla@grupocristal.com.mx
E-mail2: fcbobadilla@grupocristal.com.mx
www.guvier.com
www.cristaljoyas.com

Diamanis – Grupo Joyero

C/Madero 61 interior 302
Col. Centro, Deleg. Cuauhtemoc
06000 México DF
Tel. (00 52) (55) 5512 9156
Fax. (00 52) (55) 5510 2592

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

Oro Guadalajara – José Behar Cohen

C/Madero 55 Local 24 Sección A
Col. Centro, Deleg. Cuauhtemoc
06000 México DF
Tel. (00 52) (55) 5512 0669
Email: pebehar@prodigy.net.mex

Aguirre Montecinos

C/ Madero 34 local 25
Col. Centro, Deleg. Cuauhtemoc
06000 México Df
Tel. (00 52) (55) 5510 1939

Sinijoyas SA de CV

C/Madero, 55 Despacho 209 2º piso
Col. Centro, Deleg. Cuauhtemoc
06000 México DF
Tel. (00 52) (55) 5521 9207
Fax. (00 52) (55) 5521 9262
E-mail: sinijoyas@prodigy.net.mx
www.sinijoyas.com.mx

Murielli SA de CV

Rubén Dario, 44-9
Col. Rincón del Bosque Deleg, Miguel Hidalgo
11580 México DF
Tel (00 52) (55) 5250 4694
Fax (00 52) (55) 5545 3475

Desentis Hermanos SA de CV

Francisco I Madero, No. 57. Despacho 102. Col Centro
Mexico-06000-D.F

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

Tel. (00 52) (55) 5512 8987

E-mail:sgardunon@yahoo.com.mx

Valoro

World Trade Center, Interior H3

Avda. Mariano Otero 1249

Torre Pacífico, piso 5

Guadalajara, Jalisco

44540 México

Tel. (00 52) (33) 3669 0897

www.valoro.com

Peregrina Hermanos SA de CV

J. Luis Verdia, 193

44450 Guadalajara, Jalisco (México)

Tel. (00 52) (33) 33 17 27 99

Fax (00 52) (33) 36 17 85 60

Email:peregrinahermanos@hotmail.com

Joyeria Diamante

Condominio Plaza Joyera de Occidente

Plaza Tapatía, Paseo del Hospicio, 65

Tel. (00 52) (33) 36 18 17 71

44360 Guadalajara, Jalisco

Joyas Cely – Centro Joyero Guadalajara

Interior 208 Plaza tapatía

Pasaje de los Herreros, 269

44360 Guadalajara, Jalisco (México)

Tel. (00 52) (33)36 17 31 03

Fax (00 52) (33)36 18 20 63

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

Joyas Vicarsa SA de CV

Avda. Mariano Otero, 1329 Local 2 Letra I
Guadalajara World Trade Center, Interior 21
44540 Guadalajara (Jalisco)
Tefl. (00 52) (33) 36 69 08 14
Fax (00 52) (33) 36 69 08 15

Aplijsa

Hotel Fiesta Americana
Aurelio Aceves, 225
Guadalajara, Jalisco (México)
Tefl. (00 52) (33) 38 25 28 09
www.aplijsa.com
E-mail: servicio.clientes@aplijsa.com.mx



ICEX

7. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Fuentes oficiales de México
 - Instituto Nacional de Geografía y estadística www.inegi.gob.mx
 - Encuesta Mensual de Producción. Banco de Información Económica
 - Secretaría de Economía www.economia.gob.mx
 - Cámara de Joyería del Estado de Jalisco (CIRJEP)
 - Asociación Mexicana de Fabricantes de Joyería (AMEFJO)
 - Bancomext – Banco Nacional de Comercio Exterior
 - Sistema Estatal de Información de Jalisco – SEIJAL www.seijal.gob.mx

- Websites
 - www.joyasyjoyas.com.mx
 - World Gold Council

- Entrevistas realizadas
 - Ing. Flavio Juarez, AMEFJO
 - Lic. Michel Ponce, Cámara Regional de la Industria de la Joyería y Platería del Estado de Jalisco (CRIJPEJ)
 - Diversos profesionales del sector durante visita a la feria Expojoyería Premier, Febrero 2006.

- Estudios de mercado
 - La Industria de la Joyería en México. Oficina Comercial de la Embajada de España en México DF, Agosto 2000.
 - Estudio sobre la cadena productiva de la Joyería y Orfebrería de Plata y Oro. Secretaría de Economía, 2003
 - Estudio Sectorial Joyería. Bitel, Dirección de Análisis y Estudios Económicos, Abril 2002
 - Le marché de la bijouterie et horlogerie au Mexique., Fiche de synthèse. Missions Économiques. Ambassade de France au Mexique. Julio 2002
 - Misión Estudio sobre el sector de la joyería. JOYEX, Diciembre 2003

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MÉXICO

- Publicaciones sectoriales
 - Nuestra Joya (ver Anexo 3)
 - Tiempo de Joyas (ver Anexo 3)
 - Horologier (ver Anexo 3)
 - Jewels From Spain, Joyex, Primavera – Verano 2006
- Bases de Datos
 - DIA – Legislación aduanera y de comercio exterior en México
 - ESTACOM – Estadísticas de comercio exterior
 - World Trade Atlas – Sistema de información comercial



ICEX