



# Mercado *de* Jóias *da* Argentina



## **Série: *Exportação de Jóias e Gemas***

Esta série tem como principal intuito fornecer informação atualizada ao exportador brasileiro de jóias sobre os mercados internacionais e oportunidades de negócios, incluindo estratégias para vender mais e melhor.

Assim, esta série incluirá publicações e estudos de diversas categorias: guias mercadológicos de países, análises dos dados de import-export, inclusive de outras nações, indicações de produtos potenciais para exportação, ajuda na identificação de nichos de mercado, dados legais, etc.

Com esta série, o exportador de jóias do Brasil terá recursos de extrema valia para o desenvolvimento de suas atividades de comércio exterior.

## **O que é NEIJ/IBGM**

O IBGM, em parceria com CREBI.com, website global de informações joalheiras, formou um centro de geração e difusão de informações joalheiras, chamado de **NEIJ/IBGM**, para fornecer a comunidade joalheira brasileira, uma ferramenta fundamental nos dias de hoje: informação. Informação que gera negócios e que torna o profissional de jóias mais eficiente e competitivo.

O **NEIJ/IBGM** desenvolve e divulga pesquisas e estudos em diversas especialidades destinados a impulsionar o crescimento das operações joalheiras no Brasil e a facilitar a expansão dessas atividades em um mundo globalizado.

O **NEIJ/IBGM** está criando um dos maiores databases do setor joalheiro do mundo.

Série: *Exportação de Jóias*  
Estudos de Mercado

# Mercado *de* Jóias *da* Argentina

*CREBi*  
sua fonte de informação em jóias e afins

**IBGM**



Rua Texeira da Silva,433 - Paraíso  
04002-137 São Paulo, SP  
Fone: (0XX11)30165850  
www.ibgm.com.br / biblioteca@ajesp.com.br

## Equipe técnica

**Coordenação de Pesquisa:** Nicole Amboni de Souza  
Gerência do NEIJ - IBGM São Paulo

**Revisão** Thaís de Jesus  
Gerência de Marketing e Comunicação

**Projeto Gráfico e Produção:** NEIJ - Núcleo de Estudos e  
Informações Joalheiras

**Supervisão Geral:** CREBi.com

**Assessoria:** Departamento de Exportação/IBGM  
Sistema PSI

**Press on demand:** Adex

O texto do presente estudo foi concluído em janeiro de 2008

B823c

IBGM - Instituto Brasileiro de Gemas e Metais  
Mercado de Jóias da Argentina  
São Paulo: IBGM, 2007.  
46 p. (Coleção Exportação de Jóias e Gemas)  
1. Brasil - comércio exterior, 2. Argentina  
- comércio exterior I. Título II Série

CDU

Titulares deste trabalho: IBGM e CREBi.com

© Direitos reservados.

*É permitida a transcrição parcial do presente estudo, desde que seja citada a fonte.*

---

Na preparação deste fascículo, foram invidados os melhores esforços para assegurar uma informação exata. Contudo, a informação deste é entregue sem nenhuma garantia, expressa ou implícita. Não nos responsabilizamos por dados aduaneiros de outros países, porque cada um captura documentos conforme sua própria legislação. As marcas citadas pertencem aos respectivos proprietários.

# Índice

---

---

<b>O País</b> _____	<b>9</b>
Localização, dados básicos, dados macro-econômicos, dados históricos, dados políticos, dados econômicos, regiões	
<b>O mercado</b>	
<b>Classificação aduaneira</b> _____	<b>13</b>
<b>Análise da oferta</b> _____	<b>15</b>
Tamanho do mercado, importações, produção interna, metais preciosos, gemas	
<b>Análise da comercialização</b> _____	<b>22</b>
Canais de distribuição, mercado de jóia fina, mercado de bijuterias	
<b>Análise da demanda</b> _____	<b>26</b>
Demanda do consumo, distribuição por classe, consumo por produto, consumo por quilatagem	
<b>Perspectivas e oportunidades</b> _____	<b>30</b>
Comércio bilateral, pontos de mercado, presença brasileira, ações de marketing	
<b>Anexos</b> _____	<b>34</b>
Feiras, associações, publicações, taxas aduaneiras, feriados, dados de acesso ao mercado, formação de preços, Feriados, cadastro de importadores, fontes de informação, embaixadas, representações comerciais	

# Materiais desenvolvidos NEIJ-IBGM/CREBi.com

## Série: Exportação de Jóias e Gemas Estudos de mercado

- Mercado de Jóias do México EJ-001
- Mercado de Jóias da Colômbia EJ-002
- Mercado de Jóias da Rússia EJ-003
- Mercado de Jóias de Design dos EUA EJ-004
- Mercado de Bijuterias e Folheados - EUA EJ-005
- Mercado de Jóias da Argentina EJ-006
- Mercado de Jóias do Chile EJ-007
- Mercado de Jóias do Peru EJ-008
- Mercado de Jóias da Venezuela EJ-009
- Mercado de Jóias do Equador EJ-010

## Estudos setoriais

- Estudo para Estruturação de Mercado para Jóias Éticas e Étnicas no Brasil EE-001

## Booklets de utilidade prática

- FTC Jewelry Guide - USA UP-001



Rua Texeira da Silva,433  
04002-137 São Paulo, SP  
Fone-fax: (0XX11)30165850  
[www.ibgm.com.br](http://www.ibgm.com.br) / [biblioteca@ibgm.com.br](mailto:biblioteca@ibgm.com.br)

# Introdução

---

---

Este estudo de mercado analisa o mercado de jóias na Argentina com a fim de oferecer uma visão geral e orientação para os empresários brasileiros que desejam ingressar nesse mercado, o qual deverá ser implementado com outros, em breve, para atualização dos profissionais de exportação.

Os produtos, objeto do estudo são jóias de ouro e prata, e jóias de custo baixo (bijuterias e folheados), incluindo gemas coradas. O estudo foi dividido em três partes:

- **O País**, com dados básicos e gerais sobre a nação;
  - **O Mercado**, um pré-estudo enfocando o setor de jóias em três aspectos analíticos: oferta, comercialização e demanda;
  - **Perspectivas**, dados iniciais para o ingresso nesse mercado.
- Além da seção “**Anexos**” com informações importantes para o exportador.

Este estudo de mercado foi elaborado com base de estatísticas e informações, cujas fontes estão indicadas nos Anexos, assim como por contatos (entrevistas) que foram realizadas especificadamente para esse mercado.

Todo o estudo de mercado se defronta com dificuldades de quantificação de cifras dada a ausência de dados estatísticos confiáveis e homogêneos a partir dos quais seja possível uma análise. Além disso, os agentes do setor são muito reticentes em facilitar a informação. Mesmo assim, foram compilados diversos dados. Contudo, este não pode nem deve ser considerado como

# Introdução

---

---

um trabalho final, mas o primeiro de muitos que se seguirão para este mercado, pois muitos pontos ainda devem ser abordados. Nesta composição, os exportadores devem sugerir novos estudos, como colaborarem com dados que possam fazer parte do acervo de informações.

O NEIJ já está estudando o lançamento de um novo trabalho para complementar o presente que abordará uma análise estratégica do presente mercado, onde poderá oferecer ao exportador brasileiro de jóias diversas ações de marketing, promoção e comercialização.

Janeiro de 2007



## Núcleo de Estudos e Informação Joalheira - NEIJ/IBGM

É recomendável para os exportadores lerem também o material preparado pela Divisão de Comércio Exterior do Ministério de Relações Exteriores do Brasil

“**Como Exportar Argentina**”, que pode ser baixada no site: <http://www.crebi.com/export/argentina.pdf>

Recomenda-se também acessar o website:

[www.portaldoexportador.gov.br](http://www.portaldoexportador.gov.br) onde é possível acessar o curso “**Aprendendo a Exportar Gemas e Jóias**”.

No site [www.crebi.com/braexport](http://www.crebi.com/braexport), o leitor poderá encontrar novos dados sobre exportação para a Argentina

# O País

---

---

## Localização

A Argentina ou República Argentina está localizada na América do Sul, delimitada ao

- norte, pela Bolívia, Paraguai e Brasil,
- leste, pelo Brasil, Uruguai e Oceano Atlântico;
- oeste, pelo Chile;
- sul, pelo Estreito de Drake e Chile.



## Dados Gerais (dados de 2007)

Capital	Buenos Aires
Língua oficial	Espanhol ou castelhano
Moeda	Peso Argentino
Área total	2.766.889 km <sup>2</sup>
IDH	0,869
População	39.356.215 hab.
Densidade	14 hab./km <sup>2</sup>
Governo	República Federal Presidencialista
Código da Internet	.ar
Código telefônico	+54

## Dados Macroeconômicos

PIB	US\$ 654 413 bilhões
Per capita	US\$ 17 062

# O País

---

---

<b>Taxa anual de inflação</b>	9.8%
<b>Taxa de crescimento</b>	8.5%
<b>Juros - B.C.</b>	2.4%
<b>Deficit público (PIB)</b>	-5.5%
<b>Conta Corrente (saldo)</b>	US\$ 13.267 (2005)
<b>Dívida Externa</b>	US\$ 118 200 bilhões
<b>Reservas Internacionais</b>	US\$ 19 bilhões (2005)
<b>Taxa de câmbio</b>	US\$ 1 = 2.9 pesos arg. (nov./2007)

(fonte: Wikipedia)

## Dados históricos

O nome Argentina vem de *argentum*, prata em latim, vista a grande quantidade do metal encontrada nas mãos dos indígenas.

A chegada dos primeiros seres humanos às atuais terras argentinas está estimada em 11.000 anos a.C.

A região noroeste formava parte do Império Inca e os pampas eram dominados por ameríndios nômades, um deles chamado de Patagon, que quer dizer, pés grandes.

Em fevereiro de 1516 o navegante espanhol Juan Díaz de Solís chegou e desembarcou no estuário do Rio da Prata e reclamou a região em nome da Espanha.

A colonização espanhola deu-se nos séculos XVI e XVII.

A independência da Espanha ocorreu em 1816, sendo proclamada a primeira Constituição em 1853, sendo modificada em 1994. Até metade da década de 40, a história do país foi marcada por conflitos internos entre conservadores militares e liberais civis, até chegada do movimento peronista em 1948.

Entre 1955 e 1983, diversos presidentes civis e militares se suce

---

---

deram no poder, com golpes freqüentes e implantação de ditaduras violentas.

A partir de 1994, a democracia argentina foi estabelecida.

## Dados políticos

A Argentina é uma república federal presidencialista, com os poderes distribuída entre o executivo, legislativo e judiciário.

## Dados econômicos

É o país da América Latina com o maior PIB per capita e o mais elevado índice de desenvolvimento humano (IDH).

A Argentina é o 2º maior parceiro comercial do Brasil, após os EUA. e o Brasil é o 1º parceiro da Argentina.

A Argentina é a 2ª maior economia da América do Sul, a 3ª da América (após Brasil e México) e juntamente com o Brasil, Paraguai, Uruguai e Venezuela forma o Mercosul.

A economia do país baseia-se na produção agrícola e na pecuária. A Argentina é uma das principais nações produtoras de carne, cereais e azeite do mundo.

Como o Brasil, a Argentina possui um dos solos mais férteis do mundo (os Pampas), onde cultivam trigo, milho, soja.

O parque industrial concentra-se em Buenos Aires, baseado em produtos alimentícios, seguido pelo setor têxtil e indústria automobilística.

## Regiões administrativas

A Argentina é uma república representativa federal desde a Constituição de 1853. Há 23 províncias e um Distrito Federal:

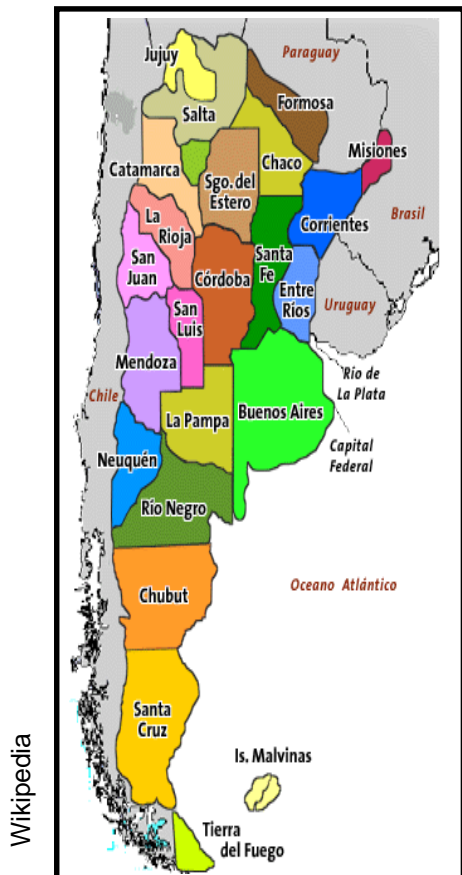
- Capital Federal (Cidade autônoma de Buenos Aires)

# O País

- Buenos Aires (não confundir com a cidade homônima)
- Catamarca - Córdoba - Corrientes - Chaco
- Chubut - Entre Rios - Formosa - Jujuy
- La Pampa - Misiones - Neuquén - Río Negro
- Salta - San Juan - Mendoza - San Luis
- Santa Cruz - Santa Fe
- Santiago del Estero
- Tierra del Fuego
- Tucumán

No setor de jóias, a Argentina possui três polos:

- Buenos Aires e Mar del Plata
- Rosário
- Córdoba



# O Mercado: Classificação aduaneira

---

O estudo se centra no capítulo 71 que se refere a produtos joalheiros com base no Sistema Harmonizado apresentado abaixo.

- 7113 Artículos de joyería y sus partes de metal precioso o de chapado de metal precioso
  - 7113.11 Artículos de joyería y sus partes de plata incluso revestido o chapado de metal precioso (plaqué).
  - 7113.19 Artículos de joyería y sus partes de los demás metales preciosos incluso revestidos o chapados de meta.
  - 7113.20 Artículos de joyería y sus partes de chapado de metal precioso (plaqué) sobre metal común.
- 7114 Artículos de orfebrería y sus partes de metal precioso o de chapado de metal precioso.
  - 7114.11 Artículos de orfebrería y sus partes de plata incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaqué).
  - 7114.19 Artículos de orfebrería y sus partes de los demás metales preciosos incluso revestidos o chapados de metal precioso.
  - 7114.20 Artículos de orfebrería y sus partes de chapado de metal precioso (plaqué) sobre metal común.

# O Mercado: Classificação aduaneira

---

7116	Manufacturas de perlas finas (naturales) o cultivadas de piedras preciosas o semipreciosas (naturales).
7116.1.0	Manufacturas de perlas finas (naturales) o cultivadas.
7116.2.0	Manufacturas de piedras preciosas o semipreciosas (naturales sintéticas o reconstituidas).
7117	Bisutería
7117.11	Gemelos y pasadores similares de metal común incluso plateado dorado o platinado. 7117.19.10 - Las demas bisuteria dorados o platinados con partes de vidrio/
7117.19	Las demás bisutería de metal común incluso plateado dorado o platinado
7117.90	Las demás bisuterías. 7117.19.90 - Las demás bisuteria de metal común

## Nota:

No site [www.crebi.com](http://www.crebi.com), pode ser baixada toda a tabela do Capítulo 71 - Artigos de Joalheria e do Capítulo 92 - Artigos de relógios

# O Mercado: Análise da oferta

## Tamanho de mercado

O comércio exterior argentino do setor de jóias é mostrado no quadro abaixo, onde se nota que a Argentina tem saldo extremamente positivo no comércio internacional:

<i>Importações e exportações de jóias</i>					
	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
Exportação	114.681	115536	139.613	149.534	560.669
Importação	14.349	16.426	29.836	44.980	78.663
Importação do Brasil	376	1.760	2.481	3.280	4.098
% BR s/total	25%	11%	8%	7%	7%
Exportação para Brasil	11	29	43	69	214

\* (em US\$ 1.000) Fonte: Aladi

O crescimento das exportações tem aumentado consideravelmente entre 2002 e 2005, como se pode verificar no quadro acima. O mesmo crescimento substancial também tem ocorrido com as importações. Mesmo assim a quota do Brasil tem se reduzido em relação aos outros países indicando perda de mercado. Ao nosso ver, o mercado argentino merece por parte dos empresários um empenho de marketing maior.

# Definição do segmento de mercado

## Importações

Em 2005 as importações de jóias de metais preciosos cresceram em 28% (valor bruto) entre o ano analisado e o anterior, cujos os principais exportadores estão no quadro abaixo:

<i>Importação de produtos joalheiros</i>		
<b>Países</b>	<b>2005</b>	<b>%</b>
Brasil	1.390	79%
França	183	10%
Estados Unidos	128	6%
Italia	82	3%
India	44	2%
<b>1.827</b>		<b>100%</b>
* em US\$ 1 mil		Fonte: Endec

No setor de bijuterias, os principais vendedores estão no quadro abaixo:

<i>Importação de bijuterias</i>		
<b>Países</b>	<b>2005</b>	<b>%</b>
China	1,996	63%
Brasil	977	26%
India	265	6%
Tailândia	193	5%
Austria	63	-
Outros	320	-
<b>3.809</b>		<b>100</b>
* em US\$ 1 mil		Fonte: Endec

# O Mercado: Análise da oferta

Como se nota nos quadros acima, o Brasil está bem posicionado no mercado argentino, embora sofra pressão dos asiáticos no setor de bijuterias. Em jóias de ouro, a predominância do Brasil é mais saliente.

## Exportações

Atualmente, os países compradores de jóias argentinas são:

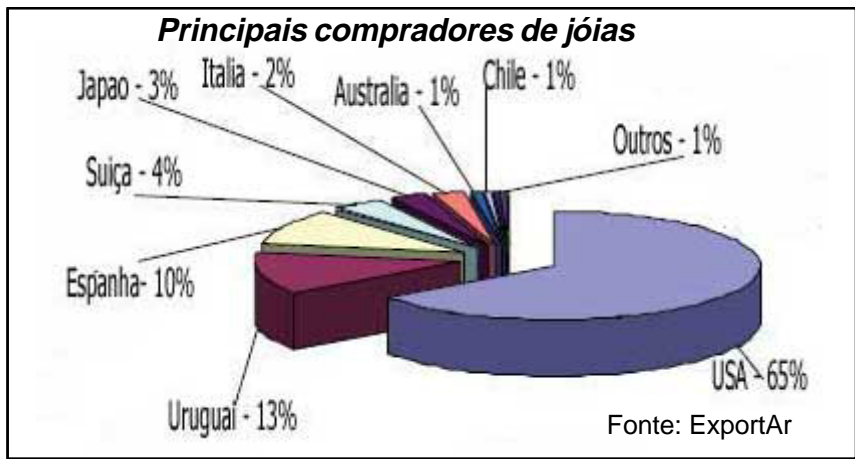
- CEE: 70%
- USA: 17%
- Outros: 13%

As exportações argentinas em 2005 foi de US\$ 613 mil, um crescimento de 14%, sendo os EUA o principal destino com 65% do total, ou seja US\$ 389 mil e o Uruguai na 2ª posição e a Espanha na 3ª posição, conforme se mostra no quadro abaixo:

<i>Principais compradores de jóias</i>		
<b>Países</b>	<b>2005</b>	<b>%</b>
Estados Unidos	399	65%
Uruguai	78	13%
Espanha	61	9%
Suiça	26	3%
Japão	18	2%
Itália	13	1%
Australia	5	-
Chile	3.7	-
México	3.2	-
França	2.6	-
Brasil	0	-
<b>Total</b>	<b>682</b>	<b>100%</b>
* em US\$ 1 mil		Fonte: ExportAr

O quadro a seguir mostra a distribuição por país:

# O Mercado: Análise da oferta



No setor de bijuterias, as exportações argentinas são apresentadas no quadro a seguir:

<b>Principais compradores de jóias</b>		
<b>Países</b>	<b>2005</b>	<b>%</b>
Chile	751	39%
Equador	270	14%
Uruguai	241	11%
Venezuela	169	8%
USA	149	6%
Espanha	141	6%
Itália	49	-
Porto Rico	42	-
Hong Kong	31	-
México	20	-
Brasil	7	-
<b>Total</b>	<b>1.829</b>	<b>100%</b>
* em US\$ 1 mil		Fonte: ExportAr

# O Mercado: Análise da oferta

## Produção local

O setor empresarial está localizado principalmente em Buenos Aires, Mar de La Plata, Córdoba e Rosario.

O quadro abaixo mostra dados de empregados e fabricantes:

<b>Dados de fabricantes e empregados</b>	
<b>2005</b>	
Num. fabricantes	700
Empregados (em mil)	9.000

Fonte: CAJRA

A embaixada americana interessada no mercado argentino preparou um *paper* sobre o mercado argentino de jóias com os seguintes dados relacionados com a taxa de crescimento para os próximos 2 anos (fonte: The Economist Intelligence Unit, Nosis)

	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>%</b>
Total do mercado	73.4	82.0	87.1	
Importações	4.4	1.5	1.5	3%
Produção local	70.0	0.5	86	
Exportações	1.0	0.5	9.4	4%

Em US\$ milhão

# O Mercado: Análise da oferta

---

Os números acima indicam que o domínio da indústria argentina está bastante consolidado no mercado da mesma forma que acontece no Brasil. Apesar da reformulação industrial que passou a Argentina em anos recentes, essa não atingiu tão profundamente o setor joalheiro, indicando uma forte tendência de crescimento nos últimos anos.

## Metais preciosos

O nome Argentina (argentum em latim significa prata) foi dado pelos descobridores, porque viram nos nativos muitos enfeites em prata e logo pensaram que estavam num país abundante em prata. Ledo engano. A Argentina não possui minas de prata.

Por muito tempo o Vice-Reinado do Mar del Plata foi abandonado pelos espanhóis, pois as terras argentinas eram as mais pobres do Reinado da Espanha nas Américas em termo de minerais. Por isso, por muito tempo, os espanhóis deram mais destaque às terras do Pacífico, ricas em minerais, principalmente prata e ouro, onde formaram o Vice-Reinado do Peru. A história nos conta que a independência dos países das terras do Pacífico teve a colaboração decisiva de um espanhol-argentino San Martin, um herói do país vizinho, junto com outro herói, Simon Bolivar, que atuou principalmente ao norte na Colômbia e Venezuela, decisivo na formação dos 5 países andinos da região, que formavam a Grã- Granada e depois Grã- Colômbia.

Deixando um pouco da história de nossos parceiros latino-americanos, que aliás, os exportadores precisam conhecer, vamos ao que interessa, onde a Argentina é o 3º maior produtor de ouro da América do Sul (Peru, Brasil, Argentina, Chile, México, Colômbia)

# O Mercado: Análise da oferta

com uma produção apresentada no quadro abaixo:

<i>Produção de ouro</i>					
	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
Ouro	31	33	30	28	44

Fonte: IBGM

## Gemas

Como regra geral, somente o Brasil possui grandes depósitos de uma grande variedade de pedras preciosas na América Latina. Com exceção da Colômbia, que possui esmeraldas, o Chile, Lápiz Lázuli, a Venezuela, diamantes, os países andinos não são ricos em depósitos de pedras preciosas, as gemas existentes estão ligadas à formação de rochas cristalizadas e vulcânicas, com pequenos depósitos de rodocrosita, fluorita, onix...

A Argentina também segue esta regra, exceto na região de Misiones, onde possui ricos depósitos de ametistas, calcedônias, e outros quartzos com características similares aos existentes no outro lado do Rio Uruguai no Brasil, na região de Soledade.

Outra pedra encontrada na Argentina é rodocrosita (vermelha) no altiplano de Catamarca.

Como conclusão, isto indica um bom mercado para o Brasil explorar.

# O Mercado: Análise da comercialização

## Canal de distribuição

As vendas para consumo final se encontram discriminadas em 5 canais: atacadistas, centro distribuidores, supermercados, varejistas (excluindo supermercados e venda direta).

No caso de jóias, as estatísticas argentinas incluem joalherias com outros estabelecimentos, como mostrado abaixo.

<b>Canais de distribuição em percentual</b>					
	<b>Atacadistas</b>	<b>Centro distribuidor</b>	<b>Varejistas</b>	<b>Super mercados</b>	<b>Cons. final</b>
Brinquedos, Art. Esportivas, Joalherias	58.18	0	27.80	13.57	.045

Fonte: Endec

Na análise da distribuição da produção interna e importação, temos os seguintes dados percentuais:

- produção interna: 86.9%

- importação: 13.1%

Por tipo de importador, temos:

- Importação direta: 77.6%

- Importação por atacadista: 22.4%

Estes dados incluem outros setores, por isso, podem ser prejudicados para o setor de jóias, especificamente.

# O Mercado: Análise da comercialização

---

O mercado joalheiro argentino é muito tradicional e sofre muitas flutuações. Contudo, ultimamente vem desaparecendo a figura do atacadista na cadeia de distribuição.

O fabricante comercializa diretamente com o varejista, sem intermediários, que impõe os critérios da compra. Em alguns casos, a venda também se dirige a centrais de compras de grandes varejistas.

Hoje, há uma saturação do mercado interno e um elevado número de fabricantes que dirige sua produção para exportação.

## **Distribuidor**

O intermediário preponderante é o distribuidor tradicional que compra produtos assumindo o risco da operação e os revende no mercado com ou sem direitos exclusivos de comercialização em determinados territórios.

## **Representante comercial**

A figura de representante também é muito utilizada, especialmente para produtos de preço elevado ou fabricação sob pedido. Não existe uma Lei de Contrato de Agentes nem uma associação de agentes comerciais como no Brasil.

A atividade de agente está contemplada em normas comerciais gerais.

## **Joint venture**

A legislação argentina permite o estabelecimento de joint-ventures. Um contrato deve ser registrado na Junta Comercial. O contrato deve conter a representação legal na forma de administração.

## **Shopping Centers**

Na região da Grande Buenos Aires, há aproximadamente 27

# O Mercado: Análise da comercialização

---

---

shopping centers, todos com joalherias instaladas que procuraram estes centros devido à segurança.

Nos últimos 5 anos, a Argentina tem alterado seu processo de distribuição. Hoje, os fabricantes distribuem diretamente para atacadistas e daí para os varejistas. Anteriormente, havia numerosas cadeias e grande quantidade de lojas.

## Mercado da jóia fina

A Argentina tem sido afetada tanto pela recessão em anos recentes como pelo aumento das importações. Recentes tendências indicam que os produtores estão completando suas linhas com as importações e simultaneamente trabalhando eficazmente para aumentar suas exportações.

## Mercado de bijuterias

O mercado de bijuterias é dominado pelo segmento de folheados (gold plated) de boa qualidade com diversos detalhes de acabamento fabricados na própria Argentina.

Hoje, há uma tendência de alterar o “gold plated” por “gold filled” impulsionado por fabricantes da Espanha e dos EUA.

Conforme pesquisa feita pela Embaixada Americana na Argentina, a jóia de “gold filled” tem recebido boa recepção no mercado. Desta forma, os exportadores brasileiros devem focar principalmente o segmento “gold filled”, onde existe falhas de atendimento, como estão fazendo as empresas americanas.

O mercado de bijuterias pode ser dividido em diversos segmentos em função da qualidade dos produtos:

- Baixa qualidade e desenho simplificado, explorado pelo Brasil e países asiáticos. Este mercado não tem futuro no Brasil para a exportação.

# O Mercado: Análise da comercialização

---

- Média qualidade com requintes de alto acabamento, explorado pelo EUA, Espanha e Itália.

- Alta qualidade com acabamento joalheiro, explorado principalmente pela Argentina que está tendo o acirramento competitivo de empresas estrangeiras, o que está provocando a conversão das companhias locais em importadores.

O setor de bijuterias de médio e alto preço é vendido em lojas de shopping, lojas de presentes e boutiques de roupa, que são compradas diretamente do fabricante ou importador. O setor de baixo preço é vendido em supermercados e feiras livres.

## Competição

Os principais fatores de competição são preço, qualidade e desenho, dependendo do segmento de mercado a ordem dos fatores acima varia. No segmento alto, a ordem é desenho, qualidade e preço. Para o segmento mais baixo, o preço e as tendências de moda são determinantes de compra.

# O Mercado:

## Análise da demanda

---

### Tendências de jóias

As tendências da jóia argentina indicam uma proximidade maior com os tipos de jóias tradicionais.

Devido a problemas de recessão, a indústria local perdeu parte do mercado, mas alguns itens merecem destaque:

- o crescimento das empresas estrangeiras em diferentes segmentos comprime o mercado.
- a inabilidade dos fabricantes locais de responderem rapidamente a demanda do mercado.
- os custos da produção local não são competitivos em relação ao preço final comparado com os produtos importados.

Em vista disso, a conversão das companhias locais de tradicionais fabricantes em importadores tem sido notável.

No caso de joalheria, a demanda é mais para produtos de alta qualidade e em bijuterias em produtos de médio e baixo preço.

Os fatores preço, qualidade e desenhos são os mais competitivos. A ordem destes fatores dependem do segmento de mercado em questão. Por exemplo, qualidade e desenho são os preferidos sob o preço para joalheria fina.

Na bijuteria, o preço e a moda são fatores decisivos. Neste setor, a maioria dos clientes são mulheres jovens.

O segmento mais consciente de moda paga, preços mais altos por itens, como novidades em desenho, boa qualidade e acaba-

# O Mercado: Análise da demanda

---

mentos, principalmente para itens de folheados, com conteúdos de ouro (gold filled), embora a maioria da venda seja do tipo gold plated.

No setor de bijuteria, o preço é o principal fator de decisão final de compra. A faixa está entre US\$1 a US\$15 dependendo do item. No segmento mais alto, está entre US\$15 e US\$80, dependendo da qualidade.

Na Argentina, os consumidores estão inclinados mais pelas tendências européias.

## Tipo de consumidores

O principal consumidor de jóias são mulheres com idade entre 20 e 55 anos, que moram em cidades e nos segmentos de renda média, média-alta e alta da população.

As mulheres são conduzidas pela moda e vêem as jóias como forma de acentuar seu visual.

A população argentina está concentrada em grandes centros urbanos, como Buenos Aires e arredores, onde moram 1/3 da população, que compram mais produtos importados.

Outras cidades grandes: Córdoba, Rosario e Mendoza.

Conforme dados do Indec (o IBGE da Argentina), há 3 milhões de mulheres trabalhadoras, sendo que 35% têm idade entre 30 e 40 anos e 16% com 41 e 55 anos.

Outro segmento comprador de jóias, principalmente bijuterias, são as jovens mulheres com mais de 21 anos.

## Jóias de casamento

As alianças têm grande potencial de vendas no setor de jóias finas, principalmente as de ouro polido. Recentemente, as de ouro branco e platina têm se tornado comum.

# O Mercado: Análise da demanda

---

Os anéis de diamantes de alta qualidade com 1 diamante (solitário) mostram forte potencial de crescimento.

As jóias finas de ouro têm obtido alta demanda, como brincos, colares, braceletes e brincos e colares de pérolas.

Os produtos mais importados entre 2004 e 2005 são colares fofinhos, anéis, brincos e braceletes.

Outros produtos populares são os pendentos em correntes finas ou cordões de couro e os broches são muito usados em roupas.

## Épocas de venda

As épocas de maiores vendas na Argentina estão nas festividades de Natal e Ano Novo.

O mês de outubro é bastante significativo em vendas devido ao Dia das Mães, que ocorre sempre no 3o domingo do mês.

Algumas ocasiões, como aniversários, batismo e casamentos conduzem a vendas de jóias. É costume no país o uso de faixas durante o noivado..

## Mercado de luxo

Da mesma forma como o Chile, a Argentina está atraindo em maior grau as mais importantes grifes internacionais, o que indica que o mercado de produtos de luxo já é uma realidade nesse país.

Um exemplo desse crescimento é a própria H.Stern, que tem alcançado taxas de 17% a 20% nos últimos anos, conforme informes de imprensa.

## Promoção

A Argentina é o único país da América Latina, além do Brasil, que

# O Mercado: Análise da demanda

---

possui uma estruturação para promoção de feiras como lançamento de coleções duas vezes ao ano e com revistas dedicadas ao setor de jóias.

Desta forma, o mercado argentino não pode ser considerado um mercado para depósito de peças não vendidas.



# Perspectivas e oportunidades

---

- O Brasil é o principal fornecedor de jóias de ouro para a Argentina com uma quota de 79% em 2005 e de 26% para bijuterias e folheados.

- No setor de folheados, o Brasil concorre diretamente com produtos chineses, o que se torna impraticável em termos de preço. Por isso, recomenda-se em alterar o produto de “gold plated” para “gold filled”. Neste caso, o teor de ouro deve estar na ordem de 3% em relação ao peso da peça para ser catalogado como um produto “gold filled”.

Os americanos optaram por entrar no mercado argentino dentro desta categoria por ser um produto dedicado ao segmento médio e alto de bijuterias.

- As jóias de design com gemas devem receber um trabalho mais dedicado dos exportadores, pois é um segmento que pode obter um alto crescimento.

## Pontos do mercado

- O mercado argentino é o único da América Latina que possui uma estrutura comercial solidificada na área de jóias, com associações de classe e revistas especializadas, o que não ocorre em outros países. A Colômbia está procurando criar essa estrutura a partir deste ano.

- O Brasil precisa intensificar sua ação mercadológica junto aos fabricantes de jóias argentinos, pois existe a tendência do joalheiro argentino suprir as lacunas de suas linhas de fabricação com produtos importados. Esta ação foi notada pelo CREBi.com em entrevistas informais com joalheiros daquele país. Atualmente, o mercado argentino é suprido com 87% dos produtos vendi-

# Perspectivas e oportunidades

---

dos por empresas argentinas e 13% por produtos importados. Contudo, essa relação era nula em 2000.

## Presença brasileira

O ícone internacional brasileiro H. Stern está presente na Argentina em 4 pontos, sendo dois em hotéis e 1 no Aeroporto de Buenos Aires, além de outro na famosa Calle Florida.

A presença neste país já completou mais de 40 anos. Nos últimos anos, com o crescimento do mercado argentino, a expansão dessa empresa tem sido na ordem de 17 a 20%, conforme informes de imprensa.

## Ações de marketing

A seguir, elencam-se algumas medidas que poderiam ser tomadas para alavancar as vendas brasileiras de jóias neste mercado:

- Os mercados latino-americanos de jóias, exceto o do México, estão numa fase em que o Brasil pode realmente influenciar no desenvolvimento de novos negócios, tanto no aumento e consolidação de sua presença como no efetivo fornecimento de produtos. Exceto a Argentina e em menor escala, a Colômbia, a estrutura comercial precisa ainda receber diversas melhorias, o Brasil pode se tornar o protagonista desse trabalho.

No caso da Argentina, o Brasil poderia oferecer a tecnologia do seu sistema de certificação “Amagold”, pelo qual poderia formar laços mais fortes com grandes fabricantes de jóias, onde alguns estão se tornando importadores.

- O ponto de partida será desenvolver uma imagem de marca “Hecho en Brasil” para dar prestígio e associá-la a inovação, que seja reconhecida como um produto de alta qualidade, igual aos

# Perspectivas e oportunidades

---

---

melhores do mundo. No setor de jóias, fica cada vez mais evidente a necessidade de uma marca brasileira para distingui-la dos concorrentes, principalmente dos asiáticos, que depreciam o produto em preço e em qualidade (referência aos níveis de chumbo nas jóias) com isso agregar valor ao produto.

- Desenvolver uma campanha de promoção do produto brasileiro na Argentina. Essa campanha deve incluir um site brasileiro específico para o mercado local que funcione em um sistema B2B, onde os importadores argentinos possam contatar as empresas brasileiras de jóias. A grande vantagem deste sistema é o pequeno investimento necessário para sua execução.

- Devido à boa penetração da jóia brasileira nesse mercado, recomenda-se estudo de mercado mais aprofundado, que apresente as estratégias de penetração indicando inclusive as empresas a serem “atacadas”.

- Alguns passos que poderiam resultar em novos negócios na Argentina seriam um relacionamento mais ativo com as associações de classe locais.

Neste estudo, não foi feita a pesquisa junto aos exportadores para captar opiniões de quem já exporta.  
Esperamos poder reproduzir essas opiniões em breve.

# Anexos

---

## Feiras

### Mundo Joya

**Datas de realização:** março e agosto

**Local:** Sheraton Hotel - Buenos Aires

**Promotor:** Passa Disegni

**Telefones:** 5411-4822-1957

**Email:** info@hseventos.com.ar

**Web:** www.mundojoya.com.ar

### BaiJoya Salon de Joyeria y Relojeria

**Datas de realização:** março e agosto

**Local:** Hilton Hotel - Buenos Aires

**Promotor:** Camara de Empresarios de Joyeria

**Telefones:** (54 11) 4383-5815 - Fax: 4372-6204

**E-mail:** info@camarajoyeria.com.ar

**Web:** www.camarajoyeria.com.ar

## Publicações

### Estilo Joyero

**Tipo:** publicação mensal com artigos

**Editora:** Grupo Arwas

**Telefone:** +54(11)4381-5544

**E-mail:** info@institutocej.com.ar

**Web:** www.estilojoyero.com.ar

### Joyas Hoy e Relojes Hoy

---

**Tipo:** publicação mensal com artigos  
**Editora:** Camara de Empresarios de Joyeria  
**E-mail:** [info@camarajoyeria.com.ar](mailto:info@camarajoyeria.com.ar)  
**Web:** [www.camarajoyeria.com.ar](http://www.camarajoyeria.com.ar)

## Associações

### **Federación Argentina de Joyería, Relojería y Afines Camara Argentina de Joyeria, Relojoria e Afines**

**Endereço:** Talcahuano 178 3º piso - Buenos Aires

**Telefones:** (54 11) 4383-5815 - Fax: 4372-6204

**E-mail:** [info@camarajoyasyrelojes.com.ar](mailto:info@camarajoyasyrelojes.com.ar)

**Web:** [www.camarajoyasyrelojes.com.ar](http://www.camarajoyasyrelojes.com.ar)

### **Asociación de Joyeros, Plateros y Relojeros de Córdoba**

**Endereço:** Plaza Cardenal Toledo, nº 3-3º - Córdoba 14001

**Telefones:** 957- 476185 y 957- 476285 Fax: 957- 475239

**E-mail:** [\\_web@joyeriacordobesa.com](mailto:_web@joyeriacordobesa.com)

**Web:** [www.joyeriacordobesa.com](http://www.joyeriacordobesa.com)

### **Cámara de Empresarios de Joyería y Afines de la República Argentina**

**Endereço:** Talcahuano 178 3º piso - Buenos Aires

**E-mail:** [info@camarajoyeria.com.ar](mailto:info@camarajoyeria.com.ar)

**Web:** [www.camarajoyeria.com.ar](http://www.camarajoyeria.com.ar)

### **Camara de Joyeros y Relojeros de Mar del Plata**

**E-mail:** [camarajrmdp@yahoo.com.ar](mailto:camarajrmdp@yahoo.com.ar)

### **Asociación de Joyeros y Relojeros de Rosario**

### **Cámara Argentina de Fantasías, Regalos y Afines - CAFRA**

**(sem dados)**

# Anexos

---

## Principais Exportadores

### **Pedras preciosas - 7103**

Bagatini Pedras - Soledade

Copersol Ind. Com. Exp. Pedras - Soledade

Legep Mineração - São Paulo, Soledade e Rio de Janeiro

L.P. Minerais do Brasil - São Paulo

R.W. Imp. Exp. - Erechim

### **Joalheria - 7113**

Artefatos de Metais Condor - Guaporé

Artefatos de Metais Tamis - Guaporé

H Stern - Com. Ind. S.A. - Rio de Janeiro

Carlos Alberto Bremm Konzen Roque Gonzales

NG Group Ltda - São Paulo

### **Produtos de metais preciosos -7115**

Umicore Brasil Ltda - Guarulhos

Clarex S.A.- Guarulhos

### **Obra de pedras - 7116**

Bagatini Pedras - Soledade

R.W. Imp. Exp. - Erechim

Copersol Ind.Com. Exp Pedras - Soledade

Lapidação Amsterdam - Rio de Janeiro

Legep Mineração - Soledade

### **Bijuterias - 7117**

Gheller Artefatos de Metais - Guaporé

Artefatos de Metais Tamis - Guaropé

Artefatos de Metais Condor - Guaporé

NSK Brasil Ltda - Suzano

J. A. Winckler - Uruguaiana

O Outro Lado Ltda - São Paulo

Sul-Arno Criações em Acessórios Ltda - Bento Gonçalves

---

Correntes Felmar - Caxias do Sul  
 Artefatos de Metais Monile - Guaporé  
 Crystofeer Industrial - Limeira  
 Italian Ind. Com. - Bento Gonçalves  
 Adriana Possari - Artigos de Vestuário - São Paulo  
 American Stones Com. Imp. Exp. - Ltda.  
 Correntes Di Paulos - Caxias do Sul  
 Mereb Bijuterias - Limeira  
 Copersol Ind. Com. Exp. Pedras - Soledade  
 Silva Mattos Cia Ltda - Mogi das Cruzes  
 Ace Representação Internacional Ltda - São Paulo  
 O Outro Lado Ltda - São Paulo  
 Ecco Trading Comercial Importadora e Exportadora Ltda - São Paulo  
 Vitta Bijoux Ltda - Belo Horizonte  
 Marco Polo Intertrade Imp. Exp. - São Paulo

## Formação de preço para exportação

FOB Preço base	%	Valores	
			<b>US\$10,000.00</b>
Frete*	8%	US\$ 800.00	
Seguro *	1.5%	US\$ 162.00	
Base CIF			US\$10,962.00
Taxa de importação (DIE)**		US\$ 0	
Taxa de estatística	0.5%	US\$ 54.81	
Subtotal			US\$ 54.82
IVAs/CIF	21%	US\$ 2,313.53	
Imposto do Luxo	10%	US\$ 1,101.68	
Taxas	3%	US\$ 254.88	
Subtotal			US\$3,670.01

# Anexos

---

---

<b>FOB Preço base</b>	<b>%</b>	<b>Valores</b>
Total depois das taxas		US\$14.686,83
Custos portuários (CIF)	6%	US\$ 795.84
Comissão (CIF) * **	1.5%	US\$ 198.96
Encargos bancários (FOB)	2%	US\$ 100.00
Subtotqal		US\$ 1,236.80
Custo no local		US\$15,923.6

## **Notas**

\* Estes valores representam custos médios. Custos atuais dependem do tipo da mercadoria, forma de transporte, etc

\*\* Imposto de Importação de 18% para jóias. No Mercosul, é 0.

\*\*\* Encargos bancários assumidos pela carta de crédito  
(tabela preparada com base de produzidos pela USTrade)

## **Cadastro de Importadores**

Sem nenhum compromisso com nomes apresentados, é possível extrair um pequeno cadastro de importadores, representantes e distribuidores, assim como as principais lojas de varejo no site do CREBi.com.

Na Argentina, o CREBi.com dispõe de um cadastro com mais de 1.500 fabricantes e varejistas de produtos joalheiros, que poderá ser explorado pelos exportadores brasileiros.

A Argentina é, juntamente com o Brasil e México, (na Colômbia, essa estrutura é de pequeno porte), os únicos países latino-americanos que possuem uma estrutura associativa organizada.

## **Feriados**

A seguir, relação dos feriados na Argentina.

<b>Data</b>	<b>Comemoração</b>
1 de Janeiro	Ano Novo
6 de Janeiro	Epifania
19 de Março	São José
24 de Março	Quinta-Feira Santa
25 de Março	Sexta-Feira Santa
1 de Maio	Dia do Trabalho
25 de Julho	Santiago Apóstolo
15 de Agosto	Assunção
12 de Outubro	Dia da Hispanidade Festa da Virgen do Pilar
1 de Novembro	Todos-os-Santos
6 de Dezembro	Dia da Constituição
8 de Dezembro	Imaculada Conceição
25 de Dezembro	Natal

## Fontes de informação

### • Fontes oficiais americanas

o Estadísticas y estudios: Instituto Nacional de Estadística y Censos - INDEC

o Centro de Economía Internacional - CEI <http://ww.indec.mecon.ar/>

o Informes económicos, estudios, etc. <http://cei.mrecic.gov.ar>

o Aduana: [www.aduanaargentina.com.ar](http://www.aduanaargentina.com.ar)

o Asistencia a la comunidad empresarial: <http://www.exportar.org.ar/>

o Órgão de patentes - <http://www.uspto.org>

o World Trade Atlas

o ExportAr - Fundação dedicada ao desenvolvimento da exportação de produtos argentinos.

# Anexos

---

---

## • Estudos de mercado

- o USTradeJewelry: Argentina Jewelry Market, 2006
- o USTradeJewelry: Argentina Costume Jewelry Market, 2005
- o Gemas Estudio - Bolívia, 2005
- o Istituto Nazionale per il Commercio Estero: “Il mercato della gioielleria argentino”, 2002
- o Istituto Nazionale per il Commercio Estero: “Il mercato della gioielleria e sondaggio sul dettaglio specializzato”, 2005
- o Misión Economique: “Approche consommateurs et circuits de distribution”, 2004
- o Dados da Camara Argentina de Joyeria e Relojoeria

## Representação Diplomática

### **Embaixada do Brasil e Setor de Promoção Comercial**

Esmeralda 1212, piso 7  
1007 - Buenos Aires - Argentina

**Telefone:** (+5411) 4819-7849

**Fax:** (+5411) 4819-7866

### **Embaixada da Argentina no Brasil**

Shis QL 02, conj. 01, casa 19

CEP: 70442.900 – Brasília

**Telefone:** (55 61) 3364-7600

**Fax:** (55 61) 3364-7666

**Site:** [www.brasil.embajada-argentina.gov.ar](http://www.brasil.embajada-argentina.gov.ar)

### **Consulado General de la República Argentina**

Av. Paulista, 2313 – sobre loja

**Telefone:** 3897-9522

**Site:** [www.consuladoargentinosp.org.br](http://www.consuladoargentinosp.org.br)

## **Câmaras de Comércio**

### **Câmara de Comércio Argentino Brasileira**

Calle Montevideo 770 - Piso 12 1019

Buenos Aires - Argentina

**Telefone:** (+5411) 4811-4509/4812-9466

**Fax:** (+5411) 4812-9466

### **Câmara de Comércio Argentino-Brasileira de São Paulo**

Rua do Rócio 423 conj 801-802 - Vila Olímpia

04552-000 - São Paulo - SP

**Telefone:** (+5511) 3842-6667

**Fax:** (+5511) 38426487

**E-mail:** [camarbra@camarbra.com.br](mailto:camarbra@camarbra.com.br)

**Site:** [www.camarbra.com.br](http://www.camarbra.com.br)

# O que é o IBGM



**O Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos - IBGM** é uma entidade nacional, de direito privado, sem fins lucrativos, criada em 1977, com sede em Brasília.

São associados ao Instituto 36 das mais representativas empresas brasileiras do Setor, localizados em São Paulo ([www.ajesp.com.br](http://www.ajesp.com.br)), Minas Gerais ([www.ajomig.com.br](http://www.ajomig.com.br)), Rio de Janeiro ([www.ajorio.com.br](http://www.ajorio.com.br)), Bahia ([progemas@uol.com.br](mailto:progemas@uol.com.br)), Rio Grande do Sul ([www.ajorsul.com.br](http://www.ajorsul.com.br)), Paraná ([arjep@netbank.com.br](mailto:arjep@netbank.com.br)), Goiás ([ngj@cdl.gyn.com.br](mailto:ngj@cdl.gyn.com.br)), Distrito Federal ([saphirejoias@hotmail.com](mailto:saphirejoias@hotmail.com)) e Amazonas, além de 21 entidades de classe estaduais e nacionais, ligadas ao setor de pedras preciosas e afins.

O IBGM, portanto, funciona como uma verdadeira Confederação, prestando apoio técnico e institucional às empresas e às associações estaduais propugnando pelo cumprimento da legislação e pela ética dos negócios.

É o representante do Brasil na CIBJO ([www.cibjo.org](http://www.cibjo.org)) - Confederação Internacional da Bijuteria, Joalheria, Ourivesaria, Diamante, Pérolas e Pedras, com sede atualmente na Itália, é sócio da ICA - Associação de Pedras Coradas (<http://www.gemstone.org/>), com sede em Nova Iorque, e é fundador da ALAJOYAS Federação Latino Americana de gemas, Metais Precioso, Jóias e Afins, tendo exercido a sua primeira presidência.

## **Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos - IBGM**

SCN Centro Empresarial Liberty Mall

Torre A, Conjunto 1107 - 70172-903 Brasília, DF

Tel.: (061)3326-3936 - Fax: (061)3328-6721

[ibgm@ibgm.com.br](mailto:ibgm@ibgm.com.br) / [www.ibgm.com.br](http://www.ibgm.com.br)



## **Série: *Exportação de Jóias e Gemas***

Esta série tem como principal intuito fornecer informação atualizada ao exportador brasileiro de jóias sobre os mercados internacionais e oportunidades de negócios, incluindo estratégias para vender mais e melhor.

Assim, esta série incluirá publicações e estudos de diversas categorias: guias mercadológicos de países, análises dos dados de import-export, inclusive de outras nações, indicações de produtos potenciais para exportação, ajuda na identificação de nichos de mercado, dados legais, etc.

Com esta série, o exportador de jóias do Brasil terá recursos de extrema valia para o desenvolvimento de suas atividades de comércio exterior.

## **O que é NEIJ/IBGM**

O IBGM, em parceria com CREBI .com, website global de informações joalheiras, formou um centro de geração e difusão de informações joalheiras, chamado de **NEIJ/IBGM**, para fornecer à comunidade joalheira brasileira, uma ferramenta fundamental nos dias de hoje: informação. Informação que gera negócios e que torna o profissional de jóias mais eficiente e competitivo.

O **NEIJ/IBGM** desenvolve e divulga pesquisas e estudos em diversas especialidades destinados a impulsionar o crescimento das operações joalheiras no Brasil e a facilitar a expansão dessas atividades em um mundo globalizado.

O **NEIJ/IBGM** está criando um dos maiores databases do setor joalheiro do mundo.