

Série: **Exportação de Jóias e Gemas**
Núcleo de Estudos e Informação Joalheira - NEIJ/IBGM

A dark blue silhouette map of Spain, including the Balearic Islands, serves as a background for the title text.

Mercado de Jóias da Espanha



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.

Série: *Exportação de Jóias*
Estudos de Mercado

Mercado *de* Jóias *da* Espanha

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 Técnica	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 dezembro de 2007

B823c

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

O País _____	9
Localização, dados básicos, dados macro-econômicos, dados históricos, dados políticos, dados econômicos, regiões	
O mercado	
Classificação aduaneira _____	13
Definição do mercado _____	15
Análise da oferta _____	17
Tamanho do mercado, importações, produção interna	
Análise da comercialização _____	23
Canais de distribuição, Distribuição de estabelecimentos e artigos	
Análise da demanda _____	26
Demanda do consumo, distribuição por classe, consumo por produto, consumo por quilatagem	
Perspectivas e oportunidades _____	30
Comércio bilateral, pontos de mercado, presença brasileira, ações de marketing	
Anexos _____	34
Feiras, publicações, associações, cadastro de importadores, principais empresas espanholas, documentos requeridos, sistema alfandegário, regulação, feriados, padrões de qualidade, direitos de propriedade. fontes de informação, representações comerciais, câmaras de comércio	

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
- Mercado de Jóias da Espanha EJ-011
- Mercado de Gemas Coradas dos EUA EJ-012
- Mercado de Jóias Éticas e Étnicas EUA EJ-013

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 - 04002-131 São Paulo, SP
Fone-fax: (0XX11)30165850
www.ibgm.com.br / biblioteca@ibgm.com.br

Introdução

Este estudo de mercado analisa o mercado de jóias na Espanha 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 essa 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 especificamente 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 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 deste mercado, onde poderá oferecer ao exportador brasileiro de jóias diversas ações de marketing, promoção e comercialização.

Dezembro de 2007



NEIJ-IBGM

Núcleo de Estudos e Informações Joalheiras

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

“**Como Exportar Espanha**”, que pode ser baixado no site:

<http://www.crebi.com/export/espanha.pdf>

Recomenda-se também acessar o website:

www.portaldoexportador.gov.br onde é possível acessar o curso “**Aprendendo a Exportar Gemas e Jóias**”.

No site www.crebi.com/braexport, o leitor poderá encontrar novos dados sobre exportação para a Espanha.

O País

Localização

A Espanha ou Reino de España, está localizado na Europa, na região conhecida como Península Ibérica, fazendo limites ao

- sul e oeste, Oceano Atlântico.

- oeste, Portugal.

- norte, com golfo da Biscaia, França e Andorra;

- leste e sul, mar Mediterrâneo e território britânico de Gibraltar.

Dados Gerais

Capital	Madrid
Língua oficial	Espanhol ou castelhano
Moeda	Euro (EUR)
Área total	504,782 km ²
População (est. 2005)	44.708.964 hab.
Densidade	88,39 hab./km ²
IDH	0,949 (2005)
Governo	Monarquia Constitucional
Código da Internet	.es
Código telefônico	+34

Dados Macroeconômicos (dados de 2006)

PIB	US\$ 1.109 trilhão
Per capita	US\$27,400

O País

Taxa anual de inflação	3,5%
Taxa de crescimento	3,9%
Deficit público	2,68 (2007)
Balança em C. Corrente	-3.1% (% PIB)
Dívida Externa	US\$1,591 trilhão
Reservas Internacionais	US\$ 16 bilhões
Taxa de câmbio(Euro)	• 1 = US\$ 1,47 (nov./2007)
Exportações	US\$ 221.315
Importações	US\$ 322.896

(fonte: Wikipedia)

Dados históricos

Durante o Império Romano, a região Península Ibérica, como era conhecida essa terra, também já era reconhecida pelo nome em latim Hispania.

A designação Península Ibérica não se referia a um país ou estado específico, e sim a todo o território ibérico e dos países que nele se incluíam.

Somente, em 1640, a designação Espanha foi adotada, apesar desse nome já não englobar toda a Península, pois Portugal se tornou um território independente. A partir daí e até hoje, a Península Ibérica era formada por 3 estados: Espanha, Portugal e Andorra. A história da Península Ibérica até a conquista da América passou por diversas etapas: domínio visigodo; invasões árabes; reconquista.

Por volta de 1500, a Espanha empreendeu as explorações marítimas, quando Cristóvão Colombo descobre a América.

Depois da conquista das Américas, seguem-se os períodos da

Casa de Habsburgo; Guerra Peninsular; Guerras Carlistas; Dinastia de Sabóia; Primeira República Espanhola; Segunda República Espanhola; Guerra Civil Espanhola; Ditadura de Francisco Franco; e finalmente, em 1975, a transição democrática espanhola com a Monarquia.

Dados políticos

Desde 1975, a Espanha é uma monarquia constitucional hereditária. Seus poderes são o executivo (assegurado por ministros) e legislativo (assegurado pelo parlamento).

Dados econômicos

A Espanha é a 8ª oitava nação industrial do mundo atrás dos Estados Unidos, Japão, Alemanha, China, Inglaterra, França e Itália. A economia da Espanha é a quinta economia mais forte da Europa com um PIB de \$ 1,109 trilhão.

A Espanha também é um dos principais países exportadores de automóveis, calçados, construção naval, siderúrgica, química e têxteis.

Os principais produtos agrícolas são uvas e pomelos, e a produção de vinho e de azeite têm muita importância.

A Espanha que possui a maior frota pesqueira do mundo e a indústria do turismo tem uma responsabilidade considerável na economia espanhola.

Regiões administrativas

A Espanha está dividida em 17 comunidades autônomas e duas cidades autônomas de Ceuta e Melilla. Das 17 comunidades, 4 delas (Galícia, País Basco, Andaluzia e Catalunha) gozam da con-

O País

dição de “nacionalidade histórica” tendo um “Estatuto de autonomia”, o que reverte num maior poder e capacidade de decisão e soberania.

A respeito da localização geográfica das produtoras de jóias na Espanha, temos os seguintes dados:

- **Córdoba**, especializada em joalheria pequena, isabelina e ourivesaria;
- **Valencia**, posicionada no segmento de joalheria alta-média;
- **Madrid**, relacionada com joalheria alta e relojoaria em ouro;
- **Barcelona**, com joalheria de alta gama e joalheria modernista;
- **Galicia**, especializada em joalheria de segmento alto com pedras preciosas.



O Mercado:

Classificação aduaneira

O estudo se centra no capítulo 71 que se refere a produtos joalheiros com base no Sistema Harmonizado nas posições HS 7113 e HS 7116.

- **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).
 - **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 sobremetal común (exc. con más de 100 años).
- **HS 7116** Manufacturas de perlas finas (naturales) o cultivadas de piedras preciosas o semipreciosas (naturales).
 - **HS 7116.10** Manufacturas de perlas finas (naturales) o cultivadas.
 - **HS 7116.20** Manufacturas de piedras preciosas o semi-preciosas (naturales sintéticas o reconstituidas).

O Mercado: Classificação aduaneira

- **HS 7117** Bisutería
 - **HS 7117.11** Gemelos y pasadores similares de metal común incluso plateado dorado o platinado.
 - **HS 7117.19** Las demás bisutería de metal común incluso plateado dorado o platinado
 - **HS 7117.90** Las demás bisuterías.

Nota:

No site www.crebi.com, pode ser baixada toda a tabela do Capítulo 71

Nota:

Os dados de produção industrial na Espanha possuem uma outra classificação, a CUCI, onde o setor de jóias possui a posição 850.

As posições da HS tem as seguintes correspondências:

- 897.3 - Joyas de oro, plata o metales del grupo del platino (excepto relojes...) y artículos de orfebrería y platería...
- 897.4 - Otros artículos de metales preciosos...

Definição do mercado

No contexto joalheiro da Europa, a Espanha é o 4º principal fabricante de jóias, depois da Itália, Inglaterra e Suíça.

A nível global, a Espanha ocupa o 19º posto no ranking de fabricantes mundiais de joalheria e o 12º na relojoaria.

A Espanha possui 44 milhões de habitantes e recebe anualmente 53 milhões de turistas.

A tendência do mercado de jóias na Espanha se dirige a produtos de desenhos de moda a um preço competitivo. Exatamente como é a jóia fabricada na Espanha.

A jóia espanhola se destaca por uma qualidade extrema com grande componente artesanal.

Qualidade, desenho e originalidade são as palavras-chaves para a jóia da Espanha, conforme a definição dada pelo Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), aliado ao caráter de internacionalização das empresas para melhorar a fórmula para competir no mercado global.

Em outras palavras, os objetivos são:

- oferecer um produto próprio com personalidade;
- Apresentá-lo ao mercado de forma coerente e rigorosa;
- Aproveitar todos os conhecimentos dos profissionais do mundo da gestão empresarial.

Estes objetivos e estratégias são um espelho para o setor de jóias do Brasil.

Definição do segmento de mercado

Desenho

Empresas espanholas de jóias têm feito uma aposta firme no desenvolvimento de produtos com alto componente de desenho, seguindo os passos da Itália, o que tem permitido colher grandes êxitos no mercado internacional e ampliando o leque de possibilidades que oferece a jóia espanhola, o que assombra o mundo em originalidade e exclusividade.

Marca

No mercado de bens de luxo, a identificação do produto com uma marca é primordial. Uma marca que permita diferenciar o produto de outras alternativas de consumo e de outros fabricantes é garantia de consumo e de prestígio, fundamental no setor joalheiro, competitivo e exclusivo. Na situação atual, não se concebe um produto sem uma marca e um conceito.

Para criar uma marca, o produto deve incorporar elementos de desenho que o torne reconhecível e atrativo e o diferencie de produtos mais econômicos. Para isto, é necessário investir em desenho, não freiar a criatividade e lançar desenhos novos a cada ano.

Estes são os baluartes da nova jóia espanhola, muito perto dos seguidos pelo Brasil.

O Mercado: Análise da oferta

Tamanho do mercado

Durante o ano de 2006, o consumo de produtos joalheiros na Espanha foi de • 2.2 bilhões, o que indica a potencialidade do mercado espanhol, o 4º maior da Europa, superado apenas pela Itália, Inglaterra e Suíça.

A seguir, o quadro mostra os valores da produção e consumo e do comércio exterior.

<i>Produção e Comércio Exterior</i>					
	2002	2003	2004	2005	2006
Produção	1.470	1.500	1.530	1.560	1.600
Exportações	434	403	434	445	487
Importações	855	889	991	1.040	1.186
Saldo	-421	-486	-557	-595	-699
Consumo	1.921	1.986	2.077	2.155	2.279

Consumo = Produção + Importações - Exporta-
Em • 1 milhão Fonte: Datacomex

Os dados apresentados no quadro acima indicam um crescimento constante do setor desde 2002.

Do valor de exportações de • 487 milhões, 55% (• 271 milhões) corresponde a artigos de joalheria e ourivesaria e • 216 milhões a exportações de relógios, sendo que este setor representa 45% do total.

O Mercado: Análise da oferta

Importações

Desde 2002, as importações espanholas de jóias cresceram em 40% (valor bruto), o que indica um crescimento médio anual de 10%. Este crescimento, comparado com os padrões da Europa, é muito representativo, o que deve estar entre os maiores da União Européia.

Os 10 principais países exportadores representam mais de 83% das importações de joalheria, conforme mostra o quadro abaixo:

<i>Importação de produtos joalheiros</i>		
Países	2006	%
França	67.2	23
Estados Unidos	52.8	18
Andorra	41.7	14
Suiça	41.6	14
Itália	32.0	11
México	20.6	7
Inglaterra	19.9	7
Japão	10.1	3
Brasil	3.7	1
Alemanha	3.4	1
Portugal	3.2	1
	293.0	100
* em • 1 milhão		Fonte: Datacomex

Os dados acima indicam que o Brasil tem espaço para crescer com mais destaque nesse mercado. A França representa o maior

O Mercado: Análise da oferta

mercado para Espanha, tanto na importação como exportação.

Exportações

Uma das principais características das exportações espanholas é seu alto índice de concentração, onde 10 países concentram 78% do total. A França é o primeiro cliente da Espanha com uma participação de 18% das exportações totais. O segundo posto é dos EUA com 15%, seguido da Suíça com 11,7% e Portugal com 8% e Alemanha, com 6.5%.

<i>Principais compradores de jóias</i>		
Países	2005	%
França	91.6	18%
Estados Unidos	60.6	15.7%
Suíça	37.4	9.7%
Portugal	31.9	8.3%
Alemanha	23.4	6.9%
Itália	21.7	5.6%
Andorra	21.4	5.5%
México	12.0	3.4%
Rússia	9.6	2.5%
Japão	9.2	2.4%
Brasil	3.2	0.8%
	322.0	78.8%
* em • 1 milhão		Fonte: Datacomex

As características de concentração se dão também por empresas. Estima-se que 36% de todas as exportações da Espanha este-

O Mercado: Análise da oferta

jam concentradas em somente 6 empresas.

Para aumentar suas exportações e diferenciar seus produtos da Ásia, a Espanha tem optado pela internacionalização de suas empresas e a aplicação de três chaves: desenho, marca e preço nesta ordem.

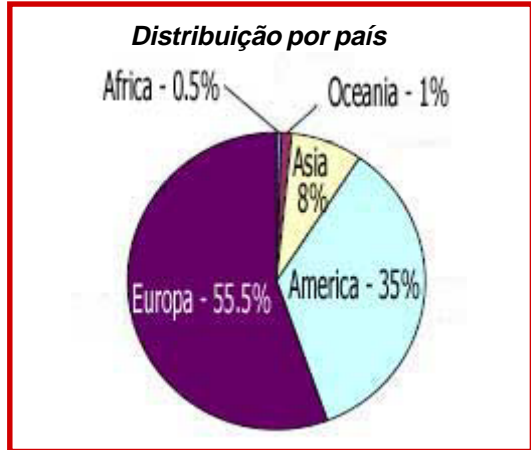
De fato, diversas empresas estão internacionalizando suas operações levando a arte joalheira espanhola e

posicionando-a entre as mais desejadas, como Tous, Carrera y Carrera, grupo Festina, Aguilar de Dios ou Candela Hermanos, assim como diversos designers, como Joaquín Berao, Amador Braojos, Chus Burés ou Víctor Caparrós também contribuem para melhorar a imagem da joalheria espanhola.

A Carrera y Carrera exporta 75% de suas vendas, atualizando e renovando constantemente seus produtos e com forte laço com a moda, tendo presença importante nos EUA e Japão.

A Tous, uma empresa 100% familiar, se distingue por introduzir novos materiais (aço, borracha, silicone, plástico), misturando com ouro, prata e pedras preciosas. Presença em mais 30 países.

Festina, uma fábrica de nível internacional de relógios distribuída em mais 50 países, com diversas marcas internacionais reconhe-



O Mercado: Análise da oferta

cidas, como Lotus, Festina, Jaguar ou Calipso.

As empresas espanholas têm apostado firmemente em produtos com alto componente de design, tendo obtido diversos êxitos no mercado internacional, como Jorge Revilla e Mara Diseño pela busca de beleza e harmonia mediante o emprego de distintas formas e materiais, criando um estilo próprio com a idéia de produção em série.

Produção interna

O setor empresarial é formado por aproximadamente 4.000 fábricas, fundamentalmente oficinas com menos de 10 trabalhadores e somente 10% das empresas contam mais desse número de trabalhadores.

Apesar da pequena dimensão das empresas, as pequenas e médias empresas representam 65% das vendas.

Conforme uma tendência mundial, um alto grau de concentração da oferta, onde apenas 5 empresas já possuem uma quota conjunta do mercado espanhol que alcança a 16% sobre o valor total do mercado (Grupo Majorica, Cristian Lay, Argyor, Tous, José Paris Hijos).

A predominância de grupos familiares de origem espanhola domina a joalheria, somente ocorrendo alguma participação estrangeira mais significativa no segmento da alta joalheria.

O quadro a seguir mostra o número de fabricantes versus número de empregados. No entanto, toda a cadeia é composta por 20 mil empresas, que empregam aproximadamente 200 mil trabalhadores diretos, com 175 mil indiretos, segundo a Asociación Española de Joyeros Plateros y Relojeros.

O Mercado: Análise da oferta

Dados de fabricantes e empregados

2004

Num. fabricantes	4.000
Num. Empregados	32.000
Num. lojas	7.000
Num. Emp. diretos	200.000
Num. Emp. indiretos	175.000

Fonte: ICEX - Iberjoya

A atividade joalheira na Espanha está concentrada nestas regiões:

- Cataluña -30%
- Madrid - 20%
- Comunidad Valenciana - 15%
- Andalucía - 10%
- Outras - 35%

O Mercado: Análise da comercialização

Distribuição de mercado

O canal de distribuição adequado é básico e decisivo no êxito da empresa. O exportador brasileiro deve conhecer muito claramente como funciona toda a cadeia distribuidora do produto até chegar ao consumidor final. Cada nível de distribuição tem um custo e cada serviço proporciona igualmente um custo e os mais utilizados são:

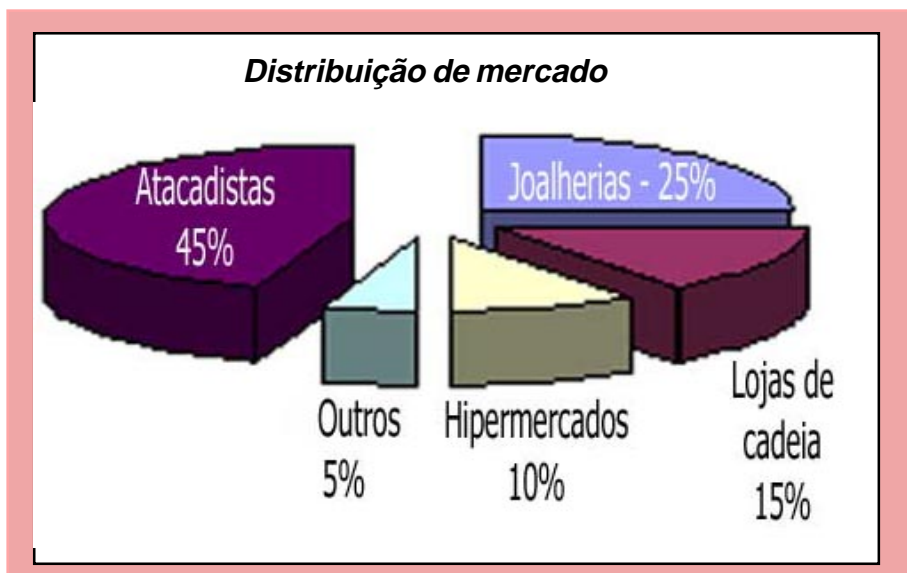
- Distribuidor / importador
- Atacadista - rede de varejo
- Varejo
- Consumidor final

Em 2006, o setor de varejo de jóias na Espanha era composto de 7.000 estabelecimentos com um faturamento total de • 2 bilhões, com a seguinte distribuição:

<i>Faturamento do varejo de jóias</i>			
	Valor em • mil	Taxa de crescimento	Taxa de ocupação
- Varejistas independentes	1.300	3.4%	65%
- Cadeias especializadas	330	10%	16.5%
- Outros	370	7.2%	18.5%

Fonte: DBK

O Mercado: Análise da comercialização



A distribuição por canal é assim definida:

- Lojas de especializadas: 45%
- Lojas de cadeias especializadas: 25%
- Grandes varejistas: 15%
- Atacadistas: 10%
- Outros: 5%

A venda do varejo em joalheria em 2006 alcançou um volume de • 2 bilhões com um crescimento de 5-6% de um ano para outro.

Um detalhe bastante ilustrativo se refere à concentração do setor, onde as primeiras 5 maiores empresas representam 21.8% de todo o faturamento e as 10 primeiras, com 26.1% indicando representatividade nas primeiras.

O Mercado: Análise da comercialização

Distribuição por estabelecimento e artigos

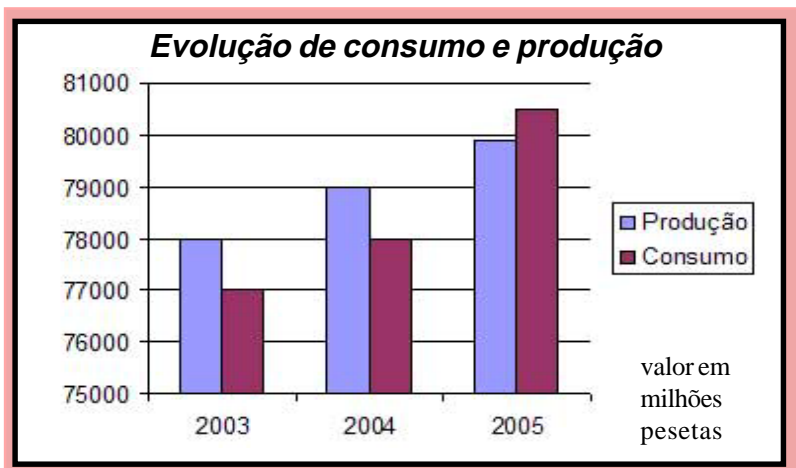
Por tipo de estabelecimento, temos a seguinte situação.

- O varejo independente canaliza a maior parte das vendas em 65% do total.
- Não obstante, este tipo de comércio esteja se reduzindo sua participação frente aos outros tipos, seu crescimento foi de 3.4%.
- O crescimento das cadeias especializadas foi de 10% e 7.2% para outros canais.
- Por tipo de artigos, em 2005, temos esta distribuição:
 - * Artigos de joalheria e bijuteria: 48%
 - * Relojoaria: 44%
 - * Outros artigos 8%
- No âmbito da distribuição, perde relevância a figura do atacadista favorecendo a venda direta a lojas especializadas. Os grandes varejistas (hipermercados e lojas de departamento) adquirem protagonismo no canal de venda, assim como venda por catálogo e via Internet, este principalmente em artigos do segmento comercial.

O Mercado:

Análise da demanda

Embora a atividade produtiva espanhola de jóias tenha permanecido estagnada na maior parte da década de 90, a partir do ano de 2002, iniciou um crescimento da demanda na ordem de 5 a 10%, conforme se mostra no gráfico a seguir.



Evolução de consumo e produção

	2003	2004	2005
Produção	78000	79000	79900
Consumo	77000	78000	80500

valor em milhões pesetas

Fonte: DBK

O Mercado: Análise da demanda

A intensidade da concorrência no setor varia de acordo com o segmento do produto.

Os segmentos de joalheria são: alto, médio (ou comercial) e baixo.

No segmento da joalheria comercial, a concorrência é mais acentuada devido à baixa diferenciação de produto, onde o preço é a grande eleição da compra.

O segmento de alta joalheria se caracteriza por estratégias de diferenciação em qualidade, desenho, garantia e atenção do cliente. Este segmento se compõe por um número reduzido de empresas com marca sólida, como Grupo Aguilar de Dios, Grupo Majorica, Joyador S.A., Yanes, Carrera y Carrera e Cador, entre outras.

A demanda de joalheria média e alta depende da evolução da renda disponível para artigos de bens de luxo. A demanda da joalheria comercial está vinculada ao fator moda. Nos últimos anos, nota-se um incremento na demanda da joalheria no segmento dos jovens incorporados ao mundo trabalhador.

No segmento baixo da joalheria, foi tomada nos últimos anos pela entrada de empresas dedicadas à importação de produtos altamente competitivos advindos da Ásia.

O poder de negociação dos fabricantes neste segmento se vê muito limitado à estrutura fragmentada do comércio especializado, no qual um grande número deles dispõe de estabelecimentos próprios e os custos de aquisição da matéria-prima são determinados pela cotização de metais nos mercados internacionais.

Os selos (hallmarks) são uma das maneiras de assegurar a qua-

O Mercado: Análise da demanda

lidade de objetos de metais preciosos e são obrigatórios em diversos países, como Espanha. Todos eles contam com um símbolo que os referencia: leopardo, leões, águias e outros. A Organização Internacional de Padronização (ISO) tem normas para a qualidade dos metais de ouro prateado e dourado.

Consumo de jóias

O consumidor espanhol compra jóias em diversos momentos do ano, sendo habitual que estes produtos se adquiram para presentes, embora exista atualmente uma corrente de auto-consumo com a incorporação da mulher ao mercado de trabalho e profissional.

Os estudos de consumo mostram que uma jóia é comprada por motivo de presente por 3 aspectos fundamentais: autenticidade de seu valor intrínseco, sentimento e necessidade de um desenho atual.

A compra de jóias está assim distribuída quanto ao seu valor monetário:

- 63% dos consumidores espanhóis adquirem jóias e relógios até um valor de • 1803 , partindo de um valor mínimo de • 15;
- 22% até • 3.900;
- 15% com peças de maior valor.

Quanto às datas de maior compra de jóias de metais preciosos, são as seguintes em ordem de importância:

- Natal
- Dia dos Reis (6 de janeiro)
- Dia dos Namorados (14 de fevereiro)
- Dia das Mães (maio)

O Mercado: **Análise da demanda**

- Por ocasião da 1ª Comunhão (data católica);
- Por ocasião de bodas e aniversários;
- Dia dos Pais (venda de relógios);
- Datas especiais: batismo, noivados, graduação (tanto no início como no fim de carreira),

Perspectivas e oportunidades

A Espanha é um representativo comprador de jóias do Brasil, apresentando um considerável deficit no comércio bilateral, como se verifica no quadro abaixo

Exportação e importação de jóias					
	2002	2003	2004	2005	2006
Exportações	849	3.298	2.650	3.494	3.791
Importações	134	47	105	79	258
(*)11 meses - US\$ 1.000			Fonte: Datacomex		

No quadro acima, nota-se um crescimento de 300% das exportações brasileiras para Espanha, enquanto que o quadro abaixo mostra o detalhamento das exportações nos últimos 3 anos.

Exportação de jóias do Brasil para Espanha			
	2005	2006	2007(*)
Pedras preciosas brutas	895	857	808
Pedras preciosas lapidadas	0	0	0
Obras e artefatos de pedra	310	267	593
Prod. ind.de metais preciosos	0	0	0
Joalheria de Ourivesaria	394	769	435
Folheados	0	0	0
Bijuterias	765	484	622
Total	2.384	2.377	2.458
(*) 11 meses - US\$ 1.000		Fonte: Aladi	

Perspectivas e oportunidades

Os itens mais representativos do comércio bilateral no setor de jóias se dirige principalmente a pedras, jóias de ouro e bijuterias, mostrando oscilações entre um ano e outro.

Pontos do mercado

No mercado internacional, a Espanha compete com o Brasil no mesmo segmento de mercado: jóias de design.

Na verdade, a Espanha possui muitos pontos similares ao Brasil, tanto no setor de exportação, no próprio mercado interno. Por exemplo, a maioria das empresas de jóias na Espanha, como ocorre em todo o mundo, é formada por menos de 10 empregados. Este pequeno tamanho, normalmente formado por um núcleo familiar com escassa capacidade financeira que impede o processo de internacionalização.

Outra consequência imediata do pequeno porte das empresas é a falta de profissionalização, o que exige a necessidade urgente de realizar uma transformação estrutural. É necessário uma nova mentalidade de empresa e investir em conhecimento e marketing. Por isso, é importante sair da Espanha para ver o que há no mundo. Da mesma forma, sair do Brasil para ver o que há fora.

A maioria dos especialistas diz que o modelo de negócio joalheiro tradicional está acabado e que é necessário adaptar-se aos novos tempos. É necessário aumentar o valor agregado aos produtos para incluí-los numa gama mais alta.

Quando se fala isto, é a mesma coisa que se repete no Brasil.

Presença brasileira

O ícone internacional brasileiro H.Stern atualmente não possui loja própria na Espanha, mas formou uma rede de 25 lojas por onde

Perspectivas e oportunidades

distribui suas jóias, abrangendo as principais cidades da Espanha. A Espanha recebe anualmente 54 milhões de turistas e nas cidades turísticas da Espanha, a H.Stern montou sua distribuição. É importante para a empresa brasileira que queira incursionar neste mercado, iniciar a busca de um distribuidor idôneo que possa oferecer um serviço junto aos varejistas que se interesse pelo produto brasileiro. Assim faz a H.Stern onde não montou sua estrutura.

Nota explicativa: Em todos os estudos, o CREBi.com usa a imagem da empresa líder, a H.Stern, para indicar um exemplo palpável da joalheria brasileira em termos de qualidade e desenho.

O objetivo é produzir um efeito de arraste que beneficiará a todas as empresas do setor, uma vez que na maioria dos mercados não existe uma visão homogênea da joalheria brasileira. Desta forma, se cria uma sinergia que beneficia a marca brasileira no mercado internacional.

Ações de marketing

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

- 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 às melhores do mundo.
- Desenvolver uma campanha de promoção do produto brasileiro na Espanha. Essa campanha deve incluir um site brasileiro específico para o mercado local que funcione em um sistema B2B,

Perspectivas e oportunidades

onde os importadores poderiam contatar as empresas brasileiras de jóias. Aliás, os espanhóis fazem isto muito bem pelos website Spain Business.

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 as empresas a serem “atacadas”. O mercado espanhol é muito competitivo, somente estudando melhor o mercado é possível penetrar com maior eficiência e obter vendas de volumes razoáveis.

Outro item importante para empresas é utilizar ferramentas de tecnologia de comunicação para promoção e venda de produtos que deve ser realizada como uma atividade constante.

É importante investir em showrooms internacionais para poder conhecer a marca nos países em que a empresa desejar ingressar.

Neste estudo, não foi feita a pesquisa junto aos exportadores para captar opiniões de quem já exporta.

Esperamos poder reproduzir essas opiniões em breve.

Da mesma forma, por motivos técnicos, não foi possível avaliar o produto brasileiro no mercado espanhol.

Anexos

Feiras

Iberjoya/Bisutex

Datas de realização: janeiro e setembro

Local: Parque Ferial Juan Carlos I - Madrid

Promotor: Ifema

Telefones: (00 34 1)772-5000 - **Fax:** (00 34 1) 772-5701

Email: info@ifema.es

Web:: www.ifema.es

Nota: Feira internacional de joalheria, prataria e relojoaria realizada conjuntamente com o setor de presentes (Intergift) e bijuterias (Bisutex).

Barnajoya - Feria internacional de joyería, platería, relojería y maquinaria

Datas de realização: setembro

Local: Fira de Barcelona

Promotor: Fira Barcelona

Telefones: 93-2332000 - **Fax:** 93-2332001

Email: contacto@firabon.es

Web:: www.barnajoya.com

Feria Internacional de Joyería y Relojería de Valencia

Datas de realização: outubro

Local: Palacio Ferial de Valencia

Promotor: Feria de Valencia

Telefones: 963.861.100 - **Fax:** 963.636.11

Email: ferivalencia@ferivalencia.com

Web: www.ferivalencia.com

Feria de joyería, bisutería y regalo de Bilbao

Datas de realização: fevereiro

Local: Plaza Pedro Ma. De Basterrechea

Telefones: 96-3861100 - **Fax:** 96-3636111

Nota: Realizada em conjunto com a Feria Internacional de Muestras de Bilbao

NOVA JOIA - Exposición de colecciones de joyería de diseño

Datas de realização: fevereiro

Local: Fira de Barcelona

Promotor: Fira Barcelona

Telefones: 93-2332000 - **Fax:** 93-2332001

Email: contacto@firabon.es

Web:: www.barnajoya.com

Nota: Para acompanhar todas as feiras realizadas no mundo no setor de jóias, acesse o website www.crebi.com

Publicações

O grupo Duplex domina o mercado de publicações de joalheria com mais 8 títulos, alguns com uma tiragem de 50 mil exemplares.

Jewellery Duplex

Tipo: publicação mensal de moda joalheira

Editora: Grupo Duplex

Telefone: 34-93-318-3739 - **Fax:** 34-93-318-5984

Email: www.grupoduplex.com

Web: grupoduplex@grupoduplex.com

Arte y Joya e Arte y Hora

Tipo: publicações mensais de moda joalheira

Anexos

Editora: Grupo Duplex

Telefone: 34-93-318-3739 - **Fax:** 34-93-318-5984

Email: www.grupoduplex.com

Web: grupoduplex@grupoduplex.com

Contraste

Tipo: publicação mensal do setor joalheiro

Editora: Grupo Duplex

Telefone: 34-93-318-3739 - **Fax:** 34-93-318-5984

Email: www.grupoduplex.com

Web: grupoduplex@grupoduplex.com

RB Joyería y relojería

Tipo: publicação mensal de moda joalheira

Editora: 92-223-1723

Email: g-prestige@mx3.redestb.es

TFJ

Tipo: publicação mensal de moda joalheira

Associações

A nível associativo, os empresários espanhóis de jóias são bem organizados possuindo instituições em todas as regiões onde exista um conglomerado de empresas joalheiras.

JOYEX - Asociación de Exportadores de Joyería, Platería y Relojería

Endereço: Riera Sant Miquel, 3 - 08006 Barcelona

Telefones: (93) 4150422 - **Fax.** (93) 4160980

Web: www.joyex.com

IBERJOYA

AEJPR - Asociación Española de Joyeros, Plateros y Relojeros

Endereço: Príncipe de Vergara 74, 3º - 28006 Madrid

Telefones: (91)5611450 / **Fax.** (91)5611456

Web: www.iberjoya.es

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

Principais empresas espanholas de jóias

Agatha Durán, Almagro, Armando Martínez, Bagués, Bruno Relojes, Emplata Joyería, El Corte Inglés, Joya 36, Joyería Fortuna, Joyeros 1889, Roselín, Masriera, Khrist Saphir, Enrique Díaz, Massimo, Bianco Suárez, Brooking, Joyero Giménez, Oro Vivo, Grassy, Montiel, José Luis Joyerías, Perodri, Tous, Carrera y Carrera, Joy Lavín, Puig, Doria, Valentín Ramos, Rabat, Wempe.

Documentos requeridos na importação

Documentos exigidos:

- Lista de embarque
- Fatura comercial
- Certificado de origem
- Certificado de contraste

A legislação espanhola para importação de joalheria de ouro e prata exige a marcação própria usada na Espanha. Para isto, é necessário obter um “logo de Solicitud” junto a um laboratório de contraste.

Para o despacho aduaneiro da mercadoria, é necessário apre-

Anexos

sentar o DUA (Documento Único Aduaneiro), que é o documento administrativo que se utiliza para o cumprimento das formalidades necessárias nas operações de intercâmbio de mercadorias, tanto na importação como no trânsito. Ademais, serve de base a declaração tributária seguinte, que se constitui um suporte para informação da mercadoria.

Sistema alfandegário

As normas alfandegárias são regidas pelo Taric, conforme a política comercial aplicável pela UE regida por produto, e não pela aplicação geral, sendo tributados pelo Arancel Aduanero Común. No caso do Brasil, se aplica um esquema correspondente ao Sistema Geral de Preferências (SGP), onde há uma taxa zero, para o que é necessário: Certificado de Origem Classe "A".

Regulação das importações

A Espanha se encontra dentro da União Europeia Aduaneira no que se refere a normas de importação de mercadorias. Em geral, o comércio exterior da União Europeia se rege por princípios de liberdade comercial e somente para algumas mercadorias, principalmente agrícolas, aplica-se a vigilância prévia.

O código aduaneiro comunitário estabelece uma escala comunitária de medidas e intercâmbio entre países.

A documentação requerida pode ser consultada pelo site em www.aeat.es (vide oficina virtual – aduanas e impuestos especiales – consulta de arancel).

Padrões de qualidade

A normalização da qualidade se realiza através da Asociación

Española de Normalización y Control de Calidad, entidade privada com fins lucrativos (vide www.aenor.es).

Direitos de propriedade, patentes e marcas

Para qualquer consulta sobre a propriedade intelectual, recomenda-se visitar o site do Ministerio de Educación, Cultura y Deporte em www.mcu.es.

Para consultas relacionadas com patentes e marcas, recomenda-se visitar o website do Escitório Espanhol de Patentes e Marcas, organismo encarregado de difundir informação relativa às diferentes formas de proteção da propriedade industrial: www.oepm.es

Feriados

Data	Comemoração
1º 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
1º de Maio	Dia do Trabalho
25 de Julho	Santiago Apóstolo
15 de Agosto	Assunção
12 de Outubro	Dia da Hispanidade/Festa da Virgem do Pilar
1 de Novembro	Todos-os-Santos
6 de Dezembro	Dia da Constituição
8 de Dezembro	Imaculada Conceição
25 de Dezembro	Natal

Anexos

Fontes de informação

- o Instituto Nacional de Estadísticas www.ine.es
- o Datacomex
- o ICEX Instituto Comercio Exterior
- o Joyex Asociación de Joyeros de España
- o Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa: www.cepyme.es
- o Asociación Española para la Calidad: www.asoc-esp-calidad.es
- o Unión Europea: www.europa.eu.int
- o Repertorios de Empresas: www.puntex.es
- **Websites**
- o Consulta alfandegárias: www.aeat.es
- **Estudos de mercado**
- o Consejo Superior de Cámaras de Comercio www.cscamaras.es
- o Aduana Española www.aeat.es
- **Databases**
- o Datacom - Estadísticas de España
- o Market Access Database: <http://mkaccdb.eu.int>

Representação Diplomática

Embaixada do Brasil

Calle Fernando el Santo no 6 - 28010 Madrid

Telefone: (00341)308-0459 - Fax: (00 34 1) 308-0465

Setor de Promoção Comercial

Calle Almagro, 14 - 28010 Madrid

Telefone: (00 34 1) 308-0465 - Fax: (00 34 1) 308- 0565

Câmaras de Comércio

Camara de Comercio do Brasil na Espanha

Jacomettezo 4 - 7º piso - Madrid

Telefone: (00 34 1) 532-6864 - **Fax:** (00 34 1) 622-4844

Camara Oficial Espanhola de Comercio

Rua Libero Badaró, 471 - 18º andar - São Paulo, SP

Telefone: (11)232-8220 - (11)604-6951



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), Minas Gerais (www.ajomig.com.br), Rio de Janeiro (www.ajorio.com.br), Bahia (progemas@uol.com.br), Rio Grande do Sul (www.ajorsul.com.br), Paraná (arjep@netbank.com.br), Goiás (ngj@cdl.gyn.com.br), Distrito Federal (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) - 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 / 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.