

Série: *Exportação de Jóias e Gemas*

Núcleo de Estudos e Informações Joalheiras - NEIJ/IBGM

A stylized map of Mexico, filled with a green and yellow grid pattern, serving as a background for the title text.

Mercado de Jóias do México



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 do México





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 dezembro de 2007

B823c

IBGM - Instituto Brasileiro de Gemas e Metais
Mercado de Jóias da México
São Paulo: IBGM, 2007.
46 p. (Coleção Exportação de Jóias e Gemas)
1. Brasil - comércio exterior, 2. Mexico
- 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
Análise da oferta _____	15
Importação e exportação, Metais preciosos, Oferta por país, Produção interna, Obstáculos comerciais	
Análise da comercialização _____	26
Canais de distribuição, Marcas, Garantia e Qualidade	
Análise da demanda _____	29
Demanda do consumo, Distribuição por classe, Consumo por produto, Consumo por quilatagem	
Pespectivas e oportunidades _____	34
Comércio bilateral, Pontos de mercado, Presença brasileira, Ações de marketing	
Anexos _____	38
Feiras, Associações, Publicações, Feriados Cadastro de Importadores, Importação de mostruários, 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
- Mercado de Jóias da Espanha EJ-011
- Mercado de Gemas Coradas dos USA EJ-012
- Mercado de Jóias Éticas e Étnicas USA 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 - 04002-031 São
Paulo, SP Fone-fax: (0XX11)30165850
www.ibgm.com.br / biblioteca@ajesp.com.br

Introdução

Este estudo de mercado analisa o mercado de jóias no México 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, incluindo artefatos de pedra e ourivesaria.

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 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 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.

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 México**”, que pode ser baixada no site:

http://www.abimaq.org.br/comercio_exterior/docs/Mexico.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 o Chile.

O País

Localização

Estados Unidos Mexicanos, ou simplesmente México, está localizado na América do Norte, delimitado a

- norte pelos Estados Unidos da América;
- leste pelo Golfo do México e Mar do Caraíbe;
- sul pela Guatemala e por Belize;
- oeste pelo Oceano Pacífico.



Dados Gerais

Capital	Cidade do México
Língua oficial	Espanhol ou castelhano
Moeda	Peso mexicano (MXP)
Área total	1.958.201 km ²
População (est. 2005)	108.904.903 hab.
IDH	0,784 (1998)
Densidade	54,3 hab./km ²
Governo	República presidencialista
Código da Internet	.mx
Código telefônico	52

Dados Macroeconômicos

PIB (est. 2004)	US\$1.005 bilhão
Per capita	US\$9.666

O País

Taxa anual de inflação	3.4% em 2006
Taxa de crescimento	4.5% em 2006
Juros - B.C.	7.94% em nov. 2007
Deficit público	US\$ 196,2 bilhões
Balança em Conta Corrente	US\$ -2.621
Dívida Externa	US\$ 130,3 bilhões (2006)
Reservas Internacionais	US\$ 51,4 bilhões, em 2003
Taxa de câmbio	US\$ 1 = 3 (peso - dez. 2007)

(Fonte: Wikipedia e Bancomex)

Dados históricos

Indícios arqueológicos apontaram ocupação humana no México há mais de 20 000 anos.

Entre 1800 e 300 a.C., começaram a formar-se culturas que evoluíram para civilizações pré-colombianas, tais como maia e asteca, entre outras, que floresceram durante aproximadamente 4.000 anos até o primeiro contato com os espanhóis.

Em 1519, as civilizações nativas do México foram invadidas pela Espanha, e dois anos mais tarde, a capital dos astecas, Tenochtitlan, foi conquistada. O mais importante dos conquistadores foi Hernan Cortés, que formou a vila, que hoje é a cidade de Veracruz.

Em 1810, após a invasão da Espanha por Napoleão I, os ricos proprietários mexicanos e a família real espanhola da Casa de Bourbon mostraram-se contrários às políticas napoleônicas. Assim nasceu no México uma aliança entre os liberais, que defendiam um México democrático, e os que pretendiam um México governado por um monarca de Bourbon. Mas a independência foi conseguida com a assinatura do Tratado de Córdoba, em 24

O País

de Agosto de 1821.

O Partido Revolucionário Institucional ou PRI foi formado, em 1929, governou o país durante o século XX.

Em 1910, foram convocadas eleições para presidente.

Dados políticos

Em 1917, foi criada uma república federal presidencialista com separação de poderes entre ramos executivo, legislativo e judicial.

Dados econômicos

O México possui a segunda maior economia da América Latina e a 13ª maior economia mundial possuindo um PNB de US\$753,394 bilhões. A economia do México baseia-se no comércio, na indústria, na agricultura e na exploração mineira.

As culturas dominantes são cana-de-açúcar, milho, trigo, sorgo, laranja, banana, manga, abacate..., além da criação de gado.

A indústria extrativa engloba petróleo, ferro, zinco, cobre, chumbo, prata, ouro, entre outros.

Os produtos industriais são equipamentos de transportes, produtos alimentares, bebidas, tabaco, etc.

Os principais parceiros comerciais do México são: EUA, Espanha, Alemanha, Canadá e Japão.

Regiões administrativas

Os Estados Unidos Mexicanos são uma federação integrada em 31 estados e 1 Distrito Federal, a sede dos poderes do governo.

A seguir, os principais estados mexicanos relacionados com o setor de jóias.

- O Estado de Jalisco, onde se encontra a cidade de Guadalajara,

O Mercado: Classificação aduaneira

O estudo se centra no capítulo 71 que se refere a produtos joalheiros com base no Sistema Harmonizado apresentado abaixo extraído do DIA (Legislación Aduanera de Mexico):

- **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.

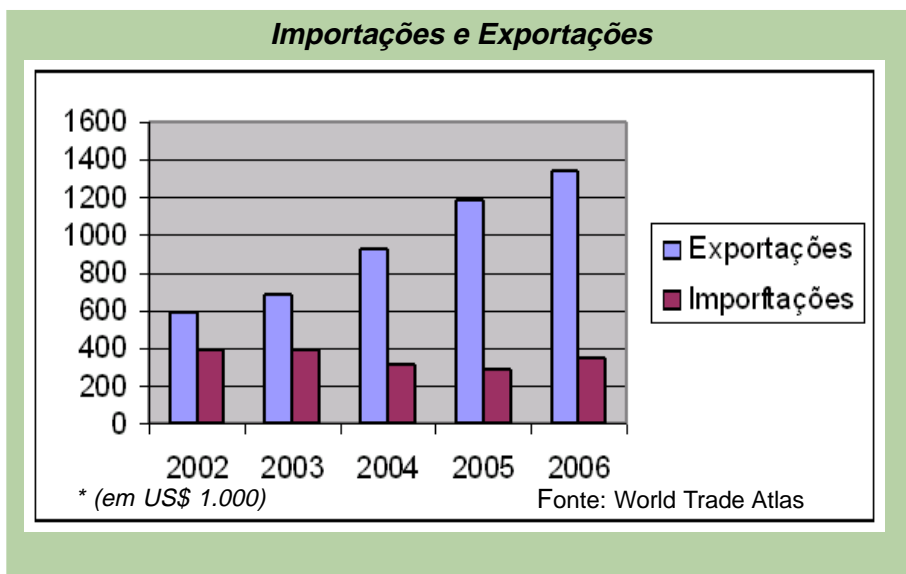
O Mercado: Classificação aduaneira

-
- **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.
 - o **HS 7116.20.11** Collares, pulseras y otras manufacturas de piedras preciosas o semipreciosas naturales, simplemente ensartadas, sin dispositivos de cierre ni accesorios.
 - o **HS 7116.20.19** Manufacturas exclusivamente de piedras preciosas o semipreciosas naturales.
 - o **HS 7116.20.20** Manufacturas de piedras preciosas o semipreciosas naturales, sintéticas o reconstruidas (exc. exclusivamente de piedras preciosas o semipreciosas naturales).
- HS 7117** Bisuterías (no incluye en este estudio)
- HS 7103** Plata en bruto, semilabrada o en polvo
- HS 7108** Oro en bruto, semilabrada o en polvo

É importante destacar que o México adotou em 1991 o Sistema Classificação Industrial da América do Norte (SCIAN). Desta forma, a fabricação de jóias e ourivesaria corresponde atualmente a Classe 390001.

O Mercado: Análise da oferta

A evolução do comércio exterior do México no setor de jóias e gemas é apresentado no seguinte quadro:



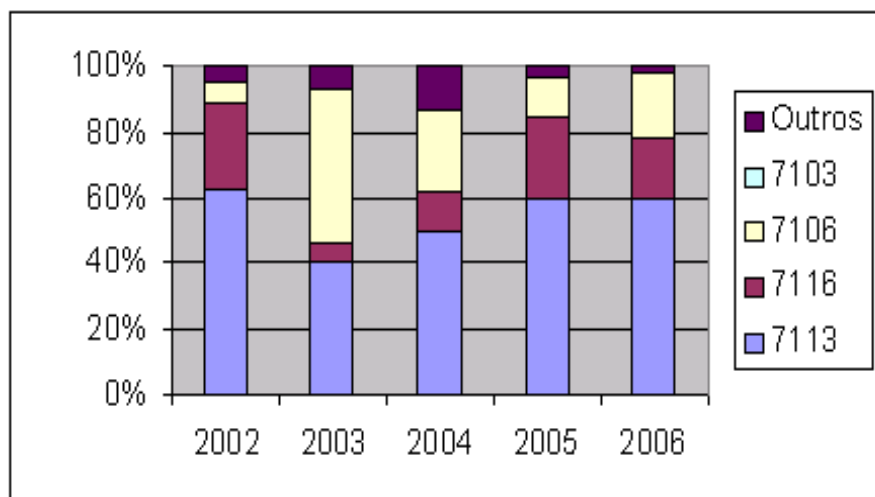
O gráfico acima expressa uma queda constante das importações, contudo a partir de 2006, iniciou o processo de crescimento. Quanto às exportações, nota-se um aumento acentuado das exportações de produtos joalheiros.

Uma análise mais detalhada dos dados das importações de jóias pelo México, que é o foco deste manual, o exportador brasileiro

O Mercado: Análise da oferta

pode aquilatar as potencialidades do mercado, conforme se verifica no gráfico a seguir:

Importações de jóias por percentual



Fonte: World Trade Atlas

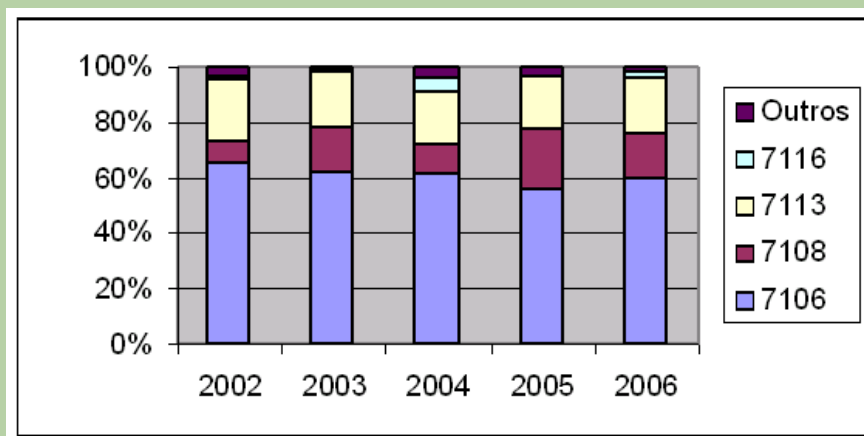
Pela análise dos dados acima, denota-se que os produtos joalheiros correspondem a mais de 50% das importações.

O setor de gemas tem pequena expressão, mas nos últimos 2 anos estas importações aumentaram devido ao crescimento mundial da aplicação de artefatos de pedras em jóias.

As exportações do México por percentual (capítulo 71) são as seguintes apresentados em formato de gráfico.

O Mercado: Análise da oferta

Exportações de artefatos de pedra por percentual



Fonte: World Trade Atlas

Metais preciosos

A prata (posição 7103) representa 54% das exportações mexicanas do Capítulo 71 e o ouro (posição 7108), também tem um peso relevante com 23% das exportações em 2005.

O México é hoje o maior produtor de prata do mundo, tendo superado o Peru nos últimos anos.

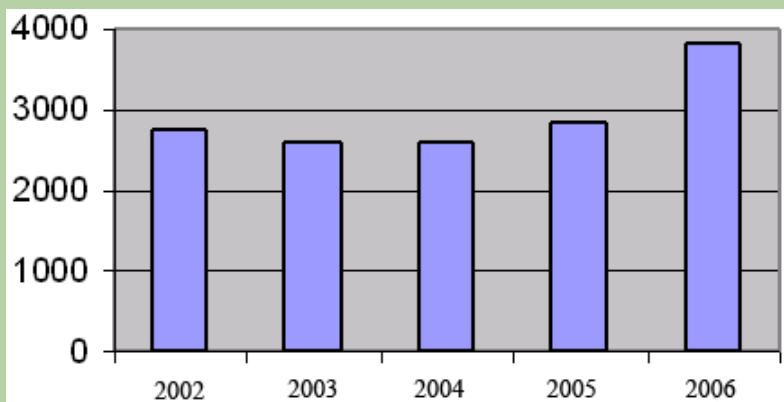
No ouro, está entre os 20 maiores países na produção desse metal (17ª posição com 34 ton.), mas o consumo supera a produção (38 ton.) posicionando no 13º lugar. Exatamente, o contrário do Brasil, que ocupa o 13º lugar (50 ton.) na produção e 17º no consumo (30 ton.).

Os gráficos a seguir mostram os valores de produção de prata e ouro:

Estudo de Mercado: Jóias do México

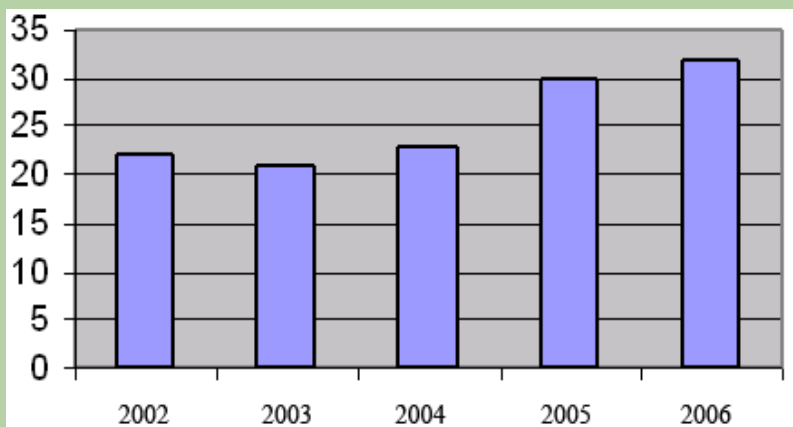
O Mercado: **Análise da oferta**

Produção de prata em toneladas



Fonte: INEGI

Produção de ouro em toneladas



Fonte: INEGI

O Mercado: Análise da oferta

Oferta por país

Produtos joalheiros

O Brasil está elencado como o 9º exportador mais expressivo no setor de jóias, como mostra o quadro abaixo, que é encabeçado pelos Estados Unidos, Itália e Espanha. Contudo, o crescimento das importações mexicanas de jóias desde 2002 foram de aproximadamente 100%.

O quadro a seguir mostra os valores de importação de produtos joalheiros (categoria 7113) em valor e percentual.

<i>Importação de produtos joalheiros por valor</i>					
	2002	2003	2004	2005	2006
USA	41.070	67.830	70.170	83.970	261.825
Itália	27.440	41.690	32.300	31.900	53.599
Espanha	5.810	8.100	10.500	11.430	14.993
França	1.640	2.010	3.030	3.950	5.785
Alemanha	1.090	1.370	0.990	3.470	4.389
China	0.860	1.240	2.180	2.630	3.070
Israel	0.330	1.080	1.350	2.110	2.173
Canadá	193	66	316	688	2.562
Brasil	40	149	280	1.015	2.069
Outros					4.200
Total	87.650	130.960	128.940	151.08	354.665

Fonte: World Trade Atlas/Aladi

O domínio americano no México é total (73%), acompanhado pela

O Mercado: Análise da oferta

Itália com 14%, o que representa 87% do mercado.

<i>Importação de produtos joalheiros por percentual</i>					
	2002	2003	2004	2005	2006
USA	46.86	51.79	54.42	55.58	73
Itália	31.30	31.83	25.05	21.12	14.3
Espanha	6.63	6.18	8.14	7.57	4
França	1.87	1.53	2.35	2.61	1.5
Alemanha	1.25	1.04	0.77	2.29	1.2
China	0.98	0.95	1.69	1.74	0.8
Canadá	0.35	-	0.40	0.60	0.7
Israel	0.38	0.82	1.05	1.40	0.5
Brasil	-	-	-	0.86	0.5
Outros					3.5
Total	94.67	96.94	97.24	97.91	100.0

Fonte: World Trade Atlas/Aladi

Gemas Coradas

O Brasil ocupa a 4ª posição na importação de pedras, onde se vê a China avançando neste segmento. Contudo, muitas exportações da China, como ocorre em outros países, não são contabilizadas. A Espanha é a maior do setor, principalmente devido à exportação de pérolas.

Os quadros a seguir mostram os valores de importação de gemas (categoria 7116) em valor e percentual.

O Mercado: Análise da oferta

Importação de artefatos de pedra por valor

	2002	2003	2004	2005	2006
Espanha	0.240	1.190	0.240	0.620	1.307
China	0.190	0.350	0.260	0.550	0.623
USA	0.380	1.040	0.900	0.510	0.637
Brasil	0.050	0.120	0.180	0.210	0.172
Hong Kong	0.100	0.040	0.140	0.120	0.099
Coréia	0	0	0.070	0.110	0.156
Alemanha	0.010	0.040	0.020	0.030	0.110
Mônaco	0	0.010	0.010	0.020	0.044
Tailândia	0	0	0	0.004	0.021
Outros					0.137
Total	1.060	1.180	1.970	2.310	3.306

Fonte: World Trade Atlas/Aladi

Importação de artefatos de pedra por percentual

	2002	2003	2004	2005
Espanha	20.50	9.74	12.17	26.85
China	15.78	17.83	12.97	24.00
USA	32.68	53.07	45.83	21.94
Brasil	4.44	6.10	9.26	9.19
Hong Kong	8.80	2.26	7.25	5.15
Coreia	0	0	3.58	4.58
Alemanha	0.69	2.29	0.94	1.16
Mônaco	0	1.09	0.10	0.74
Tailândia	0	0	0	0
Outros				
	84.55	96.94	92.38	95.45

Fonte: World Trade Atlas/Aladi

O Mercado: Análise da oferta

Produção interna

O México possui um link estreito com metais preciosos, o que se traduz por uma forte tradição em produtos joalheiros advinda dos tempos pré-hispânicos. O país é mundialmente reconhecido por suas jóias e artesanatos feitos em pequenas oficinas. Assim, os desenhos são geralmente clássicos e pouco inovadores.

O setor de jóias do México representa 16% da produção industrial mexicana em valor e apenas 0,04% em volume, um dado que mostra a importância da joalheria no cômputo geral da indústria manufatureira mexicana.

Na fabricação de jóias, o México consome 25 ton. e o Brasil, 18 ton.

Na cidade de Guadalajara, no Estado de Jalisco, existem mais de 3000 fabricantes de jóias e representa 60% de toda a joalheria fabricada no país e com mais de 15 mil empregos diretos.

O valor da produção tem crescido nesta década, alcançando em 2006, o valor de US\$ 82 milhões.

A maior demanda se concentra em jóias de ouro com 10 e 14 quilates, sendo 10 k. também é considerada de ouro como nos EUA.

Obstáculos Comerciais

Barreiras não alfandegárias

O sistema aduaneiro mexicano é muito complexo e variável. Para produtos joalheiros, as principais barreiras são:

1. Registro de importadores e Registro Setorial: todos os que desejarem importar são obrigados a se registrar no Padrón Nacional de Importadores da Secretaria de Hacienda e Crédito Públi-

O Mercado: Análise da oferta

co (SHCP), assim como no Padrón Setorial que pertença o produto. Este procedimento pode levar mais de 1 ano.

2. Certificados de origem: os produtos procedentes da ALADI devem ser acompanhados de certificado de origem.

3. Normas mexicanas (NOM): todo produto importado está sujeito às normas de caráter obrigatório expedidas pela Secretaria de Economia e que podem ser acompanhadas pelo site www.economia-noms.gob.mx. É recomendável revisar as atualizações e novidades das normas para os produtos a importar.

4. Certificações: alguns produtos devem passar por testes do Sistema Nacional de Acreditación de Laboratorios, assim como apresentar a certificação exigida pela Dirección General de Normas da Secretaría de Economía.

5. Importação de mostruários: A legislação é restritiva neste sentido. Este tema é tratado nos Anexos.

Barreiras alfandegárias

Com a entrada em vigor do Tratado Mexicano de Livre Comércio foi eliminada uma série de impostos.

As taxas aplicáveis a produtos joalheiros são as seguintes no idioma espanhol:

O Mercado: Análise da oferta

Código	Descrição	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).	3%	Exento
7113.11.01	De plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaqué).		
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	Exento	Exento
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%	Exento
7113.19.99	Los demás	3%	Exento
7113.20	- De chapado de metal precioso (plaqué) sobre metal común		
7113.20.01	De chapado de metal precioso (laqué) sobre metal común	3%	Exento
71.16	Manufacturas de perlas naturales o cultivadas, de piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstituidas)		
	- De perlas naturales o cultivadas		
7116.10	De perlas naturales o cultivadas	Exento	Exento
7116.10.01			
7116.20	- De piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstituidas)		
7116.20.01	De piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstituidas)	Exento	Exento

Fonte: Aduana del Mexico

O Mercado: Análise da oferta

Os produtos de joalheria estão sujeitos ao IVA - Imposto sobre Valor Agregado que se aplica ao valor do produto depois do pagamento das taxas alfandegárias. Em termos gerais, o IVA é de 15%, mas existem excessões, aplicadas a produtos de joalheria:

Item	Entrepósitos e Zonas Francas	Taxa básica
7113.11.01	10%	15%
7113.11.02	10%	15%
7113.11.99	10%	15%
7113.19.01	10%	Isento com conteúdo de ouro superior a 80%
7113.19.02	Isento	Isento com conteúdo de ouro superior a 80%
7113.19.03	Isento	Isento com conteúdo de ouro superior a 80%
7113.19.99	Isento	Isento com conteúdo de ouro superior a 80%
7113.20.01	10%	15%
7116.10.01	10%	15%
7116.20.01	10%	15%

Além deste, existe o Imposto do Ativo, com taxa mínima de 1.8% do valor médio dos ativos fixos e financeiros da empresa.

O Mercado: Análise da comercialização

Canais de distribuição

O mercado mexicano se caracteriza por algumas grandes empresas e muitos negócios familiares. O número dos importadores é reduzido e muitos casos não especializados, entrando neste campo para completar suas linhas próprias de fabricação.

Os principais canais de distribuição são os seguintes:

- **Atacadistas/fabricantes:** a maioria dos atacadistas também vendem no varejo com lojas próprias, inclusive em centros joalheiros.

No México, ao contrário do Brasil, a maioria dos fabricantes vendem também seus produtos diretamente no varejo.

- **Cadeias de lojas:** compras através de uma central com distribuição para as lojas.

- **Centros Joalheiros:** shoppings comerciais especializados em jóias existentes em quase todas as cidades do México, que são um destaque no comércio local de jóias. O conceito Centro Joalheiro consiste na concentração de empresas joalheiras em um mesmo espaço, representando uma transformação da comercialização de jóias, tanto no atacado como no varejo. A segurança tem sido uma das principais razões para sua criação, permitindo a venda direta ao consumidor final eliminando intermediários.

- **Lojas de jóias de luxo:** marcas internacionais com presença no país: H.Stern, Cartier, Bulgari, Berger, localizadas em shoppings

O Mercado: Análise da comercialização

e em Polanco, a zona de luxo do México.

A H.Stern possui no México 4 lojas, que são controladas via Nova Iorque, todas dedicadas principalmente a turistas: Monterrey, Santa Fe, Cidade do México, Aeroporto da Cidade do México,

• **Sacoleiros ou Revendedoras (Aboneros):** um mercado com vendas superiores a 20% do faturamento global do setor dirigido a venda direta (domicílios) e com financiamento próprio.

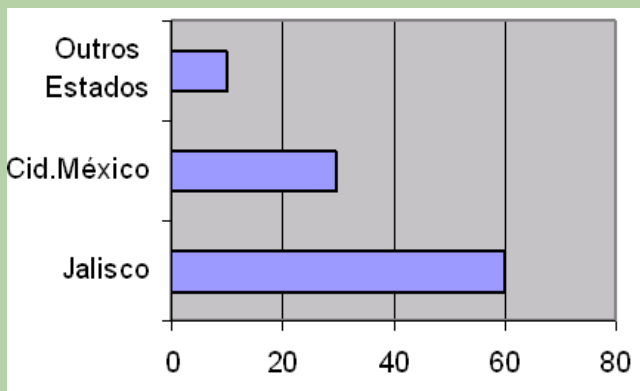
No México, é muito comum uso da “abonera” (revendedora domiciliar, também conhecida no Brasil, como sacoleira). A abonera é uma vendedora a domicílio que vende a prazo, daí o seu nome (abono). Sua clientela se reduz a conhecidos. Financia suas vendas de forma particular e os prazos de pagamento não excedem a 60 dias com pagamento semanal ou quinzenal.

A cadeia de distribuição se inicia no fabricante ou importador, que também vende diretamente. Em alguns casos, o fabricante conta com uma rede de lojas.

O tipo de joalheria vendida nestes centros é a joalheria comercial. O setor joalheiro é concentrado principalmente no Estado de Jalisco, onde fica a cidade de Guadalajara e na cidade do México, a capital do país, conforme se verifica no quadro a seguir

O Mercado: Análise da comercialização

Distribuição da produção joalheira - %



Marca e nome comercial

Embora não seja obrigatório, o registro de uma marca representa um caminho fundamental para as empresas que desejam explorar o mercado mexicano, evitando cópias e imitações.

A vigência de uma marca ou nome comercial é válida por 10 anos com renovação a cada 10 anos de forma ilimitada.

Qualidade e garantia

A norma NOM-33-SCFI-1994 estabelece os critérios de quilatagem e marcas nas peças para que possam ser comercializadas no país. A Camara de Joyería de Jalisco (CRIPEJ) constituiu um Grupo de Qualidade com objetivo de regular a quilatagem dos produtos, tanto na autenticidade, como na certificação, que garante a qualidade nas peças. A AMAGOLD também atua no México e a esta certificação é aceita junto ao varejo.

O Mercado: Análise da demanda

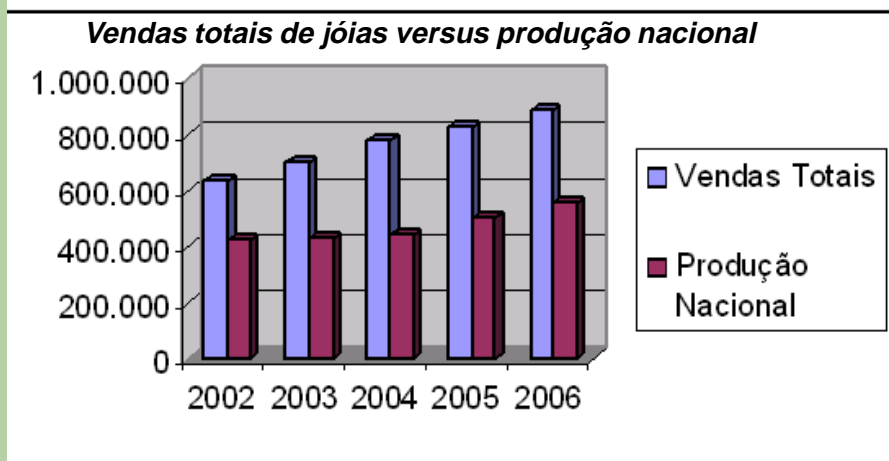
Demanda do consumo

O setor de joalheria em todo o mundo é influenciado pela evolução geral da economia a partir de 2001.

O México apresenta atualmente um maiores crescimentos da América. Além disso, é um forte consumidor de jóias, porque a jóia faz parte da cultura e da estética mexicana e é indicativo de status social.

Contudo, o nível de renda e sua desigual distribuição determinam as características de consumo e o tipo de produto demandado.

O gráfico a seguir apresenta as vendas totais de jóias com as vendas geradas pela fabricação nacional.



O Mercado: Análise da Demanda

Distribuição por classe

Os consumidores podem ser divididos em duas grandes categorias:

- 20% da população são de classe social média-alta, comprando joalheria com desenhos modernos e de qualidade.
- O restante opta por joalheria mais tradicional.

Quanto aos tipos de produtos, temos a seguinte distribuição:

- 72% = joalheria de ouro
- 23% = joalheria de prata
- 5% = jóias de baixo custo (bijuterias e folheados).

Por idade, temos:

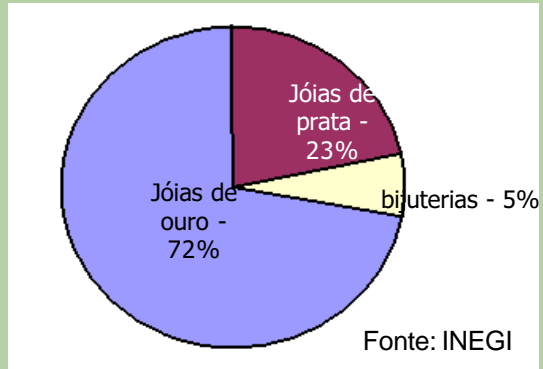
- Tanto os homens como as mulheres consomem joalheria de ouro.

Artigos com preço acima de US\$

1.000 são geralmente comprados por homens.

- Mulheres entre 40 a 60 anos realizam 80% das compras e optam por jóias de ouro amarelo e com desenhos modernos e combinadas com pedras preciosas. As cores preferidas: azul e coral.

Distribuição de jóias por categoria



O Mercado: Análise da Demanda

- Mulheres jovens preferem joalheria de prata, moderna e econômica.

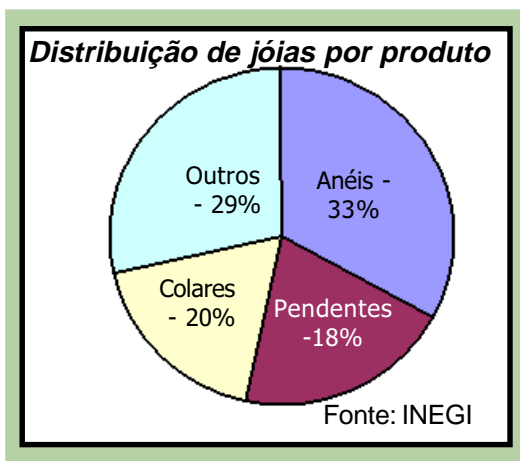
As revistas do setor e as marcas estrangeiras são propulsoras da nova demanda de desenhos mais sofisticados e que seguem as tendências de moda. A classe social média-baixa consome joalheria de ouro sem dar importância ao desenho, já que o consumo está baseado no status.

- Jóias como correntes, braceletes e medalhões com motivos religiosos são bem aceitos.

Consumo por produto

Os produtos mais vendidos são anéis:

- Anéis: 33%
- Colares e correntes: 20%
- Pendentes: 18%
- Outros: 29%



Consumo por quilatagem

O peso influencia diretamente no preço da peça, onde se pode

O Mercado: Análise da demanda

fazer uma relação entre o tipo e o peso e o perfil do consumidor.

Peso	Canal de distribuição	Tipo de consumidor
Menos de 5 gramas Entre 5 e 20 gramas Mais de 20 gramas	Abonero Atacadista Joalherias	Comprador de baixo custo Comprador classe media Peças para presente (Preço inferior a US\$ 3.000)
Mais de 20 gramas	Joalherias de luxo	Classe média e alta. Produto importado (Preço superior a US\$ 3.000)

A quilatagem pode variar de 10 k, 14k e 18 k, dependendo da região geográfica, conforme se mostra na tabela a seguir:

Região Geográfica	Quilatagem
Zona Centro e 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 pode observar, o mercado de ouro de 18 k é reduzido no México, principalmente devido ao preço. O maior consumo está em peças de 10 e 14 quilates.

35 a 40% das vendas se concentram nos meses de novembro e dezembro coincidindo com as festas natalinas.

Outras épocas de maiores vendas são o dia de San Valentín ou Namorados (14 de fevereiro) e Día das Mães (10 de Maio).

O Mercado: Análise da Demanda

Os anéis de compromisso e as alianças de ouro, assim como a festa de 15 anos para as meninas, nascimentos e graduações representam importante valor nas vendas de jóias.

Cerca de 20% das vendas se realizam para turistas.

A certificação da qualidade dos produtos é fundamental para introduzir produtos joalheiros no México.

AAMAGOLD e CRIPEJ (grupo de qualidade da principal associação de jóias) controlam a certificação no México.

Perspectivas e oportunidades

Comércio bilateral

O intercâmbio comercial (exportações + importações) realizado entre o Brasil e o México, em 2006 foi de 2,92 bilhões. O México se posicionou como o 10º principal parceiro comercial do Brasil, além de ter o mercado mais dinâmico da América Latina para as exportações brasileiras.

A pauta das exportações brasileiras para o México apresenta-se concentrada em poucos itens, mormente no setor automotivo.

Quanto ao comércio de produtos joalheiros e gemas do Brasil para o México apresenta os valores acima nos últimos 3 anos, conforme o padrão adotado pelo IBGM:

<i>Exportação de jóias do Brasil para México</i>			
Produtos	2005	2006	2007
Pedras preciosas brutas	20.063	52.518	77.517
Pedras preciosas lapidadas	131.412	210.321	305.676
Obras e artefatos de pedra	204.748	337.635	278.117
Prod. ind.de metais preciosos	2.032	6.638.814	37.840
Joalheria de Ourivesaria	130.085	130.085	671.208
Folheados	385.292	386.202	307.169
Bijuterias	340.428	322.653	482.511
Total	1.214.060	7.948.273	2.160.038

(*)10 meses

Fonte: Sistema Aliceweb - MDIC

Perspectivas e oportunidades

No setor de jóias, é o primeiro importador da América Latina com o valor aproximando de US\$ 8 milhões e 4º maior entre todos os países.

As vendas brasileiras para aquele mercado têm mostrado crescimento expressivo entre 2005 e 2006.

Tomando-se os dados acima, notam-se os seguintes pontos:

- um destaque para os produtos industriais de metais preciosos em 2006, ou seja, os fornecedores de matérias primas. Estas empresas têm seu mercado concentrado na região de Jalisco, onde está 60% de toda produção da jóia mexicana. Contudo, com uma queda acentuada no ano corrente. É necessário investigar essa ocorrência de queda tão acentuada.

- O crescimento de gemas tem sido bem significativo nos últimos 3 anos. Pela análise dos dados, o Brasil deve ocupar hoje a 2ª posição

- O setor de joalheria deu um salto de 2006 para os 10 meses de 2007. Mas ainda tem muito a crescer. A participação brasileira é de 0,5%. EUA e Itália respondem por quase 87% das importações do México em jóias de ouro.

- O setor de bijuterias e folheados pode alcançar em 2007 o valor de US\$ 1 milhão em exportações, nos primeiros meses, que está em US\$ 789 mil.

Pontos de mercado

O México apresenta importantes cifras de consumo de jóias, e o Brasil tem um bom mercado a explorar.

Quanto ao mercado mexicano de jóias, algumas observações são necessárias:

Perspectivas e oportunidades

- Tanto homens como mulheres são consumidores de jóias de ouro e bijuterias;
- As mulheres entre 40 a 60 são os maiores consumidores de jóias de ouro com desenhos tradicionais e combinados com pedras;
- As pedras preciosas, combinadas com desenhos de ouro branco, amarelo ou prata estão em moda;
- A maior demanda se centra em jóias de 10 e 14 quilates;
- No México, há uma distinção entre alta joalheria e a joalheria média ou comercial;
- A via mais habitual de distribuição inclui intermediários até o vendedor final, o qual pode ser uma loja ou uma abonera, como é comum no México;
- Uma das maiores dificuldades para exportar para o México está relacionada com a aduana, que oferece um obstáculo extra;
- Uma característica do mercado mexicano é a cópia de modelos estrangeiros realizada por fabricantes mexicanos a preços mais baixos. A empresa brasileira deverá se preparar para o plágio e cópia de desenhos e nomes comerciais;

Em termos de classe consumidora de jóias, tem-se:

- A classe média baixa consome jóias de ouro mais tradicional e de produção nacional, sem dar muita importância para o desenho, já que o uso está mais relacionado com o status;
- 20% da população pode ser considerada de classe média-alta, onde estão os compradores potenciais para alta joalheria;
- A classe social de maior poder aquisitivo compra desenhos de alta qualidade, geralmente joalheria italiana, em empresas instaladas no México;

Em relação aos tipos de joalheria, temos que levar em conta as seguintes considerações:

Perspectivas e oportunidades

- Joalheria de ouro: o consumo da jóia em ouro de 18 quilates se reduz à classe de alto poder aquisitivo;
- Joalheria de prata: o México é um dos maiores produtores mundiais e oferece uma enorme variedade de criações em prata. As empresas brasileiras têm bom mercado nesta categoria. Existe um tipo de joalheria denominado “estilo mexicano” inspirado em desenhos pré-colombianos e na riqueza cultural do país.

Presença brasileira

O Brasil está presente no México, principalmente no setor automotivo e elétrico. Por exemplo, a Marcopolo instalou uma fábrica no país, assim como a Weg em motores elétricos.

No setor de jóias, a H.Stern é a única presença permanente brasileira no México com 4 lojas no México, que objetiva atender mais ao turista, exceto as lojas da cidade do México. No entanto, o ícone H.Stern é uma boa referência para os mexicanos sobre a jóia brasileira.

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, próxima à da Itália ou França com desenho e acabamento e afastada da imagem da jóia dos países asiáticos. O setor necessita encontrar um modelo que possa representar a jóia brasileira no exterior;

Perspectivas e oportunidades

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

Além dessas, outras poderiam ser incentivadas junto aos exportadores.

Referências para jóia brasileira

Foi feita uma consulta junto a uma das mais importantes associações de jóias do México, a CRUJEP sobre a joalheria brasileira. Poucos dados foram referidos por esta ser desconhecida no México, enquanto que as pedras brasileiras são apreciadas, mas também não reconhecidas. Isso nos indica que precisa-se promover a jóia e a gema brasileira nesse mercado, nos moldes como a Itália realiza em diversos países. O Brasil pode usar este modelo com algumas melhoramentos.

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

Anexos

Feiras

EXPO JOYA - Exposición Internacional de Joyería, Platería, Relojería, Accesorios e Insumos

Datas de realização: abril e outubro

Local: Centro de Exposiciones Expo Guadalajara

Promotor: Cámara de Joyería de Jalisco

Telefones: 52 33 3121-9238 / 3121-9269 / **Fax:** 52 33 3121-9286

Email: exposiciones@camaradejoyeria.com.mx

Web: www.camaradejoyeria.com.mx

Expojoyeria Premier

Datas de realização: febreiro e novembro

Local: WTC, World Trade Center

Promotor: AMEFJO, Asociación Mexicana de Fabricantes de Joyería y Distribuidores de relojería

Telefones 52 55 5535-5660 / **Fax:** 52 55 5535-5706

E-mail: amefjoyeria@hotmail.com / amefjoac@prodigy.net.mx

AMFAR Exporegalo

Datas de realización: julho e janeiro

Local: WTC, World Trade Center

Organizador: AMFAR, Asociación Mexicana de Fabricantes de Artículos de Regalo, decoración y Artesanías

Telefones: 52 55 5564-4564 / **Fax:** 52 55 5574-8709

Email: amfar@amfar.com

Web: www.amfar.com.mx

Associações

Anexos

AMEFJO - Asociación Mexicana de Fabricantes de Joyería y Distribuidores de Relojería

Endereço: Río Guadiana N°23, 4º piso Col. Cuauhtemoc,
06500 México DF

Telefones: 52 55 5235-5660 / **Fax:** 52 55 5535-5706

Email: amefjoyeria@hotmail.com / amefjoac@prodigy.net.mx

Camara Nacional de la Industria de la Platería y Joyería

Endereço: Reynosa N°13 Col. Condesa, 06100 México DF

Telefone: 52) 55 5516-1771 / **Fax:** (00 52) (55) 5535-5706

Camara Regional de la Industria de la Joyería Platería del Estado de Jalisco

Endereço: Av/ Topacio 2468 Col. Fracc. Verde Valle
44540 Guadalajara Estado de Jalisco

Telefone: 52 33 3121-9238 / **Fax:** 52 33 3121-0299

Email: info@camaradejoyeria.com.mx

Web: www.camaradejoyeria.com.mx

Publicações

Tiempo de Joyas

Editora: Ediciones Tourbillon, SA de CV

Endereço: Emilio Castelar 111 – 5 Colonia Polanco 11560 México DF

Telefone: 52 55 5280-1796 / **Fax:** 52 55 5281-5610

Email: info@tiempoderelojes.com

Nuestra Joya

Editora: CRIJPEJ

Endereço: Topacio 2486, Fracc. Verde Valle
44540 Guadalajara , Estado de Jalisco

Telefone: 52) 33 3121-9238 / **Fax:** 52 33 3121-0299

Email: info@camaradejoyeria.com.mx

Web : www.camaradejoyeria.com.mx

Feriados

Data	Comemoração
1 de janeiro	Ano Novo
5 de fevereiro	Aniversário da Constituição Mexicana
30 de abril	Dia das Crianças
1 de maio	Dia do Trabalho
5 de maio	Batalha de Puebla
10 de maio	Dia das Mães
16 de setembro	Dia da Independência
12 de outubro	Dia da Raça
2 de novembro	Dia dos Mortos
20 de novembro	Aniversário da Revolução Mexicana

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 - www.crebi.com/export/mexico/mexico.htm

Importação de mostruários

As pessoas físicas ou jurídicas que desejam importar devem se inscrever no *Padrón Nacional de Importadores* da Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). O número com que se identifica o importa-

Anexos

dor é o RFC (Registro Federal de Causantes).

Cada importação exige uma declaração de importação. A introdução de mostruários e catálogos no país pode gerar em muitas ocasiões obstáculos.

A legislação mexicana sobre importação de amostras exige que os produtos se encontrem marcados, perfurados ou tratados de modo que se desconfigure a venda. Evidentemente, no caso de jóias, isto supõe um custo muito alto e deve-se optar por importação temporal do mostruário.

No México existem estes regimes de importação: definitivo, temporal, depósito fiscal, trânsito Interno.

As mercadorias destinadas a feiras ou exposições só podem ser introduzidas por regime temporal, com um limite de 1 ano. Também se admite amostras e mostruários por um período de 6 meses.

No que se refere a feiras e convenções, a SHCP autoriza o Regime Fiscal a locais onde se celebram as exposições internacionais, o que simplifica os trâmites.

O procedimento para realizar a importação temporal é o seguinte:

GUIA PRÁTICO PARA REALIZAR IMPORTAÇÃO TEMPORAL QUANDO O PASSAGEIRO TRANSPORTA MERCADORIA

1 - São necessários os dados do passageiro e declarar uma empresa no México como Responsável Solidário.

2 - Na chegada ao aeroporto, antes de passar pela Aduana, a mercadoria tem que passar pelo depósito.

3 - A mercadoria é pesada, pré-cintada e levada ao armazém. Isto representa um custo ao redor de 1000 pesos, dependendo de:

- Armazenagem (o custo será determinado em função do peso e dos número dos dias que a mercadoria passar no armazém se translada para a zona de carga enquanto se recebe na zona de passageiros. Este processo pode tardar no máximo de 2 horas.

4 - O traslado das mercadorias desde a zona de passageiros até a zona de carga (onde se deixa armazenada e onde finalmente se retira a mercadoria) se faz uma vez ao dia. No caso de jóias, realiza-se uma “condição extraordinária” e a mercadoria se translada para a zona de carga enquanto se recebe na zona de passageiros. Este processo pode tardar no máximo 2 horas.

5 - Uma vez que a mercadoria está no armazém, o agente aduaneiro deve retirá-la apresentando a seguinte documentação:

- • Justificativa de pagamento do pedido. O custo do pedido é de 340 pesos:
 - 161 pesos de Pré-validador
 - 179 pesos de Direitos de Trâmite Aduaneiro

- O pagamento do pedido deve ser realizado no banco. O banco habilitado para tal efeito finaliza seu horário de atendimento ao público às 5 da tarde.

- Recibo do passageiro (donde se especifica a mercadoria em depósito). Este recibo é o formulário que é o formulario retido pelo passageiro no avião especificando a mercadoria transportada.

- • Pagamento do custo de armazenagem que se realiza in situ.

- • Outros documentos e formatos que o agente aduaneiro tramita com antecedência, como uma carta dirigida à Fazenda donde se solicita a autorização da Importação Temporal das ditas mercadorias.

6 - Retirada da mercadoria. No momento da retirada deve passar pelo sistema aleatório, que consiste em pulsar um botão para o que o sistema determine, mediante um sistema de luz similar ao semáforo, se a mercadoria será inspecionada pelo agente. A luz verde indica que a mercadoria pode se submeter a inspeção. Deve-se ter em conta que a área de carga (e o sistema aleatório) fica operando até às 6:00 hs. da tarde. A partir dessa hora, não é possível retirar a mercadoria e deve-se esperar até o dia seguinte. Em função do agente aduaneiro que se contrate, este trâmite pode ser resolvido no mesmo dia ou de um dia para outro.

7 - Todos estes trâmites deverão se fazer necessariamente através de um agente aduaneiro. O custo dos serviços do agente pode chegar em torno de 2000 pesos.

NOTA: As tarifas e custos indicados foram atualizados em julho de 2006. Recomendamos consultar os custos aplicáveis com seu agente aduaneiro.

Fontes de informação

• Instituições

- Instituto Nacional de Geografía y estadística - www.inegi.gob.mx
- Secretaría de Economía - www.economia.gob.mx
- Bancomext – Banco Nacional de Comercio Exterior de Mexico -

Anexos

www.bancomext.com.mx

- Sistema Estatal de Información de Jalisco – www.seijal.gob.mx

• Estudos

- Como Exportar México - Ministério das Relações Exteriores, Brasil
- Estudio sobre la cadena productiva de la Joyería y Orfebrería de Plata y Oro - Secretaría de Economía
- Le marché de la bijouterie et horlogerie au Mexique - Ambassade de France au Mexique
- Estudio sobre el sector de la joyería - JOYEX/ICEX
- Mexico Jewelry Market - USTrade

• Databases

- DIA – Legislación aduanera en México
- World Trade Atlas – Sistema de informação comercial
- Wikipedia - Enciclopédia Livre Mundial
- Sistema Aliceweb - M. Desenvolvimento Industrial Comercial, Brasil
- ALADI - Associação Latino Americana de Desenvolvimento

Representações Diplomáticas do Brasil

Embaixada do Brasil na Cidade do México

Rua Lope de Armendáriz, 130. - Lomas de Virreyes.

Delegación Miguel Hidalgo. 11000 - México, D.F. - México

Telefones: (5255) 5202-7500 / 5520-3286 / **Fax:** (5255) 5520-4929

E-mail: embrasil@brasil.org.mx

Web Site: www.brasil.org.mx

Setor de Promoção Comercial

Rua Lope de Armendáriz, 130. - Lomas de Virreyes.

Delegación Miguel Hidalgo. 11000 México, D.F. - México

Telefone: (5255) 5202-7500 / 5520-3286 / **Fax:** (5255) 5520-4929

E-mail: secom@brasil.org.mx

Web Site: www.brasil.org.mx

Cámara de Industria y Comercio México - Brasil

FFCC de Cuernavaca # 211 - 1er. Piso,
Col. Chapultepec Morales, Del. Miguel Hidalgo 11570 México, D.F.

Telefone: 52-82-31-64 / **Fax:** 52-80-72-11

E-mail: camebra-rp@webtelmex.net.mx

Web Site: <http://www.camaramexicobrasil.com>

Câmara de Indústria e Comércio Brasil-México

Alameda Casa Branca, 806 - 5ºAndar - Conj. 52
Jardim Paulista - São Paulo-SP CEP: 01408-000

Fone/Fax: (55)(11) 3083-3006

E-mail: faleconosco@bramex.org.br

Web Site: <http://www.bramex.org.br>

Importações Via Postal

As mercadorias por via postal estão sob a responsabilidade do Servicio Postal Mexicano - Sepomex e controle das autoridades alfandegárias. O Sepomex examina as embalagens postais procedentes do exterior. Caso requerido, remete à autoridade alfandegária a mercadoria, a declaração postal e os documentos anexos para o devido despacho, bem como a classificação alfandegária.

A autoridade alfandegária é responsável pela determinação das taxas relacionadas à importação por via postal. Apenas depois de cumpridas as obrigações, será a mercadoria entregue.

Importações Via Courier

Bens e mercadorias também podem ser importadas por correio expresso, como DHL, UPS, FEDEX, sob a vigilância das autoridades alfandegárias. Estes pacotes devem chegar com guia elaborada na origem pelo transportador, desde que as mercadorias transportadas não exceda o valor equivalente a US\$ 5 mil.

As empresas de correio expresso poderão pagar os impostos e taxas de importação, atuando como agentes alfandegários.

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