

– RESUMEN –

EL MERCADO DE JOYERÍA EN LA UE

Fuente: CBI (www.cbi.eu)
Traducción libre del original



Fuente Fotografía: www.anahi.com

CONSUMO

Las ventas globales estimadas en el mercado de las joyas el año 2006 fueron de €117 billones, de las cuales las tres cuartas partes corresponden a las ventas de Estados Unidos (€36 billones), UE (€25 billones) y el Medio Este (€11 billones).

El mercado global ha crecido en un promedio de 5,2% desde el año 2000 a causa del notable crecimiento que tuvieron los mercados de joyas en China e India.

Las principales compradoras de joyas son las mujeres, las cuales consideran al glamour y la moda como primordiales y la joyería de fantasía es la más popular.

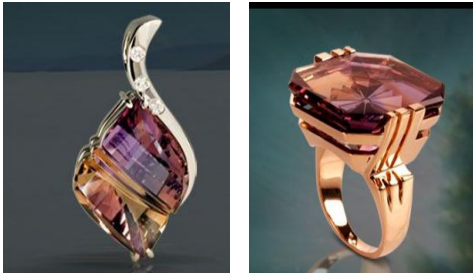


Fuente Fotografía: www.joyasonline.cl

Actualmente el mercado de la joyería en la UE en cuanto al consumo está dominado por cuatro países: Italia (23%), Reino Unido (19%), Francia (17%) y Alemania (11%); entre los cuales tienen el 70% del mercado total de joyería en términos de valor.

En el futuro el mercado de joyas en la UE estará basado principalmente en: diseños más modernos, una mayor demanda de joyas de plata con gemas en formas y colores inusuales, o combinadas con perlas o diamantes como alternativa a las costosas joyas de oro; un incremento en los ingresos de las mujeres que buscarán joyas con diseños únicos o formas inusuales, también aparecerán nuevos mercados para hombres, niños, adolescentes y personas de mayor edad.

Segmentos de mercado



Fuente Fotografía: www.anahi.com

El mercado de la joyería está segmentado de muchas maneras y cada mercado tiene sus líneas de productos; algunos de estos segmentos son: por el material precioso (joyas de oro, joyas de platino, joyas de plata, diamantes, piedras, perlas, joyas de fantasía, accesorios para el cabello), también hay un segmento de acuerdo al usuario (mujeres que trabajan –las cuales son el segmento más importante y las principales consumidoras del

mercado de joyería–, amas de casa, niños, adolescentes, hombres, personas de edad avanzada y grupos étnicos).

Tendencias

Las tendencias y modas cambian constantemente al igual que el estilo de vida de las personas lo cual ha hecho que los gustos de los consumidores cambien. Ahora los consumidores discriminan y diferencian más en temas de diseño, estilo y calidad, por lo cual quieren joyas exclusivas e individuales. Las celebridades y los medios también ejercen una gran influencia en los gustos de los consumidores.

De la misma manera y a pesar que sus ventas no son muy elevadas comparadas con otros bienes de lujo, la joyería de marca y los diseñadores de joyería están ganando cada vez más importancia. Con las joyas preciosas en particular, los consumidores optan por el prestigio, diseño y la imagen de la marca de la joyería. Además la integración de bienes de lujo ha llevado a que nuevas marcas de moda sean lanzadas en el

mercado. Las altas casas de moda están diseñando y desarrollando cada vez más sus propias colecciones de joyería. Las compañías joyeras mas conocidas están contratando a diseñadores prominentes para agregar mayor celebridad a sus marcas.

También está la tendencia “hazlo tú mismo” con la cual las personas tratan de salir fuera de los parámetros conocidos y quieren crear su propio estilo de joyería con cuerdas, cuero, seda, caucho, etc.

Oportunidades y amenazas

- Como la economía de la UE está comenzando a crecer después de años de estancamiento, se presentarán nuevas oportunidades para los exportadores de países en vías de desarrollo en los mercados de joyas preciosas y de fantasía.
- La tendencia “viajando por el universo” y otras tendencias estacionales románticas con colgantes y símbolos ofrecen buenas oportunidades para exportadores,



Fuente Fotografía: annonces.campusanuncios.com
napoli.campusanuncios.com
paris.campusanuncios.com

especialmente para colgantes con adornos, o para cualquier otra clase de joyería con un diseño étnico.

- La "fiesta de joyería" es un nicho interesante para exportadores con una gran variedad de joyería para jóvenes y mujeres, e Fuente Fotografía: webpointclub.com de mano, y cadenas de vientre influidas por desarrollo.



Fuente Fotografía: www.anahi.com

- La clase media está creciendo en todos los países, especialmente en los nuevos países miembros, por lo que la demanda de joyas de lujo crecerá.
- Los nuevos mercados para diferentes grupos objetivos como ser: hombres, adolescentes y niños, ofrecen nuevas oportunidades.
- Por otro lado, será difícil encontrar oportunidades en el sector del lujo de este mercado porque las compañías con nombres de marca defienden su posición fuertemente.
- Hay un peligro al ser demasiado dependiente de un segmento de mercado ya que si uno no es capaz de proveer rápidamente y de cambiar de producción en el corto plazo se corre el riesgo de sobre comerciar.

PRODUCCIÓN

La UE continúa siendo un importante centro de producción de joyas en el mundo, pero la industria ha estado cayendo. Por otro lado, los costos de producción en los países donde éstos eran más bajos han ido aumentando. De acuerdo a la GFMS (Gold Field Mineral Service) la demanda de metales preciosos para la producción de joyas en la UE y Estados Unidos ha disminuido entre el año 2003 y el año 2006, mientras que la demanda en India, China, Turquía y el Medio Este ha aumentado a pesar del alto precio del oro. En general la demanda global de metales preciosos ha caído, excepto el Platino.

La industria joyera ha estado generalmente dominada por Italia, China, Estados Unidos, Suiza, Israel, India y Tailandia.

- La mayoría de las piedras preciosas provienen de India, China, Tailandia, Sur África, Colombia, Sri Lanka, Brasil y de muchos otros países en vías de desarrollo.
- Los diamantes mayormente provienen de Australia, Bostwana, Congo, Rusia, Sur África, Angola, Namibia, Ghana y Brasil. Los mayores centros de cortado del mundo son Israel, Estados Unidos, Bélgica, y cada vez más, India y China.
- La mayoría de las perlas provienen de Japón, Australia, China, Filipinas, Polinesia Francesa y México.
- La joyería de fantasía principalmente proviene de China, Tailandia, India, Estados Unidos, Austria, Francia, Alemania, como también de muchos otros países.

La industria, en general, puede ser sub-dividida en 4 clases de compañías:

- Manufactureras; las cuales están liderizadas por los principales participantes.
- Los fabricantes de joyería moderna.

- Diseñadoras con pequeños talleres, los cuales están dedicando su esfuerzo a diseños innovadores.
- Las lujosas marcas internacionales (Cartier, Hermes, Dior, Chanel), que tienden a actuar más como importadores.



El año 2006, la producción total en la UE fue valuada en €11.311 millones. Italia fue el centro de la producción de joyas en la UE con 46% de participación del total de la producción aunque continúa registrando un decremento de su promedio anual de producción de joyas preciosas debido al alto precio del oro, la disminución de la demanda y a la competencia de Asia. Sin embargo, Italia ha estado produciendo más joyas de fantasía desde el 2002.

Fuente Fotografía: joya www.moo.cz

Tendencias

La UE cuenta con casi el 25% de la producción total global de joyas pero se prevé una caída debido a la rápida expansión de China, India, Tailandia y Turquía, además que estos están produciendo joyas de alta calidad. Para mantener su posición en el mercado de la UE las empresas manufactureras necesitan innovar más, necesitan concentrarse en crear diseños específicos, o en especializarse más. En todos los casos las empresas necesitan ofrecer un buen servicio post-venta a los consumidores (vendedores al por menor, y consumidores finales). Para ganar competitividad las empresas joyeras están apuntando a producir para redes más amplias de ventas (supermercados o para los vendedores minoristas de modas en su propio país o en otros de la misma UE), también se está viendo la importancia de enfocarse claramente en determinados segmentos de acuerdo al gusto, ocasión y precio para desarrollar joyería de acuerdo a dicho segmento; así mismo, las pequeñas manufactureras están desarrollando alianzas estratégicas con otros colegas, diseñadores y asociaciones comerciales para aumentar la demanda en sus propios mercados o en los del exterior. También se continúa practicando el "outsourcing" en algunos países de la UE para poder ser más competitivo.



Fuente Fotografía: www.anahi.com

Oportunidades y amenazas

- El Outsourcing provee oportunidades. Por ejemplo las manufactureras italianas lo han adoptado para mantenerse competitivas ofreciendo algo único en su país en cuanto a diseño, material y artesanía evitando de esta manera competir en precio.
- Las compañías de pequeño a mediano tamaño se están dando cuenta de que ellos quizás tengan que recurrir al outsourcing para mantenerse competitivos y mantener su orientación al diseño. Aunque hay pequeñas manufacturas que todavía se resisten a trasladar parte de su producción al extranjero, posiblemente ellos puedan estar interesados en hacer contacto con exportadores de países en vía de desarrollo para formar una sociedad.

Por otro lado:

- Para aprovechar estas ventajas, se necesita ser flexible en la producción, ser confiable y encontrar las demandas que rigen en el corto plazo.
- Los nuevos Estados miembros con sus propias industrias de joyas especialmente Rumania, Polonia y Hungría, representan una amenaza para los exportadores de países en vías de desarrollo.

CANALES DE COMERCIO PARA MERCADOS DE ENTRADA

En el comercio de la joyería en la UE las rutas que llevan la mercadería de las manufactureras a los consumidores son variadas. Sin embargo, estas son determinadas según el tipo de joyería que ésta sea (preciosa o de fantasía).



Fuente Fotografía: www.joyasonline.cl

- Para joyas preciosas; los minoristas de joyas especializadas dominan en la mayoría de los mercados de la UE, con un número creciente de cadenas de tiendas y puntos de venta no especialistas.
- Para la joyería de fantasía y joyas de Plata; los canales de distribución son más diversos. Las no especialistas tales como almacenes, ventas por correo, vendedores directos y boutiques de moda son solo algunos de los puntos de venta donde las joyas de fantasía pueden ser compradas.

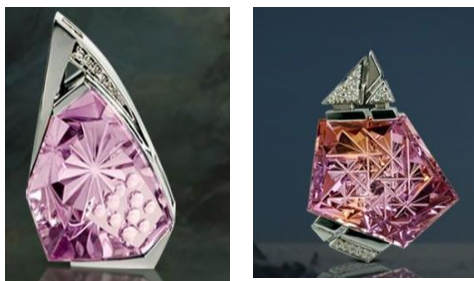
IMPORTACIONES

La UE está entre los más grandes importadores de joyería en el mundo. El año 2006 las importaciones estuvieron valuadas en un total de €14,651 millones (94.092 de toneladas). El promedio anual en términos de valor se incrementó en 9,6% entre el año 2002 y el año 2006, en cuanto a volumen el incremento fue de 14,1% debido principalmente a las importaciones realizadas por los dos más grandes importadores de joyas en la UE: Bélgica y Reino Unido.



Fuente Fotografía: venezia.campusanuncios.com

EXPORTACIONES



Fuente Fotografía: www.anahí.com

Las exportaciones de la UE son ahora 6,7% más altas en valor que las importaciones pero 3,1 veces más baja por volumen. Este es un cambio considerable desde el año 2002 cuando las importaciones fueron 46,9% más bajas que las exportaciones por valor y 2 veces más alta por volumen.

Así mismo, las exportaciones a países en vías de desarrollo aumentaron constantemente, particularmente por el crecimiento de las economías como China, India, Jordania, Ucrania

y Brasil.

En el 2006 las exportaciones totales ascendieron a €15,639 millones de los cuales la mitad se fue a países fuera de la UE.

El crecimiento de las exportaciones fue de 1,2% a pesar a de haber presentado una caída en el 2004. Entre los principales exportadores de la UE se encuentran Bélgica e Italia.



Fuente: CBI (www.cbi.eu)



Traducción libre: Ing. Gilmar Carvajal O., Pasante Nacional IBCE

Bolivia – 08 de julio de 2008