

JORGC: 2014, el 'año de la recuperación' en Cataluña

ENTREVISTA



Belén Bajo | Joyera

La diseñadora y empresaria nos ofrece su visión sobre la joyería española actual y explica su forma de entender la creación joyera contemporánea. **📖 Pág. 6**

La tendencia negativa de los últimos años parece haber tocado techo en el Sector Joyero y Relojero catalán durante 2014 debido a la mejora de resultados de la campaña de Navidad y al turismo de compras, que representa ya un 21% de la facturación en el conjunto del sector, según los datos que ofrece el Gremio. La facturación a precios de venta al público en el año 2013 por valor de 305 millones de euros, un 4% menos que en 2012, según el JORGC. Este ligero descenso, "mucho menor que los registrados desde el inicio de la crisis", representa una mejora respecto a las expectativas, que preveían una caída de ventas para el pasado ejercicio, superior al 8%.

📖 Panorama en pág. 5

J. J. Ontalva: 'El mundo que conocemos no habría sido posible sin el arte de la relojería'

'Lo importante es formar profesionales: las máquinas no suplen las manos del artista'

El octogenario relojero y reparador madrileño es toda una institución en el arte de la relojería artística y clásica. Maestro de relojeros, Juan José Ontalva tiene tras de sí un extenso legado de trabajos realizados, entre los que destacan los del Congreso de los Diputados, o los de innumerables ministerios. Sin embargo, Ontalva lamenta la "dejadez" de las Administraciones, que han permitido que todo el legado de conocimiento acumulado desaparezca en pocos años. Y ese, a su juicio, es un *know-how* que ninguna máquina podrá sustituir'. **📖 Entrevista en pág. 4**



El maestro de la reparación de relojes artísticos, Juan José Ontalva.

GEMOLOGÍA



CIBJO cierra su congreso anual, sin grandes logros

La entrada de diamantes sintéticos y la nomenclatura de algunas piedras de color, siguen sin respuesta clara. **📖 Pág. 17**



Éxito de convocatoria del último seminario anual de Joyería 3D

El pasado domingo 25 de mayo concluyó la segunda edición del *workshop* avanzado de modelado y prototipado de joyería en 3D, organizado por las empresas TDM Solutions y M&R Tools en Madrid. El diseño y prototipado digital se ha convertido ya en una

herramienta 'imprescindible' para los joyeros y el interés mostrado por los asistentes da muestras de que la Joyería española tiene ganas de competir con los países más punteros de nuestro entorno.

📖 Editorial en pág. 3 y Equipamiento en pág. 45

Feria de Madrid unificará sus ferias del lujo y celebrará en septiembre cinco encuentros

Las ferias Intergift, Bisutex y Madrid Joya se celebrarán en un nuevo escenario que reunirá a todos los sectores que marcan tendencia. Los tres salones coincidirán en fechas y lugar de celebración con la pasarela Mercedes-Benz Fashion Week Madrid y Momad Metrópolis,



MARÍA JOSÉ SÁNCHEZ

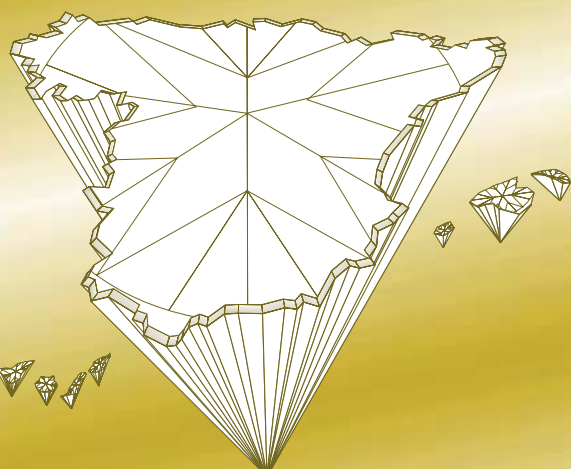
configurando el más completo referente de novedades, moda y diseño, según nos explican desde la Organización. El conjunto de estos salones sumarán las propuestas de 1.800 marcas, alrededor de 40 desfiles y una previ-

sión de visitantes de más de 110.000 profesionales desde 70 países. De esta forma, junto a Intergift, Bisutex y Madrid Joya (10 al 14 de septiembre), referentes de tendencias en decoración y el regalo; bisutería y complementos, además de joyería, se desarrollará del 12 al 16 del mismo mes la

convocatoria multisectorial de moda Momad Metrópolis y una nueva edición de Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, "la gran plataforma de promoción del diseño español", según Ifema. **📖 Ferias / Agenda págs. 46 y 47**

SUMARIO

Editorial / Tribuna.....	3
Entrevista / Juan José Ontalva.....	4
Entrevista / Belén Bajo.....	6
Panorama.....	5 a 10
Escaparate / Joyería.....	12
Metales.....	16
Precios.....	15 a 28
Informes.....	29 a 32
Asociaciones.....	35 a 39
Alertas de Delincuencia.....	40 y 41
Agenda / Ferias.....	46 y 47



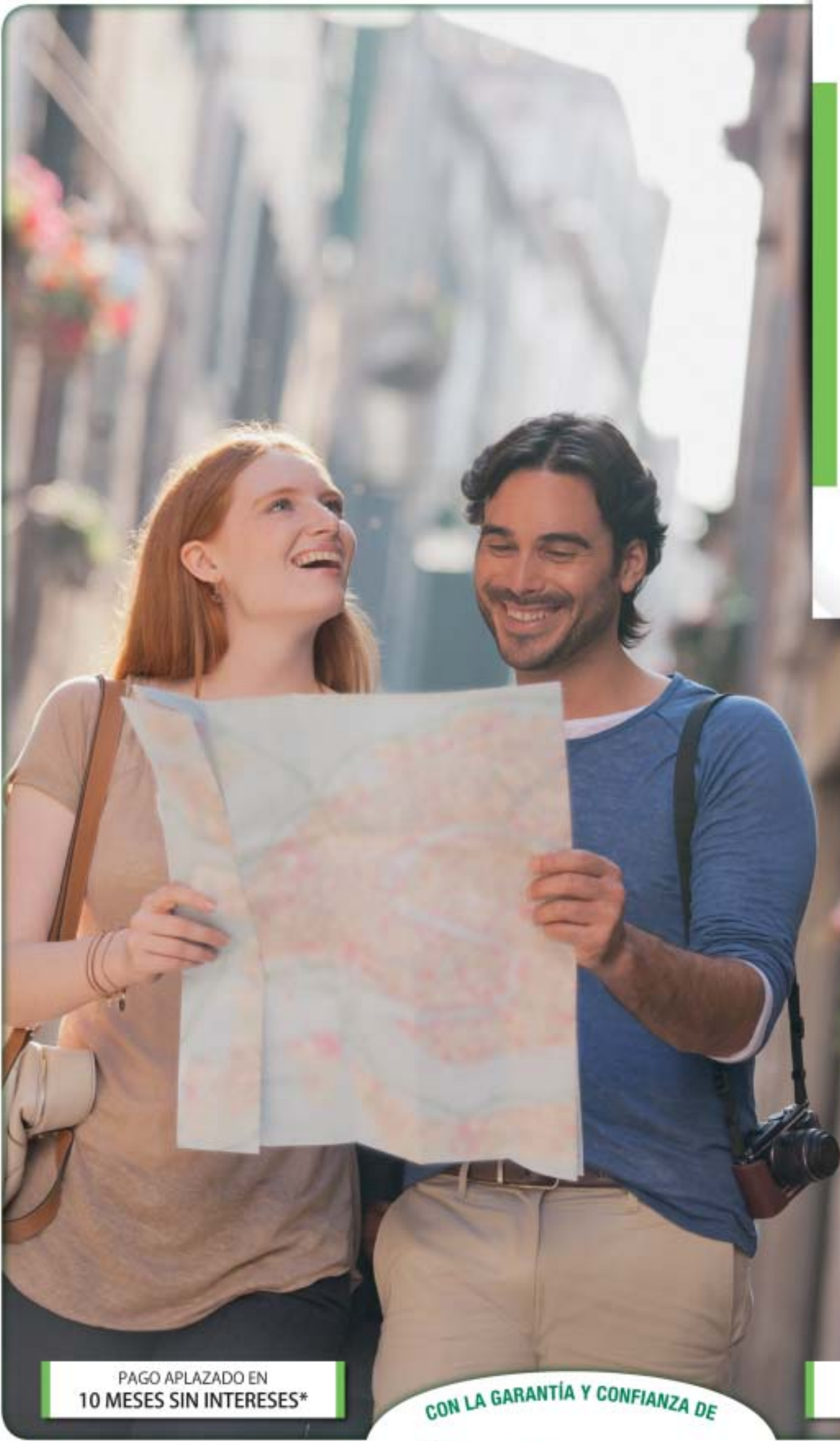
PRODIAM 2014

XVI ENCUENTRO EN ESPAÑA DE PROFESIONALES DEL
DIAMANTE, LA GEMOLOGÍA Y LA JOYERÍA

9 de Septiembre de 2014

Preinscripción: direccion@prodiam.org

*Reservando un mes antes de la fecha de salida. Ingresos subvencionados por Viajes El Corte Inglés S.A. Financiación sujeta a la aprobación de Financiación El Corte Inglés F.C.I. S.A. Por compras superiores a 300€. Recibo mínimo de 30€. Gastos de gestión financiación de 30€. Ejemplo representativo de financiación de compra: Importe 300€, aplazamiento a 10 meses sin intereses TIN 0%, TME 6,695%, gastos de gestión 30€. Importe total aplazado: 330€. Importe total abonado: 330€. Consulta condiciones: C.I.C.MA.05.HERMOSILLA.112 - MADRID



**GARANTÍA
ES SABER
QUE TUS
VACACIONES
EMPIEZAN Y ACABAN
CON UNA
SONRISA**

902400454

**PAGO APLAZADO EN
10 MESES SIN INTERESES***

**MEJOR PRECIO
GARANTIZADO**

CON LA GARANTÍA Y CONFIANZA DE

VIAJES
El Corte Inglés

www.viajeselcorteingles.es

902 400 454

GOLD&TIME

PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA NUEVA JOYERÍA-RELOJERÍA

Presidente: Eugenio de Quesada
Consejero-Delegado: Carlos Ortiz

DIRECTOR
CARLOS ORTIZ RODRIGO

DIRECTOR ADJUNTO: EUGENIO DE QUESADA

EQUIPO DE REDACCIÓN: Salvador Hernández-Boria, María D. Ferrete, Daniel Gallego, Marga González, Miguel Praga, Josep Marqués, José Soria, Enrique Andrade, Raquel Toledano, Ignacio Samper y Enric Arenós 'Quique'

FIRMAS INVITADAS

DIRECCIÓN: Carlos Ortiz y Eugenio de Quesada

Juan Candame, Luis Catalán, Jorge Rojas, Erika Junglewitz, Manuel Llopis, Josep Marqués, Antonio Negueruela Tremiño, Enrique Orozco, Luis Ochando, Liane Katsuki, Rodolfo Serván, Fernando Yandiola y Jesús Yanes



REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

✉ Lope de Vega, 13. 28014 Madrid / Apartado de Correos 10.119. Madrid / Tels.: 91 369 41 00 (10 líneas)
☎ 91 369 18 39 / ✉ eMail: redaccion@nexogoldtime.com

DIRECTOR FINANCIERO: Javier Pascual Coruña / **DIRECTOR JURÍDICO:** Santiago Moratalla
DIRECTOR DE INFORMÁTICA: José Manuel Dávila / **DIRECTORA DE PERSONAL:** Pilar la Hoz
DEPARTAMENTOS: ADMINISTRACIÓN: Antonia Martín / CONTABILIDAD: Lorena Hernández / DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD: Nexopublic S.R.L. (Grupo NEXO) Barcelona: Pepita Hernández / BB.DD: Concha Sarmiento
SUSCRIPCIONES: Gloria Dávila / ATENCIÓN AL CLIENTE: Mercedes León, Concha López y T. Luengo
FACTURACIÓN: María J. González / FERIAS: Lourdes Sánchez / DISEÑO/MAQUETACIÓN: Mamen Martínez

SERVICIOS EDITORIALES: Aconfisa SA (Asesoría) / NexoPublic S.R.L. (Consultoría) / NexoCreativo (Autoedición) / NexoTel S.R.L. (Información Electrónica) / Herrero y Asociados SA (Marcas) / NexoData S.R.L. (Base de Datos) / Novocomp SA (Fotomecánica) / Gráficas de Prensa Diaria SA (Impresión, Rotativa, Papel, y Distribución)

GOLD&TIME, Periódico Profesional de la nueva Joyería-Relojería, es un Periódico Independiente de los Intereses del Sector / © GOLD&TIME es una Marca Registrada de Nexo Editores SA © Copyright NEXO EDITORES SA y Grupo NEXO / Depósito Legal M-8044-2012 / ISSN: 1699-3136 / Impreso en España (Printed in Spain)
UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **NEXO**

EDITORIAL

Saber conjugar lo tradicional y lo nuevo

A FINALES DEL PASADO MES DE MAYO, ESTE PERIÓDICO tuvo la oportunidad de asistir a uno de los más importantes seminarios anuales que se celebran en España en torno al diseño y modelado de Joyería por ordenador. Y es que, a pesar de que hace ya más de diez años que estas tecnologías están a disposición de joyeros y relojeros, el diseño 3D es aún una 'asignatura pendiente' en nuestro país.

Casi medio centenar de profesionales, procedentes de diversos puntos de la península, acudieron al encuentro programado por el fabricante de software TDM Solutions, en colaboración con el proveedor M&R Tools, en Madrid. Y la opinión unánime entre los joyeros consultados por GOLD&TIME durante el seminario es que el diseño digital es ya "una herramienta tan imprescindible en el taller, como lo es la lima", para poder 'sobrevivir' en un Sector tan competitivo como el Joyero.

Sin embargo hay un aspecto sobre el que los profesionales mostraron cierta preocupación, dando un toque de atención a aquellos tecnólogos —especialmente a los responsables de formación de algunos centros— que ven sólo en la pantalla del ordenador el futuro de la Joyería. "Pese a las innumerables ventajas que ofrece el diseño y modelado 3D, este no es un sustitutivo de la forma de trabajo en joyería tradicional", recuerdan los joyeros.

Y lo hacen recordando, especialmente a los más jóvenes, que junto al proceso de formación en nuevas tecnologías resulta "imprescindible" la experiencia suficiente en el astillero para después crear unas formas que puedan modelarse de forma óptima en el proceso de fabricación. Y eso parece que, en ocasiones, se olvida.

De todos los aspectos positivos que indudablemente proporciona la tecnología digital, si tenemos que destacar uno en contra sería su coste. Para empresas medianas o incluso pequeñas, con una carga de trabajo razonable, lo cierto es que supone una inversión imprescindible. Pero en el caso de diseñadores independientes o jóvenes que comienzan su carrera profesional, los casi 2.000 euros de inversión en tecnología aún resultan inaccesibles. En cualquier caso, el esfuerzo de inversión en tiempo y en dinero es vital para poder ser competitivos.

Que les sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

TRIBUNA

“ El proceso para reforzar la etiqueta 'Swiss Made', algo por lo que la Federación de Relojería Suiza (FHS) viene trabajando en los últimos años, parece haber entrado en una nueva, y quizá definitiva, fase. La propuesta de la FHS pide que el valor porcentual de la producción de los relojes suizos aumente

Reforzar el 'Swiss Made' garantiza la credibilidad del cliente

Jean-Daniel Pasche

Presidente de la Federación de Relojería Suiza (FHS)

EL PASADO NOVIEMBRE, TRAS MÁS de dos años de debate, la Comisión aprobó tanto el proyecto de modificación de la Ley de Marcas como el proyecto de ley sobre la protección de los escudos de armas (conocido como "Proyecto Swissness"). En relación a los productos industriales, incluyendo los relojes, la Comisión propone que al menos el 60% del coste debe ser hecho en Suiza. Esta decisión se hace eco del firme deseo por parte de la Federación de Relojería dirigido a introducir un tipo mínimo del valor obtenido en Suiza como condición para usar la etiqueta *Swiss Made* en los relojes suizos. Concretamente un 60% de los relojes de cuarzo y un 80% para los relojes mecánicos. Estos criterios son la base para una enmienda a la ordenanza de 1971 que regula el uso del nombre «sui-zo» para relojes (conocida como Ordenanza *Swiss made*).

Actualmente, la Ordenanza *Swiss made* no estipula un límite mínimo en relación al valor añadido procedente de la designación *Swiss*. Muchos de los miembros han apoyado que se ponga solución a esta carencia, con el fin de prevenir la incorporación de aquellos relojes que, con un bajo porcentaje de valor *Swiss*, puedan ser ser designados como *Swiss made*. De hecho, los clientes que adquieren un producto con el sello *Swiss made* esperan que sea manufacturado en Suiza, y esto debería incluir un alto valor añadido atribuible a su origen.

Los elementos que se excluyen de los costes de producción son la correa, las materia primas, las piedras preciosas y la batería. Además de para garantizar la



credibilidad entre los consumidores de todo el mundo, el fortalecimiento de la etiqueta *Swiss Made* aplicada a los relojes posibilitará el mantenimiento de la existencia del tejido industrial de los fabricantes y subcontratistas en Suiza, y fomentará el crecimiento de las capacidades de producción en nuestro país, lo que incluye desarrollar la inversión y asegurar el empleo a largo plazo. En este sentido, las empresas relojeras ya han invertido cientos de millones de francos, pensando en el próximo ciclo de tres a cinco años.

Estos acontecimientos generarán un impacto claramente positivo en el empleo, como lo atestiguan varios artículos publicados recientemente en la prensa. Es probable que el Consejo Nacional se pronuncie sobre el Proyecto *Swissness* durante la sesión de primavera de 2013. A partir de entonces, el proyecto se presentará ante el Consejo de los Estados.

Para la FH, el objetivo final es, pues, revisar la Ordenanza *Swiss made*. (...) Actualmente, un reloj suizo debe cumplir con tres criterios: estar equipado con

movimiento suizo, ser montado y ser inspeccionado por el fabricante en Suiza. Además de estas tres condiciones, el proyecto de la FH introduce un criterio de valor y la exigencia de que la construcción técnica y la creación de prototipos debe llevarse a cabo en territorio suizo. El valor mínimo, calculado de acuerdo con los costos de producción, en los cuales se incluyen los gastos vinculados a la investigación y el desarrollo, se ha fijado en un 60% para los relojes electrónicos y el 80% para los relojes mecánicos. (...)

Estamos de acuerdo en que el Proceso de Kimberley ha sido bueno para nuestra Industria. A pesar de que ha exigido mucho de nosotros, y con un gasto considerable, se dio un golpe masivo contra la incidencia de los productos ilegítimos en el diamante

DE 24 KILATES



JUAN JOSÉ ONTALVA | REPARADOR DE RELOJES CLÁSICOS Y ARTÍSTICOS

'De seguir así, le auguro un futuro francamente pésimo a la relojería'

Con más de 60 años como reparador de grandes relojes a sus espaldas, Juan José Ontalva hace repaso de su carrera y analiza la situación actual del Sector. A su juicio, la falta de interés por la formación y la transmisión de conocimientos, harán de la reparación un oficio del pasado.



JUAN JOSÉ ONTALVA

¿De dónde surge su pasión por la relojería y cómo aprendió?

Pues yo no sé, creo que nací ya así. He nacido en una familia de relojeros, mi abuelo, mi padre... y siempre pensé que mi deber era continuar. Nunca me planteé otra opción, pues desde los 10 años me quedé, desgraciadamente, sin padre y nunca puse en duda que debía continuar con esta tradición.

Fuera de la familia, ¿es complicado aprender relojería en España?

Sí porque realmente en nuestro país no tenemos verdaderas escuelas de relojería. Y es un oficio muy complicado que requiere una serie de conocimientos complejos, técnicos, mecánicos, históricos... Desgraciadamente se está dejando que los oficios, en general, se pierdan. Y es una lástima porque cada persona se lleva una carga de experiencia y eso no se puede copiar, es lo único que no se puede copiar y que no proporciona ninguna máquina.

¿Cómo ve el futuro de la formación y de la relojería en España, en materia de reparación?

Mal, francamente mal. No le veo futuro. Al fin y al cabo, todos los que están trabajando en esta especialidad han aprendido en mi taller -no quiero arrogarme- pero de hecho, si no fuera así, creo que no habría nadie. Los pocos que habían han ido muriendo y los que estamos estamos en una edad muy avanzada.

En cuestiones relativas a la reparación, ¿cómo se solucionan maquinarias de las que ya no

existen repuestos, o ni siquiera el fabricante?

Pues no hay más remedio que hacerlas. En los talleres, en los buenos talleres, hay maquinaria suficiente para hacer quizá un 90% de las reposiciones que haya que hacer en un reloj, pero en relojes muy especiales, como son los *remontoire*, se requiere una maquinaria especial que en la mayoría de casos no está disponible.

¿Qué relojes emblemáticos recuerda haber preparado?

Me falla la memoria ya... son tantos... El del Congreso de los Diputados hace ya 28 años que se reparó. Estaba prácticamente perdido, incompleto, y cuando decidí arreglarlo significó un gran desafío porque faltaban muchas piezas. Pero al final, ahí está funcionando. De hecho es el reloj más complicado que tenemos en España. Sólo hay otro igual en Barcelona, hecho por el mismo fabricante.

Técnicamente ¿Hay algún reloj mecánico que no se pueda reparar?

Yo no conozco ninguno que no se pueda reparar. Esto no quiere decir que no pueda haberlos. Puede

haber algunos muy incompleto, que cuenten con piezas muy singulares, pero siempre es posible cuando se cuenta con la suficiente experiencia y una buena preparación a la hora ponerse en su restauración.

Ahora que comienza a 'despegar' la impresión en 3 dimensiones, ¿cree que esta tecnología facilitará el trabajo?

Hombre, la verdad es que los relojeros antiguos no estamos muy puestos en estas tecnologías, trabajamos siempre mirando más hacia atrás, que para adelante, por lo que mi opinión es nula. No cabe duda de que los adelantos técnicos afectan a todo, pero lo ideal es reparar los relojes con los mismos medios que se tenían en la época.

¿Cómo ha afectado la crisis a este oficio en los últimos años? ¿Cree que se atisba cierta recuperación, desde el punto de vista relojero?

Pues la crisis ha afectado, pero también afecta el cambio en los gustos de época. En generaciones



Imagen: forodereloes.es

pasadas no tenían quizá otras apetencias y distracciones, por lo que el coleccionismo estaba al alza. La gente joven de hoy día tiene muchos estímulos, lógicamente se quiere vivir bien y, si sobra un dinero, igual no va hacia el coleccionismo porque tiene mucha competencia. El turismo, por ejemplo, ha sido lo que más ha perjudicado al mercado del coleccionismo en nuestro país.

¿Cuáles han sido los años 'dorados' recientes del coleccionismo en España?

Yo diría que sobre los años 50-60, fueron cuando realmente había disponibilidad de dinero en sectores muy amplios e iban directamente al coleccionismo. Entonces el aficionado tenía otro

estilo, tenía las colecciones en casa... Ahora hay que tenerlas en bancos, en cajas de seguridad y entonces, ¿para qué una colección de relojes si no la puedo mostrar?

Recientemente se creó una Asociación de Reparadores, en respuesta a las dificultades a la hora de obtener repuestos de algunos fabricantes suizos. ¿Ha tenido estos problemas a lo largo de su carrera?

No tengo conocimiento de esta asociación, no sé sus objetivos, pero me gustaría saberlos. Hay muchos problemas en cuanto a las fornituras porque las casas apenas las facilitan. Es un problema muy grande. También es cierto que las casas están fabricando cada vez piezas más complicadas, más exclusivas, que requieren de una formación muy específica y detrás de esos repuestos debe haber unas personas especializadas.

¿Cómo ve el futuro de la reparación de relojes clásicos en España?

Apostaría por una escuela de relojería antigua, artesanal. Esa sería mi mayor ilusión, ver cómo se enseña una profesión bellísima, importantísima. El mundo que conocemos no sería posible sin los relojes. La medición del tiempo tiene una importancia tremenda, terrible, para todo. Hay máquinas más llamativas, como el ferrocarril, pero sin los relojes no habría ferrocarril, ni navegación, ni aeronáutica. Es un deber de todos proteger un oficio tan bonito.

■ *Deseo que la relojería sea una afición mayoritaria, y que se dedique más atención la formación de relojeros. Y también que se aprecie y se valore más al profesional de la relojería.*

■ *Se van acabando las personas y se van acabando los oficios, por lo que a día de hoy, si no se potencia más el aprendizaje de esta profesión, le auguro muy poco futuro, a muy corto plazo.*

■ *La gente joven de hoy día tiene muchos estímulos, lógicamente se quiere vivir bien y, si sobra un dinero, igual no va hacia el coleccionismo porque tiene mucha competencia, como el turismo.*

PANORAMA

'AUNQUE LAS VENTAS FUERON NEGATIVAS (-4%) LA CAÍDA HA RESULTADO MENOR DE LO PRONOSTICADA'

El Sector en Cataluña ha 'tocado fondo' en 2013 y apunta un cambio de ciclo este año

Los resultados del informe anual del Colegio Oficial de Joyeros, de Orfebres, de Relojeros y de Gemólogos de Cataluña (JORGC) muestran que el Sector cerró 2013 con un

ligero descenso del 4%; la mitad de lo previsto. Con estos resultados, sus previsiones para 2014 son aún más optimistas y esperan un crecimiento de entre el 2% y el 3%.

La tendencia negativa de los últimos años parece haber tocado techo en el sector catalán durante 2013 debido a la mejora de resultados de la campaña de Navidad y al turismo de compras, que representa ya un 21% de la facturación en el conjunto del sector, según los datos que ofrece el Gremio.

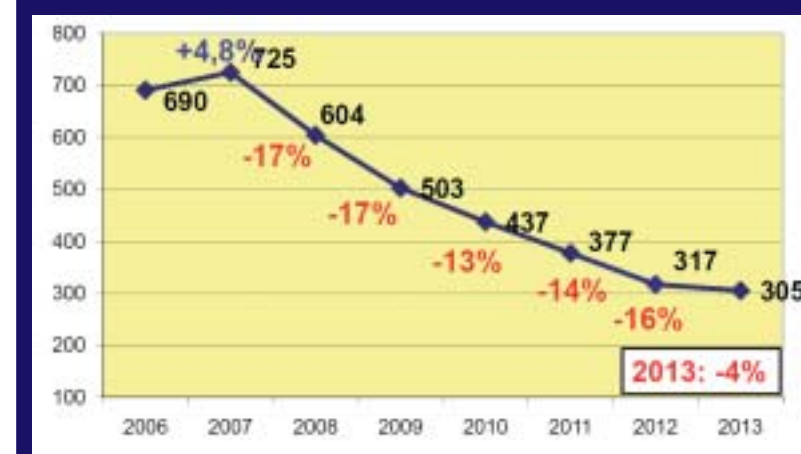
La facturación a precios de venta al público en el año 2013 por valor de 305 millones de euros, un 4% menos que en 2012, según el JORGC. Este ligero descenso, "mucho menor que los registrados desde el inicio de la crisis", representa una mejora respecto a las expectativas del sector, que preveían un descenso para este año de más del 8%, y permiten considerar que finalmente se ha tocado fondo y que este año 2014 podría ser el año de la recuperación. De cara al año 2014, las expectativas del sector son "moderadamente optimistas" con previsiones de suave crecimiento entre el 2 y el 3% en las ventas en comercio detallista y de entre el 0 y el 0,5% en fabricantes.

El 'motor' del Turismo

Las ventas derivadas del turismo, que ya representan cerca el 20% del total, han sido un factor esencial para compensar la disminución de ventas del mercado doméstico. Por países, los turistas compradores de joyería y relojería en Cataluña son principalmente de Francia y de países emergentes como Rusia, China o Latinoamérica.

Sin embargo el turismo de compras se concentra en establecimien-

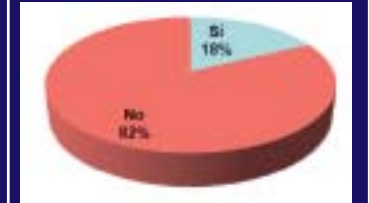
FACTURACIÓN SECTOR JOYERO Y RELOJERO 2014



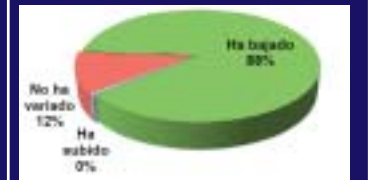
Evolución de la facturación del sector en Cataluña desde 2006 y compraventa de oro.

COMPRO ORO

¿Hicieron compraventa de joyas?



¿Cómo varió en 2013?



Fuente: JORGC

tos grandes o de gran lujo, por lo que se mantiene la brecha entre el gran comercio y el pequeño y mediano. Según el informe del Colegio, los establecimientos que facturan más de 300.000 euros anuales han iniciado ya la recuperación, con aumentos de hasta el 5%. En cambio, el resto —que sigue siendo la gran mayoría de los puntos de venta— todavía registran descensos de entre el 8 y el 12%, que aunque son menores que en los años precedentes, siguen siendo significativos.

Durante el pasado 2013, el gasto medio de un comprador de joyería y relojería en Cataluña en cada visita a un establecimiento fue de 138 euros y se realizaron más de 2 millones de transacciones comerciales en el sector.

COMPRA DE ORO POR TURISTAS SEGÚN PAÍS

País	turistas Cataluña 2013	% turistas Cataluña	% menciones compra joya y reloj.
FRANCIA	4.156.915	27%	24%
EUR NORTE & CENT	3.685.213	24%	7%
UK	1.685.323	11%	7%
ITALIA	1.106.222	7%	6%
RUSIA	977.140	6%	23%
LATINOAMÉRICA	607.009	4%	10%
USA	568.348	4%	4%
CHINA	<200.000	<2%	10%
RUMANIA	<200.000	<2%	7%
MAGREB	<100.000	<1%	3%



4% visitantes, 10% turismo comprador joyería y relojería



6% visitantes, 23% turismo comprador joyería y relojería

Asturias convoca su VI concurso de diseño de joyería

Con este premio, el Gremio de Joyeros de Asturias busca fomentar la creatividad y el buen hacer de los profesionales y amateurs de la Joyería. Hoy por hoy es uno de los que más dotación tienen en el panorama actual, según el Gremio.

El concurso tiene ámbito nacional y año tras año se ha ido abriendo hueco entre los principales certámenes de nuestro país. Todas las piezas que cumplan con los requisitos para participar en el concurso serán expuestas los días 8,9 y 10 de noviembre en los salones del centro Asturiano de Oviedo, por lo que cualquier asistente podrá votar por la pieza que más le guste y su voto será incorporado el día d10 a la decisión del jurado.

Durante ese día por la tarde, dos modelos profesionales desfilarán con las piezas presentadas para que el jurado y los asistentes puedan valorarlas. Sólo habrá un ganador. Más información en el correo: gremiojoyeros@fade.es y en el teléfono 618725886.

La nueva herramienta para Joyería del Siglo XXI

¿Ofreces lo mismo que los demás? ¿Sigues dependiendo de terceras empresas? ¿Cuánto tienes invertido en stock?

¡Innova!

RhinoGold
www.RhinoGold.com

BELÉN BAJO | DISEÑADORA Y EMPRESARIA DE JOYERÍA (BARÍN Y BELÉN BAJO)

'Existen gemas mucho más interesantes que las cuatro tradicionales'

La diseñadora y empresaria joyera Belén Bajo hace un repaso a la situación de la joyería de autor española y reivindica en sus creaciones el uso de materiales y gemas menos utilizadas tradicionalmente, con el objetivo de que sus joyas lleguen a la gente, las vean y las disfruten.



**BELÉN
BAJO**

¿Cuáles son los principales elementos que diferencian a la joyería de Belén Bajo?

Creo que una cierta honestidad en mi trabajo, que realizo íntegramente en España junto a mis colaboradores y el hecho de que busque y utilice gemas que no se encuentran generalmente en la joyería, probablemente porque no se valora su belleza sino más bien su valor de mercado.

¿Se resiste a la 'tiranía' del diamante, rubí, zafiro o esmeralda?

Si, porque yo no entiendo la joyería como una simple inversión en materias primas, sino como una oportunidad de crear pequeños objetos que podamos llevar puestos, que embellezcan nuestra indumentaria y nos hagan sentir bien. La joyería siempre ha tenido carácter jerárquico, de distinción de clase social o casta pero el siglo XX ha democratizado esta situación y el diseño se ha abierto camino. Ahora se entiende el valor estético de muchos materiales que antes no se consideraban apenas. En la naturaleza existen gemas mucho más interesantes y bellas que las cuatro piedras preciosas tradicionales.

¿Cree que las nuevas tecnologías de diseño 3D son ya imprescindibles para competir?

Lo son si se quiere ser competitivo porque permiten una rapidez y una bajada de costes que no puede suplir la forma tradicional de hacer joyería. Hasta ahora he trabajado de espaldas a esto pero recientemente he descubierto un programa de modelado 3D que me ha in-

teresado mucho y quiero aprender a utilizarlo lo antes posible. Creo que una nueva herramienta puede aportar nuevos aires a mi trabajo.

Ya desde 2009 Belén Bajo lanzó el concepto de joyería 'para afrontar la crisis' ¿Está reñido el precio con el diseño y la calidad?

Mi objetivo principal es que mis joyas lleguen a la gente, que se las pongan y las disfruten. Si hay crisis, hay que buscar alternativas y emplear materiales que bajen el costo de las piezas, sin perder la esencia del diseño ni la calidad de la fabricación. Lo que no se debe hacer es dejarse engañar. Existe un 'precio justo' para cada objeto y ese precio no es ni barato ni caro, tiene que ver con las condiciones particulares de quien lo ha hecho. Lógicamente un producto español como el mío no puede competir en precio con uno asiático, pero sí garantiza un trabajo honesto y entregado en el que el precio es un justo y merecido valor.

¿Cree que se está dando un punto de inflexión en el público español a pesar de la crisis?

Creo que hay algo que está haciendo mucho daño a nuestro sector: la bisutería hecha en Asia

por mano de obra poco especializada y probablemente en unas condiciones infrahumanas, que están ofertando grandes marcas y cadenas de moda. También existen algunos propietarios de tiendas de joyería que están empezando a confundir los productos de ambos lados del océano, a mezclarlos y, por desgracia, a degradar a aquellos que tienen un serio trabajo detrás, sólo por el hecho de estar fabricados en plata, por ejemplo. El mayor problema de esto es que así la cadena se rompe y el producto no llega a la calle, con lo cual no se puede saber si tendría buena acogida.

Iberjoya ha sido siempre un 'termómetro' de la situación en el Sector. ¿Ha percibido mejoría en estas últimas ediciones?

No, al contrario. La crisis se ha cobrado sus víctimas dentro del sector y en las últimas ediciones ha habido menos expositores y menos visitantes. Yo espero que esta situación empiece a cambiar.

¿A qué otros eventos internacionales acude? ¿Está la joyería española lo suficientemente valorada en Europa?

De momento, sólo a Bijorhca, en París, pero tengo en proyecto acudir a otras ferias. Creo que en Europa valoran mucho nuestra faceta creativa pero no tenemos un perfil demasiado relevante como marca, salvo algunas excepciones.

Belén Bajo cuenta con puntos de venta en toda España, pero no he visto venta online propia, ¿no está interesada en este canal?

Si me interesa pero se trata de un proyecto al que quiero dar forma. Es posible que en Internet ofrezca alguna nueva colección, que no esté en ninguna tienda; un producto exclusivo de venta *on-line*.

¿Qué le aportan las nuevas tecnologías de la comunicación, como las redes sociales, a la joyería?

Creo que las redes sociales son un nuevo medio de comunicación y lo serán cada vez más. Para mí es importante hacerme visible en las redes, dar a conocer mi trabajo e ir viendo la opinión que suscita, del mismo modo que puedo seguir la trayectoria de diseñadores de cualquier parte del mundo. La parte más conservadora de los joyeros españoles desconfía de las redes sociales porque las considera un simple entretenimiento, sin darse cuenta que es una de las herramientas más importantes del marketing actual.

En estos últimos tiempos vemos joyas de papel, plástico, cerámica, con mezcla de materiales, texturas y formas... Se diría que ya está todo inventado. ¿Cómo ve el futuro de la joyería de autor?

Se podría decir que todo está inventado, es verdad. Es fantástica la libertad creativa que existe y toda la información de la que disponemos a través de Internet. El diseñador no debe ser ajeno a ella pero sí ponerla en su lugar y no dejarse llevar por la corriente. Quizá esa sea la diferencia entre los productos asiáticos de venta en tiendas de moda y la joyería de autor, que el valor de los primeros es tan barato como efímero (fueron creados para durar poco) mientras que una joya de autor pervivirá a pesar de las modas porque su esencia es personal.

■ *En nuestro país siempre seguirá existiendo la joyería 'de autor' porque seguirán habiendo personas que no quieren ser y tener una mera fotocopia miles de veces repetida.*

■ *Los joyeros más conservadores desconfían de las redes sociales porque las considera un entretenimiento, sin darse cuenta que es una de las herramientas más importantes del marketing actual.*

■ *En la naturaleza existen gemas mucho más interesantes y bellas que las cuatro piedras preciosas tradicionales, y ahora se entiende el valor de muchos materiales que antes no se consideraban.*

TIPO DELITO	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
ATRACOS	42	39	44	58	98	58	83	51
ESTAFAS, HURTOS Y OTROS *		24	99	109	141	151	134	96
REPRESENTANTES / TRANSP.	10	21	19	23	13	12	9	9
ROBOS CON FUERZA	49	23	74	64	77	67	57	74
TOTALES	101	107	236	254	329	288	283	230

La siniestralidad en Cataluña se ha reducido casi el 20% durante el 2013

Se registraron 230 delitos en la Comunidad, la cifra más baja desde 2002

La puesta en marcha del sistema de alerta avanzada entre el JORGC y los Mossos de Esquadra en 2011 supuso un punto de inflexión, ya que por primera vez se rompía la tendencia creciente de ataques desde 2008. En 2013 ha continuado esta tendencia a la baja, con un descenso del 19%: 53 siniestros menos, la mayor disminución registrada en 12 años (desde que se creó la serie histórica en 2002).

Aunque se observa una tendencia significativa a la baja, el Gremio catalán insiste en su "preocupación" por la cantidad de ata-

ques que siguen recibiendo los establecimientos del sector. En 2013, cada semana se han producido cuatro ataques contra el sector joyero, aunque se ha registrado un ataque menos cada semana que en el año anterior.

Respecto a la tipología, los delitos más habituales son las estafas y hurtos, seguidos de los robos. El JORGC destaca la reducción de casi un 40% los atracos y robos con violencia e intimidación en 2013 respecto al año anterior, después de haber registrado un preocupante aumento los últimos años

Bohemme celebra aniversario y duplica factoría en el Parque Joyero

La firma cordobesa espera ampliar su exportación en un 70% este año

Este año se cumple el cuarto aniversario de la firma Bohemme y ya se ha abierto un claro hueco en el mercado internacional con su joyería de alto componente de moda y a precios asequibles. El pasado año la empresa exportó el 55% de su producción y sus planes pasan por elevar ese porcentaje hasta el 70% en 2014.

Bohemme espera duplicar su capacidad productiva aumentando su fábrica en el Parque Joyero de Córdoba. Acaba de adquirir una nave de 400 metros cuadrados adyacente a su actual fábrica, con lo que contará con un total de 800 metros, que estarán totalmente operativos a partir de septiembre. El objetivo es duplicar las ventas realizadas del ejercicio de 2013, según explica el fundador de la empresa, Antonio Espaliú.

En este sentido acaba de poner en marcha una filial en México, que se suma a las que ya tiene en Sudáfrica, Rusia y Turquía. En ellas cuenta con un socio local que ha establecido allí una estructura para desarrollar la marca tanto en el país como en los mercados adyacentes. La finalidad de la firma es "poder desarrollar una red de tiendas propias, con las que consolidar su imagen internacional, para posteriormente crecer a través de franquicias", añade. Espaliú.

Por el momento tiene un punto de venta propio en Moscú y a corto plazo estudia la posibilidad de abrir otro en Los Ángeles. Precisamente en Norteamérica la firma cuenta con treinta puntos de venta multimarca, que prevé elevar hasta el medio centenar en 2014.



Dos piezas de la marca, en plata rodiada y detalles en oro rosa y amarillo.

tendence

30-8 a 2-9-2014

Sábado – Martes // Saturday – Tuesday

// El punto de encuentro más importante para el sector en la segunda mitad del año. Una plataforma irrenunciable para realizar sus pedidos de cara al negocio de invierno y Navidades. Un vistazo a las tendencias para la primavera. Gran variedad de productos internacionales en torno al mundo de la vivienda y el regalo. Perfect date // Perfect time //

Tel. 91 533 76 45 info@spain.messefrankfurt.com www.mifferias.com

Decida Usted qué es lo que hace de Tendence algo favorito

myfavourite-tendence.com

messe frankfurt

Participación de la AEJPR en la Ley contra el Blanqueo de Capitales

En el año 2010 se aprueba la Ley 10/2010, de 28 de abril de prevención del blanqueo de capitales y de financiación del terrorismo obligando a todos los que comercialicen joyas, piedras y metales preciosos a las obliga-

ciones que esta Ley contempla. La Asociación de Joyeros, Plateros y Relojeros ha sido el interlocutor en España en la adaptación a nuestra normativa de los requisitos que afectan al Sector Joyero y Relojero.

Previamente a la aprobación de esta Ley, el GAFI —Financial Action Task Force (FATF)— visitó España con el doble objetivo de conocer la implantación del sistema contra el blanqueo en España, en todos los sectores afectados por la norma y, entre ellos, el de los joyeros.

En nombre del Sector Joyero, el interlocutor fue la entidad nacional, la Asociación Española de Joyeros, Plateros y Relojeros que transmitió a GAFI la colaboración para luchar contra todo tipo de blanqueo y de afrontar las medidas con una adaptación de éstas a la naturaleza de un sector de pequeñas empresas, talleres, fábricas, distribuidoras y comerciantes cuya tipología era especialmente familiar.

Esta preocupación por la adaptación de las medidas a la tipología de las empresas del sector ha sido el mayor objetivo de la Asociación y de las organizaciones provinciales o autonómicas integradas en ella. La A.E.J.P.R. transmitió siempre a la Administración la necesidad de que las recomendaciones de GAFI fueran ejecutadas de formas diferentes según el riesgo y según el tipo de empresa.

La Ley se dirige a todas las ramas de actividad que, internacionalmente, pueden ser utilizadas por los blanqueadores tales como las entidades bancarias, las financieras, los seguros, los notarios, abogados, anticuarios, joyeros, etc.

Según la Asociación Española de Joyeros, Plateros y Relojeros,

que ha sido la interlocutora de la Administración durante los años de análisis de esta norma, la Administración ha sido muy sensible a la problemática del sector y a la necesidad de adaptar las medidas contra el blanqueo a la tipología de las empresas del sector.

Por ello, el sector joyero dispone de un régimen especial para la compraventa minorista y el Reglamento contempla exclusiones o reducción de las obligaciones a quienes ocupen menos de 10 personas y su volumen anual de negocio no supere los 2 millones de euros lo que implica que un 80% del sector queda afectado por estos logros.

Se dirige a todas las actividades que pueden ser utilizadas por los blanqueadores

La compraventa minorista

En las operaciones de compraventa minorista cuyo importe sea igual o superior a 1.000 euros, los miembros del sector procederán a la identificación formal del cliente pero también podrán optar por aplicar Reglamento de la Ley de objetos fabricados con metales preciosos: se reputará válido un libro-registro con los datos identificativos de los clientes y de las operaciones. El resto de operadores no in-

cluidos en este apartado tendrán que realizar las obligaciones de identificación tal como las establece el Reglamento en su totalidad y en soporte informático.

Respecto a los 10 años de conservación de los documentos, quienes ocupen menos de 10 personas y volumen anual de negocio no supere los 2 millones de euros pueden optar por mantener las copias físicas de los documentos de identificación en lugar de almacenarlos en soportes ópticos, magnéticos o electrónicos.

Otras obligaciones de las que quedan excluidos quienes ocupen menos de 10 personas —incluidos los agentes— y volumen anual de negocio no supere los 2 millones de euros:

- Examen especial con resultados por escrito (Elaboración de una relación de operaciones susceptibles de estar relacionadas con el blanqueo. Difusión entre sus directivos, empleados y agentes. Periódica revisión de tal relación. La utilización de aplicaciones informáticas apropiadas, teniendo en cuenta el tipo de operaciones, sector de negocio, ámbito geográfico y volumen de la información...)
- Medidas de control interno. Adopción de una política de admisión de clientes y a su difusión entre los empleados, con un amplio contenido y numerosos requisitos.
- De la obligación de comunicación sistemática mensual.
- De establecer un órgano de control interno (este órgano es el encargado



En el año 2010 se aprueba la Ley 10/2010, de 28 de abril de prevención del blanqueo de capitales y de financiación del terrorismo. Imagen: tuasesorprofesional.blogspot.com

de aplicar todas las políticas y procedimientos que se hayan adoptado, debe tener una estructura, recoger unas Actas, una periodicidad, deriva en el toda la responsabilidad de la aplicación de las medidas, etc...)

- De realizar un manual de prevención.
- De la obligación de un examen externo, o lo que es lo mismo, contratación anual de un profesional cualificado externo que evalúa, examina, las medidas.
- De la obligación de establecer un Plan Anual de Formación para formar a los empleados

La Asociación Española de Joyeros, Plateros y Relojeros estima

que la reducción al sector joyero de estas obligaciones implica un ahorro de media de 1.000 euros anuales para cada empresario autónomo o empresas con menos de diez empleados y menos de 2 millones de euros de volumen de negocio mientras que está valorando Acuerdos con despachos especialistas en blanqueo para ofrecer soluciones más económicas a todos las empresas del sector que quedan fuera de estas exclusiones por un mayor número de empleo o volumen de negocio.

La A.E.J.P.R. se congratula de que la Administración haya sido sensible a un sector muy afectado por la crisis que, sin embargo, puede colaborar en la lucha contra el blanqueo con las fórmulas que el Reglamento contempla.



Tudor presentó en Rabat una muestra con sus modelos más destacados, desde el año 1926

La joyería Rabat en Madrid, albergó hasta el pasado 3 de junio una retrospectiva en la que estuvieron presentes muchos de los modelos más representativos de la firma, así

como novedades presentadas en Baselworld. La relojera suiza data de 1926, año en el que Hans Wilsdorf, fundador de Rolex, decidió crear una empresa diferente.

Originalmente los modelos se llevaban una rosa decorativa, símbolo de la dinastía inglesa, los Tudor, que inspiraron a su fundador, aunque ahora ya ha desaparecido.

Tiffany creará una línea relojera propia tras el litigio con Swatch

Tiffany & Co vuelve a intentar emprender una aventura empresarial —esta vez en solitario— para crear una línea de producción relojera propia. La casa joyera ha puesto en marcha una filial en Suiza que se encargará de la fabricación de las piezas, que hasta ahora han dependido de proveedores externos, como Swatch Group. La marca quiere ‘limpiar’ el desaguisado llevado a cabo con el grupo suizo, después de que su *joint venture* acabase en un Tribunal de Arbitraje de Amsterdam y tuviese que pagar el año pasado los 450 millones de dólares que le reclamaba la suiza, aunque aún están por recurrir.





Coincide con:




madridjoya

Salón Internacional de Joyería y Relojería Urbanas y de Tendencia

10-14 Sept. 2014

SÓLO PROFESIONALES

www.madridjoya.ifema.es

ORGANIZA



La asociación de fabricantes de bisutería Eurobijoux participó en mayo en la Barcelona Bridal Week (la semana de las bodas)

El objetivo es 'promover la joyería más de moda fabricada en Europa', según ha explicado su responsable, Marcel Carrera

Los fabricantes de bisutería celebraron del 9 al 11 de mayo su encuentro anual en Barcelona y en esta ocasión la feria coincidió con la Barcelona Bridal Week, una semana dedicada exclusivamente a toda la parafernalia que rodea a los enlaces y se celebró en Gran Vía, del 6 al 11 de mayo.

En la feria Eurobijoux-Mibi, que coincide en lugar y fechas con la Barcelona Bridal Week (BBW), los fabricantes de bisutería tendrán la oportunidad de contactar con los 16.000 compradores que visitan la BBW, además de los que ya habitualmente visitan las ferias de la asociación bisutera en Barcelona y Milán.

Los visitantes de la BBW son profesionales de la moda pret a porter de vestidos de fiesta, celebraciones y novias, que han demostrado su interés en entrar en el sector de la bisutería y accesorios como productos complementarios en sus puntos de venta. 16.000 compradores de: España, Italia, Rusia, Francia, Alemania, Usa, Japón, Portugal, Brasil, Holanda, Polonia, Irlanda, U.K, Bélgica, Suiza, Turquía, Emiratos Árabes, Qatar, Bielorrusia, Ucrania, Kazakstán, y Azerbaiyán.

En la BBW exponen 200 fabricantes de vestidos pret a porter para fiestas, celebraciones y bodas de: España, Italia, Usa, Brasil, UK, México, Francia, Alemania, Bélgica, Polonia, Holanda y Turquía. Según explica el consejero delegado del encuentro,

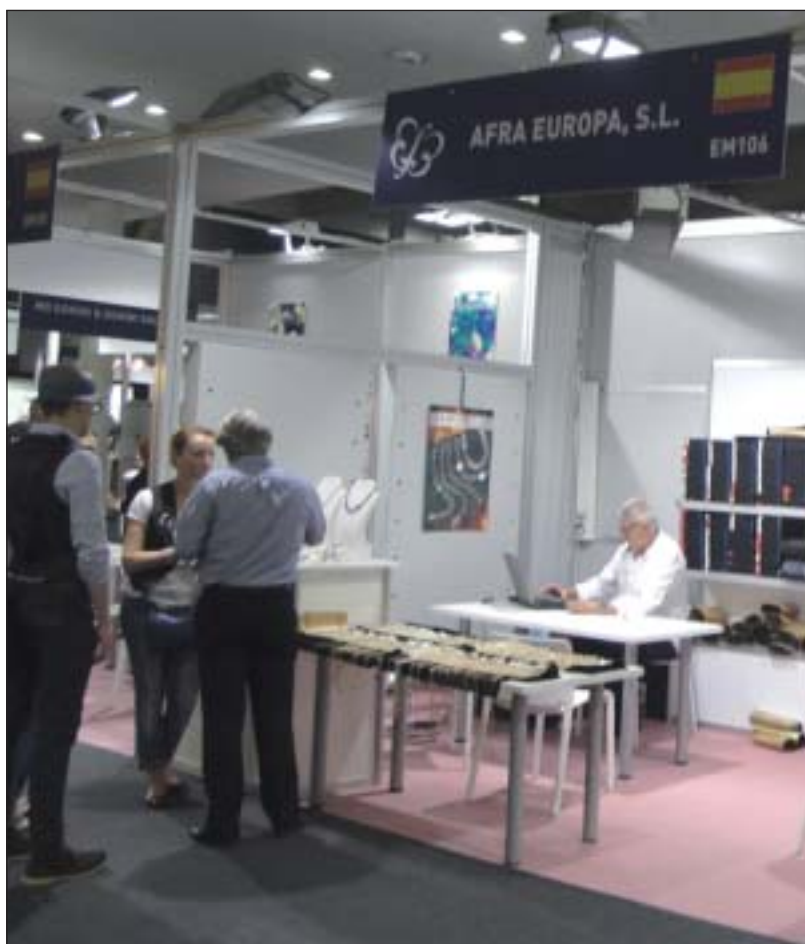
Marcel Carreras, el número de visitantes a esta pasada edición se ha incrementado en un 22% comparado con el encuentro celebrado el pasado mes de abril de 2013. A su parecer, se está notando el aumento del consumo de productos de moda y de accesorios. «El aumento de compradores y las buenas ventas cosechadas en la edición de este año hacen pensar que poco a poco, estamos entrando en un periodo de mayor consumo por parte de los clientes».

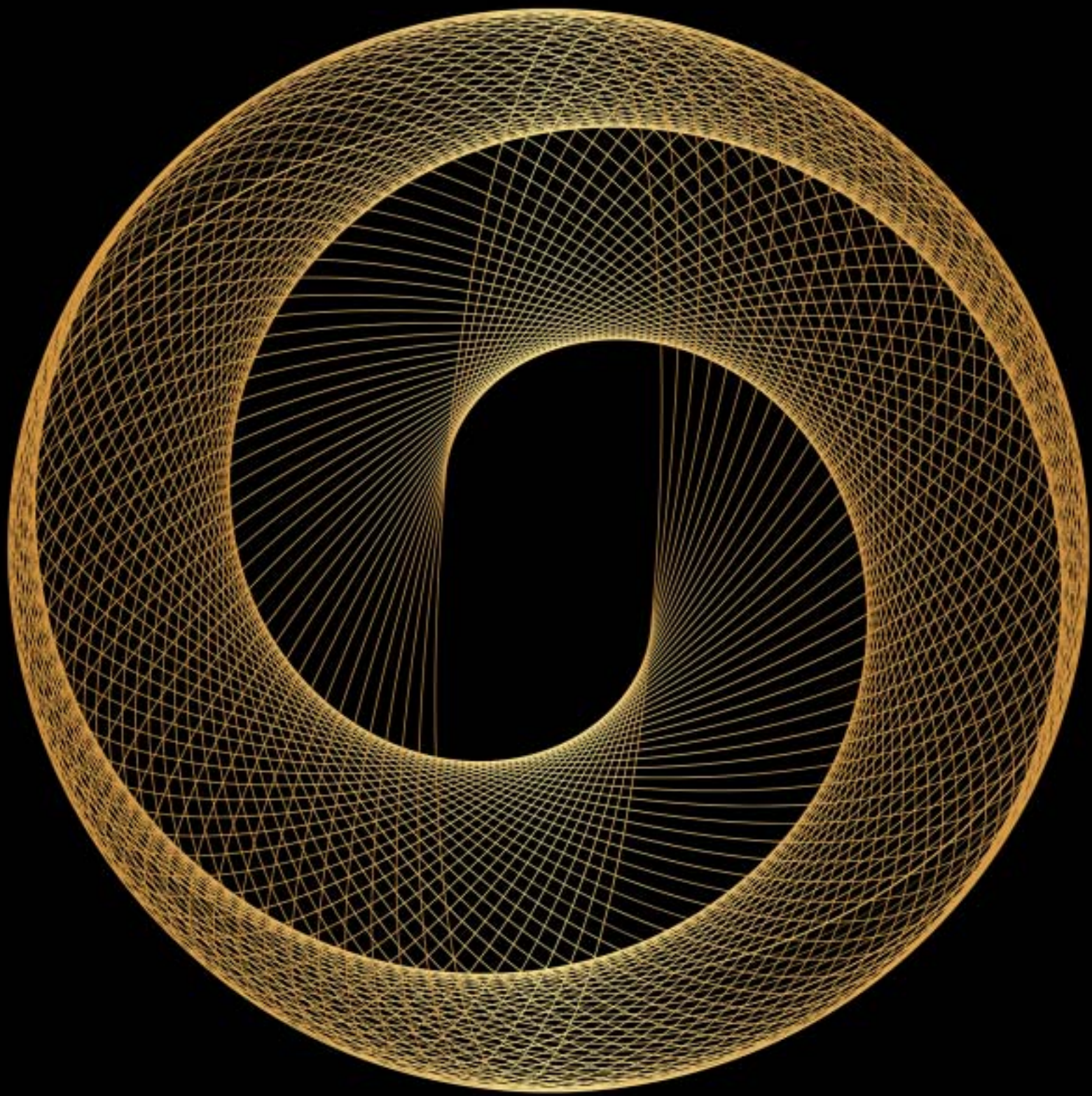
Promover la moda joyera

Eurobijoux cuenta con un circuito propio que cada día se va asentando más. En mayo se celebra el encuentro en Barcelona, mientras del 3 al 5 de agosto los fabricantes de accesorios y bisutería visitarán Nueva York. En septiembre le tocará el turno a Milán y en Octubre (del 11 al 14) partirán hacia su cita anual en Miami. Luego llega noviembre y, entre el 7 y 8, la asociación de fabricantes pasará por el EFB Components de Bruselas. El objetivo, según Carrera, y el gran reto que tienen por delante, es «promover la joyería más de moda Europea».



En las imágenes a continuación, algunos de los participantes al pasado encuentro con motivo de la BBW.





espai

JEWELRY MEDITERRANEAN MEETING

JOIa

4a EDICIÓN
Del 10 al 13
Octubre 2014

DRASSANES REIALS
DE BARCELONA
www.espaijoia.com

DISEÑO JOYERO | Piezas del mes

Acero y brillantes con inspiración ancestral, de Two S Barcelona

Con la fusión de varias culturas... así nace Two S con el objetivo de ofrecer joyas. La idea surge en julio de 2010 de Samer Santiago, diseñador jordano afincado en Barcelona desde que estudió gemología en la Universidad de Barcelona, hace más de 18 años.

Two S es un proyecto nacido desde el sentimiento de rendir homenaje a varias culturas que se mezclan. En Samer Santiago se entremezclan la modernidad de occidente con la tradición de oriente.

Su filosofía gira en torno a este eje, la tradición con la innovación, ya que lo antiguo no está reñido con lo moderno, al contrario, se complementan y enriquecen uno al otro dando lugar a una joyería que se caracteriza

por su modelado orgánico, de curvas sinuosas y la combinación de un material poco 'noble' como el acero, con los diamantes. En Two S se produce un choque de dos culturas traducido en belleza e inspirado por la fuerza motora del Mediterráneo.

info.twos@gmail.com



Inspirada en el magnífico rosetón de la Sainte Chappelle de París, este anillo en acero negro y gris con un diamante forma parte de la colección ROSETA.



Una de las joyas del Modernismo del Paseo de Gracia de Barcelona, las formas curvilíneas de la Casa Milà (La Pedrera) ha sugerido la Colección MULTI.

La colección la componen un juego de pendientes, anillo (en las imágenes) y colgante en acero negro, gris y rosa con diamantes talla brillante.



Naturaleza y geometría en la porcelana joyera de Lladró

La firma valenciana presentó en la pasada BaselWorld sus más recientes piezas de joyería en las que da forma a un universo particular, basado en la naturaleza y bajo el denominador común del uso de porcelana con gemas y metales preciosos, dando un paso más en la colección de Alta Porcelana de la marca.

Lladró acaba de lanzar su proyecto **Re-Cyclos Magic Forest**, en el que la marca invita a artistas de renombre internacional para dar vida a nuevas colecciones, a partir de elementos característicos de la obra Lladró. En este contexto, el alemán Bodo Sperlein ha creado la colección Lladró-Recyclos Magical, que in-

cluye delicados pájaros de porcelana en forma de anillos, colgantes, pendientes, gemelos o tiaras. **Naturofantastic** es el nombre que la firma le ha dado a otra una nueva serie de accesorios de joyería en la que los motivos orgánicos que caracterizan la colección Naturofantastic para el arte de la mesa se abstraen y se sintetizan, dando como resultado unos complementos de moda depurados y geométricos. Está formada por anillos, broches, colgantes y pendientes en dos versiones decorativas, con gemas y metales preciosos.

www.lladro.com



Collar en oro y porcelana de la colección Re-Cyclos Magic Forest, creada para Lladró por el alemán Bodo Sperlein.

A la izquierda, anillo y broche en oro, porcelana y esmalte, de la colección Naturofantastic.



SEMPSA JP
Heimerle + Meule Group

AFINAJE Y COMPRA DE JOYERIA USADA Y STOCKS ANTIGUOS



SOLVENCIA Y CAPACIDAD DE COMPRA:

- Volumen de ventas de más de 500 Millones de Euros
 - Activos superiores a 32 Millones de Euros.
 - **Garantía total en los análisis: Laboratorio acreditado por ENAC**
 - Fábrica integral de 16,000 m².

OFRECE:

- Fijación de precio diario, basada en los mercados internacionales, en tiempo real, suba o baje el precio.
- Posibilidad de presenciar personalmente el fundido de sus joyas.
- Pago mediante transferencia inmediata.
- **Total garantía de pago.**

Única empresa española, en el sector primario de los metales preciosos que cuenta con un Sistema Integrado de Gestión, con las siguientes certificaciones:



MADRID

Teléfonos:
913 829 110 Isabel Pérez
913 829 162 Jonatan Mayor
913 829 115 Francisco Solera
913 829 192 Valeriano Alegre
Fax: 913 829 116 - 913 829 126

BARCELONA

Teléfonos:
934 517 578 Joan Mateus
934 517 572
Anna Morros / Tony Giner
Fax: 934 517 521

CÓRDOBA

Teléfonos:
957 470 591 Marta Sánchez
957 482 779
Francisco Criado
M. Carmen Gonzalez
Fax: 957 470 557

VALENCIA

Teléfonos:
963 824 596
Francisco Baixauli / Vicente Pons
Fax: 963 823 866

www.sempsajp.com



MARCA GOOD DELIVERY

REPORTAJE | Los Diseños de joyería de Salvador Dalí



Uno de los primeros objetos móviles que el maestro realizó fue el 'Corazón Real' en 1953, con motivo de la coronación de la Reina Isabel II de Inglaterra, realizado en oro, diamantes y rubíes.

Dalí Joyero: el arte de trasladar la joya a una nueva dimensión

- Dalí consideró la joyería como Arte Mayor y realizó diseños meticulosos, con los que el orfebre alcanzara el resultado deseado



SUSANA
HERRERÍAS

Muchos han sido los grandes artistas que fueron seducidos por la joyería en el siglo XX. Nombres como Calder, Picasso, Giacometti, Cocteau, Max Ernest, Tanguy o Braque, entre otros, experimentaron con metales y piedras preciosas en sus creaciones artísticas, con la colaboración necesaria de joyeros y orfebres que aportaron los conocimientos técnicos. Posiblemente este tipo de colaboración se iniciara en la Edad Media, periodo del que ya se conservan dibujos y grabados de Schongauer (1491), Durero (1528), que pudieron ejercer influencia en los orfebres del periodo, y además, Holbein (1543), que diseñó joyas con motivos clásicos.

El siglo XX nos ha obsequiado con grandes maestros, pero ninguno tan singular, polifacético e imaginativo como el genio Dalí. Salvador Felipe Jacinto Dalí i Domenech (1904-1989) es uno de los iconos del surrealismo. Pintor, escultor, grabador, cineasta, escenógrafo, escritor, filósofo y como no, joyero. El maestro plasmó en sus joyas el ideario de sus pinturas, sus ensoñaciones perpetuadas en piedras preciosas y metales nobles. Camón Aznar afirma: "Dalí irrumpe en este mundo de la

orfebrería con las misma fantasía y utilización de elementos heterogéneos que en sus cuadros". Pendientes con forma de teléfono, broches de relojes blandos, ojos, labios, elefantes con patas de insecto, todo ello producto de su fantasía onírica que deriva en sangre derramada de rubíes y vegetaciones de esmeraldas.

Según Salas*: "Supuso para el gerundense el diseño de joyas un campo más donde extender su inquestionable éxito artístico y pecuniario". Recordemos que Dalí diseña sus primeras joyas en su etapa americana, para un norteamericano llamado Duque de Verdura. Su fama en América le supuso numerosas propuestas comerciales que el maestro aprovechó obteniendo grandes sumas de dinero. Descharnes* y Néret* sostienen: "Fue en este momento cuando, a título justo, Bretón puso en circulación el célebre anagrama que Dalí encontraba 'auspicioso', *Avida Dollars*. Esta vez la ruptura con los surrealistas se había consumado por completo". Bien conocida es la avidez de riqueza del maestro y su gusto por el oro, al que, en un acto casi incomprensible para el resto de mortales, identificaba con los excrementos. Salas sostiene: "En su empeño de prestigiar las heces identificándolas con el oro, el provocador Dalí, no vaciló a la hora de esgrimir los más variados argumentos".

Sorteando las excentricidades del artista, de lo que no cabe ninguna duda, es de que el maestro realizó originales obras de arte en joyería. Su producción comenzó hacia 1941 y finalizaría en 1970.

Muchas de las piezas fueron realizadas en Nueva York por Alemany y Ertman —dado que la complejidad de los diseños exigía de especialistas— y financiadas por el magnate americano Carl Byoir.

Las primeras joyas y objetos causaron admiración y ya se consagraron como un testimonio de la cultura moderna. Fueron compradas en 1953, por la fundación Caltherwood de Bryn Mawr, catalogando 20 joyas que se expon-

"El maestro plasmó en sus joyas el ideario de sus pinturas, de sus ensoñaciones..."

drán en diversos países de Europa. En 1958 fueron adquiridas por la fundación Owen Cheatman que, en 1970, publica un catálogo con 36 joyas. En 1980, Akram Ojjeq, compra toda la colección y la deposita en su fundación TAG Oeuvres d'Art, en Genève. Tras la propiedad de tres entidades japonesas, la colección se vendió a la fundación Gala-Dalí que estableció exposición permanente en el Teatro-Museo Dalí de Figueras.

Dalí consideró la joyería como una técnica artística más, como arte mayor, por ello realizó diseños meticulosos, esmerados sobre papel con los que el orfebre alcanzara el resultado deseado. Una de sus obras más conocidas es el *Ojo del Tiempo*, broche creado para Gala



Los labios de rubí con perlas, en homenaje a Mae West y el Ojo del Tiempo, en platino con diamantes, son dos de sus piezas iconográficas.

en 1949, realizado en platino con esmalte azul, aplicaciones de diamantes y un rubí. El artista utilizó con más profusión los rubíes en su obra *Los labios color rubí*, labios carnosos de rubíes con dientes de perlas inspirados en Mae West. El *Elefante Espacial* de 1956, con oro de 18 quilates, dos diamantes, dos esmeraldas de 4 quilates y una esmeralda de 14 quilates, nos remite a su obra pictórica *La tentación de San Antonio*, de 1946, en la que paquidermos con patas arácnidas portan diferentes pecados.

Dalí también abordó temas religiosos en sus joyas. La *Cruz del Ángel* es una escultura-joya en la que Cristo flota dentro de una cruz hipercúbica, realizada en lapislázuli, coral, platino, oro y diamantes. Uno de los primeros objetos móviles que el maestro realizó fue el *Corazón Real* en 1953, con motivo de la coronación de la Reina Isabel II de Inglaterra. Se trata de un corazón de oro coronado, con una

"También abordó temas religiosos en su joyería, como la llamada cruz del ángel"

ventana en su parte central que muestra otro corazón realizado con rubíes y diamantes que palpita a razón de 72 pulsos por minuto. Zafiros, esmeraldas, aguamarinas, peridot, granates, amatistas, diamantes y perlas aportan luminosidad a una de las creaciones más célebres del artista.

El genio Dalí esculpe el metal y da color con las piedras preciosas a un mundo nacido de los temores, deseos, obsesiones y vanidades del artista, el universo Dalí trasladado a la obra maestra en joyería.

Susana Herrerías es licenciada en Historia del Arte.

BIBLIOGRAFÍA

- *CAMÓN AZNAR, José. "Las joyas de Dalí". En: Goya: Revista de arte. 1973. Nº 115. Pp. 30-31.
- *DESCHARNES, R; NÉRET, G. Dalí. Köln. Taschen. 2006.
- *JIMÉNEZ, Teresa. "Joyas de artistas: Joyas de Dalí". En: Espacio, Tiempo y Forma, Serie VII, Historia del Arte. 1996. Nº 9. pp 343- 374.
- *SALAS GONZÁLEZ, Carlos. "Excrementos de oro. La escatología áurica de Dalí y Jodorowsky". En: Estudios de platería. San Eloy. 2010. Murcia. 2010. Universidad de Murcia. pp 703-716
- *SALAS GONZÁLEZ, Carlos. "Julio González y Salvador Dalí. De la orfebrería a la escultura y de la pintura de joyas". En: Estudios de platería. San Eloy. 2012. Murcia. 2012. Universidad de Murcia. pp 557-558.

La industria joyera apuesta por las tecnologías para la detección de los diamantes sintéticos

La Confederación Joyera Internacional (CIBJO) inauguró anteayer su congreso anual en Moscú y cierra hoy poniendo sobre la mesa los principales retos a los que se enfrenta la industria en el futuro más cercano.

Entre ellos, la incipiente entrada de diamantes sintéticos en el mercado y que está poniendo en jaque la confianza de distribuidores, establecimientos y, por extensión, del público final.

"No hay razones para temer a los diamantes sintéticos puesto que estos van a formar cada vez más parte de nuestras vidas tan pronto como los extraídos en las minas comiencen a escasear", aseguró el presidente de los productores e importadores americanos (DMIA), Ronnie Vanderlinden, durante su intervención en el Congreso de CIBJO. A su juicio, el litigio entre diamantes

naturales y sintéticos no tiene sentido, pero sí instó a una mayor transparencia y honestidad por parte de los fabricantes, así como más colaboración con los productores.

Por su parte, el experto ruso en diamantes sintéticos Andrey Katrushka recordó en el encuentro que los sistemas de fabricación HPHT y CVD ya suponen costes similares y en pocos años, estas tecnologías llegarán a ser hasta 10 veces más eficientes. También recordó que en la actualidad la producción de diamantes sintéticos para joyería supone sólo unos 2 millones de quilates anuales.

Para contrarrestar la entrada en el mercado de diamantes sintéticos mezclados con naturales, los grandes productores apuestan por las tecnologías de detección, especialmente en las melés de diamantes de menor talla. Para el re-

presentante de De Beers, Simon Lawson, esta es la "única forma de mantener la confianza del consumidor". La firma lleva 30 años investigando y ya ha desarrollado tres máquinas para la detección de sintéticos (DiamondSure, DiamondView y DiamondPlus), junto a la más reciente, denominada AMS (Automated Melee Screening), capaz de detectar diamantes de entre 0,10 y 0,20 quilates y que se comercializará a lo largo de este año.

En este sentido el laboratorio suizo SSEF también presentó recientemente su máquina ASDI (Automated Diamond Spectral Inspection), que también puede identificar grandes cantidades de pequeños diamantes "a bajo coste" según la empresa, y que trabaja con una capacidad de hasta 4.000 piedras por hora.

El Instituto Gemológico de América (GIA) también ha desa-



La detección de diamantes sintéticos pequeños, el gran reto del Sector.

rollado su nueva máquina DiamondCheck, para detectar los sintéticos y también otras piedras

que puedan hacerse pasar por diamantes, sin serlo, según la entidad gemológica.

Suiza mantiene su alza, aunque cede distancia en la importación

La Confederación Suiza pierde el nivel del 80% del valor de los relojes automáticos de oro, debido a un nuevo avance de Francia. En cuanto a los relojes de acero, sin embargo, el país helvético aumenta su proporción hasta el 84%, aunque con sólo el 13% del volumen. Por el lado opuesto, en los relojes no fabricados en metales preciosos, China termina el semestre como potencia hegemónica en este mercado. La intervención de Italia o Alemania en este sector, y no digamos de otros países, apenas pasa de anecdótica frente a los colosos asiáticos, en el que también se incluye a Honk Kong y Taiwan.

Informe relojería. Pág. 31

IMP. AUTOMÁTICOS METALES PRECIOSOS/ CHAPADOS



Fuente: Dirección General de Aduanas.

© GOLD TIME

Cómo mantener una joya en condiciones

El gemólogo M. Llopis recuerda los pasos para la limpieza de las joyas. Pág. 17

SUMARIO

Metales	16
Gemas	17
Precios	18
Brillantes	19
Diamantes Fancy	20
Melees y Baguettes	21
Perlas	22
Rubí, Zafiro, Esmeralda	23
Otras Gemas	24
Informe Joyería	29
Informe Relojería	31
Directorio	33
Nuevas Empresas	34



Suscríbase ahora al Periódico de la nueva Joyería y Relojería

... y disfrute de una oferta excepcional!

GOLD&TIME ofrece a los profesionales de la joyería y la relojería una oportunidad excepcional con la Suscripción al Periódico: las revistas 'GOLD&TIME' o 'NEXOTIME' sin coste alguno adicional para usted.



Enviar Boletín al fax
91 429 52 01 / 91 369 18 39

BOLETIN DE SUSCRIPCION

Deseo suscribirme al Periódico **GOLD&TIME** durante un año, más la Revista indicada, por **sólo 60 euros**.
 D./D^a:.....
 Empresa:.....
 Dirección:.....
 Ciudad:..... Prov.:.....
 C.Postal:..... CIF:.....
 T: (.....)..... Fax:.....
 Firma:.....

Elijo la revista:
 GOLD&TIME
 NEXOTIME
 Las dos (90 euros)

GOLD&TIME

Domiciliación Bancaria / Ruego carguen en mi cuenta los recibos que presente Nexo Editores SA correspondiente a mi suscripción al Periódico GOLD&TIME.

Entidad Oficina D.C. Número de Cuenta

Banco:

Titular:

CIF:

Firma:

La demanda mundial de oro para joyería creció un 6% en el primer trimestre, impulsada por el 'apetito' chino

El reajuste en el precio del oro ha supuesto una caída en el valor total de la demanda joyera del 18%

Después de un "excepcional" año 2013, la demanda de oro tuvo un comienzo sólido en 2014, con apenas tres toneladas menos que el año pasado. La demanda de joyería ganó moderadamente, en gran parte debido al ambiente de los precios del oro más bajos en comparación con el primer trimestre de 2013 y los factores estacionales de muchos mercados.

El informe relativo al primer trimestre en el mercado del oro que publica el Consejo Mundial del Oro (WGC, en sus siglas en

inglés) da muestras de que la demanda global comienza a estabilizarse, tras cinco años de altibajos. Siguiendo al "excepcional" año 2013, el primer trimestre de este año se mantiene en niveles similares, con 1.074 toneladas, lo que da muestras de la "robustez del mercado", según el organismo internacional.

La demanda mundial de joyería ha sido la impulsora de este resultado, totalizando 571 toneladas de enero a marzo, lo que supuso un 3% más que en el mismo periodo del año pasado



y supone además el inicio de año "más fuerte" desde el año 2005. Este alza respaldado por el intenso 'apetito' de China, el gran consumidor, que elevó un 10% su demanda en este periodo. En términos de valor, este creci-

miento no se ha correspondido con los resultados económicos, ya que el menor precio del oro ha supuesto una caída del 18% respecto al primer trimestre 2013 (de 29.100 millones de dólares, a 23.727 millones).

MERCADOS INTERNACIONALES DE METALES PRECIOSOS. MAYO 2014

Periodo	Oro		Plata		Platino	Paladio
	Londres €/oz	Madrid €/g	Londres €/oz	Madrid €/Kg	Madrid €/g	Madrid €/g
Mayo 6-9	935,24	33,68	14,00	607,50	40,12	22,52
Mayo 12-16	939,85	33,84	14,20	616,17	40,78	22,81
Mayo 19-23	945,84	34,97	14,24	618,54	41,73	23,35
Mayo 27-28	937,58	33,76	14,17	614,93	41,67	23,78
Mayo	940,31	34,16	14,16	614,48	41,04	23,04

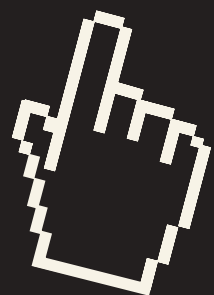
N.de la R.: Precios medios, sin impuestos en las plazas indicadas. Londres cotiza en euros por onza troy (31,1035 gramos). Madrid, en euros/gramo, para oro, platino y paladio, y euros/kilo para la plata.

Mercados diarios Internacionales de Metales Preciosos

Fecha	Oro		Plata		Platino	Paladio
	Londres €/oz	Madrid €/g	Londres €/oz	Madrid €/kg	Madrid €/g	Madrid €/g
06.05.2014	939,61	33,83	14,10	612,12	40,23	22,61
07.05.2014	942,08	33,92	14,16	614,72	40,31	22,68
08.05.2014	926,03	33,35	13,81	599,51	39,93	22,33
09.05.2014	933,25	33,61	13,91	603,66	40,03	22,46
12.05.2014	936,20	33,71	14,13	613,39	40,22	22,59
13.05.2014	936,20	33,71	14,13	613,39	40,37	22,64
14.05.2014	943,82	33,99	14,36	623,08	41,24	23,14
16.05.2014	943,17	33,96	14,17	614,81	41,28	22,88
19.05.2014	948,67	34,16	14,31	620,95	41,69	23,15
20.05.2014	943,46	33,97	14,15	614,16	41,60	23,14
21.05.2014	942,65	33,94	14,19	615,93	41,69	23,39
22.05.2014	945,80	34,06	14,31	621,27	41,82	23,51
23.05.2014	948,61	38,71	14,26	620,41	41,84	23,56
27.05.2014	946,32	34,08	14,27	619,37	41,90	23,60
28.05.2014	928,83	33,45	14,07	610,49	41,44	23,96

Nota: Precio en Londres: Fixing. 1 oz.= 31,1035 g. © GOLD&TIME. Fuente SEMPSA JP

and
GOLD
TIME.org



Gemología

EE.UU., alarmado por la entrada de los sintéticos

La invasión en el mercado de diamantes sintéticos que se pasan como naturales es un tema global, que preocupa a productores, laboratorios y joyeros de todo el mundo. La Asociación Americana de Gemólogos (AGA), celebra un encuentro de expertos para evaluar la situación actual de este problema el día 29 de mayo víspera de la feria JCK, en Las Vegas.

La producción -y la visibilidad- de los diamantes creados en laboratorios está aumentando, y con ella también lo hacen las preguntas. Y es que se trata de un mercado en el que todo el mundo se ve afectado: laboratorios, distribuidores, tasadores, gemólogos y, por supuesto, también el público comprador. Pero por desgracia muchas de esas preguntas de los consumidores siguen sin tener respuesta porque la gran mayoría de los minoristas aún no saben cómo responder.

CIBJO no alcanza acuerdos para fijar el color, como el caso de los rubíes 'sangre de pichón'

La Asociación Joyera y Gemológica aborda las dificultades que enfrentan los laboratorios para establecer estándares

Una de las cuestiones más esperadas del pasado Congreso de CIBJO, la Asociación Joyera Internacional, fue la búsqueda de términos más 'científicos' para establecer el color de algunas gemas, que sustituyan a oficiosos como 'sangre pichón', en el caso de los rubíes. El congreso que celebró en Moscú esta semana buscaba alcanzar un acuerdo, pero no ha podido ser posible por el amplio respaldo que esta denominación tiene en el día a día de la joyería y la gemología.

En todas las piedras valiosas el color y la pureza son los parámetros fundamentales para establecer su calidad. En el caso del rubí, el color más apreciado es el rojo vivo con un tono secundario púrpura muy ligero, y a este se le denomina 'sangre de pichón'. Pero este tipo de términos, poco 'precisos', es lo que que la Asociación Joyera busca normalizar, aunque de momento no parece que exista un acuerdo común.



Ejemplos de rubíes, en bruto y tallados de los que se denominan Sangre de Pichón, por su intenso color.

Una de las voces más autorizadas del encuentro fue el director del GIA en Bangkok, Ken Scarratt, quien que, a pesar de haber sido escéptico en denominaciones como esas finalmente el Instituto Gemológico de América ha aceptado la definición de sangre de pi-

chón como válida para sus informes, tras contar con las opiniones generalizadas de extractores y vendedores de rubíes a lo largo del mundo. En la misma línea, otros participantes del foro advirtieron de los peligros de tratar de crear una definición del color rojo sin

contar con el beneplácito de toda la industria de las piedras preciosas. Es más, recordaron que distribuidores y minoristas también utilizan definiciones como 'azul real', cuando se trata de zafiros de gran pureza, sin que esta esté gemológicamente aceptada.

OPINIÓN / GEMOLOGÍA

Limpiar las Joyas y hacer un mantenimiento periódicamente



MANUEL LLOPIS

En la gran mayoría de casos, un 80% diría yo, cuando un cliente, hablo de los particulares no de los joyeros, nos trae su pieza o piezas para realizar el informe gemológico o catálogo de joyas con valoración, las piezas siempre están sucias o poco luminosas, faltas de brillos y destellos debido a la pátina de grasa que las recubre por el uso habitual. Cuando digo sucias, me refiero a que suelen tener restos de grasa, cremas, a veces manchas de lacas, sudor, etc. Hasta cierto punto es normal que las piezas se manchen o ensucien por su uso, por el roce con la piel, por las cremas, perfumes y lacas. Se nota cual es la pieza que mas se usa por la mayor o menor cantidad de suciedad y roces. Te-

néis que saber que los diamantes tienen la propiedad de "lipofilia", se les adhiere las grasas con mucha facilidad. Por eso se quedan mates simplemente tocándolos con los dedos. Pero esto es una propiedad que conociéndola, puedes con unos cuidados mantener muy luminosos tus diamantes. Otra cosa es la dejadez de algunas señoras que usan las piezas en todo tipo de situaciones, incluso fregando, consiguiendo que se acumulen por sus rincones y por debajo de las piedras restos de suciedad. Otras señoras piensan que sumergirlas en líquidos puede ser malo para la joya. Esto podría ser verdad para algunos casos concretos de piezas que por su hechura o por el contenido de materiales que las componen habría que desmontar antes de limpiar, por ejemplo relojes, o piezas huecas o con muchos recovecos, o piezas que combinan telas o hilos o piedras porosas. Entiendo que el cliente debería llevar periódicamente sus joyas a su joyero de confianza para que le haga la limpieza. Es el joyero el que debe de saber como hacerlo y qué hay que desmontar o quitar antes de sumergir. Estaría bien que el joyero tuviera la atención de lla-

mar o recordar a sus clientes que pueden realizar el servicio de limpieza de sus joyas, como cuando vas a la revisión de un coche y se apuntan la fecha de realización y en que fecha será la próxima revisión. Este es un trabajo que el propio joyero podría realizar incluso a domicilio. Un pequeño maletín portátil con trolley puede llevar el equipo, como una pequeña cubeta de ultrasonidos, cepillos, desengrasantes, desoxidantes, paños, un secador, pequeños alicates, etc. etc. Podrá al mismo tiempo repasar el estado de funcionamiento de los cierres de cajón, de las palas de los pendientes con "clip", de los cierres de pato y de "ocho", las presiones, las cadenas de seguridad, comprobar las piezas que están pegadas (perlas, cabujones de piedras) sanear los pegamentos y reemplazarlos por nuevos. Revisar el estado de las monturas para asegurarse de que no hay peligro de perder una piedra. Como veis, son muchos los cuidados que necesitan las joyas.

Creo que debería ser una obligación el que cuando un joyero vende una pieza, adjuntarle una ficha o documento en el que explique las recomendaciones de limpieza y cuidados que debe tener el cliente para mantenerla siempre perfecta, como nueva. Todos nuestros informes gemológicos que se utilizan para acompañar la venta de una joya, indicamos que recomendaciones y cuidados debe de tener con esa pieza en concreto. Cuando rea-

lizamos una tasación de joyas, el primer trabajo que hacemos es el de limpiarlas. Esto es necesario por varios motivos, el principal es el poder ver limpiamente los diamantes y las piedras de color sin manchas, sin polvo o grasas que me puedan camuflar sus inclusiones o que no te permitan observarlas internamente y porque las fotos reflejan mejor la realidad de la joya.

Cuando el cliente ve su pieza limpia que brilla mucho mas, que está mas luminosa, es cuando se da cuenta de que estaba sucia o manchada.

Uno de los instrumentos mas populares entre los joyeros son las cubetas de ultrasonidos. Estos aparatos que los hay de poca capacidad mas domésticos, medio litro, hasta grandes cubetas industriales, se llenan de agua preferiblemente de ósmosis, que no contenga cal porque al secar no deja cerros. Se le añade un desengrasante, llevan interruptores o botones que permiten regular una temperatura de 50 a 100° a voluntad y con la vibración por ultrasonidos realizan de forma mecánica la limpieza por todos los rincones de las joyas. Hacen con minuciosidad el trabajo que

haríamos si lo hiciéramos con un cepillo a mano. Sin embargo hay que saber que piezas admiten la vibración y cuales no. No todo es válido, por ejemplo no se deben de meter piezas con esmeraldas, ya que la mayoría llegan al comercio con tratamientos estándar de relleno de aceites incoloros admitidos por la Normativa Cibjo para Piedra de Color, que se alteran o pierden los re-

llos con los desengrasantes del ultrasonidos y se quedan blancuecinas y faltas de vida. Otros casos son los de piezas antiguas y no tan antiguas con mucha piedra pequeña engastada con gra-

nos, entonces es preferible dejar en inmersión dentro de la cubeta pero sin poner en funcionamiento la vibración por ultrasonidos y cepillar a mano con un cepillo de cerdas suaves o blandas, porque en estos casos la vibración hace que se caigan o suelten muchas piedras que luego recuperamos en el fondo de la cubeta y hay que llevar al engastador para que las vuelva a engastar. Otros materiales porosos como perlas corales, turquesas, etc. necesitan que se limpien con mas suavidad, con paños empapados en alcohol para desengrasar.

"El cliente debería llevar periódicamente sus joyas a su joyero para una limpieza"

Notas generales a las tablas de precios **GOLD&TIME** de Diamantes

Estos precios son promediados y por tanto **ORIENTATIVOS de venta AL MAYOR. GOLD&TIME** no puede hacerse responsable de las consecuencias que de su uso indebido pudieran derivarse, y en consecuencia declinan cualquier responsabilidad que pudiera derivarse de su utilización sin tener en cuenta esta circunstancia. Las tablas de precios indican el precio promediado, en **EUROS POR QUILATE**, y venta al mayor de las calidades expresadas, en el mercado español, a la fecha de su publicación y con el cambio dólar/euro reseñado.

Cada tabla corresponde a un rango de pesos en quilates, expresado en su cabecera, por lo que, para las gemas cercanas al límite superior, deberá considerarse un probable incremento del 8-10%. Dentro de cada tabla se expresan las diferentes calidades de pureza y color en escala HRD/IDC —aprobada por las Asociaciones Internacionales de Bolsas e Industriales del Diamante— o GIA. Los precios se han establecido para muy buena calidad de talla, pudiendo sufrir variaciones que se indican en esta misma página.

COLOR

CIBJO/HRD	GIA/HRD	Scan. D.N	Británica
BLANCO EXCEPCIONAL+	D	RIVER	FINEST WHITE
BLANCO EXCEPCIONAL	E	RIVER	FINEST WHITE
BLANCO EXTRA+	F	TOPWESSELTON	FINE WHITE
BLANCO EXTRA	G	TOPWESSELTON	FINE WHITE
BLANCO	H	WESSELTON	WHITE
BLANCO CON LIGERO COLOR 1	I	TOPCRYSTAL	COMM. WHITE
BLANCO CON LIGERO COLOR 2	J	CRYSTAL	TOP SILVER CAPE
LIGERO COLOR 1	K	TOP CAPE	SILVER CAPE
LIGERO COLOR 2	L		
COLOR	M-N	CAPE	LIGHT CAPE
	O-P	LIGHT YELLOW	CAPE
	Q-R		
	S-Z	YELLOW	DARK CAPE

CIBJO: Confederación Internacional de la Bisutería, Joyería y Orfebrería.

HRD: Hoge Raad voor Diamant. Consejo Superior del Diamante (Amberes). Esta clasificación, y la de pureza utilizada, corresponde a las reglas internacionales IDC (International Diamond Comitee), según las cuales certifica el laboratorio del HRD, siendo el único en el mundo con acreditación ISO por la calidad y metodología seguida en sus graduaciones.

GIA: Gemmological Institute of America.

Scan D.N.: Nomenclatura tradicional./ BRITAN: Nomenclatura británica tradicional.

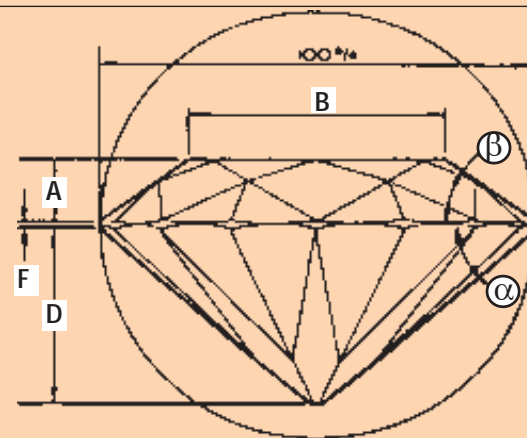
Existe también la nomenclatura Hong Kong: D=100, E=99, etc. y E.G.I. (D=0+, E=0, F=1+, G=1, H=2, etc.)

ATENCIÓN: COLORES SÓLO A TÍTULO ILUSTRATIVO. NO DEBEN TOMARSE, EN NINGÚN CASO COMO REFERENCIA.

PUREZA

SIN CARACTERÍSTICAS (LIMPIO A LA LUPA 10x)	FL-IF	FLAWLESS-INTERNAL FLAWLESS (LOUPE CLEAN)
INCLUSIONES MUY DIFÍCILES DE VER CON LUPA 10x	VVS1 VVS2	VERY VERY SMALL INCLUSIONS
INCLUSIONES DIFÍCILES DE VER CON LUPA 10x	VS1 VS2	VERY SMALL INCLUSIONS
INCLUSIONES VISIBLES CON LUPA 10x	S11 S12	SMALL INCLUSIONS
INCLUSIONES VISIBLES SIN LUPA	P1 (I1)	PIQUE (INCLUDED) 1
INCLUSIONES DESTACADAS SIN LUPA	P2 (I2)	PIQUE (INCLUDED) 2
INCLUSIONES MUY DESTACADAS	P3 (I3)	PIQUE (INCLUDED) 3

TALLA BRILLANTE



MEDIDAS CON RESPECTO AL DIAMETRO DEL FILETIN

CALIDAD DE TALLA	ACEPTABLE	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE.
Anchura Tabla (B)	<49% >71%	50 - 51% 67 - 70%	52 - 53% 63 - 66%	54 - 62%
Altura Corona (A)	<8,5% >20%	9 - 10,5% 18,5 - 19,5%	11 - 11,5% 16,5 - 18%	12 - 16%
Altura Pabellón (D)	<39,5% > 47%	40 - 41% 45,5 - 46,5%	41,5 - 42,5% 45%	43,44,5%
Espesor filete (F)	< 0,5% >8%	1 - 1,5% 5 - 7,5%	2% 4,5%	2,5 - 4%
Culata	> 4%	2 - 3,9%	1 - 1,9%	0 - 0,9%
Altura total (A+D+F)	<52,9% >67%	53 - 55,4% 64 - 66,9%	55,5 - 58,4% 62,6 - 63,9%	58,5 - 62,5%
Ángulo corona (β)	< 25,9° >40,1°	26 - 27,9° 37,8 - 40°	28 - 31,9° 36,1 - 37,7°	32 - 36°
Ángulo pabellón (α)	< 38,4° < 43,2°	38,5 - 39,5° 42,2 - 43,1°	39,6 - 40,5° 41,9 - 42,1°	40,6 - 41,8°

Precios de las tablas para talla MUY BUENA. Talla EXCELENTE: + 10%. BUENA - 5 a - 15%. ACEPTABLE: -15 a - 25%. Pobre: - 25 a - 40%.

EQUIVALENCIA DIAMETROS EN MM/PESO EN QUILATES TALLA BRILLANTE

	2,20 mm 0,04 ct		3,00 mm 0,10 ct		4,10 mm 0,25 ct		5,20 mm 0,50 ct		6,50 mm 1,00 ct
	7,40 mm 1,50 ct		8,20 mm 2,00 ct		9,00 mm 2,50 ct		9,30 mm 3,00 ct		11,00 mm 5,00 ct
Brillantes pequeños	0,02 ct - 1,7 mm 0,03 ct - 2,0 mm 0,04 ct - 2,2 mm 0,05 ct - 2,4 mm 0,06 ct - 2,6 mm	Seis por quilate	0,14 ct - 3,3 mm 0,15 ct - 3,4 mm 0,18 ct - 3,7 mm 0,20 ct - 3,8 mm 0,22 ct - 3,9 mm	Cuarenta puntos	0,40 ct - 4,8 mm 0,42 ct - 4,9 mm 0,45 ct - 5,0 mm				
Mèle	0,07 ct - 2,7 mm 0,08 ct - 2,9 mm 0,09 ct - 3,0 mm 0,10 ct - 3,0 mm 0,12 ct - 3,2 mm	Cinco por quilate	Medio quilate	0,50 ct - 5,2 mm 0,55 ct - 5,4 mm					
		Cuatro por quilate	Las presentes equivalencias son sólo válidas a título orientativo. El peso de un diamante SIEMPRE debe determinarse mediante una balanza o quilatero de precisión.						

TABLA PORCENTUAL

Una forma de simplificar el cálculo aproximado de los precios de los brillantes, consiste en las tablas porcentuales. Estas se reducen a un cuadro en el que figuran todas las calidades de color y pureza, referidas a una tomada como patrón, generalmente el D-Flawless, de 1 quilate. Conocido el precio de esta calidad, para calcular el de cualquier otra, basta con aplicarle el porcentaje correspondiente que aparece en el cuadro adjunto. De este

modo, se obtiene un dato muy fiable, en promedio, del orden de magnitud en que deben moverse los precios de los brillantes. El resultado, expresado en euros/quilate, se halla multiplicando la base por el porcentaje de la calidad requerida.

FECHA: JUNIO 2014
BASE: 18.131 euros

%	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	P1	P2	P3
D	100	75	63	52	39	29	24	16	9	5
E	66	58	48	42	35	27	24	15	9	5
F	57	48	43	39	30	26	22	14	8	4
G	47	43	40	34	28	24	20	14	8	4
H	31	32	30	27	25	23	19	13	7	8
I	28	29	24	24	22	21	18	12	7	4
J	24	23	22	19	18	17	17	10	7	3
K	19	18	17	15	15	15	13	9	6	3
L	15	15	14	13	12	11	11	9	6	3
M	14	13	12	11	11	10	9	8	5	3

© GOLD&TIME. Prohibida su reproducción por cualquier medio.

DIAMANTES TALLA BRILLANTE

Precios en *Euros/quilate*

1€ = 1,36 \$

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
0,30-0,36 CT.	D	2.712	2.024	1.902	1.902	1.700	1.416	1.174	890	728	567
	E	1.983	1.862	1.740	1.720	1.538	1.336	1.149	850	688	546
	F	1.882	1.781	1.696	1.599	1.457	1.295	1.093	809	648	506
	G	1.801	1.748	1.639	1.497	1.376	1.214	1.052	785	607	486
	H	1.740	1.700	1.619	1.416	1.336	1.149	1.028	745	567	445
	I	1.578	1.538	1.538	1.376	1.133	1.109	931	728	526	405
	J	1.416	1.295	1.214	1.052	979	951	830	627	486	364
	K	1.153	1.133	971	907	890	830	761	567	445	344
	L	951	890	850	809	785	728	648	526	405	324
	M	809	769	745	720	668	648	623	486	364	283

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
0,37-0,43 CT.	D	3.177	2.752	2.509	2.266	1.943	1.457	1.295	992	749	648
	E	2.590	2.428	2.323	2.145	1.781	1.416	1.214	866	708	567
	F	2.428	2.266	2.104	1.943	1.659	1.368	1.174	850	648	526
	G	2.323	2.226	1.999	1.821	1.595	1.336	1.133	801	627	465
	H	2.064	2.024	1.918	1.700	1.457	1.295	1.072	769	587	445
	I	1.862	1.781	1.619	1.538	1.376	1.234	1.052	745	546	405
	J	1.599	1.538	1.396	1.295	1.190	1.028	971	704	526	384
	K	1.457	1.376	1.214	1.133	1.052	911	830	607	486	364
	L	1.392	1.206	1.190	1.052	890	830	728	567	465	344
	M	1.052	992	947	850	809	749	688	526	425	304

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
0,44-0,49 CT.	D	3.440	3.011	2.825	2.590	2.161	1.720	1.538	1.153	809	668
	E	3.076	2.833	2.590	2.266	1.902	1.619	1.396	1.072	728	587
	F	2.752	2.671	2.347	2.104	1.862	1.538	1.295	1.012	688	546
	G	2.590	2.428	2.266	1.943	1.700	1.497	1.271	931	648	486
	H	2.347	2.185	1.862	1.781	1.497	1.376	1.194	850	607	465
	I	1.943	1.821	1.619	1.578	1.396	1.336	1.133	809	607	486
	J	1.720	1.619	1.497	1.336	1.255	1.153	1.052	769	546	405
	K	1.477	1.376	1.271	1.174	1.072	1.028	992	708	526	384
	L	1.416	1.230	1.214	1.093	971	890	850	688	486	364
	M	1.093	1.012	971	890	830	809	769	607	465	324

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
0,50-0,69 CT.	D	5.634	4.452	3.820	3.367	2.995	2.590	2.104	1.619	1.416	688
	E	4.047	3.723	3.400	3.238	2.873	2.428	2.024	1.477	1.214	607
	F	3.723	3.400	3.157	3.076	2.809	2.161	1.902	1.416	1.190	567
	G	3.642	3.319	2.914	2.833	2.509	2.024	1.619	1.315	1.052	526
	H	2.995	2.914	2.590	2.469	2.226	1.821	1.554	1.255	1.028	486
	I	2.833	2.509	2.428	2.104	1.943	1.595	1.457	1.190	809	465
	J	2.307	2.266	2.024	1.821	1.619	1.437	1.356	1.093	789	445
	K	1.862	1.781	1.720	1.538	1.396	1.255	1.190	992	688	425
	L	1.740	1.457	1.376	1.352	1.214	1.068	1.012	890	668	405
	M	1.554	1.295	1.214	1.149	1.133	1.052	850	809	546	364

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
0,70-0,89 CT.	D	6.403	5.261	4.735	4.047	3.885	3.481	2.995	2.024	1.538	890
	E	4.937	4.857	4.249	4.015	3.723	3.157	2.849	1.943	1.376	850
	F	4.533	4.371	4.047	3.885	3.481	3.076	2.752	1.862	1.311	728
	G	4.128	3.723	3.561	3.319	3.189	2.849	2.582	1.837	1.295	688
	H	3.804	3.642	3.319	2.971	2.873	2.720	2.428	1.740	1.068	648
	I	3.258	3.035	2.995	2.752	2.655	2.428	2.024	1.619	1.012	607
	J	2.428	2.347	2.266	2.024	1.943	2.007	1.781	1.457	890	567
	K	2.266	1.983	1.902	1.809	1.700	1.619	1.376	1.093	668	526
	L	1.781	1.619	1.578	1.514	1.416	1.376	1.255	1.012	648	486
	M	1.619	1.538	1.477	1.336	1.255	1.214	1.093	850	639	445

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
0,90-0,99 CT.	D	10.037	8.418	7.447	5.269	5.018	4.533	4.128	2.914	1.943	1.052
	E	7.770	7.382	6.540	5.601	4.776	4.274	3.723	2.752	1.862	971
	F	7.244	6.840	5.828	4.857	4.581	3.982	3.691	2.728	1.740	890
	G	6.152	5.698	4.857	4.606	4.282	3.918	3.367	2.590	1.619	850
	H	4.881	4.937	4.274	4.079	3.804	3.561	3.238	2.509	1.538	809
	I	4.290	4.169	4.047	3.691	3.432	3.432	3.400	2.428	1.457	769
	J	4.209	3.626	3.367	3.173	3.112	2.873	2.914	1.943	1.376	728
	K	3.481	3.027	2.934	2.655	2.525	2.202	2.347	1.538	1.368	688
	L	2.792	2.671	2.590	2.428	2.185	1.862	1.700	1.376	1.214	627
	M	2.266	2.185	1.943	1.862	1.781	1.675	1.473	1.255	1.012	567

Para las piedras cercanas al limite superior, deberá considerarse un probable incremento de precio del 8-10 %.

DIAMANTES TALLA BRILLANTE

Precios en *Euros/quilate*

1€ = 1,36 \$

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
1,00-1,49 CT.	D	18.131	13.533	11.397	9.426	7.130	5.224	4.415	2.815	1.722	927
	E	11.878	10.563	8.742	7.641	6.402	4.893	4.268	2.666	1.589	861
	F	10.320	8.661	7.770	7.123	5.519	4.709	3.974	2.596	1.457	795
	G	8.499	7.706	7.285	6.192	5.077	4.356	3.679	2.563	1.391	728
	H	5.563	5.798	5.445	4.930	4.525	4.231	3.495	2.308	1.325	695
	I	5.151	5.243	4.422	4.334	3.974	3.753	3.238	2.205	1.258	662
	J	4.341	4.180	3.981	3.532	3.348	3.091	3.061	1.788	1.192	629
	K	3.444	3.311	3.126	2.781	2.735	2.699	2.318	1.656	1.126	596
	L	2.781	2.748	2.596	2.384	2.265	1.987	1.907	1.589	1.060	546
	M	2.616	2.444	2.113	1.974	1.907	1.854	1.722	1.377	861	530

Para las piedras de peso superior a 1,20 ct., deberá considerarse un probable incremento de precio del 7-12 %.

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
1,50-1,99 CT.	D	22.178	16.593	14.812	12.546	9.124	7.226	5.740	3.974	1.656	993
	E	15.946	14.084	11.251	9.697	8.241	6.726	5.372	3.642	1.722	927
	F	14.165	11.870	10.749	9.308	7.579	6.623	5.066	3.179	1.523	861
	G	10.927	9.713	8.499	8.094	6.623	6.019	4.879	3.086	1.457	795
	H	7.064	7.432	6.843	6.255	5.813	5.629	4.628	2.583	1.391	762
	I	6.126	6.512	5.946	5.482	5.298	4.636	3.937	2.483	1.325	728
	J	5.335	5.335	4.636	4.650	4.268	3.937	3.598	2.384	1.258	662
	K	3.974	3.907	3.616	3.245	3.377	3.046	2.881	2.298	1.159	629
	L	3.510	3.285	3.245	2.967	2.781	2.384	2.245	2.119	1.126	596
	M	2.848	2.815	2.715	2.384	2.252	2.053	1.987	1.921	927	563

Para las piedras de peso superior a 1,70 ct., deberá considerarse un probable incremento de precio del 7-12 %.

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
2,00-2,99 CT.	D	38.609	26.630	25.060	20.155	14.106	9.695	7.704	4.106	2.252	1.258
	E	25.752	25.060	21.126	17.338	11.913	9.603	7.130	3.960	2.185	1.126
	F	22.664	19.887	16.642	14.116	11.185	8.904	7.093	3.841	2.119	993
	G	16.836	15.136	14.035	12.036	9.478	7.844	6.549	3.775	1.987	960
	H	11.405	11.921	11.074	9.352	7.947	7.322	6.255	3.576	1.854	927
	I	9.478	8.830	8.749	7.299	6.755	6.402	5.497	3.311	1.788	861
	J	7.270	6.990	6.843	6.380	5.445	5.372	4.746	3.046	1.656	828
	K	5.947	5.695	5.563	4.702	4.503	4.391	3.454	2.715	1.523	728
	L	4.967	4.570	4.172	3.974	3.742	2.980	2.914	2.583	1.457	695
	M	4.768	4.470	3.841	3.709	3.179	2.781	2.517	2.185	1.325	662

Para las piedras de peso superior a 2,50 ct., deberá considerarse un probable incremento de precio del 5-12 %.

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
3,00-3,99 CT.	D	80.780	50.184	45.327	38.447	26.196	16.777	11.185	5.033	2.384	1.523
	E	52.612	45.004	38.205	31.082	24.135	14.937	10.155	4.768	2.318	1.391
	F	40.471	38.043	33.024	27.520	21.486	13.760	9.713	4.437	2.252	1.258
	G	30.839	29.948	25.497	21.935	16.703	12.583	9.198	4.172	2.185	1.192
	H	22.443	21.413	18.469	16.851	13.760	9.934	8.389	3.974	2.119	1.126
	I	17.439	16.703	14.790	13.834	11.111	8.315	7.138	3.907	2.053	1.060
	J	13.245	12.288	11.626	10.375	9.198	7.138	6.623	3.377	1.987	993
	K	9.205	9.007	8.742	8.013	6.755	5.695	4.768	2.980	1.854	927
	L	6.556	5.960	5.629	5.430	5.364	4.238	3.642	2.728	1.788	861
	M	5.960	5.629	5.430	5.232	4.967	3.709	2.980	2.185	1.656	795

Para las piedras de peso superior a 3,50 ct., deberá considerarse un probable incremento de precio del 5-12 %.

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
4,00-4,99 CT.	D	81.913	59.169	51.519	44.680	30.758	16.998	12.436	4.702	3.444	1.788
	E	57.631	50.184	43.142	39.257	26.637	15.379	11.847	4.768	2.980	1.656
	F	51.803	44.923	39.095	33.591	25.460	15.166	11.626	4.636	2.848	1.523
	G	37.233	33.996	33.186	27.925	20.015	13.981	10.743	4.371	2.781	1.457
	H	27.447	25.276	23.032	20.162	16.851	11.994	9.787	4.172	2.715	1.391
	I	19.205	17.734	16.262	14.238	12.822	10.199	7.940	4.040	2.649	1.258
	J	16.262	15.379	14.202	12.325	10.375	8.830	7.432	3.709	2.583	1.192
	K	10.662	10.199	9.603	9.338	8.013	6.424	5.960	3.444	2.517	1.126
	L	8.013	7.483	6.821	6.424	6.093	5.364	4.636	3.245	2.450	1.060
	M	6.689	6.159	5.762	5.563	5.166	4.570	3.510	3.113	2.318	927

Para las piedras de peso superior a 4,50 ct., deberá considerarse un probable incremento de precio del 5-12 %.

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
5,00-5,99 CT.	D	128.698	80.213	67.991	58.683	44.150	25.166	16.461	5.430	3.113	1.722
	E	77.356	69.254	58.278	54.393	39.882	23.547	16.078	4.768	2.980	1.656
	F	70.824	62.730	53.826	50.589	31.126	21.707	15.379	4.702	2.848	1.589
	G	48.079	44.680	43.304	38.205	27.116	17.807	13.576	4.570	2.715	1.523
	H	35.239	32.450	29.581	26.858	21.854	14.790	11.567	4.371	2.649	1.457
	I	31.567	28.256	26.784	22.443	18.028	12.068	10.964	3.642	2.517	1.391
	J	22.884	21.928	20.530	18.249	14.128	11.111	7.873	3.444	2.384	1.325
	K	15.166	12.583	11.854	11.192	10.000	8.742	5.960	3.311	2.252	1.258
	L	10.000	9.735	9.338	8.940	8.543	7.616	5.695	3.179	2.053	1.192
	M	9.470	8.675	7.947	7.298	7.219	6.887	5.364	3.046	1.921	1.126

Para las piedras de peso superior a 5,50 ct., deberá considerarse un probable incremento de precio del 3-12 %.



PEQUEÑOS DIAMANTES TALLA BRILLANTE

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
0,23-0,29 CT.	D	2.347	1.862	1.667	1.550	1.449	1.133	1.000	728	607	425
	E	1.781	1.639	1.566	1.441	1.376	1.072	971	704	567	405
	F	1.716	1.554	1.514	1.400	1.356	1.052	866	639	526	384
	G	1.538	1.433	1.396	1.336	1.275	1.012	850	607	486	364
	H	1.433	1.392	1.360	1.295	1.214	971	809	567	445	344
	I	1.336	1.295	1.255	1.214	971	830	785	558	425	324
	J	1.214	1.190	1.072	971	882	801	769	542	405	304
	K	1.032	911	866	745	704	664	648	506	384	283
	L	769	728	688	672	664	639	607	486	344	263
	M	648	607	567	526	486	465	445	405	324	243

DIAMANTES TALLA SIMPLE. MELÉES

Precios en **Euros/quilate**

	IF-VVS	VS	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,014-0,03 ct	D-F	785	728	627	546	461	283
	G-H	688	668	567	506	433	267
	I-J	567	542	425	324	364	202
	K-M	384	364	324	283	263	162

DIAMANTES TALLA BRILLANTE. MELÉES

Precios en **Euros/quilate**

	IF-VVS	VS	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,04-0,07 ct	D-F	791	743	631	579	479	311
	G-H	771	679	599	539	455	260
	I-J	599	559	479	439	379	220
	K-M	415	399	339	339	319	180

DIAMANTES TALLA BRILLANTE. MELÉES

Precios en **Euros/quilate**

	IF-VVS	VS	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,08-0,14 ct	D-F	866	769	672	587	498	324
	G-H	805	672	619	546	469	304
	I-J	688	607	510	465	401	243
	K-M	567	502	405	384	344	223

DIAMANTES FANCY

	IF-VVS	VS	SI	I1
Top Light Brown	Melee	n.d.	587	395
	0,25 ct	n.d.	728	688
	0,50 ct	n.d.	1.315	830
	0,75 ct	n.d.	1.801	1.275
	1,00 ct	n.d.	2.084	1.862
	2,00 ct	n.d.	2.428	2.347
	3,00 ct	n.d.	3.238	2.833
	4,00 ct	n.d.	3.582	3.136
	5,00 ct	n.d.	4.857	4.371

	IF-VVS	VS	SI	I1
Light Yellow	Melee	453	401	374
	0,25 ct	882	728	648
	0,50 ct	1.821	1.497	1.336
	0,75 ct	2.307	2.104	1.841
	1,00 ct	2.954	2.428	1.973
	2,00 ct	5.018	3.825	3.339
	3,00 ct	5.545	4.755	3.926
	4,00 ct	5.787	5.018	4.148
	5,00 ct	6.071	5.302	4.533

	IF-VVS	VS	SI	I1
Intense Yellow	Melee	n.d.	n.d.	n.d.
	0,25 ct	3.845	3.238	3.238
	0,50 ct	4.027	3.541	3.228
	0,75 ct	5.464	4.937	4.047
	1,00 ct	6.293	5.342	4.128
	2,00 ct	10.877	9.292	7.082
	3,00 ct	12.141	11.939	9.106
	4,00 ct	12.951	12.344	9.713
	5,00 ct	18.617	17.200	13.274

	IF-VVS	VS	SI	I1
Fancy Pink	Melee	14.367	12.951	11.332
	0,25 ct	20.235	16.593	15.177
	0,50 ct	39.257	34.400	29.139
	0,75 ct	42.697	42.090	33.186
	1,00 ct	70.824	62.730	54.636
	2,00 ct	133.554	101.177	66.777
	3,00 ct	180.096	145.695	100.773
	4,00 ct	184.143	174.025	119.389
	5,00 ct	206.402	186.166	157.837

DIAMANTES TALLA BRILLANTE. MELÉES

Precios en **Euros/quilate**

	IF-VVS	VS	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,15-0,17 ct	D-F	1.072	971	809	668	506	344
	G-H	979	830	785	668	486	324
	I-J	789	728	627	526	413	263
	K-M	579	514	445	405	364	243

DIAMANTES TALLA BRILLANTE. MELÉES

Precios en **Euros/quilate**

	IF-VVS	VS	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,18-0,22 ct	D-F	1.303	1.174	931	789	619	425
	G-H	1.068	971	850	708	558	384
	I-J	931	850	789	627	461	263
	K-M	595	530	494	445	376	263

*¿No encuentras tu piedra?
 ¿Necesitas otra talla, otro peso, otro color?
 ¿Un precio más actualizado?
 La solución:
DIAMANTESORO.org*

	IF-VVS	VS	SI	I1
Light- Fancy Brown	Melee	n.d.	668	465
	0,25 ct	n.d.	769	749
	0,50 ct	n.d.	1.437	1.113
	0,75 ct	n.d.	2.125	1.356
	1,00 ct	n.d.	2.428	2.185
	2,00 ct	n.d.	2.995	2.671
	3,00 ct	n.d.	4.249	3.501
	4,00 ct	n.d.	4.513	3.845
	5,00 ct	n.d.	6.374	5.868

	IF-VVS	VS	SI	I1
Fancy Yellow	Melee	1.062	961	809
	0,25 ct	1.821	1.619	1.477
	0,50 ct	3.116	2.226	2.024
	0,75 ct	3.845	3.541	2.752
	1,00 ct	4.654	3.845	3.541
	2,00 ct	7.082	6.071	4.249
	3,00 ct	9.389	8.094	6.678
	4,00 ct	9.713	8.499	7.103
	5,00 ct	12.141	9.915	8.297

	IF-VVS	VS	SI	I1
Light Pink	Melee	3.481	3.238	2.954
	0,25 ct	5.949	5.666	5.362
	0,50 ct	7.204	6.577	5.666
	0,75 ct	16.188	13.760	12.141
	1,00 ct	17.605	16.998	15.784
	2,00 ct	54.636	48.565	32.377
	3,00 ct	59.492	62.730	50.589
	4,00 ct	97.130	87.013	63.539
	5,00 ct	117.366	101.987	87.013

	IF-VVS	VS	SI	I1
Fancy Blue	Melee	n.d.	n.d.	n.d.
	0,25 ct	n.d.	n.d.	n.d.
	0,50 ct	54.636	43.506	31.365
	0,75 ct	64.753	54.636	40.066
	1,00 ct	113.319	97.130	80.942
	2,00 ct	174.025	155.813	133.554
	3,00 ct	273.179	246.873	210.449
	4,00 ct	303.532	283.297	232.708
	5,00 ct	414.827	384.474	311.626

DIAMANTES TALLA BAGUETTE

	IF-VVS	VS	SI1
3 mm	DEF	728	688
	GH	688	648
	IJ	567	526
	KLM	425	364
4 mm	DEF	850	769
	GH	769	728
	IJ	728	639
	KLM	486	445
5 mm	DEF	1.012	907
	GH	907	874
	IJ	789	708
	KLM	587	502

	I1	I2	I3
6 mm	DEF	1.538	1.376
	GH	1.376	1.336
	IJ	1.093	992
	KLM	850	728
7 mm	DEF	1.781	1.619
	GH	1.619	1.457
	IJ	1.295	1.052
	KLM	890	749
3 mm	DEF	384	263
	GH	344	223
	IJ	324	182
	KLM	243	142
4 mm	DEF	425	304
	GH	364	263
	IJ	344	214
	KLM	283	174
5 mm	DEF	526	364
	GH	502	324
	IJ	344	235
	KLM	324	194
6 mm	DEF	728	445
	GH	648	384
	IJ	506	283
	KLM	405	243
7 mm	DEF	890	526
	GH	668	425
	IJ	546	364
	KLM	425	304

DIAMANTES TALLA ANTIGUA (OLD EUROPEAN)

	IF-VVS	VS	SI1
0,01-0,07 ct	DEF	526	465
	GH	486	405
	IJ	405	376
	KLM	364	324
0,08-0,17 ct	DEF	664	478
	GH	587	457
	IJ	486	413
	KLM	405	364
0,18-0,29 ct	DEF	850	688
	GH	789	648
	IJ	728	591
	KLM	627	526
0,30-0,49 ct	DEF	1.740	1.133
	GH	1.336	1.012
	IJ	971	809
	KLM	809	648
0,50-0,69 ct	DEF	2.590	1.700
	GH	2.104	1.599
	IJ	1.619	1.255
	KLM	1.295	1.052
0,70-0,99 ct	DEF	3.400	3.076
	GH	3.157	2.347
	IJ	2.833	2.040
	KLM	1.943	1.619
1,00-1,49 ct	DEF	4.857	3.723
	GH	3.926	3.076
	IJ	3.116	2.347
	KLM	2.024	1.619
1,50-1,99 ct	DEF	6.071	4.492
	GH	5.099	3.642
	IJ	3.481	2.833
	KLM	2.388	1.922

Otros pesos y tallas en www.diamantesoro.org

DIAMANTES TALLA PERILLA

Precios en *Euros/quilate*

1€ = 1,36\$

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,30-0,36 CT.	D	2.024	1.943	1.781	1.619	1.376	1.214	1.052	809	607	486
	E	1.943	1.862	1.700	1.457	1.214	1.133	1.032	728	587	445
	F	1.862	1.619	1.457	1.295	1.133	1.052	992	648	546	405
	G	1.619	1.538	1.295	1.214	1.052	1.012	971	607	486	384
	H	1.376	1.295	1.133	1.052	1.012	971	850	587	445	344
	I	1.133	1.052	971	931	890	850	809	546	405	324
	J	971	850	809	789	749	728	648	445	344	304
	K	809	769	728	688	648	607	567	425	304	283
	L	688	648	587	567	546	506	465	405	283	263
	M	607	526	506	465	445	425	384	324	263	243

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,37-0,44 CT.	D	2.347	2.185	2.104	1.862	1.619	1.457	1.295	890	708	567
	E	2.185	2.104	1.943	1.781	1.538	1.376	1.214	809	648	486
	F	2.104	1.943	1.781	1.619	1.457	1.295	1.133	728	607	445
	G	1.943	1.781	1.700	1.538	1.376	1.214	1.052	648	587	425
	H	1.781	1.538	1.457	1.376	1.295	1.133	971	627	546	405
	I	1.376	1.295	1.214	1.133	1.052	971	890	567	506	384
	J	1.214	1.133	1.052	971	890	809	769	526	465	364
	K	971	890	809	789	769	749	668	486	364	304
	L	809	728	688	648	627	546	506	445	283	283
	M	607	567	546	526	506	465	405	324	263	263

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,45-0,49 CT.	D	2.590	2.347	2.266	2.104	1.943	1.781	1.457	1.052	809	688
	E	2.347	2.266	2.104	1.943	1.862	1.700	1.376	1.012	769	648
	F	2.185	2.104	1.943	1.862	1.781	1.619	1.336	971	728	627
	G	2.104	1.943	1.862	1.781	1.700	1.457	1.214	890	668	567
	H	1.862	1.781	1.700	1.619	1.538	1.376	1.133	809	648	546
	I	1.538	1.497	1.457	1.376	1.295	1.214	1.052	769	607	486
	J	1.376	1.295	1.214	1.133	1.052	971	890	688	546	465
	K	1.133	1.052	1.012	971	931	850	749	648	486	405
	L	971	890	850	809	728	688	648	526	405	324
	M	688	648	627	607	567	486	425	364	324	283

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,50-0,69 CT.	D	3.238	2.712	2.509	2.161	2.137	1.862	1.862	1.295	971	728
	E	2.509	2.428	2.266	1.943	1.922	1.821	1.781	1.214	890	688
	F	2.428	2.185	2.024	1.821	1.700	1.619	1.578	1.133	809	648
	G	1.926	1.862	1.821	1.781	1.578	1.497	1.457	1.052	769	607
	H	1.821	1.781	1.675	1.619	1.457	1.416	1.352	971	749	567
	I	1.700	1.635	1.538	1.457	1.416	1.376	1.295	890	728	526
	J	1.457	1.376	1.336	1.295	1.214	1.174	1.133	809	648	506
	K	1.295	1.214	1.133	1.093	1.052	1.012	971	728	567	465
	L	1.052	971	890	850	809	789	728	567	486	364
	M	769	728	708	648	627	607	526	405	364	304

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,70-0,89 CT.	D	4.371	3.642	3.400	3.035	2.954	2.671	2.185	1.416	1.052	809
	E	3.375	3.238	3.108	2.914	2.849	2.428	2.064	1.336	890	769
	F	3.319	3.213	2.995	2.833	2.784	2.347	1.700	1.295	850	728
	G	2.995	2.833	2.752	2.655	2.590	2.185	1.619	1.214	809	688
	H	2.712	2.509	2.428	2.347	1.943	1.862	1.538	1.174	789	668
	I	2.671	2.226	2.104	2.064	1.902	1.619	1.457	1.133	769	607
	J	2.266	1.943	1.902	1.862	1.821	1.538	1.376	1.052	749	587
	K	1.983	1.700	1.659	1.619	1.538	1.457	1.336	971	728	567
	L	1.538	1.376	1.336	1.295	1.214	1.174	1.133	850	607	445
	M	1.052	1.012	971	931	890	850	809	648	526	405

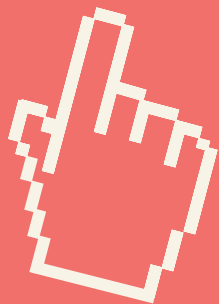
		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,90-0,99 CT.	D	5.910	5.032	4.536	4.025	3.454	2.995	2.755	1.677	1.318	879
	E	5.271	4.409	3.913	3.834	3.207	2.795	2.548	1.597	1.198	839
	F	4.233	3.953	3.834	3.450	3.155	2.755	2.236	1.517	1.118	799
	G	3.834	3.834	3.674	3.306	3.091	2.476	2.316	1.438	1.038	759
	H	3.426	3.195	3.035	2.971	2.795	2.252	2.196	1.358	998	719
	I	2.875	2.795	2.636	2.556	2.396	2.156	2.077	1.318	958	659
	J	2.636	2.396	2.316	2.236	2.156	1.997	1.597	1.078	918	639
	K	1.997	1.917	1.837	1.757	1.677	1.597	1.438	1.038	799	599
	L	1.677	1.597	1.517	1.438	1.358	1.278	1.198	879	719	519
	M	1.278	1.198	1.118	1.078	1.038	958	879	759	599	439

Para las piedras cercanas al limite superior, deberá considerarse un probable incremento de precio del 8-10 %.

© GOLD&TIME. Prohibida su reproducción por cualquier medio.

PRECIOS DE TALLA ESMERALDA EN PÁGINA 24

GOLD&TIME.org



NOTAS A LOS PRECIOS G&T

1.- Perlas:

Los niveles de calidad se establecen en función de los parámetros de color, lustre, espesor de nácar, forma y, en el caso de los hilos, gradación uniforme o regularidad de los mismos, combinándose el nivel de los distintos parámetros hasta establecer la valoración final de cada perla o hilo.

Los precios se establecen en **EUROS**.

2.- Piedras de color:

Dentro de la complejidad que existe para graduar y evaluar las piedras de color, por la inexistencia de métodos de reconocimiento universal, se ha elegido una clasificación basada en el nuevo sistema de creciente implantación Gemwizard, según una clasificación acordada con el Instituto Gemológico Español. La referencia a Gemwizard se refiere exclusivamente a la clasificación según colores y calidades, mientras que los precios publicados se han estimado según investigación de mercado mayorista en España.

La equivalencia entre los grados clásicos GOLD&TIME (*Inversión, Alta Joyería* y toda la graduación de *Comercial*) y el Sistema IGE-Gemwizard puede encontrarse en la página correspondiente a precios de piedras de color de este mismo número, a continuación de los precios de diamantes. Pese al uso del Gemwizard, las clasificaciones de calidad en piedras de color mantienen un fuerte componente subjetivo. En cualquier caso debe considerarse *Inversión* y *Alta Joyería* para piedras sin inclusiones destacadas y grados de color brillo y calidad de talla superiores a la media.

No se consideran piedras tratadas con procedimientos que no estén ampliamente reconocidos por el mercado internacional de las gemas, como difusión, irradiación, rellenado, etc., a excepción de los admitidos de forma generalizada, como el tratamiento moderado con aceites naturales en el caso de la esmeralda y los tratamientos térmicos convencionales para los corindones. En concreto, para la **esmeralda**, se consideran los precios para piedras sometidas a los tratamientos habituales, salvo demostración en contrario. En tal caso, con certificado, registran **elevaciones de precios superiores al 60%**.

Salvo las excepciones citadas en las propias tablas, no se tiene en cuenta el origen de las piedras a la hora de establecer sus precios promediados. Un origen concreto certificado puede incrementar el precio.

Los precios se expresan, si no se indica lo contrario, en **EUROSPORQUILATE**.

DIAMANTES TALLA PERILLA

Precios en **Euros/quilate**

1€ = 1,36\$

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
1,00-1,49 CT.	D	9.915	8.013	6.718	5.666	4.341	3.477	3.091	1.788	1.325	795
	E	7.139	6.475	6.556	5.059	4.194	3.366	2.870	1.722	1.258	728
	F	6.233	5.666	5.423	4.937	3.900	3.256	2.759	1.656	1.192	662
	G	4.695	4.614	4.654	4.533	3.863	3.091	2.649	1.523	1.060	629
	H	4.047	3.385	3.311	3.503	3.054	2.693	2.502	1.391	993	596
	I	3.311	3.238	3.164	2.759	2.649	2.428	2.127	1.291	927	563
	J	2.575	2.502	2.355	2.281	2.060	2.060	2.024	1.192	828	530
	K	1.854	1.788	1.722	1.672	1.523	1.457	1.325	1.060	795	497
	L	1.722	1.523	1.457	1.325	1.258	1.192	1.126	861	662	464
	M	1.325	1.258	1.192	1.126	1.060	993	927	728	530	397

Para las piedras de peso superior a 1,20 ct., deberá considerarse un probable incremento de precio del 7-12 %.

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
1,50-1,99 CT.	D	12.303	9.065	8.094	7.001	5.740	4.636	3.826	2.119	1.457	861
	E	9.308	7.932	6.993	6.759	5.004	4.489	3.753	1.987	1.391	795
	F	7.851	7.285	6.435	5.666	4.893	4.341	3.606	1.854	1.325	728
	G	6.313	6.637	5.666	5.342	4.489	4.121	3.311	1.788	1.159	695
	H	4.783	4.562	4.378	4.268	3.900	3.363	2.907	1.589	1.093	662
	I	4.194	3.642	3.606	3.458	3.238	3.017	2.664	1.523	1.026	629
	J	3.238	3.032	2.943	2.811	2.649	2.428	2.281	1.391	927	596
	K	2.185	2.119	2.053	1.987	1.921	1.788	1.722	1.192	861	563
	L	1.854	1.788	1.722	1.656	1.589	1.523	1.391	927	728	513
	M	1.457	1.325	1.258	1.192	1.126	1.060	993	795	596	430

Para las piedras de peso superior a 1,70 ct., deberá considerarse un probable incremento de precio del 7-12 %.

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
2,00-2,99 CT.	D	20.438	16.755	15.460	13.113	9.382	7.005	5.092	2.649	1.391	927
	E	17.702	16.379	12.546	10.846	7.947	6.549	4.930	2.450	1.325	861
	F	13.792	13.331	10.887	10.603	7.873	6.199	4.709	2.318	1.258	795
	G	11.413	10.158	9.794	8.904	7.138	5.769	4.533	2.185	1.225	728
	H	8.808	7.815	6.358	5.887	5.592	4.827	4.010	2.053	1.192	662
	I	6.306	6.071	5.622	4.967	4.636	3.974	3.238	1.921	1.159	629
	J	4.489	4.356	4.047	3.753	3.458	3.238	2.870	1.788	1.126	596
	K	3.444	3.278	3.113	2.815	2.649	2.450	2.185	1.656	993	563
	L	2.914	2.715	2.450	2.252	2.119	1.987	1.854	1.457	927	530
	M	2.185	2.053	1.921	1.788	1.656	1.589	1.391	1.258	795	497

Para las piedras de peso superior a 2,50 ct., deberá considerarse un probable incremento de precio del 5-12 %.

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
3,00-3,99 CT.	D	43.093	30.232	26.286	20.600	14.717	10.007	8.021	4.834	1.987	1.192
	E	31.567	29.139	24.991	18.916	13.981	9.639	7.211	4.371	1.788	1.126
	F	23.473	22.826	19.588	17.301	13.907	9.345	6.902	4.172	1.722	1.060
	G	23.453	21.854	18.576	14.509	12.454	8.411	6.490	3.907	1.656	993
	H	16.740	14.349	13.797	11.258	9.007	7.241	5.960	3.775	1.589	927
	I	11.847	11.258	10.596	9.382	7.443	6.067	4.584	3.642	1.457	861
	J	7.506	7.322	6.696	6.439	5.813	5.004	4.415	3.377	1.258	795
	K	5.960	5.497	5.298	5.033	4.570	3.775	3.311	3.113	1.192	728
	L	4.106	3.907	3.775	3.510	3.377	3.179	3.046	2.914	1.060	662
	M	3.642	3.510	3.377	3.245	3.113	2.980	2.848	2.583	927	596

Para las piedras de peso superior a 3,50 ct., deberá considerarse un probable incremento de precio del 5-12 %.

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
4,00-4,99 CT.	D	47.837	39.273	38.447	31.082	25.828	13.907	9.713	4.967	2.318	1.258
	E	36.181	33.834	32.862	28.249	20.824	12.509	9.345	4.437	1.987	1.192
	F	31.001	29.948	27.520	21.935	18.469	11.972	8.793	4.305	1.854	1.126
	G	26.225	22.664	21.126	19.426	16.998	11.258	8.278	4.172	1.788	1.060
	H	22.075	17.366	16.188	16.556	13.760	10.007	7.689	4.040	1.722	993
	I	14.643	14.054	13.392	12.318	11.847	8.315	6.770	3.907	1.589	927
	J	10.007	9.632	9.257	8.756	8.536	7.726	6.144	3.709	1.457	861
	K	6.689	6.291	6.093	5.762	5.629	5.298	5.166	3.444	1.325	795
	L	5.762	5.563	5.298	5.099	4.901	4.172	3.311	3.311	1.192	728
	M	4.636	4.305	4.040	3.775	3.510	3.245	3.046	2.980	1.060	662

Para las piedras de peso superior a 4,50 ct., deberá considerarse un probable incremento de precio del 5-12 %.

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
5,00-5,99 CT.	D	72.038	56.821	51.965	46.056	34.364	20.456	13.539	5.497	2.649	1.325
	E	55.040	49.536	45.732	41.199	31.126	19.941	12.656	5.298	2.517	1.258
	F	51.155	47.756	43.304	37.638	28.035	18.322	12.436	5.099	2.384	1.192
	G	38.933	34.238	30.839	28.249	21.413	17.586	11.700	4.901	2.185	1.126
	H	27.888	26.049	24.430	20.898	17.881	16.703	9.639	4.768	2.119	1.060
	I	17.881	16.998	16.262	15.820	14.643	13.907	9.419	4.437	1.921	993
	J	13.319	12.583	12.436	12.288	11.994	8.977	7.285	4.238	1.722	927
	K	9.735	9.272	9.073	8.543	7.987	6.225	5.497	4.040	1.589	861
	L	6.887	6.490	6.291	6.159	5.894	5.695	5.232	3.775	1.325	795
	M	5.629	5.430	5.232	4.967	4.834	4.106	3.907	3.576	1.126	728

Para las piedras de peso superior a 5,50 ct., deberá considerarse un probable incremento de precio del 3-12 %.

PESOS SUPERIORES EN www.diamantesoro.org

DIAMANTES TALLA ESMERALDA

Precios en *Euros/quilate*

1€ = 1,36 \$

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
0,90-0,99 CT.	D	4.929	4.128	3.351	3.262	2.946	2.590	2.428	1.546	1.133	809
	E	4.128	3.764	3.238	2.995	2.914	2.347	2.266	1.497	1.052	728
	F	3.582	3.440	3.076	2.971	2.683	2.287	2.125	1.457	971	688
	G	3.157	2.971	2.809	2.914	2.643	2.266	2.024	1.392	907	648
	H	2.752	2.631	2.647	2.428	2.347	2.185	1.943	1.336	850	623
	I	2.477	2.347	2.266	2.234	2.104	2.024	1.700	1.255	809	567
	J	2.202	1.975	1.943	1.902	1.878	1.716	1.518	1.133	785	542
	K	1.760	1.651	1.619	1.595	1.497	1.392	1.368	1.052	769	526
	L	1.445	1.376	1.295	1.255	1.174	1.093	1.032	785	728	461
	M	1.101	1.032	963	931	866	826	769	728	575	380

Para las piedras cercanas al limite superior, deberá considerarse un probable incremento de precio del 8-10 %.

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
1,00-1,49 CT.	D	10.340	6.313	5.342	4.735	3.946	2.995	2.550	1.720	1.376	826
	E	6.629	5.779	4.614	4.209	3.642	2.817	2.380	1.651	1.307	757
	F	5.609	4.998	4.371	3.893	3.472	2.752	2.347	1.582	1.238	688
	G	4.266	4.015	3.683	3.351	3.157	2.736	2.323	1.514	1.101	648
	H	3.521	3.238	3.157	2.946	2.833	2.542	2.024	1.445	1.032	619
	I	2.849	2.712	2.590	2.525	2.339	2.226	1.902	1.368	971	587
	J	2.752	2.533	2.424	2.258	2.149	1.951	1.619	1.238	862	550
	K	1.959	2.104	2.024	1.797	1.700	1.619	1.554	1.125	826	518
	L	2.024	1.959	1.862	1.700	1.538	1.449	1.214	971	728	482
	M	1.619	1.538	1.376	1.295	1.214	1.068	1.538	757	550	413

Para las piedras cercanas al limite superior, deberá considerarse un probable incremento de precio del 8-10 %.

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
1,50-1,99 CT.	D	13.598	9.065	8.256	6.516	6.071	4.759	3.650	2.258	1.514	894
	E	9.106	7.123	6.799	6.233	5.326	4.314	3.618	2.064	1.445	826
	F	8.175	6.799	5.909	5.261	4.937	3.901	3.481	1.926	1.376	769
	G	6.394	5.949	4.937	4.978	4.533	3.788	3.165	1.858	1.202	757
	H	5.261	4.695	4.452	4.047	3.885	3.209	3.003	1.700	1.137	728
	I	5.018	4.614	4.363	3.521	3.400	2.890	2.408	1.582	1.068	704
	J	3.521	3.335	3.157	2.833	2.477	2.270	2.133	1.445	963	696
	K	2.833	2.606	2.550	2.428	2.104	1.939	1.789	1.238	894	688
	L	2.428	2.283	2.258	2.024	1.781	1.582	1.445	963	809	648
	M	1.781	1.700	1.619	1.554	1.222	1.101	1.032	826	728	583

Para las piedras cercanas al limite superior, deberá considerarse un probable incremento de precio del 8-10 %.

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
2,00-2,99 CT.	D	19.102	15.735	12.627	11.109	9.288	6.496	5.099	3.076	1.781	1.012
	E	14.359	12.222	11.109	9.499	8.377	6.403	4.816	2.833	1.578	971
	F	11.049	10.603	9.235	8.377	7.770	6.192	4.776	2.732	1.465	931
	G	9.802	8.863	7.819	7.770	7.163	5.949	4.695	2.550	1.433	890
	H	7.536	6.880	6.382	6.253	5.909	5.180	4.678	2.339	1.376	809
	I	5.585	5.160	5.464	4.877	4.735	4.654	4.209	2.185	1.336	769
	J	4.266	3.893	4.310	3.966	3.950	3.460	3.157	1.983	1.287	728
	K	4.128	3.319	3.238	3.197	2.995	2.833	2.752	1.862	1.214	704
	L	3.618	2.914	2.752	2.671	2.590	2.428	1.943	1.619	1.093	664
	M	2.712	2.347	2.104	2.509	1.862	1.651	1.538	1.457	971	607

Para las piedras cercanas al limite superior, deberá considerarse un probable incremento de precio del 8-10 %.

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
3,00-3,99 CT.	D	36.727	24.185	20.980	19.750	15.784	11.312	7.689	5.099	2.347	1.554
	E	22.842	22.340	19.730	16.694	15.266	10.361	7.001	4.784	2.104	1.489
	F	21.531	18.673	17.993	15.480	12.238	9.875	6.637	4.533	2.024	1.457
	G	16.540	15.411	14.650	13.922	11.312	7.916	5.949	4.266	1.902	1.392
	H	12.627	13.922	12.425	10.927	8.742	6.799	5.706	4.023	1.781	1.336
	I	10.280	10.166	9.713	9.325	7.706	6.208	5.140	3.784	1.619	1.214
	J	8.823	8.175	7.285	6.496	5.889	5.423	4.857	3.642	1.538	1.182
	K	7.366	6.556	6.313	5.666	4.776	4.468	4.347	3.400	1.473	971
	L	4.614	4.452	4.209	4.047	3.642	3.537	3.238	3.027	1.214	728
	M	3.780	3.561	3.481	3.319	3.157	3.076	2.971	2.736	1.044	688

Para las piedras cercanas al limite superior, deberá considerarse un probable incremento de precio del 8-10 %.

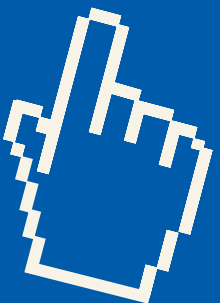
	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
4,00-4,99 CT.	D	47.149	35.210	32.680	27.196	23.635	14.853	12.384	5.318	2.833	1.862
	E	35.048	30.353	28.492	24.930	22.016	12.829	9.794	5.099	2.509	1.554
	F	27.925	26.711	27.035	23.514	17.403	11.615	9.389	4.937	2.347	1.497
	G	24.202	21.450	18.617	18.022	16.755	10.280	7.851	4.630	2.185	1.473
	H	20.640	16.998	16.269	15.480	14.731	9.065	7.285	4.411	2.024	1.408
	I	14.570	13.679	12.465	11.818	11.534	7.770	6.799	4.047	1.943	1.376
	J	10.118	9.146	9.041	8.256	8.175	7.204	5.666	3.885	1.619	1.295
	K	8.499	6.718	6.556	5.415	5.099	4.695	4.452	3.561	1.538	1.214
	L	5.909	5.747	5.504	5.261	4.937	4.614	3.804	3.400	1.319	809
	M	4.857	4.533	4.209	3.885	3.642	3.400	3.238	3.157	1.052	728

Para las piedras cercanas al limite superior, deberá considerarse un probable incremento de precio del 8-10 %.

OTROS PESOS Y TALLAS: WWW.DIAMANTESORO.ORG

© GOLD&TIME. Prohibida su reproducción por cualquier medio.

GOLD&TIME.org



PIEDRAS DE COLOR

Notas generales a las tablas de precios **GOLD&TIME** de Piedras Preciosas de Color

Los precios se basan en la graduación según el sistema desarrollado por el IGE para establecer de una forma rápida y simple una correlación entre las calidades comerciales mencionadas en las tablas Gold&Time y la calidad de las gemas. Este sistema ayuda a tener una orientación aproximada del precio de la gema en función de su calidad, pero **nunca puede entenderse como un precio exacto de compra o venta** en el mercado. El sistema se basa en la determinación de tres de los parámetros de calidad de las piedras de color: **Tonalidad, Intensidad y Pureza**. Estos parámetros deberán evaluarse en este mismo orden para obtener una **nomenclatura de tres letras**. La **tonalidad e intensidad deberán evaluarse A SIMPLE VISTA y sobre una BASE BLANCA**. La **pureza deberá evaluarse A SIMPLE VISTA**. El precio de las piedras de color está condicionado por otros **tres parámetros adicionales: Peso, Calidad de Talla y Tratamientos**. Es importante tener en cuenta que las **tablas G&T** establecen unos precios para gemas de calidad de **TALLA BUENA y SIN TRATAMIENTOS GRAVES**. Para calidades inferiores se aplicaran descuentos sobre los precios publicados.

Procedimiento de graduación: 1.- Determinar **cada uno de los tres parámetros** de calidad, y su clasificación en letras, según la **TABLA 1**.

2.- **En función de los tres parámetros** establecidos determinar la **calidad comercial** según la clasificación de la **TABLA 2**.

El desarrollo completo de esta metodología se encuentra explicado en la página web del IGE, www.ige.org, apartado **GRADUACIÓN DE PIEDRA DE COLOR**.

El IGE aconseja la utilización del sistema GemeWizard como sistema de graduación de calidad de piedra de color más exacto y GemePrice como sistema de valoración internacional de las gemas. Ambos sistemas se explican detalladamente en el mismo apartado de la web del IGE.

TABLA 1 CARACTERÍSTICAS IGE			
TIPO DE TONALIDAD		Graduación	
ESMERALDA	RUBI	ZAFIRO	
"Tipo Colombia"	"Tipo Birmania"	"Tipo Birmania"	A
Otros	Otros	"Tipo Ceylan"	B
		Otros	C
INTENSIDAD		Graduación	
Muy Intenso		A	
Intenso		B	
Media		C	
Claro – Oscuro		D	
Muy Claro – Muy oscuro		E	
CLARIDAD		Graduación	
Sin Inclusiones o muy escasas		A	
Escasas		B	
Notables		C	
Abundantes – Turbia		D	
Muy Abundantes – Opaca		E	

TABLA 2 - EQUIVALENCIAS TABLAS DE PRECIOS GOLD&TIME - CARACTERÍSTICAS IGE						
Color		Claridad				
Ton.	Int.	A	B	C	D	E
A	A	Excepcional	Extra	Alta Joyería	Comercial A+	Comercial A
A	B	Extra	Alta Joyería	Comercial A+	Comercial A	Comercial B
A	C	Alta Joyería	Comercial A+	Comercial A	Comercial B	Comercial C
A	D	Comercial A+	Comercial A	Comercial B	Comercial C	Comercial D
A	E	Comercial A	Comercial B	Comercial C	Comercial D	Comercial E
Color		Claridad				
Ton.	Int.	A	B	C	D	E
B	A	Extra	Alta Joyería	Comercial A+	Comercial A	Comercial B
B	B	Alta Joyería	Comercial A+	Comercial A	Comercial B	Comercial C
B	C	Comercial A+	Comercial A	Comercial B	Comercial C	Comercial D
B	D	Comercial A	Comercial B	Comercial C	Comercial D	Comercial E
B	E	Comercial B	Comercial C	Comercial D	Comercial E	Comercial F
Color		Claridad				
Ton.	Int.	A	B	C	D	E
C	A	Comercial A	Comercial B	Comercial C	Comercial D	Comercial E
C	B	Comercial B	Comercial C	Comercial D	Comercial E	Comercial F
C	C	Comercial C	Comercial D	Comercial E	Comercial F	Comercial G
C	D	Comercial D	Comercial E	Comercial F	Comercial G	

Ton: Tonalidad. Int: Intensidad de color. La Categoría Excepcional presupone la ausencia absoluta de inclusiones sin lupa, y extremadamente pequeñas con lupa 10x

	ESMERALDA			RUBÍ			ZAFIRO		
	Intensidad								
Tonalidad	A	C	E	A	C	E	A	C	E
A									
B									
C									

NOTA A LA INTENSIDAD DE COLOR:
 Los colores demasiado oscuros rebajan la calidad de la piedra en el mismo sentido que los demasiados claros.

NOTAS A LAS MUESTRAS DE COLOR: Estas imágenes se incluyen a título **ESTRICTAMENTE ILUSTRATIVO**. La reproducción impresa **NUNCA** puede equipararse a la observación directa de la piedra de color, que deberá ser observada a través de un sistema patrón, tipo Gemewizard o similar.

ZAFIROS AZULES (Todos los orígenes excepto Burma)

1€ = 1,36 \$

Euros/quilate

	0,02-0,09 ct	0,10-0,29 ct	0,30-0,49	Cab. 1-5ct	Cab. 5-8ct
Extra	359	454	466	1.279	1.734
Alta joyería	158	239	253	674	1.000
Comercial A+	77	143	153	397	605
Comercial A	53	88	98	194	325
Comercial B	29	33	43	103	163
Comercial C	19	22	29	45	50
Comercial D	10	10	14	14	19

	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct	3-4 ct	4-5 ct
Extra	1.870	3.575	4.895	5.500	5.500
Alta joyería	1.301	2.798	3.802	4.544	5.022
Comercial A+	835	2.152	3.013	3.683	4.400
Comercial A	622	1.387	2.033	2.678	2.965
Comercial B	407	765	1.124	1.746	1.925
Comercial C	225	454	717	1.004	1.160
Comercial D	117	251	454	598	646
Comercial E	53	132	232	311	383
Comercial F	27	69	96	153	215
Comercial G	18	33	50	55	72

	5-6 ct	6-8 ct	8-10 ct	10-20 ct
Extra	7.701	9.516	9.901	14.301
Alta joyería	6.218	7.246	7.509	10.522
Comercial A+	5.500	6.074	6.218	7.533
Comercial A	4.018	4.544	4.879	5.835
Comercial B	2.291	2.631	3.181	3.994
Comercial C	1.502	1.746	2.272	2.344
Comercial D	849	1.076	1.387	1.435
Comercial E	442	586	670	729
Comercial F	251	275	323	347
Comercial G	84	96	110	129

Los precios son para venta al mayor, promediados y a título exclusivamente orientativo. GOL & TIME no se responsabiliza de las consecuencias que de su uso indebido pudieran derivarse.

RUBIES (Todos los orígenes excepto Burma)

1€ = 1,36 \$

Euros/quilate

	0,02-0,09ct	0,1-0,29ct	0,3-0,49ct	Cab.1-5ct	Cab.5-8ct
Extra	209	330	825	1.865	4.305
Alta joyería	156	311	562	598	2.248
Comercial A+	130	239	407	335	1.172
Comercial A	91	189	292	191	454
Comercial B	53	139	177	48	191
Comercial C	34	98	141	31	115
Comercial D	10	35	60	14	38

	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct	3-4 ct	4-5 ct
Excepcional	3.491	8.526	14.851	22.001	28.822
Extra	2.529	5.620	10.762	16.142	20.710
Alta joyería	1.720	3.157	7.174	9.925	12.962
Comercial A+	1.242	2.296	4.592	6.218	8.370
Comercial A	919	1.674	2.631	4.544	5.620
Comercial B	607	933	1.375	2.439	2.989
Comercial C	299	474	705	1.114	1.435
Comercial D	105	270	399	574	751
Comercial E	42	139	225	301	380
Comercial F	22	45	84	105	146
Comercial G	16	29	38	57	77

ESMERALDAS (Todos los orígenes)

1€ = 1,36 \$

Euros/quilate

	0,02-0,09 ct	0,1-0,24 ct	0,25-0,49 ct	Cab. <5ct	Cab.5-10ct
Extra	856	1.210	1.675	1.315	2.631
Alta joyería	603	830	1.234	688	1.315
Comercial A+	342	476	708	364	607
Comercial A	127	221	283	223	405
Comercial B	32	97	162	81	202
Comercial C	20	55	91	49	117
Comercial D	8	12	20	16	32

	0,5-1 ct	1-1,5 ct	1,5-2 ct	2-3 ct	3-4 ct
Excepcional	3.909	6.481	7.797	8.936	9.606
Extra	3.258	5.401	6.498	7.447	8.005
Alta joyería	2.428	4.154	4.998	5.828	6.435
Comercial A+	1.821	3.258	3.845	4.897	5.342
Comercial A	1.214	2.283	3.076	3.723	3.905
Comercial B	627	1.333	1.845	2.226	2.448
Comercial C	364	665	1.038	1.214	1.356
Comercial D	192	302	423	587	688
Comercial E	77	143	231	249	372
Comercial F	42	56	85	95	144
Comercial G	22	24	38	40	49

	4-5 ct	5-6 ct	6-8 ct	8-10 ct
Excepcional	9.718	10.053	11.728	15.079
Extra	8.098	8.377	9.774	12.566
Alta joyería	6.556	6.779	7.487	9.511
Comercial A+	5.464	6.050	6.152	7.204
Comercial A	3.986	4.735	5.140	5.383
Comercial B	2.651	3.177	3.642	3.845
Comercial C	1.639	1.963	2.145	2.428
Comercial D	870	951	1.133	1.295
Comercial E	476	516	627	739
Comercial F	192	227	283	344
Comercial G	57	73	81	121

Los precios son para venta al mayor, promediados y a título exclusivamente orientativo. GOLD & TIME no se responsabiliza de las consecuencias que de su uso indebido pudieran derivarse.

ZAFIROS AZULES (Burma)

1€ = 1,36 \$

Euros/quilate

	1-2 ct	2-3 ct	3-4 ct
Excepcional	6.141	8.466	9.872
Extra	5.118	7.055	8.227
Alta joyería	3.587	5.261	6.290
Comercial A+	2.439	3.468	4.544
Comercial A	1.650	2.104	3.133
Comercial B	933	1.160	1.710
Comercial C	402	572	646
Comercial D	167	285	347
Comercial E	77	120	163
Comercial F	36	60	72

	4-6 ct	6-10 ct	10-20ct
Excepcional	15.038	18.079	25.541
Extra	12.531	15.066	21.284
Alta joyería	8.848	11.718	15.784
Comercial A+	6.553	8.729	11.001
Comercial A	4.639	5.763	8.131
Comercial B	2.391	3.492	4.855
Comercial C	737	1.722	1.899
Comercial D	426	789	906
Comercial E	227	383	383
Comercial F	91	153	143

ZAFIROS PADPARADSCHA

1€ = 1,36 \$

Euros/quilate

	1-2 ct	2-3 ct	3-5 ct	5-7 ct
Colección	3.702	7.117	9.987	15.784
Alta joyería	3.085	5.931	8.322	13.153
Comercial A+	1.674	2.810	4.998	6.600
Comercial A	658	868	2.260	2.688
Comercial B	194	251	471	710
Comercial C	77	81	105	158

RUBÍES (Burma)

Euros/quilate

Debido al boicot de las Naciones Unidas al régimen de Myanmar (Birmania) no hay disponibles por el momento cotizaciones de los rubíes de este origen. No obstante, los rubíes no tratados (con certificado) de la siguiente tabla pueden tener su origen en Birmania, en algunos casos previos al boicot.

RUBIES (Sin Tratamientos)

1€ = 1,36 \$

Euros/quilate

	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct	3-4 ct	4-5 ct
Excepcional	13.918	28.325	44.481	68.300	93.267
Extra	11.599	23.604	37.068	56.917	77.723
Alta joyería	6.696	12.077	22.815	30.993	49.240
Comercial A+	4.305	6.648	11.814	16.979	24.661
Comercial A	3.109	4.305	7.987	11.096	13.206
Comercial B	1.722	2.069	4.639	6.457	8.346
Comercial C	741	1.064	1.889	3.276	5.118
Comercial D	273	682	957	1.495	2.150
Comercial E	81	299	359	490	643
Comercial F	33	62	115	148	206
Comercial G	19	29	38	57	77

NOTAS A LOS PRECIOS DE RUBÍES

Flux Healing.- El 'relleno de flujo' (*flux healing*) de las fisuras ocurre durante el tratamiento térmico de los rubíes y suele ir asociado al uso de aditivos de bórax. Una cantidad moderada es admitida en el comercio, pero una presencia significativa supone descuentos en los precios.

	Com. E-G	Com. B-D	Com. A+-A	Exc - A.J.
Ligero - moderado	0 a -5%	0 a -5%	-8% a -12%	-10% a -15%
Destacado	0 a -5%	0 a -5%	-10% a -15%	-15% a -20%

Relleno de vidrio.- La mejora de la apariencia de puraza en el rubi por relleno de fisuras con vidrio está cada vez más extendida, especialmente en calidades de Comercial B hacia abajo. Los precios de estos rubíes oscilan en el mercado internacional entre uno y 50 dólares por quilate, en función de su color, tamaño, brillo y transparencia.

NOTAS A LOS PRECIOS DE ESMERALDAS

En los precios se asume un tratamiento generalizado, admitido y moderado de impregnación con sustancias incoloras y de origen natural, como el aceite de cedro, o polímeros reconocidos por la industria como Opticon (reversible) o Excel™ (duradero). La intensidad de estos tratamientos puede causar diferencias de precios como las siguientes:

	Com. E-G	Com. B-D	Com. A+-A	Exc - A.J.
Ausencia	--	--	+50 a +100%	+100% o más
Baja <1 ct.	--	+5 a 10%	+5 a +10%	+10 a +20%
Baja 1-5 ct.	--	+5 a 10%	+10 a +20%	+20 a +30%
Baja 5-15 ct.	--	+10 a +20%	+20 a +30%	+30 a +50%
Moderada	0%	0%	0%	0%
Extensa	0%	-10 a -30%	-10 a -30%	--

CROMOTURMALINA

1€ = 1,36 \$

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct	3-5 ct	5-10 ct
Extra	243	314	415	445	688
Alta joyería	162	243	344	364	567
Comercial A+	132	202	304	324	486
Comercial A	101	162	263	283	405
Comercial B	79	121	192	243	324
Comercial C	57	81	121	202	243
Comercial D	40	59	81	125	154
Comercial E	24	36	40	49	65

TURMALINA VERDE

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct	3-5 ct	5-10 ct
Extra	40	140	192	202	231
Alta joyería	32	57	142	162	178
Comercial A+	26	49	111	132	150
Comercial A	20	40	81	101	121
Comercial B	14	28	57	81	93
Comercial C	8	16	32	61	65
Comercial D	6	12	24	47	53
Comercial E	4	8	14	32	40

TURMALINA ROJA

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct	3-5 ct	5-10 ct
Extra	83	178	253	283	384
Alta joyería	65	138	202	243	283
Comercial A+	53	105	162	194	223
Comercial A	40	73	121	146	162
Comercial B	30	57	87	103	130
Comercial C	20	40	53	61	97
Comercial D	14	30	42	49	77
Comercial E	8	20	32	36	57

TURMALINA ROSA

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct	3-5 ct	5-10 ct
Extra	83	160	243	253	318
Alta joyería	73	138	182	243	283
Comercial A+	53	95	121	158	202
Comercial A	32	53	61	73	121
Comercial B	23	34	45	55	89
Comercial C	13	16	28	36	57
Comercial D	10	14	22	28	49
Comercial E	6	12	16	20	40

TURMALINA BICOLOR

Euros/quilate	1-3ct	3-5ct	5-10ct	10-20ct	>20ct
Extra	142	192	223	293	n.d.
Alta joyería	121	182	202	223	n.d.
Comercial A+	87	127	142	166	n.d.
Comercial A	53	73	81	109	n.d.
Comercial B	38	51	61	89	n.d.
Comercial C	24	28	40	69	n.d.
Comercial D	16	20	28	47	n.d.
Comercial E	8	12	16	24	n.d.

CUPROTURMALINA

Euros/quilate	1-2ct	2-3 ct	3-5 ct	5-8 ct	8-10 ct
Extra	1.214	1.639	2.752	4.128	4.634
Alta joyería	971	1.457	2.266	2.995	3.764
Comercial A+	789	1.133	1.821	2.610	3.217
Comercial A	607	809	1.376	2.226	2.671
Comercial B	445	648	1.093	1.720	2.226
Comercial C	283	486	809	1.214	1.781
Comercial D	156	273	455	698	1.093
Comercial E	28	61	101	182	405

TURMALINA AZUL

Euros/quilate	1-3ct	3-5ct	5-10ct	10-20ct	>20ct
Extra	202	324	415	465	n.d.
Alta joyería	162	263	344	364	n.d.
Comercial A+	136	192	253	263	n.d.
Comercial A	109	121	162	162	n.d.
Comercial B	81	97	109	109	n.d.
Comercial C	53	53	57	57	n.d.
Comercial D	30	36	57	45	n.d.
Comercial E	8	20	45	32	n.d.

TURMALINA OJO DE GATO

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-3ct	3-5ct	5-10ct	10-20ct
Extra	n.d.	111	182	314	465
Alta joyería	n.d.	81	142	223	364
Comercial A+	n.d.	63	103	162	304
Comercial A	n.d.	45	65	101	243
Comercial B	n.d.	34	49	71	182
Comercial C	n.d.	24	32	40	121
Comercial D	n.d.	15	20	26	79
Comercial E	n.d.	5	8	12	36

TURMALINA PARAÍBA

1€ = 1,36 \$

Euros/quilate	0,2-0,5 ct	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct
Extra	1.497	4.452	9.389	15.581
Alta joyería	971	3.238	5.828	12.141
Comercial A+	728	2.631	4.735	8.904
Comercial A	486	2.024	3.642	5.666
Comercial B	364	1.214	2.428	3.642
Comercial C	243	405	1.214	1.619
Comercial D	162	283	809	1.133
Comercial E	81	162	405	648

La turmalina de Paraíba se produce en una mina del pueblo de São José da Batalha, localizado en el estado de Paraíba en el nordeste de Brasil. Aunque presenta diferentes tonos, los precios indicados lo son para el azul-verdoso «neon», el más intenso de ellos, y para piedras con una notable limpieza, aunque pueden presentar algunas ligeras inclusiones. Las tallas más frecuentes son esmeralda, oval y perilla, si bien abundan tallas propias de la región, co posible prima en el precio.

GRANATE DEMANTOIDE (ANDRADITA)

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct
Extra	870	1.943	3.035
Alta joyería	728	1.457	2.024
Comercial A+	587	1.093	1.619
Comercial A	445	728	1.214
Comercial B	334	546	870
Comercial C	223	364	526
Comercial D	172	255	384
Comercial E	121	146	243

GRANATE TSAVORITA

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-3 ct	3-5 c	5-10 ct
Extra	546	1.275	1.963	2.550
Alta joyería	486	1.012	1.619	2.226
Comercial A+	405	789	1.376	1.862
Comercial A	324	567	1.133	1.497
Comercial B	243	405	749	1.012
Comercial C	162	243	364	526
Comercial D	111	162	279	425
Comercial E	61	81	194	324

GRANATE ALMANDINO

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-5 ct	5-10 c	10-30 ct
Extra	8	16	26	49
Alta joyería	6	12	20	32
Comercial A+	6	11	16	24
Comercial A	5	10	12	16
Comercial B	4	7	9	12
Comercial C	2	4	6	8
Comercial D	2	2	4	6
Comercial E	1	1	2	3

GRANATE PIROPO

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-5 ct	5-10 c	10-20 ct
Extra	26	34	38	45
Alta joyería	16	24	28	32
Comercial A+	12	17	20	22
Comercial A	8	10	12	12
Comercial B	5	7	9	10
Comercial C	2	4	6	8
Comercial D	2	2	4	6
Comercial E	1	1	2	3

GRANATE GROSSULARIA VERDE

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-3 ct	3-5 c	5-10 ct
Extra	30	172	364	486
Alta joyería	24	121	243	364
Comercial A+	22	89	162	243
Comercial A	20	57	81	121
Comercial B	16	36	55	81
Comercial C	12	16	28	40
Comercial D	7	10	18	26
Comercial E	2	4	8	12

GRANATE GROSSULARIA NARANJA

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-3 ct	3-5 c	5-10 ct
Extra	26	42	71	152
Alta joyería	24	36	61	121
Comercial A+	22	32	51	97
Comercial A	20	28	40	73
Comercial B	16	22	34	57
Comercial C	12	16	28	40
Comercial D	7	10	18	26
Comercial E	2	4	8	12

OTROS VARIEDADES, COLORES Y GEMAS:
WWW.GOLDANDTIME.ORG/DIAMANTESORO

ZAFIRO ESTRELLA

Euros/quilate

	0,5 - 1 ct	1 - 3 ct	3 - 5 ct	5 - 10 ct	10 - 20 ct
Extra	263	167	574	1.291	717
Alta joyería	191	96	574	1.148	574
Comercial A+	143	96	287	861	574
Comercial A	96	48	287	574	287
Comercial B	60	48	72	359	287
Comercial C	24	12	72	143	72
Comercial D	17	12	12	84	72

1€ = 1,36

RUBI ESTRELLA

Euros/quilate

	0,5 - 1 ct	1 - 3 ct	3 - 5 ct	5 - 10 ct	10 - 20 ct
Extra	1.636	1.100	694	2.128	1.435
Alta joyería	1.071	536	694	1.387	694
Comercial A+	703	536	466	1.160	694
Comercial A	335	167	466	933	466
Comercial B	273	167	158	624	466
Comercial C	210	105	158	316	158
Comercial D	124	105	24	182	158

AGUAMARINA

Euros/quilate

	0,5 - 1 ct	1 - 3 ct	3 - 5 ct	5 - 10 ct	10 - 25 ct
Extra	168	395	451	587	421
Alta joyería	154	344	417	526	397
Comercial A+	105	204	304	360	318
Comercial A	89	166	263	316	291
Comercial B	47	77	144	184	194
Comercial C	36	65	109	142	150
Comercial D	10	20	24	40	45
Comercial E	4	4	8	24	28

ALEJANDRITA

Euros/quilate

	<0,5 ct	0,5 - 1 ct	1 - 2 ct	2 - 3 ct	3 - 5 ct
Extra	3.440	4.553	6.728	9.106	9.561
Alta joyería	3.238	4.249	6.172	8.094	8.398
Comercial A+	2.529	3.238	4.502	5.362	5.464
Comercial A	2.226	2.833	3.946	4.654	4.857
Comercial B	1.315	1.645	2.327	2.732	3.136
Comercial C	1.012	1.267	1.821	2.226	2.631
Comercial D	243	344	546	769	1.052
Comercial E	81	182	283	324	486

TANZANITA

Euros/quilate

	0,5 - 1 ct	1 - 2 ct	2 - 3 ct	3 - 10 ct	10 - 20 ct
Extra	304	354	395	445	459
Alta joyería	263	304	364	425	433
Comercial A+	212	273	344	395	409
Comercial A	162	243	324	364	384
Comercial B	121	182	243	273	293
Comercial C	81	121	162	182	202
Comercial D	61	87	111	132	138
Comercial E	40	53	61	81	73

PERIDOTO

Euros/quilate

	0,5 - 1 ct	1 - 2 ct	2 - 3 ct	3 - 5 ct	5 - 10 ct
Extra	25	83	144	174	182
Alta joyería	15	65	101	154	162
Comercial A+	12	49	79	109	121
Comercial A	10	32	57	65	81
Comercial B	8	23	38	49	59
Comercial C	6	13	19	32	36
Comercial D	4	8	13	23	30
Comercial E	2	2	6	13	24

TOPACIO AMARILLO - DORADO

Euros/quilate

	0,5 - 1 ct	1 - 2 ct	3-5 ct	5 - 10 ct	10 - 20 ct
Extra	53	223	328	344	354
Alta joyería	45	182	190	202	223
Comercial A+	36	121	136	162	172
Comercial A	28	61	81	121	121
Comercial B	20	45	63	85	91
Comercial C	12	28	45	49	61
Comercial D	8	18	28	32	38
Comercial E	4	8	12	16	16

TOPACIO IMPERIAL

Euros/quilate

	0,5 - 1 ct	1 - 2 ct	3-5 ct	5 - 10 ct	10 - 20 ct
Extra	121	563	698	830	876
Alta joyería	81	397	506	607	619
Comercial A+	65	253	389	445	457
Comercial A	49	109	271	283	295
Comercial B	40	73	176	192	204
Comercial C	32	36	81	101	113
Comercial D	20	24	51	67	77
Comercial E	8	12	20	32	40

OTROS VARIEDADES, COLORES Y GEMAS: WWW.DIAMANTESORO.ORG

PERLAS CULTIVADAS (Euros)

1€ = 1,36 \$

	Extra	Alta Joy.	Joyería	Comerc.	Comerc.-
Akoya-Perlas sueltas					
Diámetro máximo					
2,0-2,5mm	243	202	162	0,81	0,27
2,5-3,0mm	283	223	202	1,21	0,40
3,0-3,5mm	364	283	223	1,42	0,47
3,5-4,0mm	405	324	243	1,82	0,61
4,0-4,5mm	486	384	263	2,02	0,67
4,5-5,0mm	526	405	283	2,23	0,74
5,0-5,5mm	850	648	486	3,24	1,08
5,5-6,0mm	1255	931	648	3,64	1,21
6,0-6,5mm	1497	1012	688	4,45	1,48
6,5-7,0mm	2185	1578	1012	6,48	2,16
7,0-7,5mm	3035	2104	1457	8,90	2,97
7,5-8,0mm	6678	4452	2833	14,97	4,99
8,0-8,5mm	14165	9106	5059	30,35	10,12
8,5-9,0mm	18212	13153	7689	38,45	12,82
9,0-9,5mm	52612	32377	17605	82,97	27,66
9,5-10,0mm	64753	40471	24283	115,34	38,45

Akoya-Hilos de 16/18"

Diámetro máximo

2,0-2,5mm	273	233	152	101	34
2,5-3,0mm	273	233	162	101	34
3,0-3,5mm	279	233	162	101	34
3,5-4,0mm	304	243	162	101	34
4,0-4,5mm	354	263	178	107	36
4,5-5,0mm	405	283	196	115	38
5,0-5,5mm	637	455	263	121	40
5,5-6,0mm	789	516	334	182	61
6,0-6,5mm	870	577	334	162	54
6,5-7,0mm	1.164	789	455	192	64
7,0-7,5mm	1.437	900	516	243	81
7,5-8,0mm	1.922	1.133	627	324	108
8,0-8,5mm	2.307	1.416	830	445	148
8,5-9,0mm	3.197	2.226	1.336	648	216
9,0-9,5mm	5.464	3.642	2.307	1.336	445
9,5-10,0mm	8.094	5.261	3.238	1.740	580

China aguadulce-Hilos. Blancas

Diámetro máximo

3-4mm	n.d.	20	9	2	1
4-5mm	n.d.	61	20	6	2
5-6mm	n.d.	79	34	12	4
6-7mm	n.d.	144	47	17	6
7-9mm	n.d.	279	95	23	8
8-9mm	n.d.	992	405	162	54
9-10mm	n.d.	1.538	567	202	67
10-11mm	n.d.	2.550	971	324	108

China aguadulce-Hilos. Color

Diámetro máximo

3-4mm	n.d.	61	36	10	3
4-5mm	n.d.	73	45	13	4
5-6mm	n.d.	202	101	28	9
6-7mm	n.d.	405	202	61	20
7-9mm	n.d.	789	253	97	32
8-9mm	n.d.	1.194	364	117	39
9-10mm	n.d.	1.174	506	182	61
10-11mm	n.d.	2.712	1.012	364	121

Mares del Sur- Hilos de 16". Barrocas.

Otros largos, multiplicar por factor de longitud. Diámetro máximo

10-11mm	364	243	170	105	36
11-12mm	526	334	233	121	40
12-13mm	688	455	273	162	54
13-14mm	1.093	607	384	243	81
14-14,5mm	1.619	971	567	324	108
14,5-15mm	2.428	1.538	809	304	101
15-15,5mm	2.833	1.862	971	526	175

Mares del Sur. Perlas sueltas. Blancas. Hilos

Diámetro máximo

10-12,5mm	10.118	7.285	4.857	3.440	1.147
12,5-15mm	25.092	14.165	8.499	5.666	1.889

Tahití- Perlas sueltas. Redondas. Negras (Precio por perla)

Diámetro máximo

8,0-8,5mm	142	97	57	30	10
8,5-9,0mm	160	111	63	32	11
9,0-9,5mm	212	142	79	40	13
9,5-10,0mm	227	152	87	45	15
10-10,5mm	259	182	115	53	18
10,5-11mm	277	196	121	57	19
11-11,5mm	302	221	146	79	26
11,5-12mm	342	257	156	87	29
12-12,5mm	403	275	178	97	32
12,5-13mm	563	344	219	109	36
13-13,5mm	603	383	247	125	42
13,5-14mm	789	459	287	156	52

INFORME

La importación de joyería se reduce cerca de dos puntos respecto a 2012 y las exportaciones siguen creciendo a buen ritmo

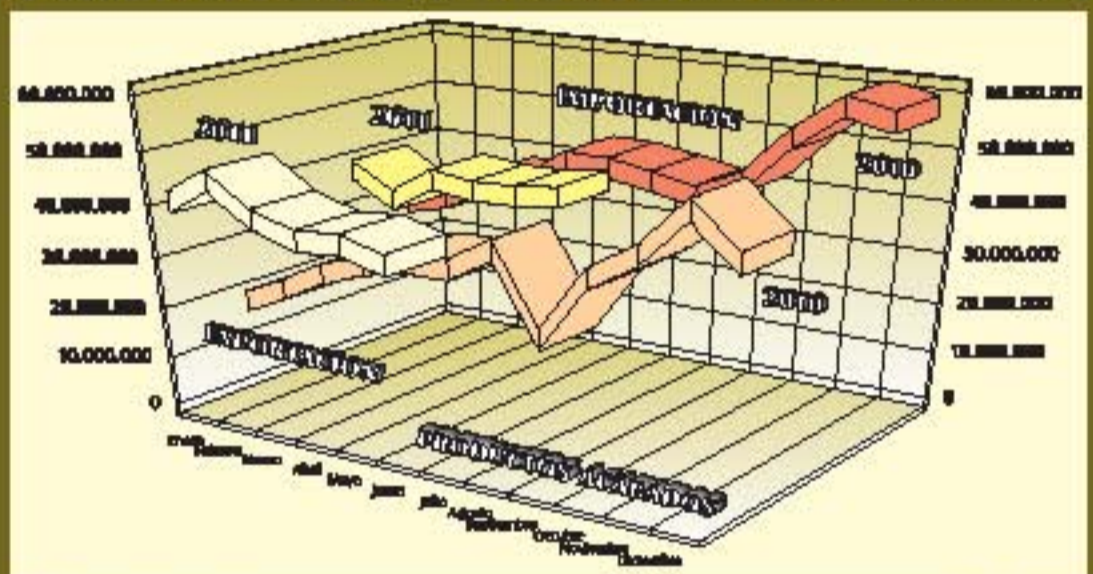
Las importaciones de joyería acabada cayeron de forma moderada a mediados del mes de julio

Los inicios del verano pasado han dado muestras, según las cifras, de una tímida recuperación en cuanto a las importaciones de joyería. Si bien no

crecen, lo cierto es que la caída rozó el 2%, con lo que el mercado muestra una ligera estabilización en la mitad del año. Por su parte las exportaciones

siguen gozando de buena salud y crecen por encima del 33%, impulsadas por la joyería en plata, pero sobre todo por el oro, que supera el 75%.

COMERCIO EXTERIOR JOYERIA / JULIO DE 2013



Fuente: Dirección General de Aduanas

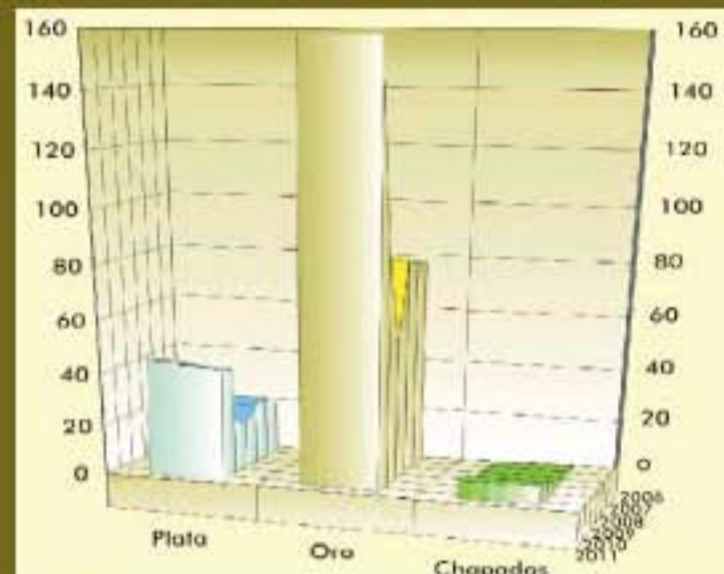
© GOLD TIME

Las importaciones descienden ligeramente en julio

La mayor parte de las importaciones de productos acabados de joyería muestran leves retrocesos durante el mes de julio, ya que cae el volumen de compras de casi todos los productos. No obstante, el buen comporta-

miento de la demanda, que crece sensiblemente cierra el mes con una caída del 1,8%. Las ventas de joyería en oro destacan sobre el resto, al igual que las de plata y la orfebrería.

IMPORTACIÓN METALES PRECIOSOS



Fuente: DGA

© GOLD TIME

Ligero repunte en metales preciosos

En términos interanuales sólo el oro sigue reflejando crecimiento en julio, pero el acumulado del año sigue mostrando la subida moderada

en los precios de los metales preciosos, lo que se refleja en los volúmenes de importación, al igual que sucede con los chapados.

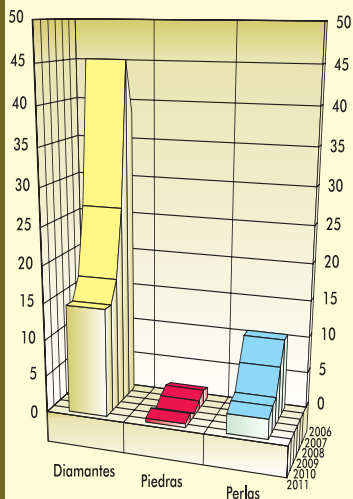
COMERCIO EXTERIOR JOYERIA / JULIO 2012- JULIO 2013

Producto	IMPORTACION			EXPORTACION			Saldo 2013	% Cob. 2013
	2012	2013	▲ %	2012	2013	▲ %		
Perlas	6.488.379	2.231.973	-65,6	2.051.967	1.563.077	-24,31	-678,8	69,58
Diamantes	28.079.569	46.898.394	66,98	7.798.873	7.121.107	-8,69	-39.767,28	15,18
P. Preciosas en bruto	320.165	343.942	7,42	23.554	61.220	159,93	-282.722,00	17,79
Rubí, Zafiro, Esmeralda	1.329.095	145.570	-19,10	349.556	2.168.171	115,26	2.022.601,00	1489,43
Otras P. Preciosas	5.364.529	4.414.780	-17,70	469.479	258.145	-43,81	-4.156.615,00	5,84
P. Sintéticas	1.342.033	1.805.929	34,56	5.511.608	46.472	-91,57	-1.341.467,00	25,71
Polvo de gemas	2.613.222	1.434.741	-45,10	1.097.167	95.295	-91,31	-1.339.446,00	6,64
Plata	48.065.701	43.375.188	-9,76	55.222.609	80.901.266	46,50	37.526.078,00	186,51
Chapados plata	1.658.717	825.208	-50,25	137.166	25.576	-81,35	-799.632,00	3,09
Oro	12.1468.858	164.713.390	5,60	559.569.355	648.011.273	35,80	483.297.883,00	393,41
Chapados oro	30.547	86.816	184,20	21.440	191.509	793,23	104.693,00	220,59
Platino	19.109.550	13.005.939	-31,94	29.727.133	20.993.191	-29,38	7.987.252,00	161,41
Paladio	7.438.539	7.422.704	-0,21	1.290.061	1.106.308	-29,38	-6.316.396,00	14,90
Rodio	1.521.427	935.843	-38,48	260.439	186.771	-28,30	-749.072,00	19,95
Chatarra M.P.	68.586.394	65.382.577	-4,67	142.626.478	293.164.536	105,55	227.781.959,00	448,38
Mat. Primas	3134.16.725	363.012.974	12,63	547.675.956	1.056.301.917	36,16	703.288.943,00	129,62
Joyería en Plata	92.926.320	77.380.700	-26,27	43.221.104	55.105.677	17,50	-22.275.023,00	71,21
Joyería en Oro	146.057.236	170.566.092	6,78	200.630.836	571.306.106	76,8	400.740.014,00	334,94
Joyería chapados	4.244.195	4.324.816	1,89	11.714.755	6.932.184	-40,82	2.607.368,00	160,28
Orfebrería Plata	5.306.143	4.452.879	-16,10	2.067.657	3.025.481	46,32	-1.427.398,00	67,94
Orfebrería Oro	585.584	292.117	-50,11	764.828	62.468	-71,83	-229.669,00	21,38
Orf. chapados	1.333.659	104.994	-42,13	4.064.162	1.867.109	-54,06	1.762.115,00	1778,30
Otras man. Met. Prec.	1.322.797	1.777.955	34,41	1.605.405	17.378.222	52,48	15.600.267,00	977,42
Otras man. P. Prec.	6.627.618	3.524.662	-46,82	1.782.853	1.420.429	-20,33	-2.104.233,00	40,29
Bisutería	177.226.942	161.068.973	-9,11	32.222.534	39.691.681	23,18	-121.377.292,00	24,64
Monedas M.P.	274.414	210.590	-23,25	4.206.010	1.981.626	-52,89	1.771.036,00	940,98
Prod. acabados	435.904.908	423.703.778	-1,8	156.830.349	698.770.973	33,32	275.067.195,00	164,91
TOTAL	749.321.633	752.716.752	3,65	704.506.305	1.455.072.890	97,72	978.356.138	105,06

NOTA A LOS LECTORES: Por una incidencia técnica ajena a la voluntad de GOLD&TIME, recuperamos los informes publicados en la pasada edición de Mayo.

IMPORTACIÓN DE GEMAS

Enero-Jul. 2006/2013



Poco volumen en las gemas importación

La compra internacional de piedras sufre caídas en todos los productos, a excepción de las tres grandes gemas (Rubí, Zafiro y Esmeralda), que sí registran un saldo positivo (81%) aunque bien es cierto que con un volumen 'irrisorio' si se le compara con otros meses de mayor actividad. En febrero, el volumen de las tres piedras apenas supera los 82.000 euros. Atendiendo a los datos, casi todas las gemas caen en una horquilla situada entre el 50% y el 60% de su valor respecto al mismo periodo de 2011, tanto piedras en bruto como el polvo de gemas, o las sintéticas.

Algo menor, pero sí cercana al 40% es la caída de los diamantes, que descienden de los cuatro hasta los dos millones de euros en cuanto a las importaciones registradas por la DGA. El mes de julio no es precisamente pródigo en cuanto a volúmenes de compras de gemas y otras piedras preciosas, lo cierto es que este periodo se caracteriza por un completo descalabro en el mercado importador.

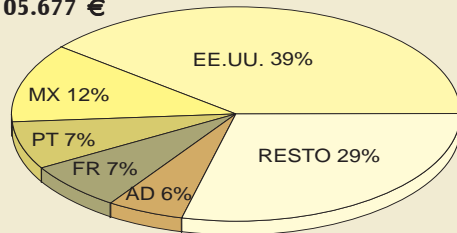
COMERCIO EXTERIOR DE JOYERÍA

Enero-Julio2013

EXPORTACIÓN

JOYERÍA EN PLATA: 53.105.677 €

- EE.UU
- MÉXICO
- PORTUGAL
- FRANCIA
- ANDORRA
- RESTO



PAIS	Euros	%
TOTAL	53.105.677	100,00
EE.UU.	20.552.672	39,11
MEXICO	9.625.732	12,10
PORTUGAL	4.024.598	7,30
FRANCIA	3.902.850	7,10
ANDORRA	2.085.915	5,60
RESTO	16.913.908	28,87

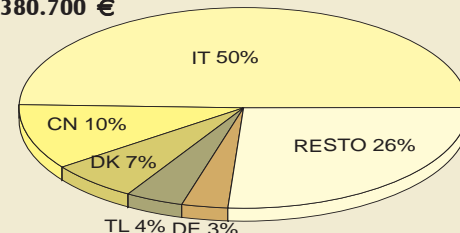
EE.UU mantiene su distancia durante julio

Los Estados Unidos se mantienen como mercado de referencia en las exportaciones españolas de plata, abarcando más de la mitad del mercado seguido de un México que se recupera casi un punto respecto al ejercicio anterior. Francia y Andorra también mejoran en sus compras.

IMPORTACION

JOYERÍA EN PLATA: 71.380.700 €

- ITALIA
- CHINA
- DINAMARCA
- TAILANDIA
- ALEMANIA
- RESTO



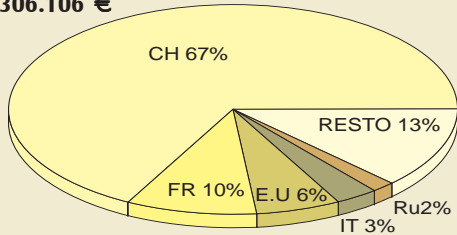
PAIS	Euros	%
TOTAL	71.380.700	100,00
ITALIA.	20.493.340	49,54
CHINA	13.737.699	10,33
DINAMARCA	10.150.138	6,61
TAILANDIA	8.424.916	4,05
ALEMANIA	6.824.375	3,46
RESTO	12.749.876	26,00

China supera a Dinamarca como importador

Italia sigue en su línea y Alemania también pierde un puesto respecto a Tailandia, que se sitúa cuarta. Una de las referencias mensuales como país vendedor de joyería en plata, Dinamarca, resulta desbancado por la potencia de China con más de un millón de euros en ventas.

JOYERÍA EN ORO: 561.306.106 €

- EE.UU
- MÉXICO
- ITALIA
- PORTUGAL
- FRANCIA
- RESTO



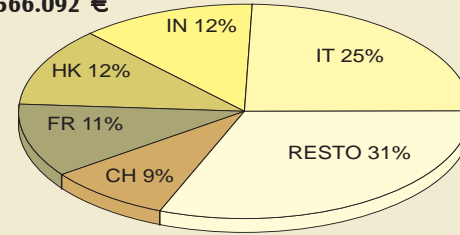
PAIS	Euros	%
TOTAL	540.306.106	100,00
SUIZA.	363.519.723	67,13
FRANCIA	54.736.960	9,60
EE.UU	35.255.835	6,17
ITALIA	16.326.222	2,85
RUSIA	9.569.056	1,67
RESTO	71.898.309	12,58

Suiza sigue imponiendo su 'ley' en el oro

La joyería en oro española continúa teniendo nombre suizo. El resto de países tradicionales de llegada de la joyería española no sufre alteraciones en sus posiciones habituales aunque eso sí, el monto total de exportaciones en oro mantiene una gran fuerza durante ese mes.

JOYERÍA EN ORO: 170.566.092 €

- ITALIA
- INDIA
- HONKKONG
- FRANCIA
- SUIZA
- RESTO



PAIS	Euros	%
TOTAL	1550.566.092	100,00
ITALIA.	41.905.579	24,56
INDIA	21.006.954	12,31
HONKKONG	20.274.789	11,90
FRANCIA	11.406.515	11,38
SUIZA	14.971.216	8,78
RESTO	53.001.353	31,10

Exportación igualada en puestos de cabeza

En materia de exportaciones de joyería en oro los países vendedores no mantienen tantas diferencias entre sí.. A excepción de Italia, que cosecha un 25%, India, Honk Kong y Francia prácticamente se aseguran un 12% de la tarta cada uno, seguidos muy de cerca por Suiza.



“BAHNE BONNIKSEN El inventor del Karrusel”

- * Un libro imprescindible para el experto en relojería
- * 477 páginas, con fotografías
- * Anexo un diccionario enciclopédico de relojes

INFORMACIÓN Y COMPRA DIRECTA:

Tel: 91 369 41 00 / Fax: 91 369 18 39
publicaciones@gruponexo.org

INFORME

Desciende el valor de los automáticos en oro durante el pasado mes de julio, pero con un ligero alza en las compras

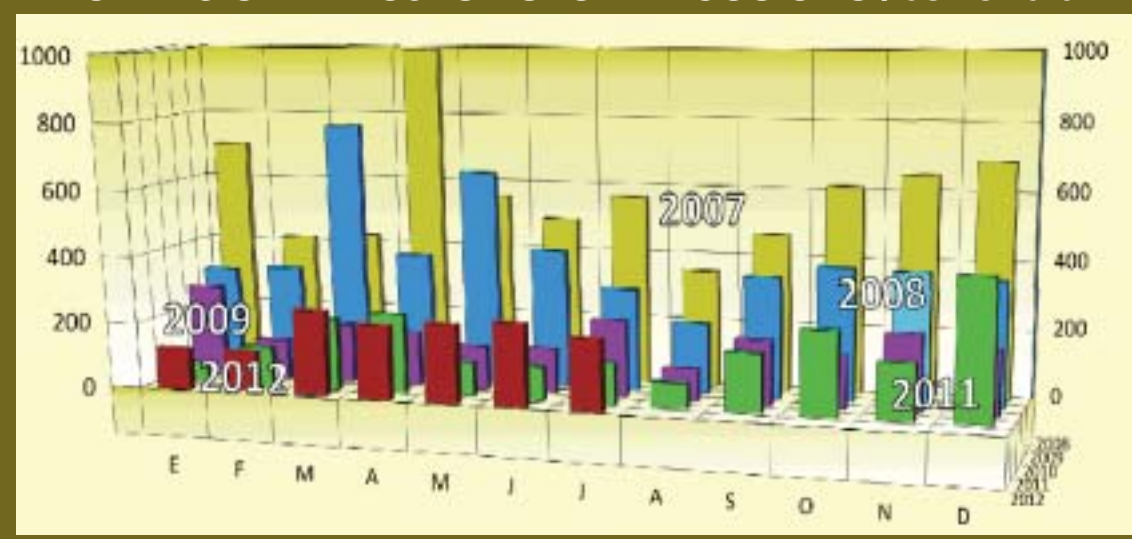
La ralentización del mercado de gama alta sigue afectando pese a unas importaciones aún al alza

Contradictorias tenencias las de las importaciones de relojería en marzo, siempre dentro del bajo perfil que las caracteriza todo el año. La gama más alta, los

automáticos de oro procedentes de Suiza, cuyas importaciones crecieron un 22% en volumen pero bajaron en valor. La relojería comercial registró un

notable crecimiento en valor, pero acompañado de una baja en volumen, que indica que se ha producido un encarecimiento de la moneda de cambio.

IMPORTACIÓN RELOJES AUTOMÁTICOS ORO / JULIO 2013



Dada la situación de los mercados monetarios en este año, está claro que lo que se produjo fue un encarecimiento de los productos —cuyos orígenes son prácticamente todos ajenos al euro— que conllevó también un descenso de pedidos y la consiguiente baja en el volumen importado. Huelga decir que el valor unitario creció hasta superar los 21 euros. Por el contrario, y siempre dentro de los relojes en acero, los automáticos si crecieron y en una cantidad apreciable, del 151% aunque a unos precios unitarios considerablemente más bajos, pues el valor sólo aumentó un 48%. De este modo, su valor unitario retrocedió a los 172 euros, desde los casi 300 del mismo mes del año pasado. En el conjunto del trimestre, sin embargo, todavía la

tendencia es la contraria, con alzas en volumen y valor, pero mayor en euros que en unidades. Por lo que se refiere a la alta gama se registró un crecimiento del 22% en los automáticos suizos de oro, pero acompañada por un descenso del 2% en valor. El inicio del verano deshizo las expectativas que se empezaban a generar en los meses anteriores. En el segmento troncal del Sector, el de los analógicos de cuarzo en metales no preciosos, se produjo un nuevo retroceso en las importaciones en volumen que no llegaron los ochocientos mil euros, con un descenso de casi el 8% con respecto al mismo mes del año pasado. Retroceso que no fue seguido por las cifras en valor, ya que éstas crecieron en un 13%, rozando los 17 millones de euros.

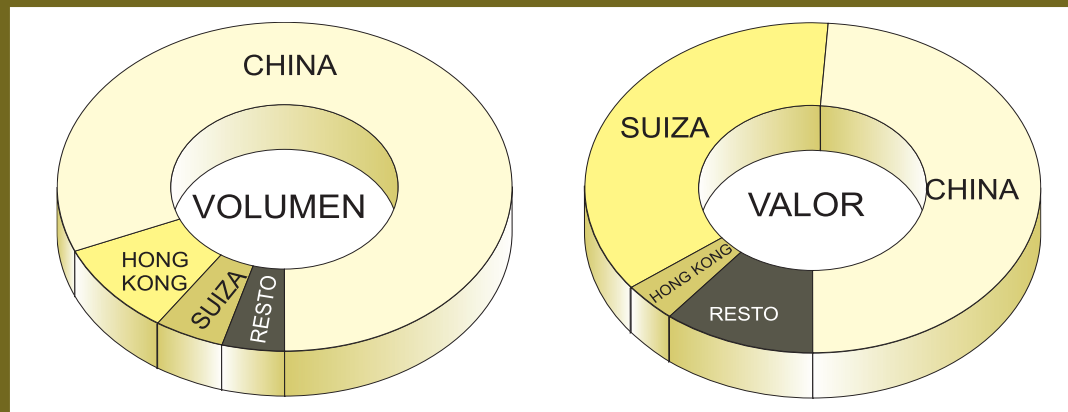
COMERCIO EXTERIOR DE RELOJERIA / JULIO 2012 - JULIO 2013

Producto	VALOR			UNIDADES			VALOR UNITARIO	
	2012	2013	%	2012	2013	%	2012	2013
ORO/CHAPADOS CUARZO	4.586.268	9.487.006	103,86	89.894	165.015	107,83	463,54	57,49
ORO/CHAPADOS AUTOMATICOS	4.011.070	2.767.750	-31,00	2.116	1.374	-35,07	1.895,5	2.014,37
ORO/CHAPADOS MANUALES	4.380.633	691.589	-84,21	2.247	7.491	233,38	1.949,55	92,32
ORO/CHAPADOS BOLSILLO	253.626	441.203	73,96	28.862	30.432	5,44	8,79	14,50
TOTAL ALTA REL. PULSERA	13.231.597	13.887.548	2,18	43.119	104.312	73,83	306,86	65,53
PUL. ANA. CUARZO	40.782.029	46.401.142	13,78	2.512.397	2.588.526	3,03	16,23	17,93
PULSERAS DIGITALES	2.369.576	3.161.211	33,41	409.298	962.040	135,05	5,79	3,29
PULSERAS ANA-DIGI	5.006.108	5.834.850	16,55	1.063.610	1.307.593	22,94	4,71	4,46
PUL AUTOMATICOS	14.936.224	20.121.136	34,71	99.974	118.212	18,24	149,40	170,21
PULSERAS MANUALES	3.684.233	2.332.550	-36,69	48.622	383.928	689,62	75,77	6,08
BOLSILLO CUARZO	3.444.418	2.878.664	-16,43	374.924	253.706	-32,33	9,19	11,35
BOLSILLO MECANICOS	1.685.673	1.045.736	-37,96	462.281	319.430	-30,90	3,65	3,27
OTROS PEQ CUARZO	427.594	344.482	-19,44	778.048	251.881	-67,63	0,55	1,37
OTROS PEQ MECANICOS	162.932	85.901	-47,28	78.469	198.931	153,52	2,08	0,43
TOTAL REL. PUL. NO ORO	72.498.787	82.205.672	13,39	5.827.623	6.384.247	9,55	12,44	12,88
TOTAL REL. PUL. Y BOL.	85.730.384	95.593.220	11,50	5.870.742	6.588.559	12,23	14,60	14,51
DESPERTADORES ELEC	1.498.549	1.344.326	-10,29	811.552	789.024	-2,78	1,85	1,70
DESPERTADORES MEC	50.331	132.097	162,46	30.537	70.800	131,85	1,65	1,87
TOTAL DESPERTADORES	1.548.880	1.476.424	-4,68	842.089	859.824	2,11	1,84	1,72
PARED ELECTRICOS	1.578.049	1.750.995	10,96	650.858	710.880	9,22	2,42	2,46
PARED MECANICOS	257.703	464.643	80,30	55.015	217.219	294,84	4,68	2,14
OTROS ELECTRICOS	561.000	506.849	-9,65	218.601	240.591	10,06	2,57	2,11
MESA MECANICOS	200.190	138.537	-30,80	93.794	82.077	-12,49	2,13	1,69
OTROS MECANICOS	221.247	129.328	-41,55	83.049	44.310	-46,65	2,66	2,92
TOTAL REL. GRUESA	2.818.190	2.990.352	6,11	1.101.317	1.295.077	17,59	2,56	2,31
TOTAL REL. TERMINADOS	90.097.453	100.059.996	11,06	7.814.148	8.743.460	11,89	11,53	11,44
PEQ MOVOTOS CUARZO	475.911	871.584	83,14	82.815	96.067	16,00	5,75	9,07
MOVOTOS CUARZO GRUESA	102.161	32.790	-67,90	36.174	36.442	0,74	2,82	0,90
OTROS MOVOTOS GRUESA	11.956	19.749	65,18	4.285	234	-94,54	2,79	84,40
MOVOTOS PULSERA Y PARTES	105.461	261.856	148,30	8.513	399.536	4.593,25	12,39	0,66
TOTAL MOVIMIENTOS	695.489	1.185.978	70,52	131.787	532.279	303,89	5,28	2,23
CAJAS MP PUL Y BOL	—	—	—	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.
OTRAS CAJAS PUL Y BOL	154.862	176.963	14,27	5.447	3.456	-36,55	28,43	51,20
PARTES CAJAS PUL Y BOL	162.800	106.134	-34,81	33	40	21,21	4.933,34	2.653,36
ARMYS MP Y SUS PARTES	33.241	65.245	96,28	0	0	N.D.	N.D.	N.D.
ARMYS NO MP	588.464	595.664	1,22	0	0	N.D.	N.D.	N.D.
TOTAL CAJAS Y ARMYS	940.266	944.245	0,42	5.480	3.496	-26	172	N.D.

IMPORTACIÓN DE RELOJES DE PULSERA - Enero-Julio ANALÓGICOS DE CUARZO (No metales preciosos)

PAIS	UNIDADES	%	VALOR	%	V. UNITARIO	▲ %
TOTAL	6.699.495	100,00	106.515.083	100,00	15,90	0,00
CHINA	5.444.035	81,26	51.946.487	48,77	9,54	-39,98
HONG KONG	613.480	9,16	4.087.408	3,84	6,66	-58,09
SUIZA	351.249	5,24	38.844.534	36,47	110,59	595,58
ITALIA	61.734	0,92	1.848.633	1,74	29,95	88,35
ALEMANIA	37.524	0,56	1.353.581	1,27	36,07	126,89
FRANCIA	34.870	0,52	1.780.051	1,67	51,05	221,08
IRLANDA	24.657	0,37	452.908	0,43	18,37	15,53
JAPON	20.575	0,31	717.327	0,67	34,86	119,28
TAILANDIA	19.827	0,30	191.121	0,18	9,64	-39,37
PAISES INDETERMINADOS	17.106	0,26	1.021.175	0,96	59,70	275,48
PORTUGAL	14.201	0,21	196.307	0,18	13,82	-13,05
PAISES BAJOS	13.736	0,21	557.749	0,52	40,60	155,39
AUSTRIA	10.165	0,15	1.479.649	2,33	243,94	434,31
REINUNIDO	9.510	0,14	159.987	0,15	16,82	5,81
EE.UU.	9.395	0,14	309.496	0,29	32,94	107,20
BELGICA	4.576	0,07	171.559	0,16	37,49	135,81
POLONIA	3.608	0,05	15.870	0,01	4,40	-72,34
CAMERUN	2.720	0,04	1.647	0,00	0,61	-96,19
DINAMARCA	1.578	0,02	98.281	0,09	62,28	291,74
MACAO	1.429	0,02	1.236	0,00	0,87	-94,56
SUECIA	788	0,01	28.319	0,03	35,94	126,04
CHILE	737	0,01	13.832	0,01	18,77	18,04
LUXEMBURGO	640	0,01	169.825	0,16	265,35	1.568,99
FILIPINAS	473	0,01	8.703	0,01	18,40	15,73
REP. CHECA	244	0,00	17.029	0,02	69,79	338,97
GRECIA	237	0,00	18.700	0,02	78,90	-336,26

IMP. ANALÓGICOS CUARZO (NO METALES PRECIOSOS)



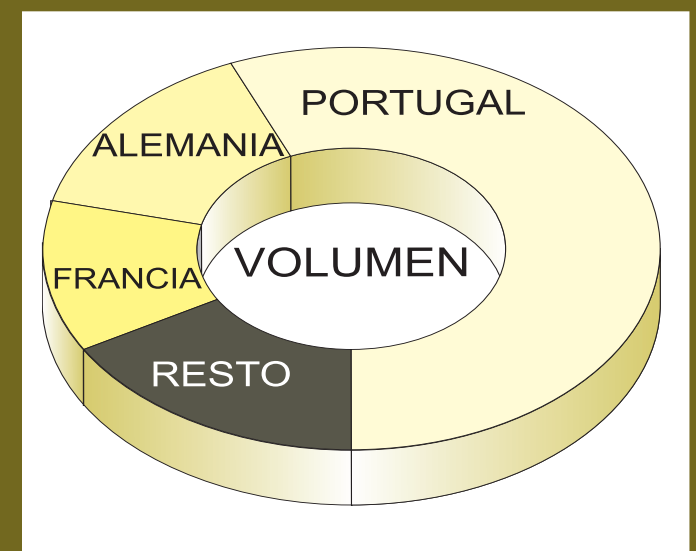
Fuente: Dirección General de Aduanas.

© GOLD TIME

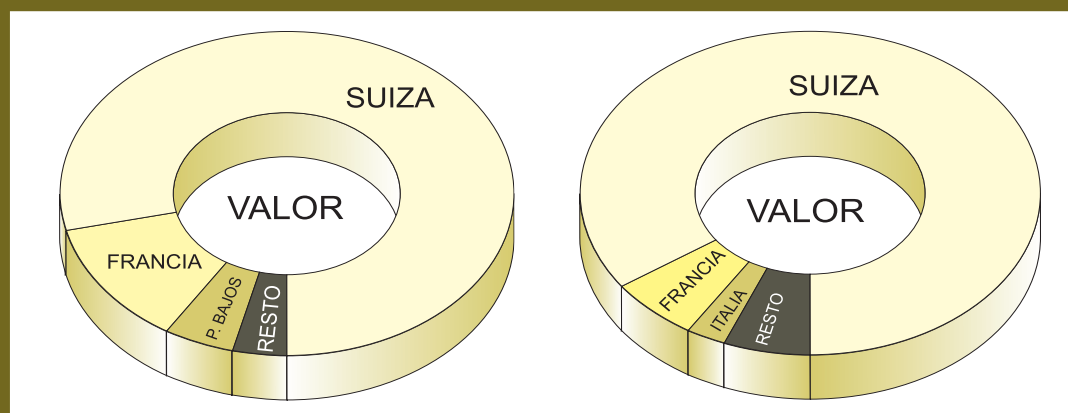
China frena ligeramente su 'mandato' en el mercado

Recién terminado primer semestre y China se mantiene como hegemónica, y si se suma Hong Kong todavía más, aunque no al ritmo de meses anteriores debido a la manida desaceleración económica que sufren, aparentemente, estos mercados. Suiza con presencia significativa en volumen, y muy importante en valor.

EXPORTACIÓN ANALÓGICOS DE CUARZO (NO METALES PRECIOSOS)



IMP. AUTOMÁTICOS METALES PRECIOSOS/CHAPADOS



Fuente: Dirección General de Aduanas.

© GOLD TIME

Suiza encabeza la alta relojería pero vuelve a ceder décimas

Suiza pierde el nivel del 80% del valor de los automáticos de oro, debido a un nuevo avance de Francia, muy exiguo pero suficiente para rasgar unas pocas centésimas. En cuanto a los relojes de acero, sin embargo, el país helvético aumenta su proporción hasta el 84%, aunque con sólo el 13% del volumen.

La relojería española continúa con unas buenas ventas en el exterior

La Unión Europea es sin duda el principal mercado de la exportación de relojes analógicos de cuarzo en acero realizada desde España. La exportación de relojes de gama media mantuvo en el séptimo mes de 2013 una estructura muy constante con gran predominio de la Unión Europea, que supuso cerca del 8% del total, y Francia y Alemania siguen sumando entre ambas casi la mitad de las exportaciones.

Toda la información a tan sólo un *click* en...

 **GOLD and TIME.org**

RELOJERIA

ACTION ☎ 91-5315242
ELMERFOR FAX 91-5233562

ADOLFO DOMINGUEZ ☎ 91-6591260
TIME FORCE ESPAÑA FAX 91-6238989

ARABIAN 'S ☎ 96-3820116
ARABIAN 'S FAX 96-3822880

BOEGLI ☎ 981-223750
HIJOS DE VAZQUEZ CARBALLIDO SL. FAX 981-213551

CAMEL ACTIVE ☎ 96-3615106
DANICCI TEMPO SL FAX 96-3617208

CANDINO ☎ 93-4867500
GRUPO FESTINA LOTUS FAX 93-3106338

CARDINAL ☎ 981-223750
HIJOS DE VAZQUEZ CARBALLIDO SL. FAX 981-213551

CARRERA JOYEROS ☎ 91-7779232
RELOJES CARRERA FAX 91-3806157

CARRERA Y CARRERA ☎ 91-8435193
CARRERA Y CARRERA FAX 91-8435825

CASIO ☎ 934 858 406
CASIO ESPAÑA FAX 934 858 440

CELTUM ☎ 981 138 042
INKA TIME FAX 981 130 421

CERTINA ☎ 91-3346300
SWATCH GROUP FAX 91-3580075

CHRISTIAN DIOR ☎ 91-7810782
LVMH REL. JOY. ESP. FAX 91-5769782

DANI DANICCI ☎ 96-3615106
DANICCI TEMPO SL FAX 96-3617208

DEVON ☎ 981-223750
HIJOS DE VAZQUEZ CARBALLIDO SL. FAX 981-213551

DIESEL ☎ 93-3633870
FOSSIL ESPAÑA FAX 93-4109354

DISTROLLER ☎ 917 080 389
ALL SWISS FAX 917 080 400

EBEL ☎ 616 750 866
IBE LUJO CGASTINE@IBELUJO.COM

SERVICIOS
RELOJERIA

CENTRO R. P. IZQUIERDO ☎ 91-5172447
MADRID FAX 91-4743810

POST-VENTA ☎ 981-914134
A CORUÑA FAX 981-914047

VALEMPA ☎ 91-5547249
MADRID FAX 91-5547075

SOFTWARE

GEMARUN ☎ 93-2641790
BARCELONA FAX 93-2641791

TEINOR ☎ 93-3303900
BARCELONA FAX 93-3001919

LABORATORIOS
Y TALLERES

JORGC-GEMMOLOGIA ☎ 933 631 540
BARCELONA FAX 932 009 953

GEMACYT ☎ 91-7000935
MADRID FAX 91-3194000

GEMIOR ☎ 963 517 311
VALENCIA FAX 963 517 311

IGE&MINAS ☎ 914 414 300
MADRID FAX 914 414 302

INST. GEMOLOGICO DE MADRID
☎ 902 200 073 FAX 91-5223645

LAB. M.LLOPIS ☎ 963 749 078
VALENCIA FAX 963 749 078

TALLER DE ENGASTE ☎ 988 227 545
OURENSE ☎ 657 981 994

LAB. M.LLOPIS ☎ 963 749 078
VALENCIA FAX 963 749 078

TALLER DE ENGASTE ☎ 988 227 545
OURENSE ☎ 657 981 994

EDOX ☎ 93-4122628
IND. MARTI RELOJERIA FAX 93-3183138

ELLE GIRL ☎ 981-223750
HIJOS DE VAZQUEZ CARBALLIDO SL. FAX 981-213551

EMPORIO ARMANI ☎ 93-3633870
FOSSIL ESPAÑA FAX 93-4109354

EUROCHRON ☎ 91-4990580
RELOJERIA ALEMANA FAX 91-4990363

FAVRE LEUBA ☎ 91-6591260
VALENTIN, SA FAX 91-6238989

FESTINA ☎ 93-4867501
GRUPO FESTINA LOTUS FAX 93-3106338

FOSSIL ☎ 93-3633870
FOSSIL ESPAÑA FAX 93-4109354

FORSAM ☎ 91-5322300
MANUF. RELOJERAS FAX 91-522252

GAI MATTIOLO ☎ 914 032 262
GRUPO AYSERCO FAX 914 047 846

GIROD ☎ 91-5221194
GIROD FAX 91-5217831

GIOVINE ☎ 914 032 262
GRUPO AYSERCO FAX 914 047 846

INGERSOLL ☎ 917 080 389
ALL SWISS FAX 917 080 400

JAGUAR ☎ 93-4867502
GRUPO FESTINA LOTUS FAX 93-3106338

JESUS DEL POZO ☎ 96-3615106
DANICCI TEMPO SL FAX 96-3617208

JUSTO COM. RELOJERIA ☎ 93-3175787
BARCELONA S.A. FAX:93-3170148

JUSTINA ☎ 979-780019
ALM. RELOJERIA OTERO FAX 979-780590

KRIZIA ☎ 914 032 262
GRUPO AYSERCO FAX 914 047 846

KRONOS ☎ 93-2184455
UNION SUIZA FAX 93-2184516

ASOCIACIONES

AS. ESPAÑOLA JOYEROS ☎ 91-4118209
MADRID FAX 91-5611456

ASOC. ENGASTADORES ☎ 91-4746241
MADRID engastadores@engastadoresdejoyeria.org

AS. ESP. TASADORES ☎ 91-5596866
MADRID FAX 91-5596866

AS. DIS. JOYAS DE AUTOR ☎ 91-8411025
MADRID FAX 91-1410621

AS. ESP. VIAJANTES JOY. ☎ 957-492623
CORDOBA FAX 957-492623

AS. PROV. JOY. CORDOBA ☎ 957-476185
CORDOBA FAX 957-475239

JORGC (COL. CATALUÑA) ☎ 93-2170516
BARCELONA FAX 93-4152092

FEDERACION VASCA ☎ 94-4159098
BILBAO FAX 94-4156162

FEDERACION GALLEGA ☎ 981-597500
SANTIAGO FAX 981-598620

FED. CASTILLA Y LEON ☎ 987-246452
LEON E-MAIL: prilote@infonegocio.com

GREMIO RELOJ. VALENCIA ☎ 96-3527970
VALENCIA FAX 96-3527970

JOYEX ☎ 93-4161210
BARCELONA FAX 93-4152350

COLEGIO CANTABRIA ☎ 942-363877
E-MAIL: COLEGIODEJOYEROSDECANTABRIA@WANADOO.ES

ESTUCHERIA Y
DECORACION

BUBEN& ZÖRWEG ☎ 93-2184455
UNION SUIZA-BARCELONA FAX 93-2184516

CONDE VERA ☎ 957-325536
CORDOBA FAX 957-325465

FORKLING ☎ 96-3574163
VALENCIA FAX 96-3578251

FRUA ESTUCHES ☎ 96-3702369
VALENCIA FAX 96-3833520

INDUSTRIAS PEREZ ☎ 93-4802900
SANT JUST DESVERN FAX 93-4802910

LANCASTER ☎ 914 032 262
GRUPO AYSERCO FAX 914 047 846

LAURIS PARIS ☎ 93-4592526
CASARQUATRO-E. CASARIS FAX 93-4575310

LORENZ ☎ 979-780019
ALM. RELOJERIA OTERO FAX 979-780590

LOTUS ☎ 93-4867500
GRUPO FESTINA LOTUS FAX 93-3106338

LUBER ☎ 93-3589143
LUBER IBERICA FAX 93-3589143

MAURICE LACROIX ☎ 91-4848000
GRUPO MUNRECO FAX 91-4848001

MICRO ☎ 91-3772197
RELOJES MICRO FAX 91-3671408

MONDAINE ☎ 91-3270330
MEYMONT FAX 91-3273753

NADIR- RELY. ARMY'S ☎ 93-4517374
RELOJES NADIR FAX 93-4517374

NOWLEY ☎ 93-4122628
IND. MARTI RELOJERIA FAX 93-3183138

OFFSHORE LIMITED ☎ 981-223750
HIJOS DE VAZQUEZ CARBALLIDO SL. FAX 981-213551

OLTEN ☎ 941-206620
OLTEN, ALM. RELOJERIA FAX 941-206688

ORIENT ☎ 91-5621104
IBERSA FAX 91-5626685

PAUL VERSAN ☎ 95-7431313
RAFAEL GÓMEZ SÁNCHEZ FAX 95-7251600

PERRELET ☎ 93-4867500
GRUPO FESTINA LOTUS FAX 93-3106338

POLICE ☎ 96-3615106
DANICCI TEMPO SL FAX 96-3617208

POTENS ☎ 93-412262
IND. MARTI RELOJERIA FAX 93-3183138

SEGURIDAD

RODOLFO SERVAN, C.S. ☎ 957-497606
CORDOBA FAX 957-475658

RODOLFO SERVAN, C.S. ☎ 91-3932427
MADRID FAX 91-3932427

RODOLFO SERVAN, C.S. ☎ 96-3730736
VALENCIA FAX 96-3353087

RODOLFO SERVAN, C.S. ☎ 93-3170890
BARCELONA FAX 93-3178387

RODOLFO SERVAN, C.S. ☎ 629176970
ZARAGOZA FAX 976-376718

AQUÍ PUEDEN
ESTAR LOS DATOS
DE SU EMPRESA

Solicite información:
☎ 91 369 41 00
publicidad@nexogoldtime.com

FORNITURAS
RELOJERIA

ALGEMCO-JJ COSCOLLA ☎ 96-1690796
VALENCIA FAX 96-1690796

COMERCIAL KIRMAN ☎ 954-563712
SEVILLA FAX 954-211810

COM. REL. VIGOR ☎ 91-5212425
MADRID FAX 91-5215897

GIROD, SL ☎ 91-5221194
MADRID FAX 91-5217831

GRAN ESFERAS ☎ 93-4592170
BARCELONA FAX 93-4592158

IND. MARTI RELOJ. ☎ 93-4122628
BARCELONA FAX 93-3183138

IBÁÑEZ ☎ 943-552436
HERNANI FAX 943-331588

S.E.R. ☎ 91-5216149
MADRID FAX 91-5221712

RACER ☎ 91-5621104
IBERSA FAX 91-5626685

RELOJERIAS CONDAL ☎ 93-3183739
BARCELONA FAX 93-3176998

ROGER DUBUIS ☎ 93-2184455
QUANTIEM FAX 93-2184516

RENATA - PILAS ☎ 93-3175787
UT. Y FOR. JUSTO FAX 93-3170148

ROSKOPF PATENT ☎ 91-5221194
GIROD FAX 91-5217831

SAINT HONORÉ ☎ 981 138 042
INKA TIME FAX 981 130 421

SANDOZ ☎ 91-4848000
GRUPO MUNRECO FAX 91-4848001

SARS ☎ 93-3835304
SARS RELOJEROS FAX 93-4601113

SEIKO ☎ 93-4195888
GERESA FAX 93-4052075

SPAZIO 24 ☎ 917 080 389
ALL SWISS FAX 917 080 400

SWISS MILITARY ☎ 91-5940431
J. AGUIAR FAX 91-4477851

TAG HEUER ☎ 91-7810782
LVMH REL.JOY. ESP. FAX 91-5769782

TAHER ☎ 91-5312348
THERMIDOR FAX 91-5218162

THERMIDOR ☎ 91-5312348
THERMIDOR FAX 91-5218162

THIERRY MUGLER ☎ 96-3615106
DANICCI TEMPO SL FAX 96-3617208

MAQUINARIA

AMELIA GONZALEZ ☎ 968-355609
MURCIA FAX 968-211337

CHAMORRO Y MORENO ☎ 91-3152049
MADRID FAX 91-7335204

COMERCIAL KIRMAN ☎ 954-563712
SEVILLA FAX 954-211810

FORHER ☎ 91-4756594
MADRID FAX 91-4753069

GESTEX IBERICA ☎ 93-2804746
BARCELONA FAX 93-2805955

M&R TOOLS ☎ 91-5319997
MADRID FAX 91-5319997

ROMAR-COMERCIAL ☎ 96-1491890
MELIANA FAX 96-1494826

SUMES ☎ 91-4459412
MADRID FAX 91-4479590

INTERNACIONAL

AGTA ☎ 00121475342-0643
DALLAS FAX 0012147427334

AS.GEMOL. ALEMANA ☎ 0049678143011
IDAR- OBERSTEIN FAX 0049678141616

CIBJO ☎ 00441716134243
LONDRES FAX 00441717295792

CSO ☎ 00441714044444
LONDRES FAX 00441714057020

FED. FRANC JOY. REL. ☎ 0033153772900
PARIS FAX 0033143590274

F. MUN.BOLSAS DIAM. ☎ 003232327655
AMBERES FAX 003232337071

FED. REL. SUIZA ☎ 0041323280828
BIEL/BIENNE FAX 0041323280880

GIA ☎ 0017606034044
CARLSBAD-EE.UU. FAX 0017606034080

HONG KONG TDC ☎ 934158382
BARCELONA FAX 934160148

HRD ☎ 003232220511
AMBERES FAX 003232220724

ICA ☎ 91-4462227
MADRID FAX 91-4470238

ITO. ISRAELI DIAMANTE ☎ 0097237515388
RAMAT GAN FAX 0097237526675

PLATIN Gilde INTNAL. ☎ 0049617151002
OBERURSEL-ALEMANIA FAX 0049617153850

TIME FORCE ☎ 91-6591260
TIME FORCE ESPAÑA FAX 91-6238989

TISSOT ☎ 91-3346300
SWATCH GROUP FAX 91-3580075

TONINO LAMBORGHINI ☎ 914 032 262
GRUPO AYSERCO FAX 914 047 846

TRIUMPH ☎ 914 032 262
GRUPO AYSERCO FAX 914 047 846

VENDOIX ☎ 96-3615106
DANICCI TEMPO SL FAX 96-3617208

VICEROY ☎ 91-4848000
GRUPO MUNRECO FAX 91-4848001

VON DUTCH ☎ 981 138 042
INKA TIME FAX 981 130 421

WALWOOD ☎ 917 080 389
ALL SWISS FAX 917 080 400

ZENITH ☎ 91-7810782
LVMH REL.JOY. ESP. FAX 91-5769782

FERIAS

FERIA JOY. VALENCIA ☎ 96-3861100
VALENCIA FAX 96-3936111

IBERJOYA ☎ 91-7225000
MADRID FAX 91-7225792

JOYACOR ☎ 957-476185
CORDOBA FAX 957-475239

PLAZA GALICIA ☎ 981-597500
A CORUÑA FAX 981-598620

JOYERIA - ORFEBRERIA

18 K GOLD STOCK LA CORUÑA ☎ 981-267344 FAX 981-265110
 ARMANDO MARTINEZ VALENCIA ☎ 96-3534070 FAX 96-3534260
ARNALDO BIETE BARCELONA ☎ 93-3571912 FAX 93-4070444
 ASENSI FERRER SL VALENCIA ☎ 96-3400555 FAX 96-3481676
AURYGEM MADRID ☎ 91-5230435 FAX 91-5231224
 BARIN MADRID ☎ 91-5313795 FAX 91-5224312
 CARLOS GOMEZ TABOADA LA CORUÑA ☎ 981-201954 FAX 981-210876
CARRERA Y CARRERA MADRID ☎ 91-8435193 FAX 91-8435825

CO-COM. FORSA MADRID ☎ 91-522 9242 FAX 91-5312105
 DALUMI BARCELONA ☎ 93-3114380 FAX 93-3456236
DIAMOND JOYERIAS ALGORTA (VIZCAYA) ☎ 94-4911116 FAX 94-4601323
DIAMOND JOYERIAS CORDOBA ☎ 957-294275 FAX 957-299455
 FUSION MADRID ☎ 91-3690705 FAX 91-5224850
GUZMAN Y CORDOBA CORDOBA ☎ 957-438268 FAX 957-438372
HOPEMAN VALENCIA ☎ 96-3960305 FAX 96-3960305
HURTADO JOYEROS MADRID ☎ 91-4717293 FAX 91-4717560

MORA CARBONELL VALENCIA ☎ 96-3519335 FAX 96-3518898
 ONA JOIA-Mª ANG.CALMELL BARCELONA ☎ 93-4186538 FAX 93-2124855
ORENJOYA SA ORENSE ☎ 988-219900 FAX 988-219904
 ORFEBRERIA PASCUAL SA A CORUÑA ☎ 91-5638896 FAX 91-5638931
 PAOLO PIOVAN BARCELONA ☎ 617 333 666 WWW.PAOLPIOVAN.COM
TREBOL DE ORO CORDOBA ☎ 957-471733 FAX 957-498542
VANESSMARK CORDOBA ☎ 957-404175 FAX 957-404175
VENUS PREZIOSI SL S.JUST DESVERN ☎ 93-4990892 FAX 93-4990354

PIEDRAS PRECIOSAS - PERLAS

A.I. INDOGEM MADRID ☎ 91-5777056 FAX 91-5756957
ANTONIO NEGUERUELA MADRID ☎ 91-4462227 FAX 91-4470238
 COLAY BARCELONA ☎ 93-2684132 FAX 93-2681701
 DIANEL SA MADRID ☎ 91-5216925 FAX 91-5316210
FOKKELMAN -LAPIDARIOS MADRID ☎ 91-5224595 E-MAIL: INFO@FOKKELMANGEMS.COM
GEMSTONE-FERMOL MADRID ☎ 91-5701476 FAX 91-5700296
 GOLAY PEARLS BARCELONA ☎ 93-3103514 FAX 93-3198036
HIPERIMPORT SL MADRID ☎ 902-300 444 FAX 91-3652240

HIPERSTONE MARBELLA ☎ 952-766202 FAX 952-766714
JACINTO ALCAZAR SIMON MADRID ☎ 91-5215642 FAX 91-5215642
J. ADRADOS-LAPIDACION MADRID ☎ 91-5329738 FAX 91-6459771
 JOSE LATRE DAVID VALENCIA ☎ 96-3856679 FAX 96-3855200
KUYPERS DMND BARCELONA ☎ 93-2122821 MÓVIL 670090257
NEGUERUELA MADRID ☎ 91-4462227 FAX 91-4470238
VANESSMARK CORDOBA ☎ 957-404175 FAX 957-404175
WHITE PINE TRADING BARCELONA ☎ 93-6111555 TIM@WHITEPINEDIAMONDS.COM

NUEVOS DETALLISTAS Y TALLERES

ONIXTIME, S.L.
 Objeto: Compraventa al por mayor y por menor de objetos relacionados con la actividad de joyería, relojería, piedras preciosas y bisutería.
 Administrador:
 Juana Baños Pagan
 Cartagena de Indias, 14- Bajo
 30203 CARTAGENA
 (Murcia)

JOYERÍA CORONEL, S.L.
 Objeto: Comercio menor de joyería y relojería.
 Administrador:
 Fco. Javier Martínez Bernal
 Bordadora Ángela Morales, 11
 30800LORCA
 (Murcia)

GOLD GJEL, S.L.
 Objeto: Compra y venta de oro y de artículos de joyería, relojería, platería y bisutería. Transformación, comercio y distribución.
 Administrador:
 Fred Gjeloshi
 Pau Piferrer, 12
 08914BADALONA
 (Barcelona)

FACTORY ORO, S.L.
 Objeto: Comercio al por menor de artículos de relojería y joyería. Empeño de artículos.
 Administrador:
 Alfonso Peral Saura
 Tarragona, 1- Bq. 3- Esc. Dcha. 3º Dcha.
 03560 CAMPELLO
 (Alicante)

ORO JEMAUR, S.L.
 Objeto: Compra y venta al por menor de artículos de relojería y joyería.
 Administrador:
 Jesús Atanasio Molina Arenas
 Fontecha, 4- Local
 13250 DAIMIEL
 (Ciudad Real)

GOLDGEOUS, S.L.
 Objeto: Fabricación y comercio de toda clase de artículos de joyería, platería, orfebrería, bisutería y piedras preciosas. Compostura, arreglo y conservación de las mismas.
 Administrador:
 Miguel Carrasco Soria
 Santa Rosa, 10
 14006CÓRDOBA

ESMERALDAS VERDES 2014, S.L.
 Objeto: Comercio de oro, plata, diamantes y piedras preciosas.
 Administrador:
 Mª. Luisa Corbacho Ayala
 Escritora Ángeles López de Ayala, 10
 14005 CORDOBA
 (Córdoba)

DIAMVANY, S.L.
 Objeto: Comercio de todo tipo de joyas y piedras preciosas, perlas de toda clase, objetos de oro, plata y platino, así como relojes.
 Administrador:
 Isabel Citores Torregrosa
 Av. Josep Tarradellas, 119-121- Tienda tercera
 08029 BARCELONA
 (Barcelona)

TONI & FIGUEROA 2013, S.L.
 Objeto: Comercio de piedras preciosas y minerales.
 Administrador:
 Antonio José Ruíz Figueroa
 Barítono José Mª. Aguilar Blanco,
 28- 34
 14005 CORDOBA
 (Córdoba)

NUEVAS EMPRESAS

JOYERÍA HERMANOS PABLO, S.L.
 Objeto: Comercio al por menor de artículos de joyería, bisutería y relojería.
 Administrador:
 Mª. Isabel Pablo Moreno
 Ángel Guimera, 4
 08223 TERRASSA
 (Barcelona)

JOYERÍAS FLORES DESDE 1979, S.L.
 Objeto: Comercio al por mayor y por menor de joyería. **Importación y exportación.**
 Administrador:
 Manuel Flores Mendoza
 Av. Ramón y Cajal, 17
 29602 MARBELLA
 (Málaga)

RELOJES EXCLUSIVOS, S.L.
 Objeto: Compra-venta de oro, plata, joyas, relojes, bisutería y todo tipo de artículos de joyería. Fabricación, reparación, fundición, limpieza y transformación en chatarra.
 Administrador:
 Carlos Ruz Sánchez
 Av. Ricardo Soriano, 25
 29602 MARBELLA
 (Málaga)

JOYERÍA Y RELOJERÍA DE OCASIÓN, S.L.
 Objeto: Compra-venta de orol, plata, joyas, relojes, bisutería y todo tipo de artículos de joyería. Fabricación, reparación, fundición, limpieza y transformación.
 Administrador:
 Francisco José Fernández Figueras
 Ricardo Soriano, 7
 29602 MARBELLA (Málaga)

SALAZAR JOYEROS 1931, S.L.
 Objeto: Compra-venta de artículos de joyería.
 Administrador:
 José Luis Salazar Mahave
 Juan de Garay, 17- Lonja
 48901 BARAKALDO
 (Vizcaya)

OROTRADE, S.L.
 Objeto: Comercio de metales preciosos (oro, plata, platino).
 Administrador:
 Jurgen Horst Schmidtke
 Av. de las Cortes Valencianas, 58- 5º
 46015 VALENCIA

GOLD&TIME INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL DIRECTORIO G&T SOLICITE CONDICIONES EN EL DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD ☎ 91 369 41 00 FAX 91 369 18 39

Suscríbase ahora al Periódico de la nueva Joyería-Relojería

¡Y aproveche una oferta excepcional

GOLD&TIME ofrece a sus suscriptores la posibilidad de elegir el mejor complemento a su información: los Magazines GOLD & TIME (Joyería) o NEXOTIME (Relojería), y les obsequia con un excepcional regalo: La suscripción al Newsletter GOLDandTIME.org. Todas las mañanas de lunes a viernes recibirá en su correo electrónico las últimas noticias del Sector. **Enviar Boletín al fax 91 369 18 39 o envíe sus datos al correo electrónico: suscripciones@nexotur.com indicando claramente la modalidad de suscripción que desee contratar**

BOLETIN DE SUSCRIPCION **GOLD&TIME**

Deseo suscribirme al Periódico **GOLD&TIME** durante un año, al **precio especial de 55€** ...
 recibiendo además gratuitamente el Newsletter diario **GOLDandTIME.org**
 + Magazine **GOLD& TIME** (Joyería) 70€ anuales
 + Magazine **NEXOTIME** (Relojería) 80€ anuales
 + Las dos (Joyería y Relojería) 95 € anuales
 + Las dos + **DiamantesOro** (Precios de gemas) 200 € anuales
 Precios globales, IVA incluido, para España. Otros destinos, consultar
 D/Dª Empresa:
 Dirección:
 Ciudad: Prov./Pais C.Postal:.....
 ☎/Móvil Fax: CIF:.....
 E-Mail:
 Firma: _____

Domiciliación Bancaria
 Ruego carguen en mi cuenta los recibos que presente Nexo Editores correspondientes a mi suscripción a sus Publicaciones de Joyería-Relojería
GOLD&TIME
 Entidad Oficina D.C. Número de Cuenta
 Banco:
 Titular:
 CIF:
 Firma: _____



CONFERENCIAS

3.06.2014 - La Joya es al arte lo que la poesía a la literatura, por Linda de Sousa.

10.06.2014 - ¿Por qué las gemas son atractivas?, por Luis Eduardo Cortes

Las grabaciones estarán disponibles en nuestro canal de Youtube

Las conferencias se celebran en el salón de actos de ICEAMinas, a las 19:30 hrs., C/Alenza 1, Madrid.

LABORATORIO GEMOLÓGICO CERTIFICADOS

GRADUACIÓN DEL DIAMANTE
Conforme a normativa CIBJO

CERTIFICADOS GEMOLÓGICOS
Certificado de la naturaleza de gemas y de tratamientos

DICTÁMENES DE GEMAS MONTADAS
Para fabricantes y minoristas

APLICACIÓN DE TÉCNICAS AVANZADAS
SEM, EDX, IBS, LA-ICP-MS, PL, FTIR, UV-vis-NIR, XRF, etc.
Informes gemológicos y mineralógicos

Laboratorio inscrito en la C.A. de Madrid
Laboratorio Oficial Cámara de Comercio



FRANQUICIAS GEMOLÓGICAS EN ESPAÑA

SERVICIOS DE:
LABORATORIO GEMOLÓGICO
ESCUELA DE GEMOLOGÍA
TASACIONES

APLICABLE EN TU CIUDAD A:

NOTARÍAS
TESTAMENTARIAS
INFORMES POLICIALES
TASACIONES
PERITACIONES
ADUANAS

En el constante esfuerzo que venimos realizando por acercar el IGE al sector de la joyería, lanzamos como complemento al anterior servicio de Centros Asociados la franquicia gemológica. Dirigido a gemólogos y tasadores que deseen ejercer su profesión según los protocolos y garantías del IGE.

informate en info@ige.org



C/Alenza, 1 - 28003 Madrid. - Tel.: 914 414 300 - Fax: 914 414 302 - E-mail: info@ige.org - Toda la información detallada en: WWW.IGE.ORG

Nuevo seminario de actualización para la Tasación de Joyas en el Instituto Gemológico

El seminario de actualización del protocolo de tasación del IGE está dirigido a Tasadores de Joyas, joyeros, profesionales del sector, salas de subastas y aficionados a las joyas.

En el seminario se revisarán los distintos conceptos de tasación, tablas de precios y la aplicación de tasación de joyas desarrollada por el IGE que relaciona todos estos conceptos. Igualmente se revisará la función del tasador y las condiciones de tasación de joyería propuestas por el IGE y que deben estar convenidas entre los tasadores o al menos por aquellos tasadores que deseen utilizar este protocolo.

Desarrollo del Seminario

El Seminario se desarrollará a lo largo de una mañana completa en el aula de informática. Cada alumno dispondrá de un ordenador para realizar ejercicios prácticos siguiendo el Método de Tasación del IGE y el nuevo Protocolo de Tasación de Joyas y apoyados por las nuevas herramientas informáticas desarrolladas por el IGE.



Edificio de la Escuela de Minas y Energía de Madrid que alberga el Museo Histórico Minero Don Felipe de Borbón y Grecia, donde se expone la colección de gemas del Instituto Gemológico Español.

CONTENIDOS

Parte I

- Conceptos generales sobre la tasación de joyas: mercados y otros aspectos legales.
- Nuevas consideraciones sobre la tasación del diamante.
- Nuevas consideraciones sobre la valoración de la piedra de color.
- Revisión de la nueva aplicación de tasación de joyas del IGE.

Parte II: Foro de debate sobre las consideraciones de tasación propuestas por el IGE.

Parte III: Coloquio sobre la creación de un Colegio de Tasadores de Joyería.

Precio general: 350•

Precio socios, antiguos alumnos y tasadores del IGE: 100•

Modalidad y convocatoria del Seminario: Presencial, sábado 21 de junio (de 9:30 a 14:30).

p r ó x i m o s c u r s o s					
PERLAS E IMITACIONES	GEMAS DE ORIGEN ORGÁNICO	INTRODUCCIÓN A LA TASACIÓN DE RELOJES	EXPERTO EN GRADUACIÓN DE DIAMANTE	CORTE Y PULIDO DE GEMAS (Intensivo)	ENFILADO DE COLLARES
16h	8h	6h	60 h	42h	12h
Miércoles y jueves, 10-14 y 15:30-19:30 h	Viernes, 10-14 y 15:30-19:30 h	Jueves y viernes, 10-14 y 15:30-19:30 h	Dos semanas, 10-14 y 15:30-17:30 h	Lunes a sábado, 10-14 y 15-18 h	Miércoles a viernes, 16:00-20:00 h
Perlas naturales, cultivadas de agua dulce y salada, tratadas e imitaciones. Identificación y valoración.	Materiales de origen biológico como el ámbar, coral, marfil, carey, azabache, nácar y otros.	Tipos de relojes, descripción de las partes del reloj, consejos prácticos para la tasación de relojes.	Graduación de calidad de diamantes según CIBJO, GIA y HRD, tratamientos, síntesis e imitaciones. Piedras individuales y lotes.	Tallado y facetado de gemas. Dos convocatorias extraordinarias de este curso en la primera y segunda quincena de julio.	Aprender a fabricar collares, pulseras, cinturones, etc. utilizando diferentes técnicas de enfilado.
11-12/06/2014	13/06/2014	14/06/2014	16-27/06/2014	30/06-5/07/2014	9-11/07/2014

ENTIDADES COLABORADORAS





Transferencia del conocimiento

Las publicaciones profesionales y generales son el principal vehículo para la transferencia del conocimiento, ayudando así a la formación continua de los profesionales, al progreso de los sectores y a la mejora de la economía. Conocimiento de las ideas y de las opiniones que son la transferencia cultural necesaria para la identidad y continuidad de nuestra sociedad.

publicaciones profesionales y generales

Nuestras más de 300 cabeceras en el mercado, forman el más importante grupo dedicado a cumplir con los compromisos de informar, formar, entretener, servir y dinamizar.

Solicite la guía de publicaciones (aepp@aepp.com)

JOYAS DE AUTOR

ACTUALIDAD DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DISEÑADORES Y CREATIVOS DE JOYERÍA Y ORFEBRERÍA 'JOYAS DE AUTOR'



Nuevas propuestas de Liane para compromisos

Liane Katsuki nos trae en esta ocasión un llamativo anillo articulado llamado 'Perfect Weddings' en el que destacan los zafiros y el diamante sobre las dos piezas modeladas en oro blanco y amarillo.



La Escuela del Atlántico se trae de Grecia dos importantes galardones de joyería

Dos alumnos de la Escuela Técnica de Joyería del Atlántico consiguieron alzarse con el Primer y Segundo Premio en la categoría de Joyería Artística, en el Concurso Europeo que organiza anualmente el PARLEMENT LYCEEN EUROPEEN en su cita anual, que este año se celebró en Grecia. En la imagen podemos ver a Alberto Martínez Teijeira (2º por la derecha), recogiendo el primer premio y Juantxo García Otero (1º por la derecha), con el segundo premio, en el momento de entrega de los galardones, en la ciudad griega de Volos.

Pilar Maureta da forma a sus piezas de primavera

Como ya adelantamos en la edición de mayo del Periódico GOLD&TIME, la diseñadora y miembro de la Asociación Joyas de Autor, Pilar Maureta, preparaba una colección muy primaveral en la que la naturaleza ocupaba un lugar de referencia. A continuación mostramos el colgante de hoja de Ginko Biloba, una vez fundido el modelo en plata, y también una sortija fabricada en el mismo material, con una perla Mabé.



Entré en tí a comer tu corazón...

Así se llama esta pieza de la colección de Mariano Cano, 'GemOrfebrería'. La escultura-joya está hecha a partir de una geoda de cuarzo, procedente de Marruecos, con cuchara de plata de ley (primera mitad del s. XX) y un corazón también en cinta de plata.

E-mail: asociacionjoyasdeautor@hotmail.com

Búscanos en: www.facebook.com/asociacionjoyas.deautor

FOKKELMAN GEMÓLOGOS, S.L. LAPIDARIOS

Calle Mayor, 4.
Piso 3. Oficina 7
28013 MADRID
Tel: 91 52 24 595

E-mail:
info@fokkelmangems.com
www.fokkelmangems.com

Lapidación: Tallamos todo tipo de piedras, finas, sintéticas, ónix, nácar así como obra nueva, retallados, calibrados y ajustes.

Tallado a láser de piedras con tallas especiales para sus diseños personalizados.

Reparación de diamantes. Arreglo y repulido en cualquier talla.

Grabado heráldico sobre ágata bicolor.

Venta directa: A su disposición nuestro amplio stock en todo tipo de Piedras Finas así como Sintéticas, Perlas, Ágatas, Nácar en cualquier forma y/o tamaño.

Si brilla, lo podemos conseguir

Un taller de lapidación a su medida

*Nuestra garantía:
Precio,
calidad y
servicio*

ART & VALUE

WIDE JEWELLERY WORLD

CON PINZAS Y LUPA

Mostrador

Hay negocios donde el trato directo con el cliente es fundamental. Si bien en cualquier operación comercial se debe establecer una sintonía entre vendedor y comprador en lo relativo a moda, ya sea textil, calzado, cosmética, complementos... adquiere más relevancia.



ENRIQUE OROZCO

En las franquicias modernas lo han simplificado en base a contratar a jovencitos y jovencitas de buen ver programados para responder cuando se le pide opinión que te queda ideal, ideal, sin que se les escape la risa ni nada. Al fin y al cabo les pagan por reponer y ordenar género y como mucho pasar el escáner por los códigos de barra: piuc, piuc, piuc y darle al enter.

En la cúspide de ese "tete a tete" se encuentra el negocio joyero. Hay que entender que para la mayoría de los consumidores acudir a una joyería es un acto excepcional, muchas veces asociado a un evento importante: boda, bautizo, comunión, un regalo de categoría o un capricho personal. Por lo tanto lo primero que hay que tener en cuenta es el factor tiempo, es curioso que en un lugar donde normalmente se venden relojes lo que menos importe sea el rato que hay que estar de palique para materializar una venta.

Y es normal que el cliente aproveche la coyuntura para exhibirse demostrando lo mucho que el sabe del tema. Qué raro es que alguien se pase un rato en una joyería sin contarle al dependiente algo de las joyas que tiene en su casa: el reloj que heredó de su abuelo, los pendientes de la tía difunta, etc. Y de sus gustos personales, aunque no vengan a cuento: lo que le gusta ponerse a diario, lo que guarda y no se lo pone porque es muy ostentoso, lo que les gusta comprar cuando van de viaje...

No me imagino en una zapatería diciéndole al encargado que tengo en mi casa unas maravillosas zapatillas debajo de la cama y que me gusta el consomé con huevo duro picadito.

Enrique Orozco es gemólogo. Socio de AETA y vocal de Comunicación.

Las Escuelas Europeas de Joyería se reúnen en Grecia

Un año más, se ha celebrado el encuentro de las Escuelas Europeas de Joyería pertenecientes al Parlament Lyceén Europeen o PLE, del 15 al 18 de mayo en la ciudad griega de Volos, con motivo del 22 aniversario del PLE.

La organizadora este año ha sido la escuela The Municipal Vocacional Training Institute, DIEK, una escuela multidisciplinar en artes aplicadas y con gran experiencia en todo tipo de técnicas de joyería manual.

Los alumnos de las escuelas de distintos países tales como Bélgica, Francia, Italia, Eslovaquia,

Grecia, República Checa, Eslovenia, Portugal y España, presentaron para el concurso convocado magníficas piezas de joyería y los diseños de las piezas realizadas. La exposición de las piezas del concurso, así como la colección itinerante de joyas, se hizo en un entorno singular como fue el Museo N & S Tsalapatas o Museo del Ladrillo, Pudimos asistir a varias conferencias, donde aprendimos sobre la historia de Volos y mitología griega, diseño de joyas y una revisión al mundo del diamante, terminamos con un



Foto de 'familia' de los alumnos y profesores asistentes a la XXII Edición del PLE, celebrada en Grecia.

buffet al aire libre degustando delicias de la gastronomía griega.

Después de intensas sesiones de Asambleas, elecciones del Comité Administrativo, resumen de las actividades realizadas por cada escuela durante el año y presentación de los Programas Europeos Erasmus, los alumnos asistieron a diversos talleres como "Crochet" con alambre, mosaico y téc-

nicas textiles. También pudimos disfrutar de un "magnífico" Museo Arqueológico, un pequeño viaje a Makrinita, uno de los pequeños y antiguos pueblos que componen el Mount Pelion.

El encuentro terminó con la entrega de premios, que este año recayó nuevamente en España, en la Escuela de Joyería del Atlántico, Vigo, otorgándoles el primer y

segundo premio a la mejor pieza en joyería artística. Estas piezas fueron realizadas por Alberto Martínez Teijeira (1er premio) y por Juantxo Garcia Otero (2do premio) y en la Escuela de Arte 3 Madrid, segundo premio en diseño. ¡Enhorabuena! a nuestros jóvenes diseñadores.

Victoria Palomar es gemóloga tasadora y vocal de la Directiva de AETA.

AETA FORMACIÓN

CURSOS HRD

- **MASTER EN RUBÍ, ZAFIRO Y ESMERALDAS**

(Últimas síntesis y tratamientos) **¡2 PLAZAS DISPONIBLES!**
5 días: 1.9. al 5.9.2014 | De 9:00 a 17:00 horas

- **GEMOLOGÍA SUPERIOR**

Del 15.9. al 4.10.2014

Dirigido a Alumnos de Gemología online **Conceptos Básicos y Reconocimientos de Gemas** de la Escuela de Posgrado de la Universidad de Granada y en algunos caso también Estudiantes de Gemología de segundo año tienen la opción de completar sus estudios de Gemología a través de las prácticas que imparte el HRD durante tres semanas en las instalaciones de la Universidad de Granada.

Tras completar el curso y una vez haber realizado y aprobado un examen teórico y práctico el estudiante recibe el diploma mundialmente reconocido de:

HRD Antwerp GEMMOLOGIST*

En este caso el diploma estará firmado por AETA., la Universidad de Granada y el HRD.

- **CURSO DIAMANTE HRD ¡COMPLETO!**

12 días: 9.6. al 21.6.14 | De 9:00 a 17:00 horas
(Sábados inclusive).

CURSOS TRADICIONALES AETA

- Se abre la matriculación para el curso de **Tasador de Alhajas 2014-15**

MONOGRÁFICOS AETA

- **ENFILADO**

Volvemos a ofertar un Curso práctico de 8 horas.
Fechas y horario a convenir **Más Info: 650936305**

Lugar: Altamirano, 17 – 1ªA. 28008, Madrid. | +34 915 596 866

Email: aetaconsulting@gmail.com

- **OFERTA VERANO 2014**

Curso **Joyería y Arte, de Egipto a la Actualidad.** 40 horas

Alertas de Delincuencia | ABRIL / MAYO 2014

Las autoridades de Paraguay extraditan a un reo que asaltó violentamente una joyería en Lérida

Un ciudadano de origen paraguayo acusado de asaltar una joyería en Lérida, ha sido extraditado a España tras ser detenido a principios del mes pasado en Asunción, según la Policía Nacional de Paraguay. Guastavo Adolfo Saldívar Garay está reclamado por un juzgado de Lérida acusado de robo con violencia, detención ilegal y pertenencia a una ban-

da organizada, según un comunicado de la Policía.

El asalto se produjo en la localidad de Tárrega, en la provincia de Lérida, el 22 de octubre del 2011, cuando supuestamente el acusado y otros dos cómplices entraron en una joyería simulando ser clientes.

Los tres asaltantes redujeron a la propietaria, una mujer

de 89 años, y a una sobrina que trabajaba con ella, a quienes mantuvieron atadas mientras robaban la joyería. Según la Policía paraguaya, los tres acusados vendieron el botín ese mismo día y, con el dinero obtenido, compraron pasajes de avión para la capital del país. Uno de los supuestos cómplices, Carlos Gómez, ya fue detenido en Asunción y extraditado a España el pasado mes de mayo.



Asunción, capital de Paraguay, donde fueron detenidos.

Madrid, 1 de abril. La propietaria de la joyería denuncia el robo sufrido por parte de un hombre que se hizo pasar por un cliente, pidiendo ver cadenas de oro y al estar viéndolas, le dio un tirón a la manta, sustrayendo la misma.

Elche, Alicante, 2 de abril. Dos mujeres se presentan en una joyería y piden ver diferentes muestrarios de joyas. Intentan distraer a la empleada insistiendo en ver joyas del escaparate. Aprovechando que hay clientes en el establecimiento sustraen al descuido dos pulseras de oro.

Zaragoza, 3 de abril. Sustracción en un taller de joyería, mediante fractura del bombín y anulación de la alarma, de orfebrería y joyas terminadas, dinero en efectivo, materia prima y objetos de valor histórico propiedad de clientes de los que se desconoce el valor.

Córdoba, 3 de abril. Mientras el empleado de una joyería atiende a dos mujeres, una de ellas, al descuido, sustrae de la vitrina varios anillos de oro con diamantes.

Madrid, 3 de abril. Personas desconocidas acceden al portal contiguo a la joyería, quitan la plancha metálica que protege la vitrina, fuerzan los expositores y sustraen petos con diversos colgantes, medallas y gargantillas.

Getafe, Madrid, 6 de abril. Un joven entra en una joyería solicitando le mostrasen anillos para comprarle uno a su madre, en un descuido sustrae los anillos de la bandeja, siendo perseguido por el denunciante y recuperándose algunos de los mismos.

Zaragoza, 6 de abril. Forzamiento de la cerradura de la persiana y de la puerta de entrada de una joyería, sin poder acceder al interior de la misma.

Madrid, 10 de abril. Un representante de joyería, cuando sale de una ellas, es abordado por un sujeto que dándole un fuerte empujón, logró quitarle la mochila, conteniendo efectivo, relojes y otros efectos sin valorar.

Premia de Mar, Barcelona, 10 de abril. Dos hombres amenazan a los dependientes con armas de fuego y sustraen joyas. Posteriormente son detenidos en la localidad de Mataró.

Madrid, 11 de abril. El/Los autor/es tratan de realizar un rififi a través del piso que se encuentra encima de una joyería y que está deshabitado para acceder a su interior, no logrando finalmente dicho objetivo.

Palma de Mallorca, Baleares, 11 de abril. Se produce un robo con fuerza en una joyería en el que los autores acceden por la zona del altillo realizando un agujero en la pared. Sustraen joyas.

Santander, Cantabria, 13 de abril. El denunciante da cuenta que en el taller de joyería, tras fracturar el bombín de la puerta de acceso, han sustraído efectivo y joyas, tanto propiedad del taller como de otras empresas.

Valencia, 15 de abril. Cuando la víctima, vendedor de joyería, se disponía a coger su vehículo es abordado por dos individuos, uno de ellos le coloca un objeto de metal en el cuello y el otro le sustrae el bolso, conteniendo dinero y muestras de joyería de plata.

Palma de Mallorca, Baleares, 16 de abril. Robo ocurrido en joyería, forzando la caja fuerte y sustrayendo su contenido.

Suria, Barcelona, 16 de abril. Los autores forzaron la cerradura de una puerta lateral de una joyería y sustrajeron anillos bañados en oro, relojes de la marca Seiko y un colgante de oro.

La Laguna, Tenerife, 17 de abril. Un hombre, haciéndose pasar por un cliente, sustrae un sobre con varias joyas de una joyería.

Valencia, 17 de abril. Hecho ocurrido en una joyería donde han entrado dos parejas y mientras una de ellas, tras dialogar con el responsable compra unos pendientes y mira varios relojes de marca, la otra pareja observa los objetos expuestos en las vitrinas. Pasados unos minutos, los cuatro abandonan el local, procediendo el propietario a cerrar el negocio. Al día siguiente se da cuenta que de la caja fuerte faltaban algunas mantas con piezas de joyería.

Barcelona, 18 de abril. Los autores han encastrado un vehículo contra un establecimiento de compra venta de oro y sustraen del aparador diversas joyas y relojes sin valorar.

Alicante, 19 de abril. Cuatro hombres, tras acceder a joyería, entretienen a la empleada sustrayendo varias mantas de joyería con diversas piezas de oro y relojes.

Torrente, Valencia, 19 de abril. Tentativa de robo en joyería. El autor/es practicaron un butrón en la pared que da a una planta baja contigua, deshabitada pero de pequeñas dimensiones, por lo que no llegaron a entrar en la joyería.



Informa de cualquier incidencia a la
Asociación Española de Joyeros, Plateros y Relojeros
☎ 91 411 93 64 - Fax: 91 561 14 56
E-mail: asoc-esp-joyeros@iberjoya.es

Alertas de Delincuencia | ABRIL / MAYO 2014

Madrid, 20 de abril. Se produce el robo con fuerza en la oficina de una inmobiliaria, en donde en su interior no fuerzan ni sustraen nada. Se reseña que las citadas oficinas colindan con una joyería y bien podría ser objeto de un butrón desde las mencionadas oficinas.

Madrid, 20 de abril. Tentativa de robo con fuerza en una joyería, siendo observados por un testigo dos sujetos con pasamontañas saliendo de la joyería. En la misma, los autores han arrancado el bombín de la puerta y forzado el cierre y en el interior aparecen intactas dos cajas fuertes y los escaparates.

Getafe, Madrid, 21 de abril. Robo con fuerza por el procedimiento del butrón desde el cuarto de contadores de una finca adyacente a una joyería. La central de la alarma se encontraba fracturada y la caja fuerte abierta mediante soplete o lanza térmica.

Madrid, 23 de abril. Robo con intimidación a gerente de empresa de joyería, cuando sacaba del interior de su vehículo una maleta que contenía numerosas piezas de alta joyería. El denunciante fue abordado por un individuo que se bajó de un vehículo conducido por un segundo individuo. El primero colocó en el costado del denunciante un arma de fuego de grandes dimensiones, la cual escondía bajo su chaqueta. Aprovechando esta intimidación, el individuo arrebató la maleta referida mediante un tirón, dándose seguidamente a la fuga los atracadores en el vehículo en cuestión.

Madrid, 25 de abril. Un hombre sustrae dos pulseras de oro de una joyería, aprovechando un descuido de la empleada.

Mataró, Barcelona, 26 de abril. Un hombre ha intimidado a los propietarios de la joyería con un arma blanca y ha sustraído diversos objetos, sin especificar el valor de los mismos.

Dos Hermanas, Sevilla, 26 de abril. Cuatro individuos acceden a la joyería, uno de ellos esgrimiendo una pistola, destrozan las vitrinas con unos mazos y sustraen una gran cantidad de joyas. Se dan a la fuga en un coche que posteriormente aparece calcinado a 30 km.

Zaragoza, 27 de abril. Al denunciante, autónomo relojero, le sustraen de su vehículo estacionado en la vía pública quince relojes y diversas joyas sin marcas significativas, tras fracturar el bombín de una puerta del coche.

Alcobendas, Madrid, 27 de abril. Cuatro hombres encapuchados han accedido al interior de la joyería, golpeando a un cliente que se encontraba en el interior y apuntando al propietario con un arma de fuego, momento en el que el dueño se ha abalanzado sobre los asaltantes. Dichas personas abandonan el lugar en un coche marca Seat-León, que conducía un quinto autor, no llegando a acceder al interior del espacio donde se encontraban las cajas fuertes.

Alcobendas, Madrid, 28 de abril. La responsable de la joyería, al acceder al establecimiento se percata de que han accedido al mismo por el procedimiento del butrón a través de una de las paredes que da acceso al

cuarto de contadores del edificio. Igualmente se observa que por medio de dos butrones han accedido a dos establecimientos comerciales, una óptica y una tienda de moda para bebés, apoderándose de diverso material.

Albacete, 29 de abril. Dos hombres atracan una joyería intimidando a las empleadas y a un cliente con una pistola que resultó ser simulada. Se apoderan de relojes y joyas expuestas en las vitrinas y utilizan para la huida un spray de pimienta. Son detenidos esa misma mañana, no recuperándose las joyas.

Barcelona, 3 de mayo. El/Los autor/es han accedido a una oficina de la joyería donde preparan los relojes y las joyas para su venta, y han forzado cuatro cajas fuertes. Se espera el recuento total de lo sustraído.

Madrid, 3 de mayo. Tentativa de un robo con fuerza en un establecimiento de compra-venta de oro y metales preciosos mediante un butrón pero que no llegaba a atravesar la pared. Resultaron detenidos dos de los autores y se intervienen las herramientas utilizadas.

Málaga, 3 de mayo. Detención de cuatro hombres, los cuales huyeron de una de las joyerías más importantes al pensar que habían pulsado la alarma. Se recuperan dos pistolas simuladas, un spray fito- defensa, dinero en efectivo y varios teléfonos móviles.

Palma de Mallorca, Baleares, 5 de mayo. Robo con intimidación en una joyería por parte de un individuo que amenaza con una pistola en la nuca a la empleada, sustrayendo joyas, relojes de marca y efectivo.

Palma de Mallorca, Baleares, 5 de mayo. Tentativa de robo con fuerza en una relojería forzando una puerta de la trastienda del comercio a la cual se accede por un patio trasero. La central de alarmas comunica a la denunciante que se ha disparado la alarma. Una vez personada en el lugar comprueba que no han conseguido entrar en la relojería.

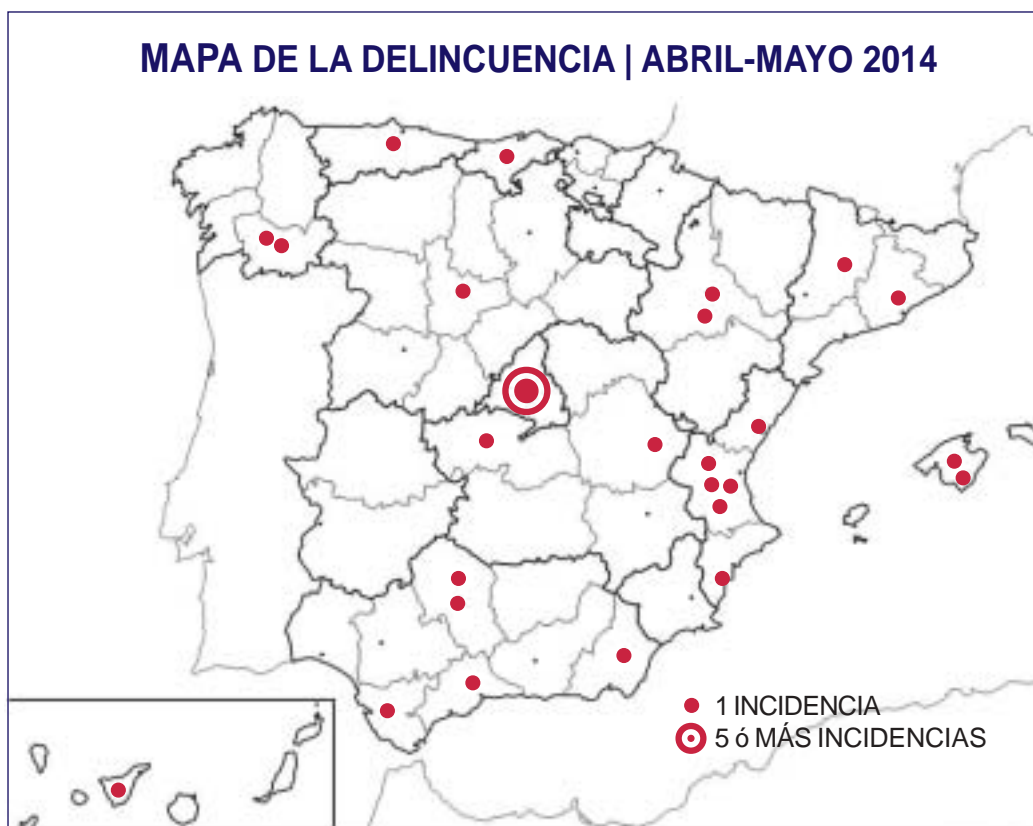
Huelva, 5 de mayo. Personas desconocidas, tras forzar el maletero y el sistema de seguridad del vehículo de un comercial de joyerías, sustrajeron tres maletas conteniendo muestrarios de oro de joyerías, además de un muestrario de pilas de relojes.

Madrid, 8 de mayo. Persona/s desconocidas fracturan la ventana del vehículo propiedad de un representante de joyería y sustraen maletas conteniendo muestras.

Madrid, 11 de mayo. Robo con fuerza en joyería, a la que los autores acceden a través de una ventana existente en el patio interior del edificio cortando los barrotes. Al parecer, no han llegado a sustraer nada.

Madrid, 11 de mayo. Persona/s desconocida/s intentaron acceder a un taller de orfebrería tras practicar un butrón en la pared compartida con el cuarto de limpieza de una finca adyacente, si bien no lograron su propósito ya que se toparon con una pila de acero del agua de residuos del establecimiento.

MAPA DE LA DELINCUENCIA | ABRIL-MAYO 2014



EL ASESOR

Hermana Pobre

Desde que comenzó la crisis - y como quien no quiere la cosa, va ya para largo, pues los primeros coletazos atisbaron en el año 2008 - no hemos tenido tiempo para otra cosa que para buscar soluciones de urgencia (mayormente parches y remiendos) para alargar nuestra propia subsistencia en el sector, reduciendo gastos cuando era posible,



FERNANDO YANDIOLA

entrampándonos cuando ni siquiera podríamos permitirnoslo, y chocando contra las paredes de la realidad económica que nos decía que era muy difícil mantenernos a flote en el proceloso mar del Sector Joyero-Relojero, con ventas reducidas en porcentajes catastróficos, gastos inasequibles a nuestros esfuerzos de austeridad, y administraciones públicas cada vez más voraces, por su propia penuria económica.

Así, hemos olvidado que, para la supervivencia del sector, es preciso que haya un recambio generacional, para que cuando la edad nos haga abandonar la lucha, alguien nos sustituya y tome el relevo. Para eso, es imprescindible que se dote a esa nueva savia del necesario acervo de conocimientos y práctica, pues solo una generación suficientemente preparada podrá dar continuidad a la Joyería profesional. Pero no tenemos recursos para pagar la formación de nuestros sucesores, y cuando el negocio apenas da para que sobreviva su titular, es problemático mantener "aprendices" que hagan sus prácticas con nosotros.

En tiempo de crisis, la enseñanza profesional es la "hermana pobre", que solo se atenderá cuando todo vuelva a la normalidad. Por ello no está de más, por poco que suponga, rendir homenaje al esfuerzo de las Asociaciones (AEJPR, AETA, AEJ, etc.) empresas (IGE, y Escuelas Privadas) los Gremios, y los Colegios Profesionales del Sector que, pese a todo, han mantenido su oferta formativa, haciendo frente a condiciones económicas muchas veces imposibles, para permitir que, cuando escampe, haya quien pueda iniciar, de nuevo, el camino de la Joyería española.

↳ Fernando Yandiola es abogado y director de Yandiola & Rodríguez, Asesores Empresariales, S.L.

Contable y Fiscal

Comprobación Limitada de IVA



Pregunta.- Soy un Joyero madrileño, con muchos años de ejercicio, sin que nunca haya tenido problemas con el fisco, ya que tengo a gala declararlo todo correctamente. Sin embargo, acabo de recibir un requerimiento de Hacienda para una "comprobación limitada del IVA de 2012", en el que me piden que me presente en el plazo de diez días para aclarar unas discrepancias que dicen que existen entre mis declaraciones y las de mis clientes, llevando los registros de facturas emitidas y recibidas, todas las declaraciones, y todas las facturas. Y especialmente me exigen que aclare por qué aparece una Factura pagada en el IVA soportado y luego, diez meses después, una Factura negativa por el mismo importe (la cuestión es simple: atendí al pago de la Factura de mi Abogado en un proceso en el que reclamábamos una deuda, por lo que deduje el IVA correspondiente y, cuando se cobraron las costas, mi Abogado me reintegró lo que yo había pagado, mediante la emisión de una Factura de Abono, cuyo IVA ingresé). ¿Qué debo hacer?

Respuesta.- Obviamente, lo que debe Ud. hacer es atender el requerimiento de Hacienda, pues no hacerlo supondría la posible caracterización del hecho como "infracción grave" sancionada con una fuerte multa pecuniaria.

De todos modos, una de las cuestiones que la ley le permite, y que la AEAT admite sin problemas es que el procedimiento de comprobación se lleve a efecto en una forma sosegada, de manera que Ud. puede solicitar una cita previa para personarse ante la Inspección, tomar contacto con ella y verificar qué elementos necesitan comprobar, de manera que pueda Ud. preparar la documentación que sea necesario aportar para acreditar todo lo actuado por ud., máxime si, como nos indica, no hay nada que ud. haya omitido voluntariamente declarar.

Dada esa situación, lo más que acontecerá es que pueda producirse la necesidad de regularizar algún pequeño error que se haya podido producir (y que puede no afectar a sus declaraciones, sino proceder de las de sus clientes que hayan declarado datos divergentes de los suyos.

Y en cuanto a la cuestión de las

Facturas de su Abogado, si bien no es una cuestión pacífica el tratamiento de las llamadas Provisiones de Fondos, no parece que Ud. haya incurrido en ninguna actuación irregular, por lo que no parece que deba temer ninguna sanción al respecto.

Jurídico y Legal

Las costas de ejecución de Sentencia.



Pregunta.- Soy un Joyero de Madrid. Deseo consultarles ya que hace un tiempo me demandó el vecino del local colindante, por una serie de daños que se le produjeron como consecuencia de una rotura de mis cañerías, que le ocasionó la pérdida de un cuantioso generador informático, cuya venta es la actividad a que se dedica. La Sentencia me fue desfavorable, y me condenaron a pagar casi cien mil euros. Desgraciadamente, el mal momento de nuestro negocio hizo que no estuviera al corriente de pago de mi seguro de RC, por lo que la compañía se ha negado a afrontar el pago.

Y por la misma razón, si ni siquiera podía pagar el seguro, tampoco he podido cumplir con el pago a que fui condenado. El caso es que acabo de recibir una demanda de Ejecución de la Sentencia. En ella se me informa que puedo oponerme a la ejecución. El abogado que me defendió me dice que oponiéndome conseguiré retardar la ejecución, pero que eso puede suponer el pago de las costas. Para poder decidir qué hacer, necesito saber cuál puede ser la repercusión económica de esas costas. ¿Pueden orientarme?

Respuesta.- La cuestión de las costas del procedimiento de Ejecución de Títulos Judiciales ha sufrido cambios, que hacen que la

cuestión dependa de la postura procesal de las partes.

Partimos de la base de que la Sentencia que le condenó es firme, por lo que la ejecución que le reclaman es forzosa, y no provisional.

Esto significa que, salvo que exista alguna de las muy escasas causas legales para oponerse a la ejecución (y deducimos que no es el caso, ya que Ud. nos habla de "retrasar" la ejecución), siempre va a conllevar la condena en costas.

Pero la cuantificación de las mismas es muy diferente dependiendo de la postura de la parte demandada.

En un primer momento, le indicamos que lo que le vamos a decir está basado en la normativa orientadora de honorarios profesionales del colegio de abogados de Madrid (pues Ud. nos dice que las partes tienen sus locales colindantes en Madrid), al ser los honorarios de los Abogados la componente más elevada de la condena en costas.

Pues bien, lo que el demandado - en este caso Ud. - puede hacer, frente a la demanda, es adoptar una de las siguientes tres posiciones: a) pagar; b) no oponerse a la demanda, pero tampoco pagar, haciendo que la ejecución siga adelante, hasta trabar y ejecutar, en su caso, sus bienes para hacer pago al demandante de lo que reclama, con sus intereses y costas; y c) oponerse a la demanda y, obviamente, no pagar, forzando, igualmente a que tenga que continuarse la ejecución, comenzando por resolver la oposición formulada y, una vez desestimada esta (cosa más que probable por lo ya dicho) siguiendo los trámites de la misma contra sus bienes.

Lógicamente, cada una de esas tres posturas tiene su reflejo en las costas de la ejecución.

Si se paga, los honorarios del letrado demandante se concretan en una pequeña cantidad fija, como consecuencia de la sola presentación de la demanda de ejecución, más otra cantidad fija, aún más reducida, por cada escrito adicional que tenga que presentar. Y a ello se añadirán los derechos y suplidos del Procurador demandante.

Sin embargo, nos dice Ud. que no puede permitirse pagar.

Bien, si no lo hace, los honorarios del Abogado demandante se calcularán aplicando la Escala del colegio correspondiente sobre el importe sobre el que se despache ejecución (el principal reclamado más la cantidad presupuestada para intereses, costas y gastos, con un límite del 30 % sobre aquél).

Pero difiere si hay oposición o si no la hay: Si Ud. no se opone, se minutará hasta el 75 % del resultado de esa aplicación de la Escala, mientras que si hay oposición, el letrado demandante minutará hasta el 100 % del resultado de la aplicación de la escala. Esa diferencia del 25 % puede suponer un importe considerable, sin contar con que, para oponerse, Ud. tiene que actuar con sus propios Abogado y Procurador que, lógicamente, también le cobrarán sus correspondientes Honorarios, a añadir a los que tenga que pagar por la condena en costas.

Por tanto, si no hay algún motivo fundado para oponerse a la ejecución, resulta anti-económico oponerse para ganar, en el mejor de los casos, un par de meses hasta que se resuelva su oposición.

Laboral y Social

Días Festivos en la localidad



Pregunta.- Un empleado que me ha planteado un problema inédito. Dice que las Fiestas de su Localidad (en Madrid) coinciden con el Corpus, por lo que tiene derecho a tomarse el puente como festivo, aunque en nuestra comunidad (Castilla-León) no sea fiesta. ¿tiene derecho a ello?

Respuesta.- Evidentemente, no. Las festividades laborales para cada año son las publicadas en la correspondiente Resolución de la Dir. Gral. de Empleo, añadiéndose a las Festividades de carácter Nacional las de carácter Autonomico, más hasta dos días para festividades de tipo local, sin que el total de todas ellas pueda superar los catorce días.

Siendo así, el ámbito territorial de aplicación de los días festivos, es el correspondiente la ubicación del centro de trabajo, y nunca el del origen del trabajador (otra cosa daría como resultado el absurdo de que el negocio abierto quedara desatendido por el personal que se encuentre en sus fiestas locales, mientras es día laborable en la localidad de la empresa, y que el mismo personal acudiera a trabajar cuando la empresa esté cerrada por festivo en su ubicación).

Consultorio G&T

PROFESIONAL Y EMPRESARIAL

El Equipo Profesional de YANDIOLA & RODRIGUEZ, ASESORES EMPRESARIALES, S.L. da respuesta a las consultas que los lectores del Periódico GOLD&TIME, profesionales de la Joyería y la Relojería dirigen a nuestra Redacción. Las consultas pueden dirigirse al E-mail asesoria

@yrae.es, al Fax num.: 91 532 75 79, o,

91 522 83 55

directamente, a nuestra Redacción, C/ Lope de Vega, 13. CONSULTORIO G&T es un Servicio exclusivo y gratuito para los Suscriptores de GOLD&TIME

El Anteproyecto de Reforma del Código Penal y los delitos contra la propiedad. Hurto y Robo (XI)

Ni que decir tiene que la adopción de este tipo de medidas presenta una serie de connotaciones "político-sociales" en cuanto a la procedencia de las mismas ya que, de una forma u otra, su adopción limita o restringe derechos de los condenados considerados como "fundamentales", lo que ha hecho que se planteen numerosas críticas; lo mismo ocurre con las críticas políticas de tipo "partidista", y con la formulación de consideraciones negativas por parte de Asociaciones Profesionales o Cívicas atendiendo a sus propios criterios o inclinaciones.

Pero lo cierto es que la situación actual, para muchos sectores económicos, y desde luego con una mayor incidencia, si cabe, para el de la Joyería y Relojería, es absolutamente insostenible. Y desde

esta óptica, todo este elenco de variaciones legislativas, en cuanto supone un incremento del peso de la ley sobre los potenciales delincuentes, y puede tener valor disuasorio, tiene una clara valoración positiva. Cuestión distinta es la de considerar si se trata de "la mejor legislación posible", cosa que no podemos valorar sin entrar en consideraciones de tipo personal e ideológico, atañentes al equilibrio entre libertad personal y seguridad protectora.

Con carácter preliminar, lo que sí puede afirmarse es que el Anteproyecto de Ley supone un potencial aumento de nuestra seguridad y como tal la modificación legislativa penal deberá ser celebrada (en el caso de que la política, con mayúscula o con minúscula, ¡ay!, permita que llegue a puerto).

Pero todos sabemos lo que ocurre cuando la política interviene en las cuestiones de seguridad: al ya de por sí difícil de resolver problema de inclinarse a un lado o a otro del binomio seguridad - respeto a los derechos individuales, se une el temor de los gobernantes al castigo político que puede suponerles la adopción de decisiones que puedan considerarse como "políticamente incorrectas" en términos de evidenciar un cierto autoritarismo.

Y puestos en esa tesitura, los políticos tienen una considerable tendencia a no mojarse, a tratar de pisar los menos callos posibles, y a presentar como medidas reales lo que no son, en el mejor de los casos, sino simples actuaciones cosméticas, destinadas a maquillar la falta de impulso o decisión.

Análisis de la nueva Reforma Laboral (XXI)

Una de las cuestiones más espinosas a la hora de ser abordada es la de la regulación del despido colectivo.

Así, parece acertado el diagnóstico que efectúa la nueva norma, a la hora de aseverar que la gran lentitud del procedimiento, en forma de expediente administrativo sujeto a numerosas posibilidades de impugnaciones, recursos y reclamaciones, tanto en la vía administrativa como en la judicial, supone una efectiva inadecuación del procedimiento; y que también es cierto que, para evitar esa paralización "in aeternum" del expediente, se suele recurrir a la búsqueda de acuerdos con los representantes de los trabajadores, para lograr que no se produzca ese rímoro de impugnaciones y recursos,

dando así viabilidad al expediente en un tiempo razonable. Pero para ello, en la mayoría de las ocasiones es necesario satisfacer el "precio" de esos acuerdos. Y así como en la guerra tradicional se habla de intercambiar paz por territorios, en la guerra del expediente de despido colectivo el acuerdo casi siempre lleva consigo la necesidad de intercambiar "tiempo por dinero": dicho de otro modo, el alcanzar ese acuerdo con los representantes de los trabajadores suele suponer la necesidad de satisfacer indemnizaciones muy por encima de los límites legales, lo que desnaturaliza la finalidad del período de consultas con los representantes de los trabajadores, que es la de minorar los despidos, no la de encarecerlos.

CALENDARIO FISCAL / Junio

JUNIO 2014

L	M	X	J	V	S	D
					7	8
	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23		25				29
30						*

¡ATENCIÓN!: Cuando la fecha de vencimiento de ALGÚN plazo para la presentación de declaraciones tributarias coincida con Domingo, Festivo, o Festividad de carácter local o autonómico, el plazo se entenderá que finaliza EL PRIMER DÍA HÁBIL SIGUIENTE.

PLAZO DESDE EL 5 DE MAYO AL 30 DE JUNIO
IMPUESTO RENTA PERS. FÍSICAS 2013
 ● Presentación en entidades colaboradoras, Comunidades Autónomas y oficinas de la AEAT del Borrador y de la Declaración Anual 2013 (A ingresar, domiciliación an cta. hasta el 25/6). Impreso D-100

PLAZO HASTA EL DÍA 20 DE JUNIO

RENDA Y SOCIEDADES
 Retenciones e Ingresos a cuenta de Rendimientos de Trabajo, Actividades Profesionales, agrícolas y ganaderas, premios, e imputaciones de renta, rentas o ganancias procedentes de transmisiones o reembolsos de acciones y Participaciones de instituciones de inversión colectiva, arrendamiento de inmuebles y capital mobiliario.

● Mayo 2014. Grandes Empresas.
 Impresos 111,115,117,123,124,126,128

IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

● Mayo 2014. Régimen General Autoliquidación.
 Impreso 303
 ● Mayo 2014. Grupo de Entidades. Modelo Individual.
 Impreso 322
 ● Mayo 2014. Grupo de Entidades. Modelo Agregado.
 Impreso 353
 ● Mayo 2014. Oper. asimil. Importaciones.
 Impreso 380

● Mayo 2014. Decl. recapitulativa de operaciones intracomunitarias.
 Impreso 349
 ● Mayo 2014. Decl. Operaciones incluidas en los libros registro del IVA e IGIC.
 Impreso 340

IMPUESTOS ESPECIALES

● Marzo 2014. Grandes Empresas.
 Impreso 561,562,563
 ● Marzo 2014. Grandes Empresas (*).
 Impresos 553,554,555,556,557,558
 ● Mayo 2014. Grandes Empresas.
 Impreso 560
 ● Mayo 2014.
 Impresos 566, 581
 ● Mayo 2014 (*).
 Impresos 570,580
 (*): los destinatarios registrados, los destinatarios registrados ocasionales, los representantes fiscales y los receptores autorizados (grandes empresas utilizarán, para todos los impuestos el Modelo 510.

IMPUESTO SOBRE PRIMAS SEGUROS

● Mayo 2013.
 Impreso 430

NOTAS

1. Tendrán la consideración de Grandes Empresas, aquellas cuyo volumen de operaciones en el ejercicio 2.011 superaran los 6.010.121,04 Euros.

2. Se deben presentar por Internet las decl. obligatorias 111,115, 117 123, 124, 126, 128, 200,303, 322, 353, y los modelos de declaraciones informativas anuales 180, 181, 182, 187, 188, 189, 190, 193, 194, 195, 196, 198, 199, 296, 345, 346, 347, 349, y 390. Se pueden presentar por teleproceso, sólo los modelos 185, y 186.

3. Los mods. 180,190,193,198, 345,347 y 349 de Grandes Empresas o para entre 26 y 49.999 regs. deben presentarse por Internet, con certificado de usuario.

ADVERTENCIA: La información procedente de la AEAT, válida a falta de reg. especiales para determinadas zonas, regiones o CC.AA. Y&RAE no se responsabiliza de cambios por modificación legislativa o de otro tipo.



YANDIOLA & RODRIGUEZ ASESORES EMPRESARIALES, S.L.

AL SERVICIO DE LOS PROFESIONALES
 DE LA RELOJERIA Y LA JOYERIA

E-mail: asesoria@yrae.es

Teléfono: 91 522 83 55
 Fax-Modem: 91 532 75 79

EL ECO



FILATÉLICO Y NUMISMÁTICO

ORGANO OFICIAL DE FESOFI

Anuncios / EL ECO / Advertising
Publicidad@ElEcoNumismatico.com

Pida ejemplar gratis / Free copy:
Suscripciones@ElEcoNumismatico.com



70 años de Revista Líder en Español
70 years of Leading Spanish Magazine



TDM Solutions, en colaboración con M&R Tools, celebra un seminario de Joyería 3D

Se trata del segundo encuentro celebrado por ambas firmas para promocionar la Joyería Digital

El pasado domingo 25 de mayo concluyó la segunda edición del *workshop* avanzado de modelado y prototipado de joyería en 3D, convocado por las empresas TDM Solutions y M&R Tools en Madrid. Cuarenta asistentes, la mayoría joyeros, pudieron resolver sus dudas y profundizar en los programas de diseño Rhinogold, Clayoo y Rhino Emboss, además de conocer las últimas novedades de las impresoras Solid Scape y las fresadoras Magic.

El diseño y prototipado de joyería en tres dimensiones se ha convertido ya en una herramienta imprescindible para los profesionales de este Sector. Y aunque España, como casi siempre, llega con retraso a la implantación de las nuevas tecnologías, el interés mostrado por los asistentes al seminario que se celebró el pasado fin de semana en Madrid da muestras de que la joyería española tiene ganas de aprender y de competir con los países más punteros en diseño y producción de joyas.

El equipo de TDM Solutions que encabeza Rafael del Molino presentó en el encuentro la tecnología desarrollada íntegramente por esta firma catalana y que se encuentra entre las más punteras a nivel mundial para el sector joyero: Rhinogold es el programa 'base' para el diseño de joyería geométrica que se complementa con el soft-

ware Clayoo, que permite componer una joyería más orgánica, con formas humanas o animales.

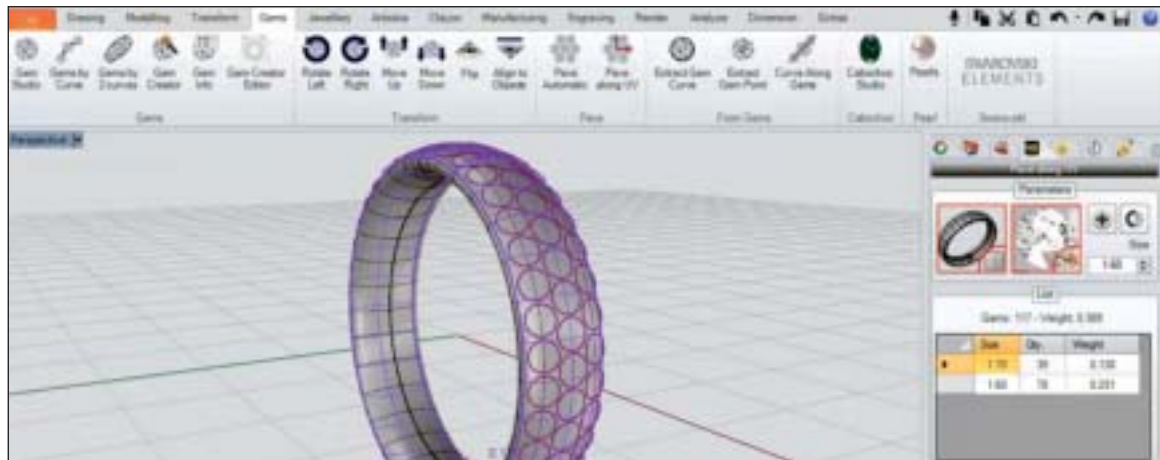
Si de lo que se trata es de modelar relieves, como por ejemplo medallas, la herramienta Rhino Emboss permite 'esculpir' formas con una mayor agilidad y precisión. Todos estos programas son compatibles y se complementan entre sí, permitiendo una variedad infinita de diseño de joyería. Finalmente, la empresa presentó también el Rhinogold Render Studio para conseguir acabados reales en las piezas. El programa cuenta con una enorme base de datos de texturas (oro, plata, diamantes, piedras de color...etc) que permite acabados prácticamente reales de las piezas diseñadas.

Por su parte, Manuel Bazán y Raúl Romero, del proveedor madrileño M&R Tools, mostraron los últimos avances en tecnologías de impresión 3D. La firma mostró paso a paso el proceso de importación de los ficheros STL (formato en el que se exportan los modelos), así como generar el fichero de capas, e imprimir finalmente el diseño. MR Tools presentó la nueva impresora 3Z Max, dotada de mayor precisión y rendimiento, así como sus modelos de fresadoras Magic, que ayudan a prototipar de modo más económico y sencillo, y que incorpora también la función de corte, válida para metales.

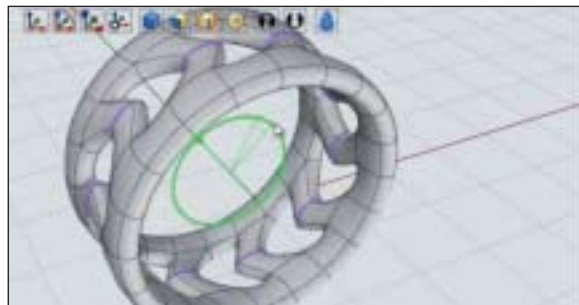
El encuentro acabó en la tarde del domingo 25 de mayo con el sorteo entre los asistentes de 20 fresadoras iModela de la firma Roland DG. Las máquinas fueron proporcionadas por la empresa TDM y están valoradas en más de 800 euros cada una.



Uno de los talleres prácticos celebrados durante el encuentro.



Distribución automática de un pavé de gemas en un anillo diseñado con el programa Rhinogold.



Anillo 'orgánico' creado con la herramienta Clayoo.



Anillo renderizado del joyero valenciano Sergio Adriá.

PRODIAM

XV ENCUENTRO EN ESPAÑA DE PROFESIONALES DEL DIAMANTE
LAS PIEDRAS PRECIOSAS, LA GEMOLOGÍA Y LA JOYERÍA

CONVOCADO POR **GOLD&TIME** GEMA CYT

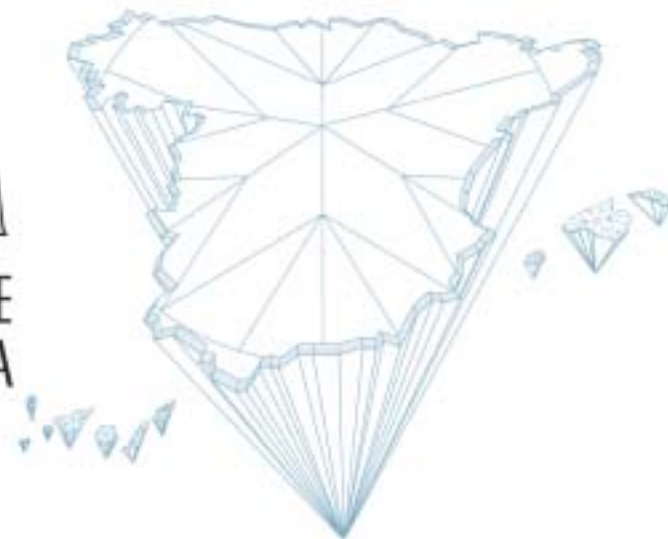
PATROCINAN **iberJoya** **GOLD&TIME.org**

ORGANIZA **GRUPO Nexo**

COLABORAN **HRD Antwerp**
Institute of Gemmology

Feria de Madrid

aipet





Un plus es el amplio programa de actividades para compradores.

Tendence prepara para agosto una edición cargada de novedades

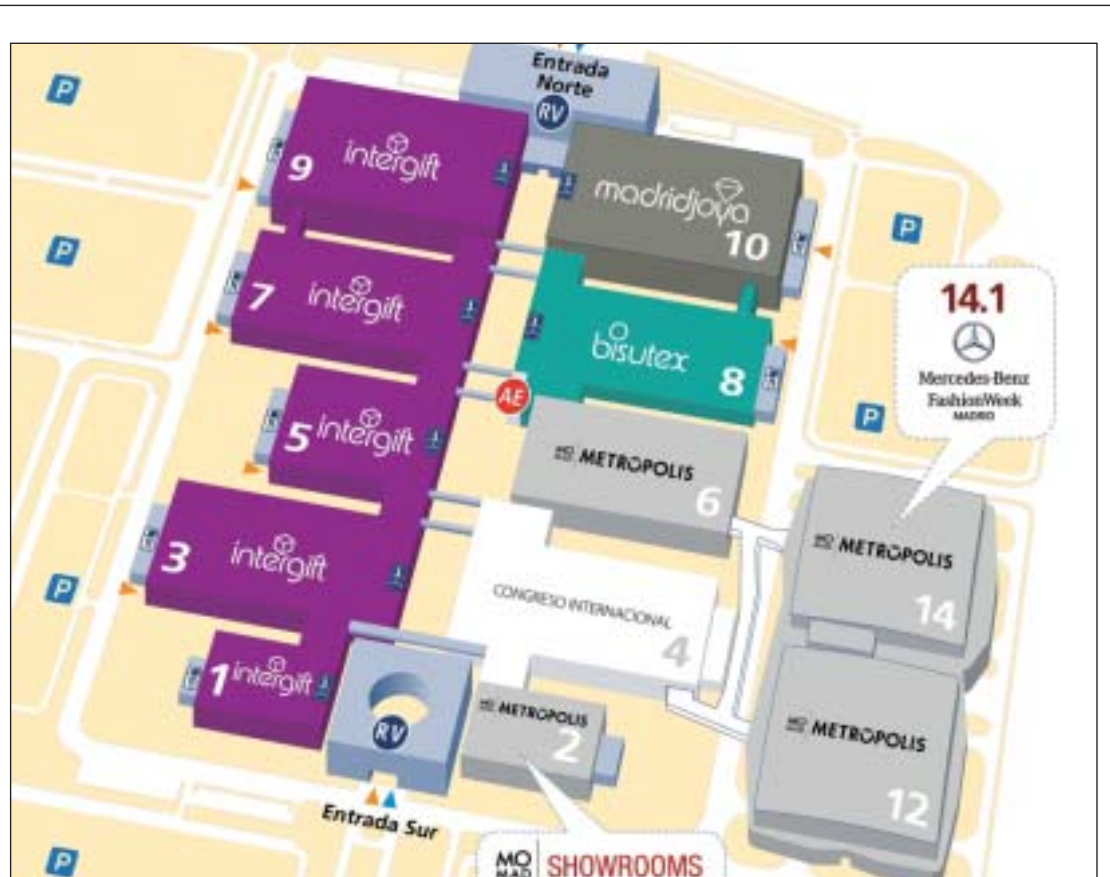
La feria Tendence, en Fráncfort, presentará una amplia oferta en joyas, bisutería y relojes. Del 30 de agosto al 2 de septiembre, los distribuidores encontrarán bisutería, joyas, perlas y piedras preciosas, y también otros artículos de bisutería, joyas y relojes de pulsera con un estilo más de diseño.

Solo con creatividad y talento no suele ser suficiente: también se necesita valor, capacidad para imponerse e instinto comercial para tener éxito como diseñador de joyas y bisutería. Este es el caso de veinte jóvenes diseñadores que presentarán sus primeras joyas, artículos de bisutería y colecciones en el área de fomento *Talents Carat*, en el pabellón 9.3; todos ellos presentaron su solicitud para el programa de fomento de jóvenes ta-

lentos de Tendence, y fueron seleccionados. El segundo paso del plan consiste ahora en hacer contactos en el sector y establecer relaciones comerciales. Para eso, la feria Tendence es un lugar inmejorable.

Time Square: área de relojes

Los compradores podrán hacerse una idea general sobre las tendencias actuales en el segmento de los relojes en el área "Time Square". Proveedores de renombre como Aristo Vollmer, Capella, Filius Zeitdesign, Heinz Ratus, Katharina Cremer, o Unique Time mostrarán aquí sus nuevas colecciones. Este área, dentro del pabellón 9.3, tiene cosas que ofrecer tanto a los seguidores de tendencias como a los amantes de los relojes clásicos.



INTERGIFT, BISUTEX y MADRID JOYA, DEL 10 AL 14 DE SEPTIEMBRE

Feria de Madrid unificará sus ferias del lujo y celebra en septiembre cinco encuentros

Intergift, Bisutex y Madrid Joya se celebrarán en un nuevo escenario que reunirá a todos los sectores que marcan tendencia. Los tres salones coincidirán en fechas y lugar de celebración con la pasarela Mercedes-Benz Fashion Week Madrid y Momad Metrópolis, configurando el más completo referente de novedades, moda y diseño, según nos explican desde la Organización.

El conjunto de estos salones sumarán las propuestas de 1.800 marcas, alrededor de 40 desfiles

y una previsión de visitantes de más de 110.000 profesionales desde 70 países. En este contexto de renovación, Intergift, Bisutex y Madrid Joya estrenan imagen y se desvinculan del 'paraguas' *Giftrends* con nuevos códigos de identificación para cada feria, reconocibles y con recorrido en el tiempo.

La joyería, destacada

Así, junto a Intergift, Bisutex y Madrid Joya (del 10 al 14 de septiembre), referentes de tenden-

cias en decoración y el regalo; bisutería y complementos, además de joyería, se desarrollará del 12 al 16 del mismo mes la convocatoria multisectorial de moda Momad Metrópolis y una nueva edición de Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, la gran plataforma de promoción del diseño español. Toda esta oferta conjunta configurará un completo y eficaz escaparate profesional y de negocio, distribuido entre los pabellones 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12 y 14 de Ifema.

20ª convocatoria de los premios joyeros *Enjoia't*

Enjoia't, Premio de Joyería Contemporánea, es un evento que, desde hace 20 años, premia las propuestas más destacadas del campo de la joyería, tanto de profesionales como de estudiantes. Tema, material y dimensiones serán libres, y se entregarán en formato imagen. La fecha límite de entrega será el 11 de julio y los finalistas podrán 'defender' sus piezas ante el jurado el 9 de octubre, en el marco del Salón de Joyería de Barcelona, Joya. Sólo habrá un ganador en ambas categorías y los premios consistirán en una escultura de los ganadores de la anterior edición y el compromiso de realizar el premio para la edición 2015, además de un espacio expositivo en Joya 2015. Más información en: www.fad.cat

Espaijoia toma como objetivo 'prioritario' aumentar los visitantes y dedica espacio a la joyería de autor

El encuentro prepara su cita anual del 10 al 13 de octubre, en la sala Marqués de Comillas de las Drassanes Reales de Barcelona.

Para el cuarto certamen el equipo organizador se ha fijado como objetivos potenciar el número de visitantes así como organizar acciones que permitan a los expositores aumentar las posibilidades de negocio. La novedad es el nuevo espacio 'Galería de Autor', una sección dedicada exclusivamente a promover el diseño, la joyería contemporánea y la creatividad. En este espacio se presentarán las creaciones de diseñadores noveles y experimentados que trabajan la joyería más creativa combinando formas y toda clase de materiales.

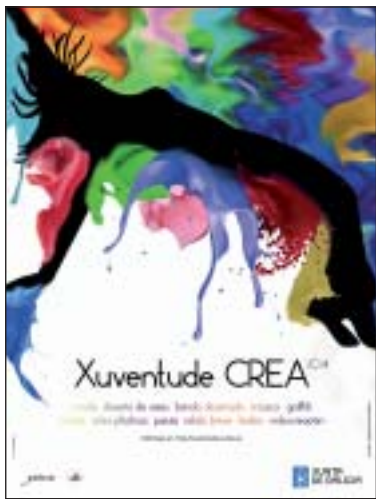


Un 'laboratorio creativo' en el que estarán incluidas las piezas del ganador del Premio José Arqueró.

PREMIOS

Galicia premiará a jóvenes joyeros con 3.000 euros

El servicio de Juventud de la Xunta de Galicia ha convocado los premios 'Xuventude Crea', una iniciativa que busca premiar a los mejores proyectos de jóvenes en diferentes arte plásticas, desde el diseño de joyería al teatro, pasando por la poesía o los graffiti, entre otras. Las condiciones de participación son básicamente tres, según el pliego de la Xunta: Edades comprendidas entre los 16 y los 30 años; haber nacido en Galicia o tener residencia en la comunidad y no ser profesional. La obra ganadora recibirá un premio de 3.000 euros. El segundo premio será de 1.500 euros y la tercera finalista recibirá 1.000 euros. También se otorgarán menciones de honor a las siguientes clasificadas en el concurso. Las bases completas de esta convocatoria se pueden consultar en la página web: <http://xuventude.xunta.es/xuventude-crea.html>



Cartel anunciador del concurso.

JOYAS Y BLOGGERS

Las fluritas y el Jurásico, una cita gemológica con el IGE

Qué duda cabe que Asturias es un paraíso natural y, por supuesto también lo es en el apartado gemológico y paleontológico, por lo que el Instituto Gemológico Español (IGE), ha organizado una visita para los días 14 y 15 de junio, que darán la oportunidad de conocer de cerca los tesoros naturales de esta región. El viaje se compone de dos partes: Por un lado se han seleccionado algunos de los rincones con más encanto, y uno de los lugares más clásicos de minerales de España, como son las fluoritas de Berbes, enmarcadas entre la Sierra de Sueve y el mar. Por otro lado, los visitantes acudirán al Museo del Jurásico de Asturias (MUJA) y visitarán un yacimiento de icnitas de dinosaurio, contemplando la mayor huella de Saurópodo de Europa. En todo momento se contará con las explicaciones del experto gemólogo y paleontólogo Diego García-Maroto. Más información e inscripciones en la web del IGE: www.ige.org



El Museo Jurásico asturiano es un centro de referencia.

ENCUENTROS



Los gemólogos de Cataluña celebran el día de Sta Gema

Como en años anteriores los gemólogos catalanes celebraron, el pasado día 14 de mayo, la tradicional cena de hermandad. La gema de este año fue el cuarzo y en torno a esta piedra se celebró una conferencia, previa a la cena, y que corrió a cargo de la geóloga y gemóloga Elena Andía, profesora de la Escuela de Gemología de la Universidad de Barcelona bajo en título: 'El cuarzo, natural, sintético y tratado'. La conferencia abrió los ojos a los asistentes del peligro de que, debido a que cada día es mayor la existencia de cuarzos sintéticos (amatistas, citrinos, etc.) engarzados en joyas comercializadas en joyería sean vendidos como naturales, con el consiguiente perjuicio para los clientes.

SUBASTAS



Dos de las imponentes piezas subastadas: The Winston Blue y el Graff Vivid Yellow.

Pugna de Christie's y Sotheby's en Ginebra por los records en subasta

La lucha por conseguir las mejores joyas y los mejores resultados en subasta por parte de las dos principales casas mundiales no tiene tregua. En las efectuadas en Ginebra a mediados de mayo, con apenas un día de diferencia, Christie's logró hacerse con la cifra más alta por volumen de ventas, cosechando 154 millones de dólares en total y estableciendo otro nuevo record para un diamante: 24 millones de dólares por el 'Winston Blue', un diamante azul de 13,22 quilates, montado sobre un anillo con diamantes blancos de 1 y 0,96 quilates.

Por su parte, la casa Sotheby's también obtuvo unos resultados nada desdeñables, tras vender 141 millones de dólares en la ciudad suiza y también cosechó otro hito: El imponente diamante 'Graff Vivid Yellow', de 100,09 quilates, se vendió por 16 millones de dólares, estableciendo el récord mundial para un diamante amarillo. La colección privada de Fauna Sassoon casi triplicó las expectativas, mientras que el collar de oro y diamantes de Jacqueline Auriol, firmado por Van Cleef logró 276.000 dólares, doce veces su estimación inicial.

CALENDARIO FERIA



FERIA	Lugar	Fechas	
Junio-Julio			
EPHJ 2014	Ginebra	03-06-14	06-06-14
XVII Mesa Minerales Monteluz	Granada	07-06-14	--
Asia's Fashion Jewellery	Hong Kong	19-06-14	22-06-14
China Watch & Clock Fair	Shenzen	26-06-14	29-06-14
Jovella 2014	Tel Aviv	08-07-14	09-07-14
Indian Fashion Jewellery Show	N. Delhi	12-07-14	14-07-14
Lifestyle Gifts	Singapur	16-07-14	18-07-14
India Int. Jewellery Show	Mumbai	17-07-14	21-07-14
Malasya Int. Jewellery Fair	Kuala Lumpur	18-07-14	21-07-14
Philadelphia Gift Show	Philadelphia	20-07-14	23-07-14
J.A New York	Nueva York	27-07-14	29-07-14

Informaciones facilitadas por las entidades organizadoras de los eventos. G&T no se hace responsable de las variaciones de fechas.

Joyería

MAYO

VENTAS

Buenas: 14%



Regular: 22%



Malas: 69%



RESPECTO A ABRIL '13



Mejores: 10%



Iguales: 43%



Peores: 53%

COYUNTURA

EN PUNTO

Más seguridad en Cataluña

La puesta en marcha del sistema de alerta avanzada entre el JORGC y los Mossos de Esquadra en 2011 supuso un punto de inflexión, ya que por primera vez se rompía la tendencia creciente de ataques desde 2008. En 2013 ha continuado esta tendencia a la baja, con un descenso del 19%: 53 siniestros menos, la mayor disminución registrada en 12 años (desde que se creó la serie

histórica en 2002). Aunque se observa una tendencia significativa a la baja, el Gremio catalán insiste en su "preocupación" por la cantidad de ataques que siguen recibiendo los establecimientos del sector. En 2013, cada semana se han producido cuatro ataques contra el sector joyero, aunque se ha registrado un ataque menos cada semana que en el año anterior. Esperemos que así siga la tendencia.

© NEXOPUBLIC CONSULTING (GRUPO NEXO) / La Encuesta de Coyuntura GOLD&TIME se obtiene de la Encuesta mensual realizada en exclusiva para el Periódico GOLD&TIME. La metodología parte de un muestreo aleatorio estratificado, en función de cada segmento geográfico y empresarial. Muestra de 400 encuestas directas, con un nivel de confianza del 95% y un límite de error de ± 4% / Prohibida su reproducción, total o parcial, por cualquier medio o soporte, sin autorización realizada previa y expresamente por escrito por el Grupo NEXO.

EXPECTATIVAS

Mejores: 6%



Iguales: 24%



Peores: 70%



EXPECTATIVAS

Mejores: 10%



Iguales: 66%



Peores: 26%



Relojes

MAYO

VENTAS

Buenas: 10%



Regular: 22%



Malas: 72%



RESPECTO A ABRIL '13



Mejores: 10%



Iguales: 12%



Peores: 78%

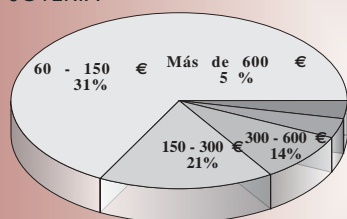
RANGOS DE PRECIOS

MAYO

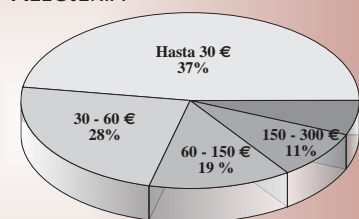
TIPO DE PIEZA MÁS VENDIDA

MAYO

JOYERÍA

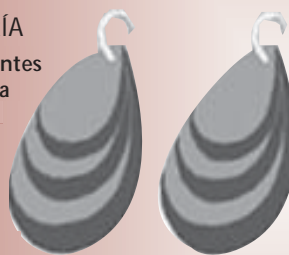


RELOJERÍA



JOYERÍA

Pendientes en plata



RELOJERÍA

Gama baja



EN HORA BUENA

▲ Antonio Valle

El director de la Escuela madrileña de Joyería Arte3 se ha traído, de mano de uno de sus alumnos,



uno de los premios concedido por la Asociación de Escuelas Europeas, que celebró su congreso anual el mes de mayo en Grecia. Enhorabuena desde estas líneas por el trabajo realizado en pro de la joyería contemporánea.

▲ Laura Márquez

La icónica diseñadora y galerista de joyas madrileña Laura Márquez ha cambiado su ubicación en



la calle San Bernardo y acaba de inaugurar un nuevo establecimiento en el Barrio de Salamanca, concretamente en la calle Lagasca 33. Desde este Periódico le auguramos los mejores éxitos tras el cambio.

EN HORAS BAJAS

▼ Nuñez Feijoo

El actual presidente de la Xunta de Galicia tampoco ha escuchado los llamamientos que,



desde la Escuela de Joyería del Atlántico se le han hecho para que intervenga en la injusticia propinada al centro, que ha perdido la subvención para impartir su curso de joyería artística, que tanta falta hace en la Comunidad gallega.




Suscríbete a www.goldandtime.org

Análisis en profundidad de las novedades en relojería y todas las características técnicas

...y recíbelo cada mañana en tu email