

Las tablas de color de zafiros y rubíes siguen a la espera

El Congreso de CIBJO no encuentra puntos de acuerdo para homogeneizar estas gemas

La Confederación Joyera Internacional (CIBJO) abordó durante su Congreso Anual, que celebraron

en Armenia el pasado mes de octubre, la perspectiva de los diferentes laboratorios gemológicos y de su Comisión de Piedras de Color para arrojar luz y alcanzar algún tipo de conclusiones con las que se puedan armonizar los criterios de color bajo los que se están actualmente certificando los rubíes y zafiros. En el caso de esas gemas se tienen como máximos exponentes los colores rojo 'sangre de pichón' y azul 'real', pero los expertos coinciden en que se trata de valoraciones subjetivas, sin una verdadera base científica, que no hacen sino añadir confusión al mercado. Desde el laboratorio suizo SSEF, que el año pasado unificó con Gubelin sus tablas de color para rubíes y zafiros, explicaron en la 'mesa redonda' que "cada laboratorio debe crear sus propios estándares internos pero que, a su vez, estos tienen que ser armonizados a nivel internacional". **☞ Panorama / Pág. 5**

ENTREVISTA



Heraclio Besada

El representante del HRD de Amberes en España desvela el ambicioso proyecto que el laboratorio quiere desarrollar en nuestro país. **☞ Pág. 6**



III Congreso Europeo de Joyas

El Museo Nacional de Arte Contemporáneo de Cataluña celebra los días 17 y 18 de este mes, el tercer Congreso Europeo de Joyería. Un encuentro que supone la continuidad de los ya celebrados en León y Madrid y que tiene como objetivo impulsar a la Joyería como disciplina académica. Su directora técnica, Mariàngels Fondevila, nos explica los pormenores del intenso programa que se ha desarrollado para esta ocasión. **☞ Entrevista / Pág. 4**

Expogema está en primera línea de la gemología

Las jornadas de 'puertas abiertas' y venta de gemas organizadas por el IGE y la Escuela de Minas cosechó en su primera edición un notable éxito de afluencia y ventas, que sus responsables esperan repetir el próximo año. **☞ Ferias / Pág. 46**

Las elecciones americanas no disparan el oro

En contra de lo que los analistas habían vaticinado antes de los comicios en Estados Unidos, la victoria del candidato Donald Trump no ha sembrado el pánico entre los inversores y el precio del oro se está manteniendo a la baja. **☞ Metales / Pág. 16**



Todo listo para la nueva Ambiente

La feria de Messe Frankfurt que se celebra del 10 al 14 de febrero de 2017 hizo su presentación oficial en Barcelona y estableció como uno de sus objetivos el impulso a sus áreas dedicadas a la Joyería y la Relojería. **☞ Ferias / Pág. 47**

Cádiz busca dinamizar su industria de Joyería

El Gremio de Joyeros de Cádiz está decidido a impulsar el Sector de la provincia convocando el que será su primer Encuentro Profesional de Joyería, Platería y Relojería, el próximo 19 de noviembre en Jerez

de la Frontera. La cita se celebrará a lo largo de la tarde y contará con una selección de expositores, además de conferencias especializadas en seguridad y comercialización. **☞ Panorama / Pág. 8**



GOLDTIME.org
Plataforma Online de Información Joyas y Relojes

Los días 1 de Febrero de 2017 - Noviembre 2014

PORTADA GOLDTIME NEXOTIME Ferias Noticias Comentarios de usuarios Noticias de empresas Contacto

De temas... Elementos técnicos Joyas Contemporáneas Pedidos de color Anuncios de joyas de lujo CIBJO EUSEF Ferias y más

AEITA
La Asociación de Tasadores de Alhajas afronta importantes retos este año

Este año más y más que de siempre, desde la Asociación de Tasadores de Alhajas (ATA) se han planteado los retos más importantes de este año, tanto en lo que respecta a la formación de los tasadores, como en lo que respecta a la comercialización de las joyas, que son los principales retos que se plantean a la Asociación de Tasadores de Alhajas este año.

GOLDTIME.org **MESENUM 2017**
a las joyas más modernas del mundo

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

Precios "desde" por persona y estancia en habitación doble (excepto indicado) y régimen publicado, válidos para determinadas salidas hasta diciembre 2016. Incluyen: vuelos en clase turista desde Madrid (con o sin escala), traslados y tasas aéreas. Consulta precios y salidas desde otras ciudades. Gastos de gestión (12€ por reserva) no incluidos. Plazas limitadas. Consulta condiciones. Pago en 3 meses sin intereses: intereses subvencionados por Viajes El Corte Inglés, S.A. Financiación sujeta a la aprobación de Financiera El Corte Inglés E.F.C., S.A. Recibo mínimo de 30€. Gastos de gestión financiados en función del importe de la venta: desde 3€ hasta un máximo de 12€. Ejemplos a 3 meses sin intereses: importe: 300€, 101,67€/mes, TIN 0%, IAE 10,44%, gastos de gestión 5€, importe total del crédito/adeudado 305€. Importe: 3.000€, 1.004€/mes, TIN 0%, IAE 2,42%, gastos de gestión 12€, importe total del crédito/adeudado 3.012€. Redondeo de decimales en la última cuota. C.I.C.MA. 59. HERMOSILLA 112 - MADRID.



Grandes viajes

encantado de conocerte



Pago 3 meses sin intereses



Vuelos y traslados incluidos

Destellos de Dubai y Abu Dhabi | Emiratos Árabes

7 días | 6 noches
Dubai - Abu Dhabi

Hoteles 4*

1.200€

Incluye: 3 visitas, 6 desayunos, 1 almuerzo y 1 cena

Naturaleza y Playa | Costa Rica

9 días | 7 noches

San José - P.N Tortuguero - Arenal - Manuel Antonio
Hoteles 3* y 4*, excepto en Tortuguero categoría lodge

1.580€

Incluye: 2 visitas. Régimen de alojamiento y desayuno excepto en Tortuguero que será en pensión completa

Islas de Indonesia: Bali y Gili Trawangan

10 días | 7 noches

Ubud - Isla Gili Trawangan - Nusa Dua
Hoteles: primera y lujo

1.865€

Atenciones especiales lunas de miel.
Incluye: 7 desayunos. Lancha rápida de Bali a Gili Trawangan y viceversa y traslados con asistencia habla hispana

Imágenes de Sudáfrica

9 días | 6 noches

Johannesburgo - Reserva privada en Kruger - Ciudad del Cabo

Hoteles 4* y 5*

1.985€

Incluye: 6 desayunos, 1 almuerzo y 2 cenas

Perú Esencial

11 días | 9 noches

Lima - Arequipa - Puno - Cuzco
Hoteles 3*

2.225€

Incluye: 8 visitas. 9 desayunos y 4 almuerzos

Sri Lanka, Tesoro Cingalés

10 días | 7 noches

Galle - Hikkaduwa - P.N. Yala - Nuwara Eliya - Kandy - Pinnawela - Dambulla - Habarana - Sigiriya - Polonnaruwa - Colombo

Hoteles primera, primera sup. y lujo

2.250€

Incluye: 14 visitas. 7 desayunos, 6 almuerzos y 6 cenas

Impresiones de México

11 días | 9 noches

Ciudad de México - San Cristóbal de las Casas - Palenque - Campeche - Mérida - Riviera Maya
Hoteles de 3*, 4* y 5*

2.250€

Incluye: 6 visitas. 9 desayunos y 6 almuerzos y todo incluido en Riviera Maya

Gran India

17 días | 15 noches

Bombay - Jaisalmer - Jodhpur - Udaipur - Pushkar - Jaipur - Agra - Khajuraho - Benares - Delhi

Hoteles categoría primera y lujo

2.650€

Incluye: 15 visitas, 15 desayunos, 3 almuerzos y 12 cenas

Lo mejor de Argentina

11 días | 8 noches

Buenos Aires - Iguazú - El Calafate - Buenos Aires
Hoteles 3* y 4*

2.800€

Incluye: 5 visitas y 8 desayunos.



Consulta nuestros catálogos 2016

VIAJES El Corte Inglés
Una sonrisa de ida y vuelta

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, Daniel Gallego, Eduardo Santamaría, Miguel Praga, Josep Marqués, José Soria, Enrique Andrade, Raquel Toledano, Ignacio Samper, Patricia Esclapez y Enric Arenós 'Quique'

FIRMAS INVITADAS

DIRECCIÓN: Carlos Ortiz y Eugenio de Quesada

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

NEXO editores s.a.

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 SRL (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 SRL (Consultoría) / NexoCreativo (Autoedición) / NexoTel SRL (Información Electrónica) / Herrero y Asociados SA (Marcas) / NexoData SRL (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

Sobre la gemología 'periférica' en España

LOS DÍAS 22 Y 23 DE OCTUBRE PASADO se celebró en Madrid la primera edición de la nueva feria gemológica Expogema, que organizó el Instituto Gemológico Español (IGE), en colaboración con la Escuela de Minas de la capital.

El encuentro contó con dos vertientes: una didáctica, con el propósito de inocular la pasión por las piedras entre el público general —especialmente en los más pequeños— y otra más comercial, dedicada a la compraventa de gemas de cierto nivel entre los profesionales.

Se trata de una iniciativa pionera en España, ya que deja de lado el cajón de sastre en que habitualmente se reúne todo tipo de gemas, minerales, fósiles y demás, en nuestros tradicionales mercadillos y otras ferias, para avanzar en una gestión profesionalizada y científica, avalada por dos entidades de reconocido prestigio gemológico como son los organizadores de este evento.

Sin embargo, es precisamente la centralización de este encuentro la que pone sobre la mesa una realidad que lleva tiempo mostrándose y que no ha hecho sino acentuarse a lo largo de la crisis —casi crónica— que sigue viviendo el Sector Joyero y Relojero en España.

Y es que, como venimos constatando en las diversas conversaciones con gemólogos y joyeros de la España 'periférica', la oferta de empresas que comercializan gemas para joyería se ha resentido sustancialmente en estos últimos años y el acceso a pedrería variada y de calidad se ha hecho más dificultoso para aquellos que viven fuera de las grandes ciudades.

"Si antes te visitaban 30 o 40 representantes de piedras a lo largo del mes —señala a GOLD&TIME un profesional de dilatada experiencia en el Sector— ahora apenas llegan a la docena". Y, además, "ya no se fía cuando lo que necesitas es género para mostrar a los clientes y el bolsillo no permite tener un amplio stock de pedrería de cierto nivel", subraya el empresario.

Ha habido cierres, otras se han mantenido con su red mermada, y nuevas han aparecido que tampoco cuentan con el 'músculo' financiero suficiente para hacer frente a préstamos masivos. Se constata que la oferta es variada en la capital. Pero, ¿qué está ocurriendo con el resto?

Que les sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

TRIBUNA

“ Si se excluye la talla, tratamiento universalmente aceptado, los tratamientos que afectan al color, a la pureza y al peso de las gemas están a la orden del día, incluso a pie de mina y casi como un proceso más en la extracción ”

El gemólogo y los tratamientos de gemas

Miguel Ángel Pelicer

Presidente de la Asociación de Gemólogos de Aragón (AGEDA)

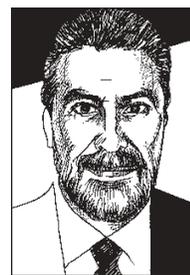
La belleza de las gemas es un elemento intrínseco de cada una de ellas, aunque tenga un gran componente de subjetividad (lo que aquí y ahora se considera bello, en otro lugar o momento puede que no). También hay que reconocer que existen estándares universalmente reconocidos y aceptados.

Por otro lado, en la apreciación de la belleza intervienen tres de las famosas 'Cs' del diamante: talla, color, pureza y, la cuarta (el peso), influye además en su precio. Las tecnologías actuales permiten todo tipo de cambios o alteraciones en todas y cada una de estas cuatro 'Cs'. Se puede cambiar la forma, el color, la pureza e incluso el peso de una gema.

Además, algunos de estos cambios pueden suceder de forma natural sin la intervención humana como, por ejemplo, ocurre con los cambios de color en algunos tipos de cuarzos. Y si todo esto fuera poco, algunos tratamientos son inestables y en ocasiones pueden revertir a la gema a su estado original.

Si se excluye la talla, tratamiento universalmente aceptado, los tratamientos que afectan al color, a la pureza y al peso están a la orden del día, incluso a pie de mina y casi como un proceso más en la extracción.

La cuestión repetidamente planteada es si todos estos tratamientos deben ser comunicados o revelados al consumidor y la respuesta debe ser: siempre. Una



gema tratada artificialmente que ha sido mejorada en cualquiera de sus aspectos antes mencionados, no puede tener el mismo valor que su homóloga natural, y el consumidor debe ser advertido.

Los laboratorios gemológicos punteros con el instrumental de análisis moderno pueden identificar y de hecho identifican estos tratamientos, y los gemólogos con una formación clásica y con el instrumental clásico (el famoso trípode gemológico: microscopio, refractómetro y espectroscopio), también deberían ser capaces de identificar una buena parte de estos tratamientos, aunque ciertamente no todos.

De ahí la importancia de la labor diaria del que se podría denominar como 'gemólogo de calle', ya que no todos los consumidores pueden acceder a los grandes laboratorios; ya sea por desconocimiento o falta de información, ya sea por su ubicación geográfica o cualquier otro motivo.

Un gemólogo de estas características está perfectamente capacitado para dictaminar si una gema ha sufrido una tinción, si es una

piedra compuesta, si se ha utilizado láser para quitar impurezas y un largo etcétera. Además tiene la información precisa para transmitir y aconsejar al consumidor en el caso de que sean necesarias mayores precisiones y análisis más concretos.

En ocasiones, un buen consejo o un buen asesoramiento tienen más trascendencia que un frío análisis.

Los laboratorios gemológicos con el instrumental moderno pueden identificar y de hecho identifican estos tratamientos, y los gemólogos con una formación clásica y con el instrumental clásico también deberían

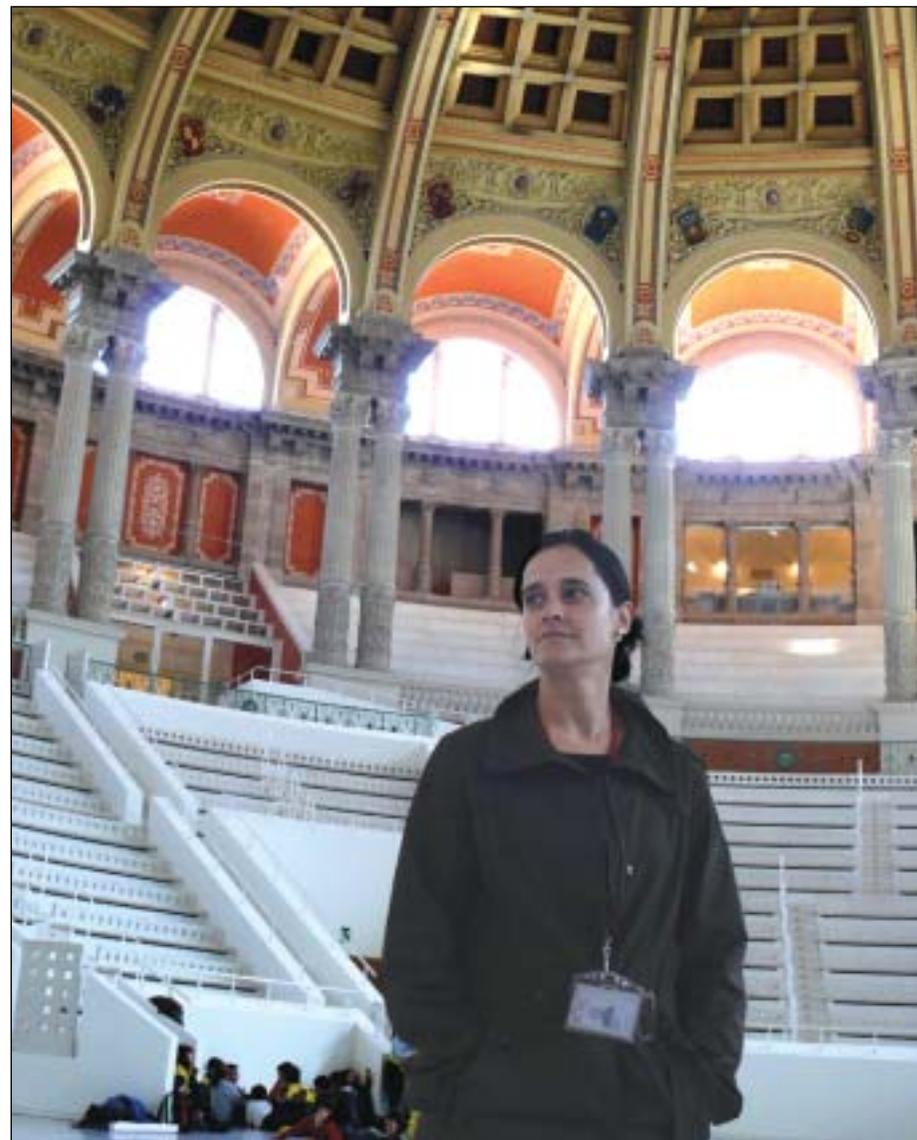
DE 24 KILATES



MARIÀNGELS FONDEVILA | CONSERVADORA DEL MNAC Y DIRECTORA DEL III CONGRESO EUROPEO DE JOYERÍA

Conocer la Historia de la Joyería mejora el diseño y eleva los beneficios

El Museo de Arte Contemporáneo de Cataluña celebra el día 17 de este mes el III Congreso Europeo de Joyería. Un encuentro que da continuidad a los ya convocados en León y Madrid en años anteriores, y con el que se pretende dar visibilidad a este Sector dentro del ámbito universitario, al tiempo que puede servir para que la parte más comercial de la joyería no olvide el pasado, como medio de mejorar la rentabilidad y también la creatividad joyera.



MARIÀNGELS FONDEVILA

¿Cómo nace la iniciativa en el MNAC de dar continuidad al Congreso Europeo de Joyería?

La conservadora de joyería del Museo del Traje de Madrid, María Antonia Herradón, organizadora de las ediciones anteriores y con quien coincidí en Madrid, lanzó el guante de organizar un tercer congreso en el Museo Nacional, iniciativa a la que nos hemos acogido con entusiasmo.

¿Además del Museo, qué otras entidades colaboran en este encuentro?

Colaboran el Museo del Traje de Madrid, la Universidad de Barcelona, el Instituto Italiano de Cultura y también contamos con el patrocinio de D'Or joiers, además del soporte del Jorgc (Colegio Oficial de Joyeros, Orfebres, de Relojeros y de Gemólogos de Cataluña), así como de Misui, la nueva marca joyera de Unión Suiza.

El congreso tiene como objetivo "impulsar a la joyería como disciplina académica". ¿Por qué sigue sin ocupar actualmente un lugar destacado en este campo, a pesar de los numerosos análisis y de especialistas que la estudian?

Efectivamente, la joyería no es una disciplina de estudio preferente en las Universidades y por ello confiamos en que iniciativas como este congreso puedan contribuir a fomentar y dar salida a investigaciones dedicadas a este ámbito.

¿Cuál está siendo la respuesta de

los participantes, en volumen de reservas? ¿Qué asistencia prevén?

La respuesta está siendo, por ahora, muy positiva. Cuando lanzamos la llamada de comunicaciones (CFP), enseguida empezamos a recibir muchísimas propuestas procedentes del ámbito universitario, museístico, de la gemología, escuelas de diseño, de perfil nacional e internacional. Las inscripciones para asistir al congreso todavía no se han cerrado y ya contamos con un amplio abanico de público compuesto por historiadores, estudiantes, diseñadores, joyeros, gemólogos, fabricantes, etc.

En el congreso colaboran firmas joyeras como D'or o Unión Suiza, pero no es habitual que la empresa se interese por la vertiente más académica de la joya. ¿Cree que una mayor implicación del sector privado sería beneficiosa para sus resultados económicos?

Sin duda alguna, el conocimiento histórico y artístico de la joyería, la técnica y la evolución de sus diseños a lo largo de los siglos, puede revertir en positivo en la calidad de las producciones de las firmas joyeras.

La joya (al igual que ocurre con los trajes, por ejemplo) son de los pocos artículos de uso común que han encontrado su sitio en los museos, ¿Despiertan el interés entre el público general este tipo de colecciones?

Cada vez más este tipo de manifestaciones objetuales, que fusionan el arte y vida, suscitan un gran interés como lo demuestran las exposiciones entorno a la moda o la joyería que organizan frecuentemente los grandes Museos nacionales e internacionales.

Desde el punto de vista artístico y también comercial la joyería siempre se ha definido como objeto realizado con metales o gemas preciosas, pero hoy en día podemos ver ejemplos de joyería artística elaborada con los más diversos materiales. ¿Podemos considerar joya a esos objetos? ¿Tienen cabida en el museo, como tales?

Sin duda. No olvidemos que los grandes Museos exhiben joyas de artistas como Alexander Calder

(hizo más de 1.000 joyas), Julio González o Pablo Gargallo, para citar unos pocos ejemplos de escultores que hicieron incursiones en el mundo de la joya, dejando de lado los materiales preciosos del reino mineral, para trabajar materiales humildes como el hierro, el cobre o el latón. En ellas, está claro que la creatividad y la originalidad no depende de su formato. A modo de ejemplo, quien tenga ocasión de visitar las joyas del artista René Lalique, conservadas en la Fundación Gulbenkian de Lisboa, se sorprenderá con una obra genial que fusiona con gran libertad materiales nuevos, como el carrey o el vidrio, ajenos a la tradición de la orfebrería, abriendo un camino lleno de creatividad

La joya ha estado vinculada al arte y a la cultura prácticamente desde el 'inicio los tiempos'. ¿Cree que eso sigue ocurriendo en la actualidad, u hoy en día se ha convertido más en un objeto comercial, perdiendo esa entidad que la ha caracterizado históricamente?

Las joyas forman parte de la cultura material del inicio de los tiempos y a través de las vicisitudes ha ido transformando su rol. Independientemente de su función como objeto de comercio o de la banalización imperante en nuestra sociedad actual, no hay que olvidar que la creatividad y el estatus simbólico es un motor infinito, universal que no tiene fecha de caducidad y que también renace en el mundo de la joya.

Y ya para terminar, desde el punto de vista de la fabricación y el comercio de joyería, ¿Qué puede aportar el impulso de la joyería como disciplina académica como busca este Congreso?

El estudio y mejor conocimiento de la joya desde un punto de vista histórico y artístico puede favorecer al fabricante que su objeto de comercio tenga una mayor calidad, extremo del que ya se percataron los diversos estamentos públicos y privados a finales de siglo y principios del XX, cuando se inicia el modernismo, inmerso siempre en una polémica acerca de las relaciones entre el arte y la industria.

- *El conocimiento histórico y artístico de la joyería, la técnica y la evolución de sus diseños a lo largo de los siglos, puede revertir en positivo en la calidad de las producciones de las firmas joyeras.*
- *Independientemente de su función como objeto de comercio o de la banalización en nuestra sociedad, no hay que olvidar que la creatividad no tiene caducidad y renace en el mundo de la joya*
- *Confiamos en que iniciativas como este Congreso puedan contribuir a fomentar y dar salida a más investigaciones universitarias dedicadas en exclusiva al ámbito de la Joyería*

TRAS EL CONGRESO ANUAL DE CIBJO EN EREVÁN, ARMENIA

La armonización de los colores 'sangre de pichón' y 'azul real' aún tendrá que esperar

La Joyería internacional sigue sin poder crear una tabla común y homogénea de colores para rubíes y zafiros

Como todos los gemólogos y joyeros experimentados saben, piedras como zafiros y rubíes no cuentan con una convención internacional que determine de modo científico su graduación de color. En el caso de esas gemas se tienen como máximos exponentes los colores rojo 'sangre de pichón' y azul 'real', pero los expertos coinciden en que se trata de valoraciones subjetivas que no hacen sino añadir confusión al mercado.

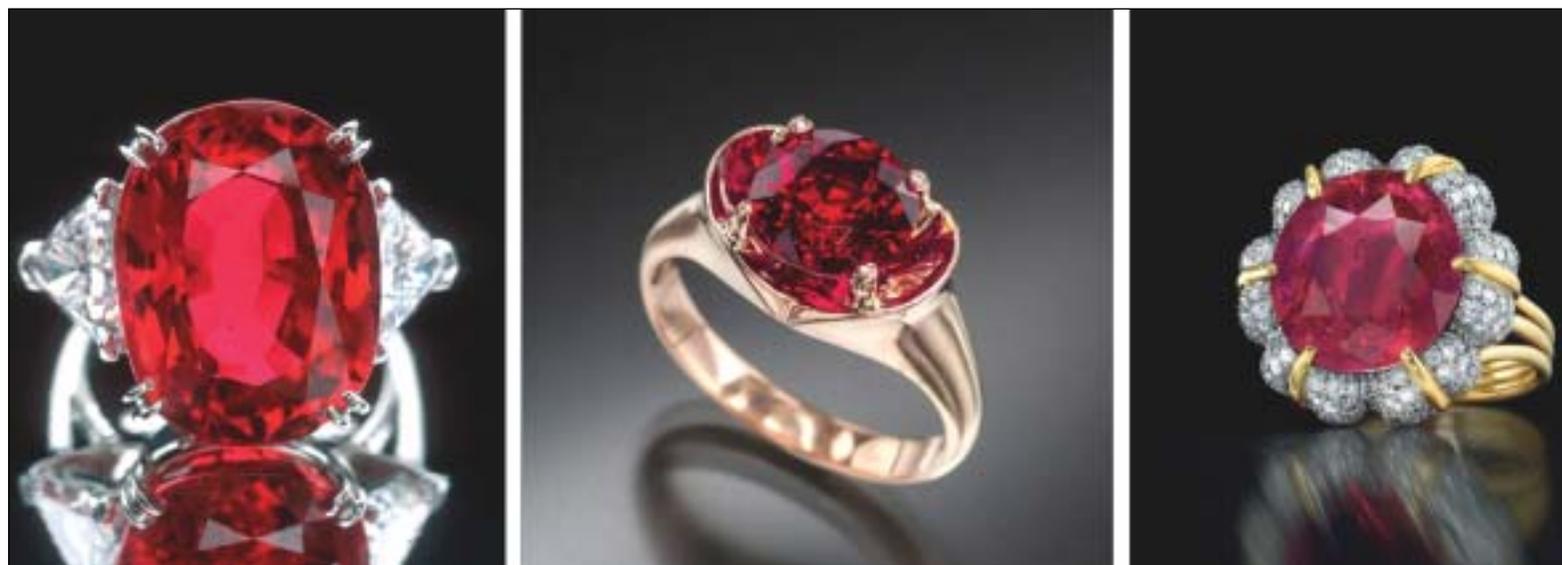
La Confederación Joyera Internacional (CIBJO) abordó durante su Congreso Anual, que celebraron en Armenia el pasado mes de octubre, la perspectiva de diferentes laboratorios y de su Comisión de Piedras de Color para arrojar luz y alcanzar algún tipo de conclusiones con las que se puedan armonizar estos criterios pero todo indica que, de momento, cada certificador seguirá haciendo la 'guerra' por su cuenta.

En el encuentro se celebró una sesión especial para abordar las "inconsistencias en los certificados gemológicos de las piedras de color", centrándose en las cuestiones relativas a los rubíes 'sangre de pichón' y los zafiros 'azul real'. El debate fue conducido por el presidente de la Comisión Gemológica de CIBJO, Hanco Zwaan.

Nilam Alaween, presidente de la Comisión de Piedras de Color de CIBJO destacó que los consumidores creen, erróneamente, que ambas definiciones forman parte de los estándares de la industria o suponen una graduación de calidad de las gemas, cuando no es así. "Los consumidores están sumidos en la confusión porque cada laboratorio tiene sus propios estándares", aseguraba Alaween.

"¿Debemos dejar esta situación como está, en un mercado libre donde cada consumidor o joyero decida cuál es la descripción más precisa, o tendremos que implantar una serie de medidas comunes para asegurarnos la confianza de los consumidores?" se preguntaba.

Es necesario recordar que esta percepción del color en ambas gemas es muy antigua, pero no por eso ajustada. Según el experto, el término 'Sangre de Pichón' se acuñó probablemente en la región de Mogok, en la antigua Birmania (hoy Myanmar) hace más de 100 años. En el caso de los zafiros color 'Azul Real' el gemólogo sostiene que es un término de origen más confuso y que probablemente partió de algún importador que quiso



Tres rubíes catalogados como 'sangre de pichón'. (El color varía por la calidad de la imagen)



Otros tres ejemplos, en este caso de zafiros certificados por el GIA como 'royal blue'. El del centro es 'dark royal blue'.

diferenciarse del resto de competidores, pero recuerda que no existe ninguna justificación científica para esa denominación.

Estos términos han ido afianzándose en los últimos 25 años

Se piensa que la denominación como rubíes *sangre de pichón* se acuñó hace unos cien años en las minas de Birmania

entre los laboratorios y gemólogos, que los han usado para definir el color pero no la calidad de las piedras. "¿Se trata de una descripción de su belleza?" Se pregunta. "Es

una cuestión muy subjetiva y por eso todos pueden tener razón. Depende también bajo qué luz se vea en cada país".

El experto explicó también que en una búsqueda de los colores Pantone encontró una amplia variedad cromática de azules 'Real', pero ninguna de rojo 'Sangre de Pichón'.

Alaween recuerda que su objetivo no es "atacar" a los laboratorios gemológicos que, en su gran mayoría, "hacen un excelente trabajo de certificación", pero destaca que para mantener la confianza del consumidor debe haber un serio intento de armonizar y separar el rigor científico de las opiniones subjetivas en las descripciones de color de los laboratorios.

La visión de los laboratorios
Desde el laboratorio suizo SSEF, que el año pasado unificó con Gubelin sus tablas de color para

rubíes y zafiros, explicaron en la mesa redonda que "cada laboratorio debe crear sus propios estándares internos y que, a su vez, estos tienen que ser armonizados con el resto, a nivel internacional.

La representante del GIA, Shane Mc Clure, recordó que en estas definiciones tiene mucho que ver el origen de las piedras. Es decir, que los rubíes procedentes de Birmania suelen tener, por defecto, mejores graduaciones por el simple hecho de tener ese origen, pero esto no necesariamente es así y, de hecho, en muchos casos deberían ser inferiores.

Uno de los problemas que también generan estas distorsiones es la gran diferencia entre la capacitación y experiencia de los gemólogos en los laboratorios, así como el tipo de equipamiento que emplean. Esta es una cuestión definitiva a la hora de certificar una gema cuando además entra en jue-

go la subjetividad de quien la observa.

Y entre las propuestas que destacan desde el GIA, que también

Los rubíes de Birmania tienen mejores graduaciones, sin que esto tenta que ser necesariamente así

compartió la representante del Instituto Gemológico de Tailandia estaría la opción de crear una tabla homologada a nivel internacional de piedras maestras para los rubíes y zafiros. Muchos laboratorios ya las usan, pero estas no necesariamente coinciden otras. Así que... ¿quién le pone el cascabel al gato?

HERACLIO BESADA | DIRECTOR DEL LABORATORIO GEMOLÓGICO GEMACYT Y SOCIO DEL HRD ANTWERP

El HRD abrirá en Madrid su primer 'corner' para la venta de diamantes

Amberes quiere potenciar la venta de diamantes en España y abrirá una sucursal dentro de una joyería de la capital. De momento la tienda elegida es un 'secreto' y hasta dentro de poco no sabremos dónde se ubicará, según explica Heraclio Besada, director del laboratorio Gemacyt y socio del HRD en nuestro país.



HERACLIO
BESADA

El HRD va a apostar fuerte por la venta de diamantes en nuestro país. ¿En qué consiste esta nueva estrategia?

El laboratorio HRD Antwerp está afrontando unos cambios muy importantes, el primero es el de sus certificados, que se llevará a cabo a partir de octubre y que nosotros empezaremos a emitir en España. Pero lo más importante es que HRD Antwerp va a dar más apoyo a todos los joyeros en todos los países del lujo del mundo incluida España. De hecho, la primera apertura en nuestro país está prevista para el próximo mes en Madrid.

¿Qué proyectos concretos se llevarán a cabo?

Para ello van a llevar a cabo dos acciones: Una Flagship, o tienda modelo que será un establecimiento de prestigio en una ciudad o provincia, que contará con la imagen de marca de HRD Antwerp y toda la información necesaria sobre diamantes para detallarla al cliente final. Y en segundo lugar el Shop&Shop, que será un espacio dentro de las tiendas asociadas donde se van a encontrar todas las explicaciones sobre los aspectos del diamante (pureza, color, talla, certificados...) para que el cliente adquiera la seguridad necesaria a la hora de adquirir su joya o diamante.

¿Está también cambiado el perfil del comprador de diamantes?

Está demostrado que actualmente el cliente, cuando llega al estable-

cimiento, ya ha visitado varias webs para informarse acerca de los productos que le interesan. Por lo tanto necesita algo que pueda ver, tocar... para generarle confianza y por eso hemos desarrollado este despliegue. Un espacio que genera seguridad y diferenciación respecto a nuestros competidores. El cliente debe saber que ya no es sólo importante dar un certificado de diamante y otras gemas, sino que se le está dando el certificado de HRD Antwerp, un documento de calidad y garantía reconocido en cualquier parte del mundo.

¿Cómo se materializa este despliegue en los establecimientos?

El funcionamiento es el siguiente: Va a haber cuatro 'torres' (displays) y una pantalla. Obviamente todo esto va en relación al tamaño y espacio que tenga en ese momento la tienda. En esas pantallas se va a explicar al cliente que entra a comprar un diamante qué es cada una de las características: color, peso, pureza y talla. Por último, habrá una quinta 'torre' con información acerca de los beneficios que tienen a la hora de comprar una joya o diamante suelto con certificado del HRD Antwerp. Esto va unido a una serie de cuestiones, como es el apoyo en marketing. HRD va a realizar una gran inversión para todos aquellos que sean nuestros socios en cada uno de los países en los que estas flagships estén presentes. De esta forma el joyero va a tener no solamente la posibilidad de vender certificados, sino que también contará con apoyo técnico, con programas de marketing y talleres de ventas, fundamentales para cualquier

empresa a la hora de vender.

¿Toda la tienda se personalizará con el emblema HRD, o sólo el corner elegido al efecto?

En principio será solamente el corner elegido por nuestro cliente en su tienda el que estará personalizado y con todo el apoyo de marketing para la venta, como folletos informativos, displays, videos personalizados y cursos de ventas para los empleados.

¿Qué criterios se tendrán en cuenta a la hora de escoger un local?

Por un lado, estamos analizando las solicitudes que estamos recibiendo por parte de joyeros que quieren asociarse y formar parte del proyecto de HRD Antwerp y por otro estamos determinando las provincias con las que empezaremos el primer año para ir aumentando paulatinamente. En cualquier caso el coste será mínimo comparado con la repercusión e imagen que recibirá el joyero. Solamente hay que ver el éxito que está teniendo el Flagship Shop en París abierta recientemente.

¿Dónde va a abrirse la tienda en Madrid? ¿Está previsto en el resto de España?

Para el Flagship Shop se están terminando de realizar las negociaciones con la empresa elegida y será en Madrid. Por lo tanto no puedo adelantarle nada pero informaremos a sus lectores en un corto pe-



ríodo de tiempo. En el resto de España se abrirán tiendas de representación en distintas provincias.

¿En qué consisten los cambios que nos comentaba en los certificados de diamantes del HRD?

La innovación más importante va a ser el material en el que se realizan dichos certificados. Se va a utilizar un poliéster especial que va a ir acompañado de marcas de seguridad como impresión en ultravioleta, microlíneas, microtextos y holograma, similar a los que poseen los billetes de curso legal para que no pueda ser reproducido maliciosamente. Además es resistente al agua, irrompible y sobre todo reciclable y respetuoso con el medio ambiente. Estos certificados, dependiendo del tipo de gema analizadan se realizarán en distintos colores para diferenciar entre diamante natural, diamante fancy, diamante sintético y diamante tratado. Asimismo, para el análisis de joyas se utiliza un Informe de Joyería del mismo material, en tres formatos distintos dependiendo del peso en diamantes que lleve la joya y que es el que ya estamos entregando a los joyeros en España.

¿Esta nueva estrategia y esa inversión en marketing, qué plazos tiene?

A partir del momento es que se abra la Flagship Shop serán dos o tres años hasta concluir este plan, pero a la vez se irán aportando nuevas novedades.

La salida del hasta ahora CEO del HRD, ¿va suponer algún cambio en esta estrategia?

La estrategia definida por el Consejo de Administración de HRD Antwerp será siendo la misma. En cada país donde nos encontramos los Socios de HRD Antwerp se seguirá realizando dicho proyecto para dar la seguridad y garantía más fiable al consumidor y apoyar y perfeccionar todo lo que necesite el joyero. Por el momento, el cargo lo ha asumido el CEO de la AWDC, Ari Epstein y seguirá adelante con dicho proyecto hasta encontrar un reemplazo adecuado.

Aparte de este proyecto comercial de cara al joyero ¿Tienen alguna otra novedad para nuestro sector?

Bueno, el principal reto que tenemos ahora en GEMACYT es seguir creciendo de la mano de HRD Antwerp. Estamos afianzando nuestra marca emitiendo sus certificados para piezas de joyería y cuando ya tengamos el bagaje suficiente empezaremos a prepararnos para la emisión del informe de graduación de diamantes.

■ *Actualmente estamos analizando las solicitudes que estamos recibiendo por parte de joyeros que quieren asociarse y formar parte del proyecto del HRD Antwerp en el resto de España*

Cierra el Congreso de CIBJO con el respaldo a los pequeños socios

El compromiso de la Organización es 'servir los intereses de la joyería sin importar el tamaño de sus asociados'

El Congreso de la Confederación Internacional de Joyería cerró sus puertas el pasado viernes 28 en la capital de Armenia —un país con menos de tres millones de habitantes— y que fue inaugurado por el presidente de esa República, que destacó la presencia de su joyería a lo largo de los siglos en el comercio internacional y su intención de “continuar siendo un nexo de unión entre Oriente y Occidente”.

Precisamente, durante la ceremonia de apertura el presidente de CIBJO, Gaetano Cavalieri, quiso insistir en la “independencia y el compromiso de esta Organización para servir a los intereses de la joyería y la gemología sin importar el tamaño de sus asociados”.

Entre las cuestiones tratadas en el encuentro destacó especialmente la cuestión de la Responsabilidad Social Corporativa en la industria, con un amplio número de ponentes que trataron cuestiones como la situación actual del Proceso Kimberley, y que además invitaron a superarlo ya que ha supuesto “sólo un primer paso para llevar la ética a todos los rincones de esta industria”, aseguran los expertos.

Entre otras cuestiones, también se pasaron las “inconsistencias” de los certificados en materia de color para piedras como rubíes o zafiros (ver artículo en página 5), así como las actualizaciones en



El primer ministro armenio fue el encargado de la clausura del Congreso de CIBJO.

el Libro Azul del Coral que se presentó el año pasado por primera vez. También se destacó la próxima edición de una guía de CIBJO que reflejará una nueva clasificación para perlas naturales y cultivadas.

En el ámbito del diamante también se añadirán cuestiones en su respectivo Libro Azul, que definirán nuevos tratamientos, incluyendo descripciones de imitaciones y otros productos artificiales vinculados al diamante.

Entre las novedades la pasada reunión de CIBJO también se ha puesto sobre la mesa la posibilidad de crear una guía para los ópalos en los que se incluyan las variedades de esta piedra procedentes de todas las regiones del mundo. Una cuestión que se discutirá en profundidad en el próximo congreso.



Milagrosa Gómez renueva su presidencia en Córdoba

Los miembros de la Asociación Provincial de Joyeros, Plateros y Relojeros de Córdoba-San Eloy renovaron, el pasado miércoles 19 en Asamblea General Extraordinaria, la confianza a Milagrosa Gómez como presidenta de la entidad, con el objetivo de “seguir impulsando al sector”. La Asociación representa a 200 empresas de la provincia. La directiva (re-

novada parcialmente) seguirá apostando por eventos como el Encuentro Internacional de Joyería, que el pasado mes de abril celebró su cuarta edición, y también por la exportación de la industria cordobesa. En este sentido, los esfuerzos de la Asociación se focalizarán en los mercados de China y Sudáfrica, así como en el canadiense y el iraní.

ambiente the show

10. – 14. 2. 2017



Giving amplía la recreación entre creatividad y producto, individualidad y tendencia, surtido y calidad. En la feria de bienes de consumo más importante del mundo.

Información y entradas en ambiente.messefrankfurt.com
Tel. 91 533 76 45
info@spain.messefrankfurt.com

 Partner country
Great Britain

 messe frankfurt

El Gremio de Joyería de Cádiz celebrará este mes de noviembre su primer Encuentro Joyero

Se trata del primer evento de este tipo que organiza la asociación de joyeros, que representa a 65 empresas

El Gremio de joyeros de Cádiz está decidido a dinamizar el sector de la provincia convocando el que será su primer Encuentro Profesional de Joyería, Platería y Relojería, el próximo 19 de noviembre en Jerez de la Frontera. La cita se celebrará a lo largo de la tarde y contará con una selección de expositores, además de varias conferencias especializadas.

Como ha explicado a este Periódico el presidente de la asociación empresarial, Miguel Ángel Sepúlveda, el objetivo principal es “poner en valor y volver a colocar al sector en el lugar que le corresponde en el tejido empresarial de la provincia”, además de “fomen-

tar el intercambio de ideas entre los profesionales” explica.

El evento se celebrará en el Palacio de las Atalayas de Jerez, que es un lugar emblemático para este sector ya que entre sus tesoros cuenta con una de las colecciones de relojes históricos más importantes de nuestro país y será inaugurado por la alcaldesa de la localidad.

Más de 300 empresas del Sector
Al encuentro están invitados los 65 asociados al Gremio y también las casi 300 empresas de la zona, entre mayoristas, fabricantes y establecimientos de venta al por menor con el propósito de aumentar

la cohesión sectorial. Además contará con varios patrocinadores entre los que se encuentra Festina Lotus, que presentará allí su última campaña.

Fomentar la seguridad en el Sector

La cita contará con ponencias sobre Networking a cargo de un experto en este ámbito y también sobre seguridad en los establecimientos por parte de un representante de la Policía Nacional. El encuentro se cerrará con un cocktail en el que los participantes podrán compartir ideas y propuestas.

El objetivo del Gremio, explica su presidente, es que esta cita se pueda repetir de forma anual y se amplíen sus contenidos, aunque para ello habrá que esperar a la respuesta del sector, que “se espera positiva”, nos recuerda Sepúlveda.



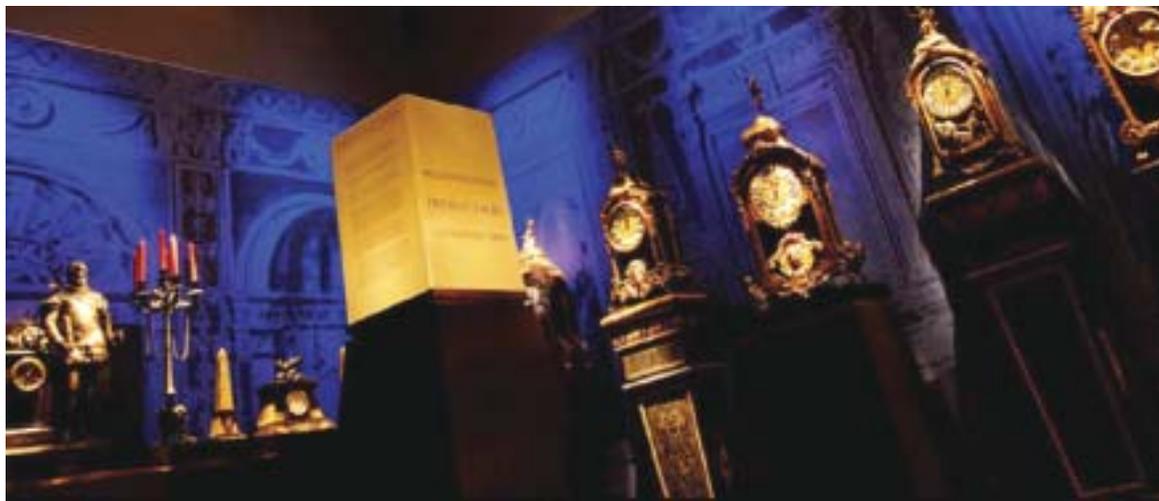
Miguel Ángel Sepúlveda es el presidente del Gremio de Joyería de Cádiz.

Tiffany & Co estrena web en castellano

La icónica firma americana Tiffany & Co. busca potenciar su presencia en el mercado hispano y acaba de lanzar su portal www.tiffany.es con información y venta online íntegramente en castellano. La nueva página está adaptada también para iPad y móviles.

La web ofrece diferentes posibilidades y los usuarios podrán seleccionar sus búsquedas por categoría, diseñador, precio, tipo de materiales y piedras preciosas, con la capacidad de visualizar las piezas a través de la función del zoom y de videos.

Tiffany & Co comenzó sus ventas online 1999, operando en la actualidad en 13 países en sus respectivos idiomas, así como páginas web meramente informativas en otras lenguas.



El Museo de Jerez se reúne en torno a la Iª Exposición de Relojes Losada

La Asociación de Relojeros Reparadores (ANPRE) ha firmado un convenio con la Fundación Andrés Rivera, la gestora del Museo de Relojes de Jerez, para llevar a cabo un evento único en Europa: La primera exposición de relojes fabricados por José Rodríguez Losada, el que quizá sea relojero más reputado de la historia de nuestro país y conocido por ser el creador del reloj de la Puerta del Sol de Madrid.

La inauguración de la muestra se celebra el 28 de octubre a las 11:30 y en ella participan representantes de la ciudad gaditana, así como de Patrimonio Nacional, junto a coleccionistas, expertos y relojeros especializados en mantenimiento de piezas históricas.

Según nos explica el presidente de ANPRE, Manel Alabart, la idea de este evento “nació de la necesidad de preservar, proteger y dar a conocer esta colección única en Europa, un patrimonio de enorme

valor histórico”. Durante el encuentro también se podrá visitar el Museo del Tiempo, que se encuentra dentro de las instalaciones del Palacio de las Atalayas jerezano. Este palacete del siglo XIX y de estilo neoclásico alberga varias salas con una colección de más de 300 relojes históricos.

Un relojero irrepentible

José Rodríguez Losada nació en León en el año 1801 y fue oficial del ejército durante los convulsos años de nuestro país durante el conocido como Trienio Liberal. Precisamente por sus ideas liberales fue perseguido por la justicia española y acaba exiliándose en Londres.

Allí entró como aprendiz en un taller de relojería y pronto se destacó por su habilidad para reparar e incluso crear nuevas máquinas con las piezas que iban quedando descartadas. Años más tarde mu-

rió el propietario de la relojería dejando a Losada al frente del taller y creando su propia marca: JRLosada 150 Regent Street.

A partir de 1850 es cuando el maestro desarrolla su mayor actividad. Su relojería es reconocida en toda Europa y recibe varios encargos de la Marina Española para fabricar cronógrafos, imprescindibles para la navegación.

También fabrica el que sería el primer reloj exterior en España, para el Ayuntamiento de Jerez de la Frontera y, en 1866 regala a Madrid el que sin duda es el reloj más conocido de nuestro país.

Losada desarrolló toda su carrera profesional en Inglaterra y en realidad sólo realizó tres viajes a España tras su exilio. El relojero murió sin descendencia en Londres en el año 1870 dejando una inmensa fortuna que heredaron sus familiares y colaboradores más cercanos.

El JORGC colabora con el III Congreso Europeo de Joyería

Los asociados dispondrán de precios preferentes, gracias a un convenio

El Colegio de Joyeros de Catalunya (JORGC) colabora con el Tercer Congreso Europeo de Joyería que tendrá lugar los días 17 y 18 de noviembre en el Museu Nacional d'Art (MNAC).

El evento está patrocinado por la firma de alta joyería 'D'Or Joiers' y además del apoyo brindado por el JORGC cuenta con la colaboración de la Universidad de Barcelona, el Museo del Traje, y el apoyo de Misui y el Instituto Italiano de Cultura de Barcelona.

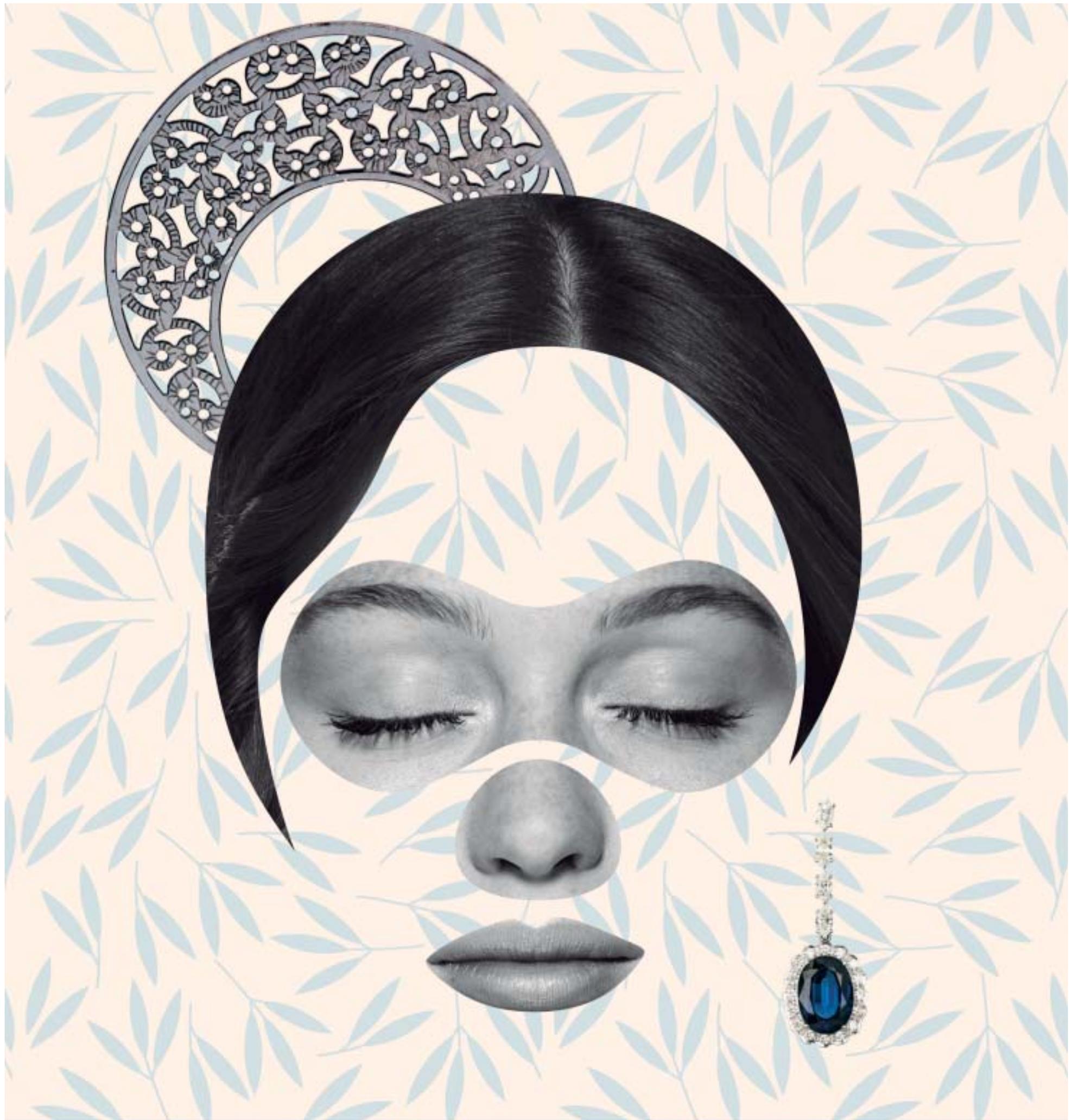
El Gremio ha firmado un acuerdo de colaboración con el Museu Nacional d'Art de Catalunya en virtud del cual ambas entidades cooperarán para difundir la influencia del arte en la joyería, la relojería y la gemología, y la relación de éstas con el mundo del arte. Fruto de esta colaboración, los colegiados cuentan con asistencia preferente al Congreso, con un precio especial en la inscripción de 40€ (en lugar de la tarifa de inscripción general que es de 70€).

El congreso, cuyas anteriores ediciones tuvieron lugar en León y Madrid, tiene como objetivo impulsar el estudio de la joyería como disciplina académica. En



Alex Riu es el presidente del JORGC.

esta edición, se propone analizarla en diálogo con las diferentes artes y artistas, en contexto geográfico de alcance internacional y en un marco cronológico sincrónico al del Museu Nacional, que va desde la época medieval hasta joyas de artistas consagrados de la modernidad. Los cuatro ejes temáticos del congreso son: la joya como síntesis de artes; el simbolismo de la joya; la joya de arte y joyas de artistas y vicisitudes; pérdidas y



ORGANIZA



IFEMA
Feria de
Madrid

www.madridjoya.ifema.es

Sólo profesionales


madridjoya

Salón Internacional de Joyería y Relojería Urbanas y de Tendencia

En coincidencia con:   

1-5
FEBRERO
2017

Feria de Madrid

DOCUMENTACIÓN SECTORIAL

Modelos de resguardo para la realización de composturas

La Asociación Española de Joyeros, Plateros y Relojeros (AEJPR) responde a las demandas de los asociados en materia de control de composturas y ha preparado dos modelos de resguardo para que los profesionales puedan gestionarlas con el máximo rigor.

Muchos asociados han pedido un modelo de documento de composturas por lo que hemos decidido enviarles dos modelos: uno básico y, otro, para reparaciones de cierto nivel de precio.

En realidad, aunque en el sector se denominan composturas a las reparaciones, tenemos que dejar claro que excluimos de este concepto a las transformaciones porque estas implican una nueva fabricación y no arreglar o reparar algo estropeado.

También debemos excluir aquellas reparaciones que, sin ser imputables al cliente, están en la esfera jurídica de la garantía postventa cuyo plazo mínimo legal es de dos años.

Respecto a los modelos, los puntos suspensivos deben ser cumplimentados por cada joyería en virtud de sus datos u opinión, en el caso, de la fijación de un precio. Los asociados individuales y los Presidentes de organizaciones sectoriales pueden realizarnos las consultas que consideren oportunas si les queda alguna duda.

Puesto que tenemos asociados nuevos que, posiblemente, no conozcan nuestro funcionamien-

to interno, debemos recordar a las empresas asociadas directamente a nuestra entidad que cualquier tipo de información que reciban de la Asociación Española es para el uso exclusivo de su empresa, no estando permitido trasladar dicha información a sus clientes o proveedores. Obviamente, las or-

LAS CLAVES

- No son modelos de facturación. La factura es otro documento distinto. Se trata de un resguardo (documento que acredita una gestión y la entrega, en su caso, de una cantidad económica de señal).

- Les hemos enviado "el contenido" de lo que ustedes pueden poner en el resguardo a fin de evitar un problema que muchos establecimientos de joyería tienen, que el cliente deja la pieza para reparar y luego no pasa a recogerla. Por eso, con el resguardo, advertimos al cliente de que si no pasa a recogerla, se va a proceder de una manera que le va a costar dinero o que puede llegar a perder la pieza.

- Obviamente, no hablamos del encargo de un detallista a un taller o fabricante sino del encargo de un consumidor final a una joyería

- Siempre les sugerimos que grapen ese resguardo al sobre donde van a colocar el objeto a reparar, que no encarguen o impriman una cantidad desmedida de resguardos por si cambia la legislación.

- Que es mejor que figure la firma del cliente pero que si tienen problemas para que el cliente les firme, no pasa nada porque ya figura el DNI y la pieza que quiere obtener.

- Naturalmente el resguardo debe ser por duplicado, un ejemplar para el cliente y otro para la tienda.

- Si la Asociación viera que hay mucha demanda de este tipo de resguardos, encargaría a imprimir los dos modelos pero, por el momento, la mayoría de nuestros asociados hacen sus propios resguardos por lo que no tiene sentido que la Asociación disponga de este tipo de resguardos.

- Con este "contenido de resguardo" lo que pretendemos es defender al detallista en la medida que se puede hacer genéricamente y no en casos particulares. Pueden ustedes encontrarse con casos particulares en los que deseen consultar las obligaciones o derechos que tienen ante situaciones concretas. El contenido que le enviamos en nuestra información anterior, como les hemos indicado, es "general" pensado para lo normal y habitual. En casos especiales, pueden contactar personalmente con nuestro servicio jurídico.

AEJPR. C/ Henri Dunant 19, bajo. 28036. Madrid. Tfnos: +34 91 411 82 09 / 91 411 93 64 E-mail: asoc-esp-joyeros@iberjoya.es

ganizaciones sectoriales sí que pueden hacer traslado de las comunicaciones a sus asociados.

Por último conviene destacar la prohibición de acuerdos o decisiones conjuntas de tarifas o precios de reparaciones y no caben acuerdos de grupos expresando tarifas uniformes.



Un premio Nobel de la Paz con oro 'fairtrade'

El cuño *Fairmined* identifica a empresas que trabajan con metales extraídos en condiciones justas

Colombia tendrá un doble protagonismo en la entrega del Premio Nobel de la paz 2016. Por una parte, el premio será otorgado al presidente colombiano Juan Manuel Santos y, por otra, el oro con que se elaborará la Medalla proviene de dos cooperativas colombianas de minería artesanal, certificadas con el sello de Minería Justa Fairmined, que otorga la Alianza por la Minería Responsable (ARM, por

sus siglas en inglés). El primero de los aportes de oro responsable lo hizo un grupo de mineros pertenecientes a la Cooperativa de Coodmilla, ubicada en la Llanada, Nariño. Para estos mineros es bastante simbólico ser parte de este momento histórico para Colombia, debido al pasado de violencia que vivieron en su región algunos de sus miembros.

El segundo aporte lo hizo la Cooperativa Agrominera de Íquira, ubicada en el Huila, la cual se ha caracterizado por ser una de las pioneras en la producción de oro responsable bajo el sello Fairmined en Colombia.

Su oro ya ha brillado con la Palma de Oro del Festival de Cine de Cannes 2015 y el Nobel de la Paz 2016.

Fin al embargo del jade y los rubíes de Birmania

Los EE.UU. levantan el bloqueo mientras Europa lo hizo en 2011

La Administración Obama ha levantado las sanciones comerciales que pesaban sobre Myanmar (antigua Birmania) y que afectaban especialmente al jade y los rubíes, tras constatar que la república está "entrando en la senda democrática" después de las elecciones celebradas el pasado mes de noviembre. La Unión Europea ya se adelantó en 2011, aunque por entonces el país aún no garantizaba los Derechos Humanos en su Constitución.

La orden del Departamento de Estado norteamericano pone fin al bloqueo impuesto desde 2008, cuando los graves conflictos internos dieron paso a una junta militar que se negaba a abandonar el poder y convocar elecciones. Finalmente los comicios se llevaron a cabo en noviembre de 2015 y dieron la presidencia a la Premio Nobel de la Paz Aung San Suu Kyi. El proceso de paz en el que se encuentra inmerso el país

está intentando poner fin a casi 70 años de enfrentamientos (desde la independencia de Gran Bretaña) entre las más de 130 minorías que conforman el país.

La riqueza minera del país

Birmania posee una fama justificada por sus ricos depósitos de piedras preciosas, entre las que se incluyen rubíes, zafiros y jade. La localidad de Mogok, ubicada en la zona este de la División de Mandalay en la frontera del estado de Shan, ha sido el centro de la extracción de rubíes y zafiros durante ochocientos años.

Se estima que el país produce el 90% del suministro internacional de rubíes en bruto (por valor) y también está reconocida entre los principales exportadores mundiales de jade, aunque se desconocen las cifras reales debido a la opacidad administrativa de los últimos años. De hecho, un estudio del año 2008 de la ONG Human Rights Watch estima que la extracción de gemas ocupa el tercer lugar en las exportaciones de este país, sólo detrás del petróleo y la agricultura.



Comercio de gemas a pie de calle en la localidad de Mogok.

AFINAJE Y COMPRA DE JOYERIA USADA Y STOCKS ANTIGUOS



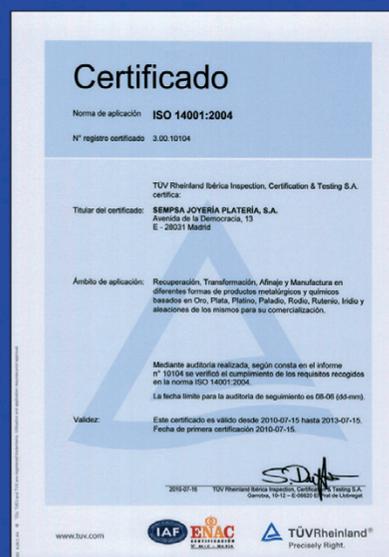
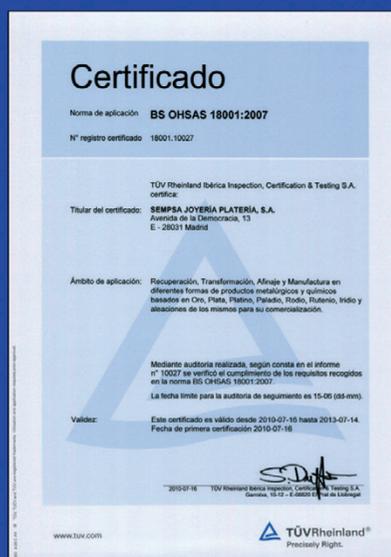
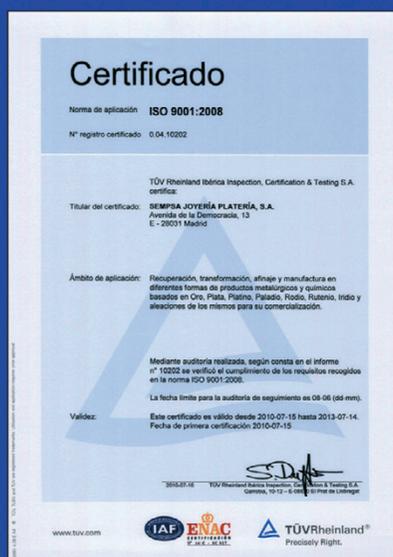
SOLVENCIA Y CAPACIDAD DE COMPRA:

- 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:
913 829 197 Fátima Manzano
913 829 162 Jonatan Mayor
913 829 115 Francisco Solera
913 829 192 Valeriano Alegre
Fax: 913 829 116 - 913 829 126

BARCELONA

Teléfonos:
934 517 572
Anna Morros
Fax: 934 517 521

CÓRDOBA

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

VALENCIA

Teléfonos:
963 824 596
Vicente Pons
Fax: 963 823 866

La firma murciana Tressor lanza nueva colección

‘Pasión por las gemas’ es el nombre con el que la marca joyera comercializa unas piezas en las que las piedras naturales son el eje central de esta amplia colección de joyería



La gemóloga y tasadora Teresa Campos celebró un encuentro para presentar a visitantes y compradores sus nuevas colecciones de joyería con piedras naturales, bajo la marca Tressor. La nueva línea de joyería está realizada en plata con acabados naturales y chapados en oro, que se entremezclan con una amplia variedad de piedras (amatistas, cuarzo rosa, cuarzo cristal de roca, espinelas, cornalina, pirita...), a las que también se unen otros elementos naturales como la madreperla o los fósiles.



El diseño y la ejecución de las piezas son propios y están realizados por la hija de Teresa, Laura Rodríguez. Pese a su juventud, la autora define en sus joyas unos acabados de factura impecable, como resultado de su sólida formación y elevada sensibilidad.



Carrera y Carrera desvela su nueva colección otoñal

El jardín de las Cuatro Estaciones en el parque del Retiro ha servido de inspiración para los diseñadores de Carrera y Carrera en una colección homónima. Ahora presentan su interpretación del otoño. La línea Otoño relata la transformación que sufre la naturaleza durante esta estación. Comienza con la sortija Hoja maxi, que recuerda a una flor exótica, realizada en oro blanco con zafiros rosas, amarillos, naranjas y azules, así como granates, amatistas, turmalinas y un topacio azul en el centro. Los tonos alegres de las hojas dan paso a los matices cálidos y dorados, dando como resultado una sortija Hoja maxi en oro rosa y amarillo con piedras de tonalidad otoñal.

Eugenio Lumbreras y sus zafiros azul y rosa



El joyero madrileño Eugenio Lumbreras nos muestra una de sus colecciones elaborada con estas gemas, tanto en su variedad azul como la rosa. Para Lumbreras, “al no existir una escala de colores, la elección del color es muy subjetiva”. Por lo general, es el azul intenso con tonalidades violeta el

más valorado. Además, “cuantas menos impurezas contenga, más valioso será”, sostiene. Hoy traemos algunos ejemplos de estos corindones, en concreto azules y rosas montados en oro blanco y rosa, que la firma ha transformado en piezas de alta joyería.



De izquierda a derecha y de arriba abajo: Petra Class, anillo Art Decó, otro de P. Class, broche de Jonathan Lee y anillos de Cartier, Gemr

Joyas con lapislázuli, el color de la próxima primavera

El azul lapislázuli es uno de los diez colores escogidos por Pantone como referente para la próxima temporada Primavera 2017, en la que dominarán los tonos pastel a excepción precisamente de la viveza que proporciona este mineral. En joyería son muchos los ejemplos que

podemos encontrar, tanto en las grandes casas joyeras como en autores independientes. El lapislázuli es, probablemente junto al jade, uno de los minerales más antiguos de los que se tiene constancia en la fabricación de joyería y también se le atribuyen propieda-

des curativas. De hecho se han encontrado ejemplos en piezas procedentes del Antiguo Egipto (escarabajos sagrados, máscaras funerarias...) y también en culturas posteriores como la romana o precolombina. También hay que recordar que se trata de

una piedra que no goza de la mejor reputación en estos tiempos puesto que Afganistán—actualmente el principal productor mundial—está bajo sospecha de las ONG's porque su extracción podría estar financiando grupos armados de talibanes, no cabe duda de que

estamos ante una gema única por su intensidad y elevado magnetismo.

Aún así, además de encontrarlo en Afganistán, existen otros depósitos en Alemania, Angola, Canadá, Chile, Estados Unidos, Birmania, Pakistán y Rusia (lago Baikal).



Lorena González

Moda y joyería contra el cáncer

El pasado 29 de octubre se celebró en Vigo la Segunda Gala Benéfica de la Moda contra el Cáncer Infantil. El evento contó con desfiles de moda, actuaciones musicales y con dos certámenes de Belleza. Más de 100 profesionales colaboraron de manera desinteresada para que todo el evento

fuera un encuentro inolvidable y sirviera para recaudar lo máximo para la investigación de esta enfermedad. Los ganadores de ambos concursos de belleza fueron coronados por seis piezas de joyería de autor realizadas a mano por siete creadores de la Escuela de Joyería del Atlántico, de Vigo.

Anillos para enamorados de última generación

Desde la feria holandesa Sieraad nos envían lo que podríamos denominar como joyería 'inteligente': Un anillo con tecnología *bluetooth* que permite sentir el latido de tu pareja a miles de kilómetros de distancia. Se fabrica en acero u oro rosa y está conectado al móvil de forma que, cuando el usuario lo desea, envía a su pareja en tiempo real el latido de su corazón, para que la pueda sentir más cerca. Y todo gracias a un sensor insertado en la joya que funciona con una pequeña batería. La pieza se ilumina con una franja roja y emite



además pequeñas vibraciones que puede sentir la otra persona que porte el anillo, de diseño minimalista y unisex. Pese a los 600 euros que cuesta el anillo ha sido tal su éxito que ya no quedan existencias y hay lista de espera para adquirir uno.

Las Publicaciones del Grupo NEXO están en la mesa de trabajo de miles de Empresarios y de Profesionales

Nuestros estudios y artículos se esperan, se leen, son comentados, fotocopiados, recortados, se archivan y sirven como consulta



Nexotrans.com TRANSPORTE DE MERCANCIAS PERIODICO DIARIO ONLINE
NexoLog.com LOGISTICA DE TRANSPORTE PERIODICO DIARIO ONLINE
Nexotrans TRANSPORTE DE MERCANCIAS PERIODICO SEMANAL (50 EDICIONES)
Nexocar INDUSTRIA AUXILIAR AUTOMOCION PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)



GOLD&TIME JOYERIA Y GEMOLOGIA PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)
NEXOTIME & ALTA RELOJERIA RELOJERIA COMERCIAL Y ALTA GAMA REVISTA BIMESTRAL (5 EDICIONES)
G&T-ECONOMIA PRECIOS DE GEMAS Y COYUNTURA PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)
ALTA RELOJERIA RELOJERIA DE ALTA GAMA CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)



DOSSIER 66 DE JOYERIA ESPAÑOLA MENSUAL (10 EDICIONES)
JOYAS DE AUTOR DISEÑO DE JOYAS PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)
ART & VALUE TASACION DE ALHAJAS MENSUAL (11 EDICIONES)
HORA DE MADRID RELOJEROS DE MADRID PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)
Obra Nueva ENSEÑANZA DE JOYERIA MENSUAL (11 EDICIONES)
Cronometría RELOJEROS DE VALENCIA PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)



VOLVO EN RUTA TRANSPORTE MERCANCIAS CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)
Michelin Camión TRANSPORTE MERCANCIAS CUATRIMESTRAL (3 EDICIONES)
PRODIAM ENCUENTRO DEL DIAMANTE Y LAS PIEDRAS PRECIOSAS
FORO NEXOTIME FORO ANUAL DE LA RELOJERIA ESPAÑOLA
AEA ENGASTADO DE JOYAS PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)
SEMPSA METALES PRECIOSOS PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)

SEDE CENTRAL DEL GRUPO:
 LOPE DE VEGA, 13. 28014 MADRID
 TELF. 91 369 41 00 (20 LÍNEAS)

NEXO
 editores s.a.

FAX. 91 369 18 39
 EMAIL: SECRETARIA@GRUPONEXO.ORG
 WEB: WWW.NEXOTUR.COM

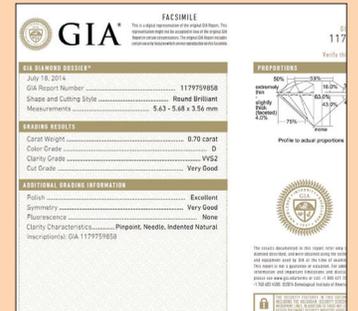
Rio Tinto vende un rarísimo ejemplar de diamante violeta de su mina australiana



La minera Rio Tinto ha anunciado la venta de un extraordinario y raro diamante violeta de 2,85 quilates encontrado en su mina australiana de Argyle en 2015. La venta se ha producido en una subasta privada y no ha trascendido el precio abonado pero, según la firma, ha sido "la mejor subasta de los últimos 32 años". Bancos centrales fueron los principales responsables de las compras, con unas 100 toneladas de metal en estos tres primeros meses. Y por países, han sido China e India.

¿Qué debería conocer el cliente al comprar sus joyas?

El gemólogo y director del Laboratorio gemológico valenciano Manuel Llopis, nos trae en su columna de opinión de este mes un artículo muy ilustrativo sobre lo importante que es proporcionar información a la hora de adquirir una pieza de joyería. En este caso, cae en la responsabilidad de quienes las venden el informar a sus clientes sobre todos los aspectos necesarios, lo que al final va a redundar en un aumento de la confianza y de la



fidelización de esos clientes. Y es que, a día de hoy, no se puede dejar perder a uno sólo.

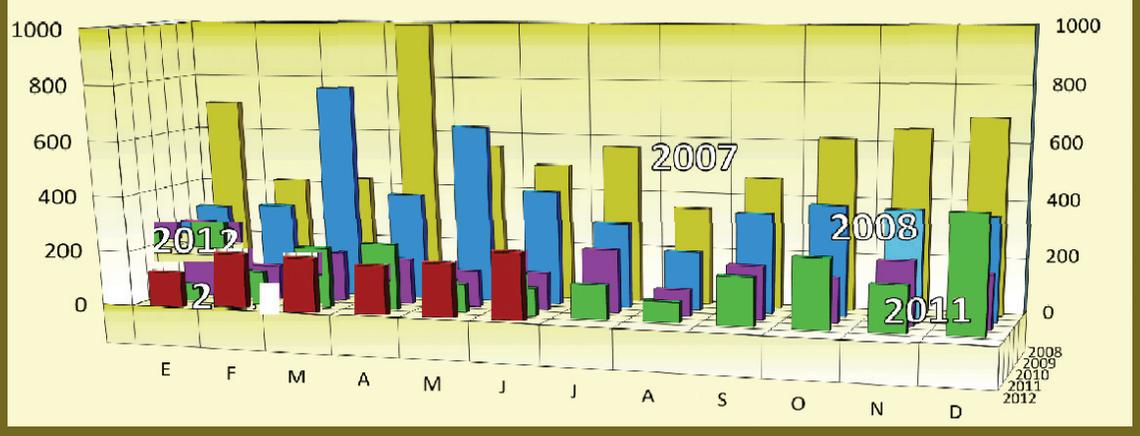
COMERCIO EXTERIOR RELOJERÍA. JUNIO 2015

La relojería suiza de alta gama sigue sin volver a sus valores

Aunque aumenta su volumen, los precios a la baja

La relojería comercial mantuvo su tendencia reciente, es decir una continua recuperación, poco visible en volumen, aunque se superaron 1,25 millones de unidades, y más conspicua en valor, con un 18% y 25,6 millones de euros, prácticamente el mismo ritmo del conjunto del año, que es de poco más del 19%, alcanzándose ya los 176 millones de euros. La gama alta, los relojes de oro automáticos procedentes de Suiza volvieron a registrar crecimiento en sus importaciones en volumen, aunque como ya ocurrió en meses anteriores, no fueron acompañadas por un alza paralela en valor. Por su parte los de cuarzo en acero crecieron muy poco en volumen pero se encarecieron notablemente más en junio.

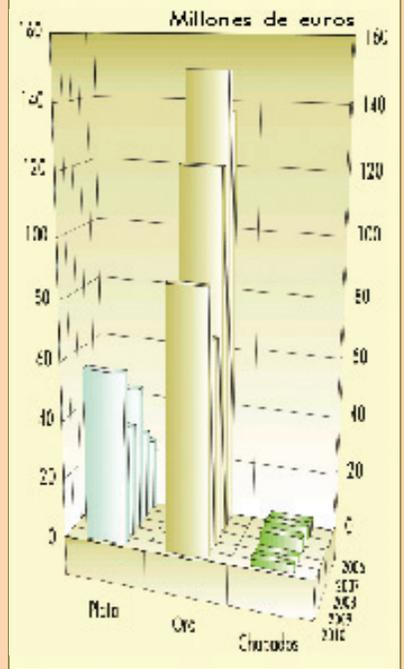
IMPORTACIÓN RELOJES AUTOMÁTICOS ORO / JUNIO 2015



Fuente: Dirección General de Aduanas.

©GOLD&TIME

IMPORTACION JOYERIA ENERO-MAYO 2014-2015



Fuente: AEAT - DGA

© GOLD TIME

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

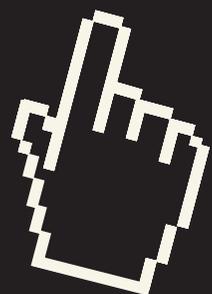
Deseo suscribirme al Periódico GOLD&TIME durante un año, más la Revista indicada, por **sólo 60 euros**.
D./D^a:
Empresa:
Dirección:
Ciudad: Prov.:
C. Postal: CIF:
T: (.....) Fax:
Firma:

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:



El triunfo de Trump rompe la barrera de los 1.300 dólares... pero no dispara las alarmas

Volatilidad máxima en la cotización del oro tras la inesperada victoria de Donald Trump en las elecciones presidenciales de Estados Unidos. El precio del metal alcanzó a primera hora de la mañana de ayer los 1.330 dólares por onza, actuando de forma similar a lo ocurrido con el Brexit británico, aunque a lo largo del día este alza se fue corrigiendo hasta situarse en los 1.288 dólares al cierre de esta edición, un 1,2% más.

El triunfo ha desestabilizado a los mercados y si el precio del oro cerró la noche previa a las elecciones en 1.269,37 dólares la onza, a lo largo del día poste-

rior a las elecciones llegó a revalorizarse cerca del 5%, aunque al cierre de esta edición regresaba a valores por debajo del soporte de los 1.300 dólares.

Este fracaso para romper la barrera de los 1.300 dólares es, para muchos analistas, un síntoma de que quizá las previsiones más pesimistas de una subida fulgurante del oro podrían estar equivocadas, ya que los inversores podrían ver en las promesas de Trump de bajar los impuestos al gran capital, un incentivo para seguir invirtiendo en el mercado de valores, lo que se traduciría en la reducción del interés por el oro.

Incertidumbre general

Las contradicciones en las previsiones muestran de alguna forma la propia incertidumbre que reina ante el rumbo que seguirá la primera potencia mundial bajo la batuta de Donald Trump. De hecho su primer discurso, ya como presidente electo, ha sido mucho más comedido y conciliador de lo que se podría esperar del extravagante empresario si tenemos en cuenta la virulenta campaña que ha protagonizado en los últimos meses.

Probablemente por este motivo las variaciones tanto en Bolsa como en el precio del oro han sido mucho menores de las

protagonizadas tras la victoria del Brexit en el referéndum de Reino Unido el pasado mes de julio, que situó el precio del oro en máximos de los últimos dos años.

Y es que, como algunos analistas opinan, la cuestión británica es irreversible y con implicaciones a mucho más largo plazo mientras que, en el caso de Trump, por "muy mal" que pueda actuar políticamente, el establishment en Estados Unidos es más poderoso que cualquier presidente y, además, su mandato está limitado por unas nuevas elecciones dentro de cuatro años.

Mercados diarios Internacionales de Metales Preciosos

Fecha	Oro		Plata		Platino	Paladio
	Londres €/oz	Madrid €/g	Londres €/oz	Madrid €/kg	Madrid €/g	Madrid €/g
01.08.2016	1.207,76	43,90	18,35	796,75	39,64	24,70
31.08.2016	1.218,95	43,89	18,43	800,14	40,10	24,07
06.09.2016	1.205,37	43,63	18,09	785,30	38,07	22,55
07.09.2016	1.203,37	43,28	17,09	735,30	38,07	22,55
08.09.2016	1.207,76	43,81	17,20	756,75	39,64	24,70
09.09.2016	1.201,26	43,92	17,25	785,15	37,60	22,55
12.09.2016	1.182,53	42,58	16,86	731,93	36,22	22,03
15.09.2016	1.174,58	42,28	16,90	733,93	35,62	22,62
16.09.2016	1.170,07	42,13	16,86	731,60	35,28	22,53
19.09.2016	1.177,36	42,40	17,11	742,65	35,61	23,45
20.09.2016	1.183,81	42,63	17,45	757,62	36,17	23,92
21.09.2016	1.184,83	42,80	17,82	763,85	36,77	23,29
22.09.2016	1.186,68	42,73	17,62	760,33	36,22	23,88
23.09.2016	1.185,04	42,30	17,40	753,03	35,84	23,82
26.09.2016	1.188,90	42,81	17,30	751,28	35,12	23,92
27.09.2016	1.187,83	42,77	17,29	750,53	35,95	24,05
28.09.2016	1.183,81	42,63	17,45	757,62	36,17	23,92
29.09.2016	1.177,14	42,39	17,06	740,74	35,62	25,62
30.09.2016	1.187,67	42,77	17,24	748,45	35,84	24,85
03.10.2016	1.203,37	43,33	18,09	785,30	38,07	22,55

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

Gemología

El Proceso Kimberley propone dotar de recursos económicos a las ONG africanas

El presidente de turno solicitará un fondo común para 'mantener su independencia' y atender la falta de recursos



Raro ejemplar de diamante violeta

La minera Rio Tinto ha anunciado la venta de un extraordinario y raro diamante violeta de 2,85 quilates encontrado en su mina australiana de Argyle en 2015. La venta se ha producido en una subasta privada y no ha trascendido el precio abonado pero, según la firma, ha sido "la mejor subasta de los últimos 32 años". A la excepcional gema le acompañaron en la venta otras 63 piedras de color rosa, de diferentes tallas y quilataje, característica por la que el lote se ha llamado *The Chroma Collection*, aunque también se desconoce su precio de remate.

El presidente de este año del Proceso Kimberley, Ahmed Bin Sulayem, intenta ahora un acercamiento a las Organizaciones No Gubernamentales africanas que forman parte de la entidad.

Y, en este sentido, ayer propuso la creación de un fondo común para financiar a las ONGs africanas de forma "transparente para mantener su independencia y atender a su falta de recursos", explican. Hay que recordar que dentro del Proceso Kimberley existen diez ONGs (llamadas Sociedad Civil) de las cuales nueve proceden de África y sólo una es occidental, concretamente Canadiense.

También es necesario puntualizar que estas Organizaciones han boicoteado toda la legislatura de Bin Sulayem bajo la premisa de que Emiratos Árabes no debía haber presidido este año la organización debido a las acusaciones de "falta de transparencia y de respeto a

derechos humanos" que pesan sobre el país árabe en materia de comercio de piedras y metales preciosos.

Aún así, el árabe ha invitado a las ONG's a que acudan al Plenario (la reunión anual más importante del Proceso Kimberley) que se celebra en Dubai entre los próximos 11 y 17 de noviembre. Pero no se sabe si estas organizaciones acudirán a la cita.

Financiadas por el resto

La propuesta de Bin Sulayem no indica una cantidad anual pero sí que estaría financiada por el resto de entidades y empresas que forman parte del Proceso, con el objetivo de que las ONG's africanas "cuenten con fondos suficientes para sufragar los costes" de las diferentes reuniones anuales, así como de las misiones de reconocimiento en diferentes países que se llevan a cabo a lo largo del año.



El Pleno del Proceso Kimberley es la reunión anual más importante de la entidad y se celebrará entre los días 11 y 17 de noviembre en Dubai.

OPINIÓN / GEMOLOGÍA

¿Qué debo saber de mis joyas?



MANUEL LLOPIS

A mi me gustaría que cuando compras una joya, además de que te den la factura que podrá servirte para el seguro en caso de robo, que informaran de como es la joya que estoy comprando. Cuando compro una camisa veo una etiqueta que me dice quien la ha fabricado, que tejidos la componen, a que temperatura debo de lavarla, si le puedo hacer o no un centrifugado, si admite secadora, los cuidados con la plancha, etc. esto no pasa cuando compro una joya, ¿por qué?.

Estaría bien que con la joya te informaran de qué metales está compuesta, oro, plata, platino, oro blanco, de qué pureza, 18, 14 quilates, 925, 950 milésimas, si lleva un recubrimiento o baño de rodio, rutenio o dorado. Hay que tener cuidado con ciertos recubrimientos procedentes de países asiáticos porque llevan metales que son cancerígenos, y que con el roce en la piel pueden producir eccemas. **Muchas piezas de importación no pa-**

san los controles de los Laboratorios de Análisis de Metales de las diferentes Comunidades Autónomas. Sería genial que me ilustraran de como está realizada, si se ha hecho con un proceso artesanal manual, o mecanizado, si está realizada por procesos de moldes o de fundición, digo esto porque lógicamente no vale lo mismo un proceso mecanizado que uno manual, no es lo mismo una pieza de molde que una pieza única artesanal.

Una joya puede ser una pequeña obra de ingeniería, con muchas horas de trabajo, realizada por un artesano, un artista. Piezas pequeñas, ensambladas, articuladas, que pueden dar movimiento, que se te acopla a la muñeca en el caso de pulseras, al cuello en el caso de collares.

He visto joyas que traen los clientes para su valoración y al estudiarlas, les contamos que su pieza es desmontable o que se puede convertir o que tiene doble uso, etc. los clientes se quedan asombrados porque no lo saben, en ningún momento se lo dijeron. **Nadie te explica el trabajo que hay detrás de una joya, el proceso y transformaciones que tiene hasta convertirse en una pequeña obra de arte.** Si tu joya lleva piedras, es importante que te expliquen los tipos de engastados que han empleado en colocarlas, un acabado de engaste en cha-

tón no es lo mismo que uno con pestañas, con estas se pueden producir enganchones con la ropa si no está bien hecho y además se hace para abaratar, tiene menos trabajo. No es lo mismo un preengastado en cera, es decir colocar la piedra en la misma pieza de cera que ha salido de un molde y luego por procesos de microfusión o cera perdida, la piedra ya queda colocada, pero..., eso no es artesanía. No es lo mismo un ajuste que ya sale de molde que un ajuste manual.

El engastador es otro artesano que esculpe el metal para que las piedras queden integradas en la joya. Ajusta garras y monturas para que las piedras no se muevan. **Un buen engastado, si además las piedras tienen belleza, es el remate final de una joya y si está mal hecho puede arruinar el trabajo.** Garras demasiado largas, garras que montan por encima de las piedras, granos mal colocados, sin simetría... o por el contrario lo realza.

Pasa lo mismo con los grabados en relieve o semirelieve, ¿están hechos por un grabador artesano o ya salen en el molde?, si esto te lo explican, ayuda enormemente a entender porque una pieza puede valer mas que otra.

Con las piedras de las joyas pasa lo mismo, ¿que piedra es?, ¿es natural o es sintética?, su color ¿está tintado o es natural?, ¿como

sé si me están diciendo correctamente los nombres de las piedras?, ¿hay un informe gemológico firmado por un gemólogo?. Si hablamos de diamantes me gustaría que me dijeran el estilo de talla, los quilates de peso de la piedra principal y los del resto, qué color y qué pureza tienen. Si la piedra principal ya es de cierto tamaño, ¿le acompaña un certificado?, ¿tiene las proporciones correctas? ¿y el pulido y la simetría de su talla? ¿como son?. No vale lo mismo, a igualdad de talla, de peso, de color y de pureza de un diamante uno que tiene malas proporciones, mal pulido que otro que las tiene correctas con buen pulido y buena simetría.

Con respecto al mantenimiento de las joyas, su limpieza y conservación, noto que no hay información al cliente para que las sepa cuidar. Sería recomendable que informaran si la pieza se puede poner en agua caliente con desengrasantes suaves y cepillar con un cepillo de filamentos blandos.

Se necesita saber si una pieza se puede poner en ultrasonidos, en alcohol, en lejía, en disolventes, porque no todas las piedras lo admiten. Muchas de ellas son porosas y pueden cambiar de tono de color, otras no admiten disolventes como por ejemplo las esmeraldas porque por lo general todas llevan un tratamiento de relleno de aceite incoloro que mejora su transparencia. Este tratamiento está admitido

por la CIBJO, pero si la pones en disolvente o ultrasonidos se le puede ir y su aspecto cambia a peor. Hay otras piezas que llevan pegamentos que se pueden reblandecer al ponerlas en agua muy caliente, es mejor desmontar las piedras pegadas, sanear el pegamento, limpiar la pieza y luego volverla a pegar.

Con los collares de perlas o cuentas, según el uso que se les de, es recomendable enfiletar de nuevo cada cierto tiempo, después de haber quitado el hilo viejo y limpiado las cuentas. Es mejor no lavarlos con el hilo porque si se queda agua en los taladros se pueden pudrir los hilos.

Se debe recomendar a los clientes que cuando se quiten la joya que la guarden en su estuche, evitando el roce con otras, ya que no todas las piedras tienen la misma dureza y unas pueden rayar a las otras simplemente por contacto y pierden su lustre.

Si yo fuera el joyero de los clientes, les aconsejaría que periódicamente traigan sus joyas para revisar las monturas y evitar esas piedras que se mueven, ajustar garras.

Los cierres repararlos y ajustarlos para que no pierdan su elasticidad y la función para la que están hechos, conviene revisar resortes, mosquetones, cierres de pato, presiones de orejales de pendientes, palas y omegas, y pulir los anillos y sortijas que pierden lustre por el uso y roce.

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

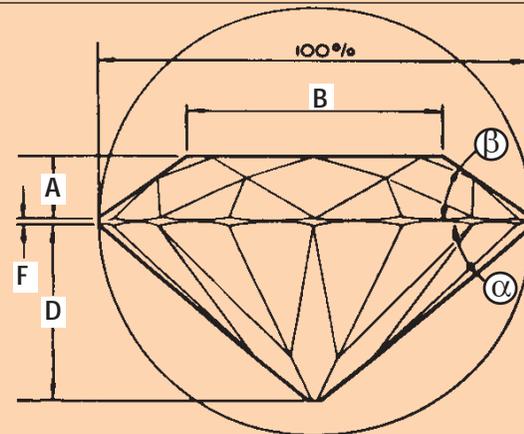
CIBJO/HRD	GIA/HRD	Scan. D.N	Británica
BLANCO EXCEPCIONAL+	D	RIVER	FINEST WHITE
BLANCO EXCEPCIONAL	E	RIVER	FINEST WHITE
BLANCO EXTRA+	F	TOPWESSELTON	FINE WHITE
BLANCO EXTRA	G	TOPWESSELTON	FINE WHITE
BLANCO	H	WESSELTON	WHITE
BLANCO CON LIGERO COLOR 1	I	TOPCRYSTAL	COMM. WHITE
BLANCO CON LIGERO COLOR 2	J	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 FILETÍN

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 filetín (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		0,25 ct - 4,1 mm 0,30 ct - 4,3 mm	Medio quilate		0,50 ct - 5,2 mm 0,55 ct - 5,4 mm		

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: NOVIEMBRE 2016
BASE: 20.997 euros

%	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	P1	P2	P3
D	100	68	58	52	40	31	26	17	10	6
E	63	57	47	43	36	29	25	16	10	5
F	53	47	43	39	30	28	23	15	9	5
G	45	41	38	34	29	27	22	15	8	4
H	33	31	29	29	27	24	21	14	8	8
I	28	26	24	24	23	22	19	13	8	4
J	23	22	22	21	20	18	17	11	7	4
K	17	18	17	16	16	14	13	10	7	4
L	16	15	15	14	14	12	11	9	6	3
M	16	13	12	11	11	10	10	8	5	3

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

DIAMANTES TALLA BRILLANTE

Precios en *Euros/quilate*

1€ = 1,08 \$

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
0,30-0,36 CT.	D	3.421	2.645	2.543	2.451	2.349	2.124	1.940	1.251	919	715
	E	2.502	2.451	2.277	2.221	2.206	1.940	1.838	1.174	868	689
	F	2.374	2.349	2.165	2.094	1.951	1.900	1.808	1.103	817	638
	G	2.272	2.247	2.114	1.951	1.930	1.838	1.711	1.072	766	613
	H	2.196	2.145	2.043	1.900	1.864	1.762	1.532	1.042	715	562
	I	2.073	2.032	1.991	1.838	1.706	1.654	1.450	996	664	511
	J	1.961	1.859	1.787	1.716	1.614	1.532	1.399	960	613	460
	K	1.455	1.430	1.226	1.144	1.123	1.047	960	715	562	434
	L	1.200	1.123	1.072	1.021	991	919	817	664	511	409
	M	1.021	970	940	909	843	817	786	613	460	357

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
0,37-0,43 CT.	D	4.008	3.472	3.166	2.860	2.451	2.145	2.043	1.251	945	817
	E	3.268	3.064	2.931	2.706	2.298	2.114	1.976	1.093	894	715
	F	3.064	2.860	2.655	2.553	2.216	2.063	1.940	1.072	817	664
	G	2.931	2.808	2.523	2.298	2.083	1.940	1.859	1.011	791	587
	H	2.604	2.553	2.420	2.145	1.910	1.813	1.685	970	740	562
	I	2.349	2.247	2.043	1.940	1.736	1.685	1.481	940	689	511
	J	2.017	1.940	1.762	1.736	1.634	1.583	1.430	888	664	485
	K	1.838	1.736	1.532	1.430	1.328	1.149	1.047	766	613	460
	L	1.757	1.522	1.501	1.328	1.123	1.047	919	715	587	434
	M	1.328	1.251	1.195	1.072	1.021	945	868	664	536	383

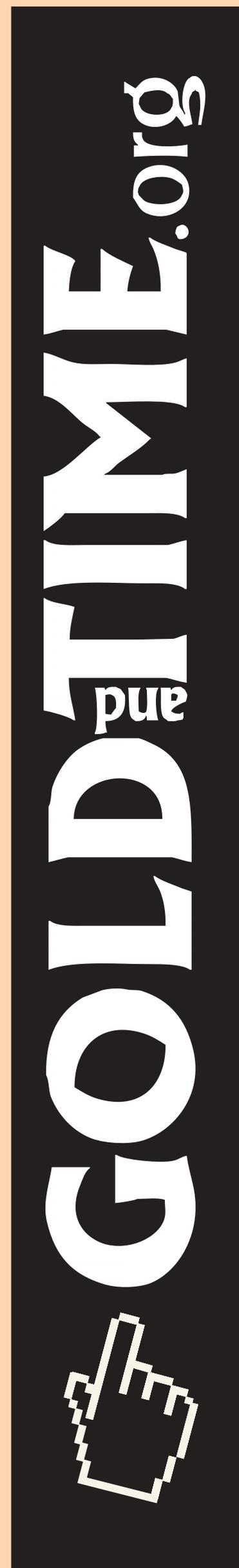
	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
0,44-0,49 CT.	D	4.340	3.799	3.564	3.268	2.839	2.451	2.359	1.455	1.021	843
	E	3.881	3.574	3.268	2.860	2.778	2.369	2.344	1.353	919	740
	F	3.472	3.370	2.962	2.757	2.512	2.206	2.043	1.277	868	689
	G	3.268	3.064	2.860	2.655	2.451	2.124	1.889	1.174	817	613
	H	2.962	2.757	2.553	2.441	2.369	1.951	1.757	1.072	766	587
	I	2.451	2.298	2.349	2.196	2.083	1.889	1.634	1.021	715	536
	J	2.170	2.043	1.889	1.787	1.685	1.608	1.481	970	689	511
	K	1.864	1.736	1.603	1.481	1.353	1.297	1.251	894	664	485
	L	1.787	1.552	1.532	1.379	1.226	1.123	1.072	868	613	460
	M	1.379	1.277	1.226	1.123	1.047	1.021	970	766	587	409

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
0,50-0,69 CT.	D	7.108	5.617	4.820	4.248	3.779	3.268	2.655	2.043	1.787	868
	E	5.106	4.698	4.289	4.085	3.625	3.064	2.553	1.864	1.532	766
	F	4.698	4.289	3.983	3.881	3.544	2.727	2.400	1.787	1.501	715
	G	4.596	4.187	3.677	3.574	3.166	2.553	2.043	1.660	1.328	664
	H	3.779	3.677	3.268	3.115	2.808	2.298	1.961	1.583	1.297	613
	I	3.574	3.166	3.064	2.655	2.451	2.012	1.838	1.501	1.021	587
	J	2.911	2.860	2.553	2.298	2.043	1.813	1.711	1.379	996	562
	K	2.349	2.247	2.170	1.940	1.762	1.583	1.501	1.251	868	536
	L	2.196	1.838	1.736	1.706	1.532	1.348	1.277	1.123	843	511
	M	1.961	1.634	1.532	1.450	1.430	1.328	1.072	1.021	689	460

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
0,70-0,89 CT.	D	8.078	6.638	5.974	5.106	4.902	4.391	3.779	2.553	1.940	1.123
	E	6.230	6.128	5.362	5.065	4.698	3.983	3.595	2.451	1.736	1.072
	F	5.719	5.515	5.106	4.902	4.391	3.881	3.472	2.349	1.654	919
	G	5.208	4.698	4.494	4.187	4.024	3.595	3.258	2.318	1.634	868
	H	4.800	4.596	4.187	3.748	3.625	3.431	3.064	2.196	1.348	817
	I	4.111	3.830	3.779	3.472	3.350	3.064	2.553	2.043	1.277	766
	J	3.064	2.962	2.860	2.553	2.451	2.533	2.247	1.838	1.123	715
	K	2.860	2.502	2.400	2.283	2.145	2.043	1.736	1.379	843	664
	L	2.247	2.043	1.991	1.910	1.787	1.736	1.583	1.277	817	613
	M	2.043	1.940	1.864	1.685	1.583	1.532	1.379	1.072	807	562

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
0,90-0,99 CT.	D	11.030	10.621	8.497	7.098	6.128	5.745	5.168	3.677	2.451	1.328
	E	10.213	8.364	8.170	6.536	5.974	5.341	4.800	3.472	2.349	1.226
	F	8.987	7.813	7.302	6.025	5.745	5.004	4.442	3.442	2.196	1.123
	G	7.455	7.353	6.332	5.607	5.198	4.790	4.085	3.268	2.043	1.072
	H	6.781	5.862	5.392	5.065	4.851	4.356	3.779	3.166	1.940	1.021
	I	5.413	5.025	4.514	4.412	4.208	3.957	3.513	3.064	1.838	970
	J	5.311	4.208	4.157	3.850	3.656	3.472	3.105	2.451	1.736	919
	K	4.391	3.820	3.702	3.350	3.186	3.064	2.962	1.940	1.685	868
	L	3.523	3.370	3.268	3.064	2.757	2.349	2.145	1.736	1.532	791
	M	2.860	2.757	2.451	2.349	2.247	2.114	1.859	1.583	1.277	715

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€ = 1,08 \$

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
1,00-1,49 CT.	D	20.997	14.236	12.092	10.876	8.444	6.499	5.385	3.551	2.173	1.170
	E	13.144	12.010	9.968	8.951	7.520	6.090	5.246	3.259	2.005	1.086
	F	11.152	9.804	9.069	8.211	6.388	5.793	4.911	3.175	1.838	1.003
	G	9.396	8.579	7.956	7.210	6.128	5.571	4.642	3.092	1.755	919
	H	6.889	6.429	6.128	5.988	5.571	5.037	4.364	2.883	1.671	877
	I	5.919	5.478	5.125	4.995	4.754	4.568	3.936	2.632	1.588	836
	J	4.902	4.689	4.531	4.447	4.159	3.862	3.621	2.256	1.504	794
	K	3.585	3.677	3.543	3.401	3.259	3.008	2.716	2.005	1.420	752
	L	3.342	3.175	3.083	2.933	2.841	2.507	2.264	1.943	1.337	689
	M	3.259	2.674	2.590	2.356	2.256	2.173	2.089	1.671	1.086	668

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	24.510	20.221	15.932	13.910	11.364	8.625	6.536	5.013	2.340	1.253
	E	17.566	17.096	14.196	12.909	9.971	8.091	6.462	4.596	2.173	1.170
	F	16.749	13.802	11.979	10.968	9.006	7.706	6.313	4.011	1.922	1.086
	G	12.255	11.387	9.968	9.804	8.309	7.205	5.784	3.894	1.838	1.003
	H	8.634	8.356	7.836	7.553	7.149	6.462	5.273	3.259	1.755	961
	I	6.870	6.852	6.708	6.267	6.035	5.849	5.130	3.133	1.671	919
	J	6.592	5.895	5.849	5.756	5.060	4.781	4.642	3.008	1.588	836
	K	4.679	4.178	3.760	3.752	3.743	3.543	3.484	2.899	1.462	794
	L	4.429	4.144	3.677	3.635	3.509	3.008	2.833	2.674	1.420	752
	M	3.593	3.551	3.426	3.008	2.841	2.590	2.507	2.423	1.170	710

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	39.829	32.885	27.778	23.387	17.296	12.232	9.721	2.674	2.841	1.588
	E	29.514	28.493	23.387	21.344	14.326	11.916	8.996	4.997	2.757	1.420
	F	26.757	23.724	20.997	17.055	12.998	11.234	8.950	4.846	2.674	1.253
	G	20.180	18.127	15.748	13.981	11.373	9.897	8.263	4.763	2.507	1.212
	H	13.444	13.323	12.162	10.788	9.702	9.238	7.892	4.512	2.340	1.170
	I	10.324	10.120	9.656	9.210	8.374	8.077	6.935	4.178	2.256	1.086
	J	8.541	7.892	7.706	7.130	6.945	6.777	5.988	3.844	2.089	1.044
	K	6.935	6.643	6.100	5.682	5.598	5.540	4.358	3.426	1.922	919
	L	6.267	5.765	5.264	5.013	4.721	3.760	3.677	3.259	1.838	877
	M	6.016	5.640	4.846	4.679	4.011	3.509	3.175	2.757	1.671	836

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	75.165	53.003	45.957	40.544	24.882	18.745	15.040	6.350	3.008	1.922
	E	49.940	44.425	42.995	32.578	22.951	17.213	14.112	6.016	2.925	1.755
	F	44.833	39.584	33.421	26.349	21.354	14.836	13.184	5.598	2.841	1.588
	G	32.936	28.840	24.536	23.785	17.083	13.648	11.048	5.264	2.757	1.504
	H	25.532	19.961	18.717	18.336	14.576	11.048	10.677	5.013	2.674	1.420
	I	18.383	17.547	15.226	13.973	13.174	10.770	8.913	4.930	2.590	1.337
	J	14.818	14.298	13.174	12.562	11.048	966	8.606	4.261	2.507	1.253
	K	10.725	10.445	9.734	9.358	8.456	7.311	6.618	3.760	2.340	1.170
	L	8.272	7.520	7.102	6.852	6.768	5.348	4.596	3.443	2.256	1.086
	M	7.520	7.102	6.852	6.601	6.267	4.679	3.760	2.757	2.089	1.003

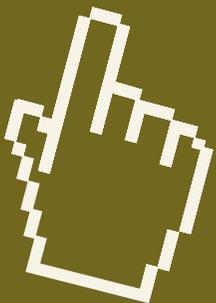
Para las piedras de peso superior a 3,50 ct., deberá considerarse un probable incremento de precio del 5-12 %.

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
4,00-4,99 CT.	D	89.616	63.829	60.663	45.640	219.223	23.675	15.690	5.933	4.345	2.256
	E	67.097	60.663	47.999	42.536	31.938	23.025	14.948	6.016	3.760	2.089
	F	60.663	53.555	44.016	39.523	28.502	20.472	14.669	5.849	3.593	1.922
	G	47.999	42.689	38.195	33.497	24.789	19.172	13.555	5.515	3.509	1.838
	H	33.052	31.195	24.417	24.046	20.518	15.876	12.348	5.264	3.426	1.755
	I	24.232	22.375	20.518	17.965	16.178	12.868	10.018	5.097	3.342	1.588
	J	20.518	19.404	17.918	15.551	13.091	11.141	9.377	4.679	3.259	1.504
	K	13.453	12.868	12.116	11.782	10.110	8.105	7.520	4.345	3.175	1.420
	L	10.110	9.442	8.606	8.105	7.687	6.768	5.849	4.094	3.092	1.337
	M	8.439	7.771	7.270	7.019	6.518	5.765	4.429	3.927	2.925	1.170

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	131.743	96.764	83.131	71.846	53.222	31.752	23.210	6.852	3.927	2.173
	E	88.543	86.930	73.531	69.660	47.006	30.174	21.539	6.016	3.760	2.089
	F	80.608	77.907	67.179	58.437	39.216	28.224	20.193	5.933	3.593	2.005
	G	60.663	56.374	52.340	41.453	34.398	25.216	18.383	5.765	3.426	1.922
	H	40.572	37.601	35.744	30.870	26.506	20.472	16.210	5.515	3.342	1.838
	I	32.030	29.477	26.961	24.232	22.096	16.967	1.346	4.596	3.175	1.755
	J	28.874	27.667	25.903	23.025	17.826	14.019	9.934	4.345	3.008	1.671
	K	19.135	15.876	14.957	14.121	12.617	11.030	7.520	4.178	2.841	1.588
	L	12.617	12.283	11.782	11.280	10.779	9.609	7.186	4.011	2.590	1.504
	M	11.949	10.946	10.027	9.208	9.108	8.690	6.768	3.844	2.423	1.420

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	2.962	2.349	2.104	1.956	1.828	1.430	1.261	919	766	536
	E	2.247	2.068	1.976	1.818	1.736	1.353	1.226	888	715	511
	F	2.165	1.961	1.910	1.767	1.711	1.328	1.093	807	664	485
	G	1.940	1.808	1.762	1.685	1.608	1.277	1.072	766	613	460
	H	1.808	1.757	1.716	1.634	1.532	1.226	1.021	715	562	434
	I	1.685	1.634	1.583	1.532	1.226	1.047	991	705	536	409
	J	1.532	1.501	1.353	1.226	1.113	1.011	970	684	511	383
	K	1.302	1.149	1.093	940	888	837	817	638	485	357
	L	970	919	868	848	837	807	766	613	434	332
	M	817	766	715	664	613	587	562	511	409	306

DIAMANTES TALLA SIMPLE. MELÉES
Precios en *Euros/quilate*

	IF-VVS	VS	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,01-0,03 ct	D-F	991	919	791	689	582	357
	G-H	868	843	715	638	546	337
	I-J	715	684	536	409	460	255
	K-M	485	460	409	383	332	204

DIAMANTES TALLA BRILLANTE. MELÉES
Precios en *Euros/quilate*

	IF-VVS	VS	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,04-0,07 ct	D-F	1.011	950	807	740	613	398
	G-H	986	868	766	689	582	357
	I-J	766	715	613	562	485	306
	K-M	531	511	434	434	409	255

DIAMANTES TALLA BRILLANTE. MELÉES
Precios en *Euros/quilate*

	IF-VVS	VS	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,08-0,14 ct	D-F	1.093	970	848	740	628	460
	G-H	1.016	848	781	689	592	434
	I-J	868	766	643	587	506	383
	K-M	715	633	511	485	434	281

DIAMANTES TALLA BRILLANTE. MELÉES
Precios en *Euros/quilate*

	IF-VVS	VS	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,15-0,17 ct	D-F	1.353	1.226	1.021	843	638	485
	G-H	1.236	1.047	991	843	613	460
	I-J	996	919	791	664	521	409
	K-M	730	649	562	511	460	306

DIAMANTES TALLA BRILLANTE. MELÉES
Precios en *Euros/quilate*

	IF-VVS	VS	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,18-0,22 ct	D-F	1.644	1.481	1.174	996	781	536
	G-H	1.348	1.226	1.072	894	705	511
	I-J	1.174	1.072	996	791	582	460
	K-M	751	669	623	562	475	332

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

DIAMANTES FANCY

	IF-VVS	VS	SI	I1
Top Light Brown	Melee	n.d.	740	498
	0,25 ct	n.d.	919	868
	0,50 ct	n.d.	1.660	1.047
	0,75 ct	n.d.	2.272	1.608
	1,00 ct	n.d.	2.630	2.349
	2,00 ct	n.d.	3.064	2.962
	3,00 ct	n.d.	4.085	3.574
	4,00 ct	n.d.	4.519	3.957
	5,00 ct	n.d.	5.515	4.979

	IF-VVS	VS	SI	I1
Light- Fancy Brown	Melee	n.d.	843	587
	0,25 ct	n.d.	970	945
	0,50 ct	n.d.	1.813	1.404
	0,75 ct	n.d.	2.681	1.711
	1,00 ct	n.d.	3.064	2.757
	2,00 ct	n.d.	3.779	3.370
	3,00 ct	n.d.	5.362	4.417
	4,00 ct	n.d.	5.694	4.851
	5,00 ct	n.d.	7.404	6.715

	IF-VVS	VS	SI	I1
Light Yellow	Melee	572	506	472
	0,25 ct	1.113	919	817
	0,50 ct	2.298	1.889	1.685
	0,75 ct	2.911	2.655	2.323
	1,00 ct	3.728	3.064	2.489
	2,00 ct	6.332	4.825	4.213
	3,00 ct	6.996	6.000	4.953
	4,00 ct	7.302	6.332	5.234
	5,00 ct	7.659	6.689	5.719

	IF-VVS	VS	SI	I1
Fancy Yellow	Melee	1.340	1.213	1.021
	0,25 ct	2.298	2.043	1.864
	0,50 ct	3.932	2.808	2.553
	0,75 ct	4.851	4.468	3.472
	1,00 ct	5.872	4.851	4.468
	2,00 ct	8.936	7.659	5.362
	3,00 ct	11.847	10.213	8.425
	4,00 ct	12.255	10.723	8.962
	5,00 ct	15.319	12.510	10.468

	IF-VVS	VS	SI	I1
Intense Yellow	Melee	n.d.	n.d.	n.d.
	0,25 ct	4.851	4.085	4.085
	0,50 ct	5.081	4.468	4.072
	0,75 ct	6.894	6.230	5.106
	1,00 ct	7.940	6.740	5.208
	2,00 ct	13.723	11.724	8.936
	3,00 ct	15.319	15.064	11.489
	4,00 ct	16.340	15.574	12.255
	5,00 ct	23.489	21.702	16.749

	IF-VVS	VS	SI	I1
Light Pink	Melee	4.391	4.085	3.728
	0,25 ct	7.506	7.149	6.766
	0,50 ct	9.089	8.298	7.149
	0,75 ct	20.425	17.361	15.319
	1,00 ct	22.212	21.446	19.915
	2,00 ct	68.935	61.276	40.850
	3,00 ct	75.063	79.148	63.829
	4,00 ct	122.551	109.786	80.169
	5,00 ct	148.083	128.679	109.786

	IF-VVS	VS	SI	I1
Fancy Pink	Melee	18.127	16.340	14.298
	0,25 ct	25.532	20.936	19.149
	0,50 ct	49.531	43.404	37.021
	0,75 ct	53.872	53.106	41.872
	1,00 ct	99.573	79.148	76.595
	2,00 ct	173.614	127.658	94.467
	3,00 ct	227.231	183.827	127.147
	4,00 ct	232.337	219.571	150.636
	5,00 ct	260.422	234.890	199.146

	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	68.935	54.893	39.574
	0,75 ct	81.701	68.935	50.552
	1,00 ct	142.977	122.551	102.126
	2,00 ct	219.571	196.593	168.508
	3,00 ct	344.676	311.485	265.528
	4,00 ct	382.973	357.441	293.612
	5,00 ct	523.396	485.099	393.185

DIAMANTES TALLA BAGUETTE

	IF-VVS	VS	SI1
3 mm	DEF	891	841
	GH	841	792
	IJ	693	643
	KLM	520	445
			396
4 mm	DEF	1.039	940
	GH	940	891
	IJ	891	782
	KLM	594	544
			445
5 mm	DEF	1.237	1.109
	GH	1.109	1.069
	IJ	965	866
	KLM	718	614
			505
6 mm	DEF	1.881	1.683
	GH	1.683	1.633
	IJ	1.336	1.213
	KLM	1.039	891
			742
7 mm	DEF	2.178	1.980
	GH	1.980	1.782
	IJ	1.584	1.287
	KLM	1.089	916
			841

	I1	I2	I3
3 mm	DEF	470	322
	GH	421	272
	IJ	396	223
	KLM	297	173
			74
4 mm	DEF	520	371
	GH	445	322
	IJ	421	262
	KLM	346	213
			99
5 mm	DEF	643	445
	GH	614	396
	IJ	421	287
	KLM	396	238
			198
6 mm	DEF	891	544
	GH	792	470
	IJ	619	346
	KLM	495	297
			272
7 mm	DEF	1.089	643
	GH	817	520
	IJ	668	445
	KLM	520	371
			346

DIAMANTES TALLA ANTIGUA (OLD EUROPEAN)

	IF-VVS	VS	SI1
0,01-0,07 ct	DEF	643	569
	GH	594	495
	IJ	495	460
	KLM	445	396
			272
0,08-0,17 ct	DEF	812	584
	GH	718	559
	IJ	594	505
	KLM	495	445
			341
0,18-0,29 ct	DEF	1.039	841
	GH	965	792
	IJ	891	723
	KLM	767	643
			445
0,30-0,49 ct	DEF	2.128	1.386
	GH	1.633	1.237
	IJ	1.188	990
	KLM	990	792
			594
0,50-0,69 ct	DEF	3.167	2.079
	GH	2.574	1.955
	IJ	1.980	1.534
	KLM	1.584	1.287
			841
0,70-0,99 ct	DEF	4.157	3.761
	GH	3.860	2.871
	IJ	3.464	2.494
	KLM	2.376	1.980
			1.287
1,00-1,49 ct	DEF	5.939	4.553
	GH	4.801	3.761
	IJ	3.811	2.871
	KLM	3.874	2.918
			2.013
1,50-1,99 ct	DEF	7.424	5.494
	GH	6.236	4.454
	IJ	4.256	3.464
	KLM	2.920	2.351
			1.683

DIAMANTES TALLA PERILLA

Precios en *Euros/quilate*

1€ = 1,10\$

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,30-0,36 CT.	D	2.553	2.451	2.247	2.043	1.736	1.532	1.328	1.021	766	613
	E	2.451	2.349	2.145	1.838	1.532	1.430	1.302	919	740	562
	F	2.349	2.043	1.838	1.634	1.430	1.328	1.251	817	689	511
	G	2.043	1.940	1.634	1.532	1.328	1.277	1.226	766	613	485
	H	1.736	1.634	1.430	1.328	1.277	1.226	1.072	740	562	434
	I	1.430	1.328	1.226	1.174	1.123	1.072	1.021	689	511	409
	J	1.226	1.072	1.021	996	945	919	817	562	434	383
	K	1.021	970	919	868	817	766	715	536	383	357
	L	868	817	740	715	689	638	587	511	357	332
	M	766	664	638	587	562	536	485	409	332	306

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,37-0,44 CT.	D	2.962	2.757	2.655	2.349	2.043	1.838	1.634	1.123	894	715
	E	2.757	2.655	2.451	2.247	1.940	1.736	1.532	1.021	817	613
	F	2.655	2.451	2.247	2.043	1.838	1.634	1.430	919	766	562
	G	2.451	2.247	2.145	1.940	1.736	1.532	1.328	817	740	536
	H	2.247	1.940	1.838	1.736	1.634	1.430	1.226	791	689	511
	I	1.736	1.634	1.532	1.430	1.328	1.226	1.123	715	638	485
	J	1.532	1.430	1.328	1.226	1.123	1.021	970	664	587	460
	K	1.226	1.123	1.021	996	970	945	843	613	460	383
	L	1.021	919	868	817	791	689	638	562	357	357
	M	766	715	689	664	638	587	511	409	332	332

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,45-0,49 CT.	D	3.268	2.962	2.860	2.655	2.451	2.247	1.838	1.328	1.021	868
	E	2.962	2.860	2.655	2.451	2.349	2.145	1.736	1.277	970	817
	F	2.757	2.655	2.451	2.349	2.247	2.043	1.685	1.226	919	791
	G	2.655	2.451	2.349	2.247	2.145	1.838	1.532	1.123	843	715
	H	2.349	2.247	2.145	2.043	1.940	1.736	1.430	1.021	817	689
	I	1.940	1.889	1.838	1.736	1.634	1.532	1.328	970	766	613
	J	1.736	1.634	1.532	1.430	1.328	1.226	1.123	868	689	587
	K	1.430	1.328	1.277	1.226	1.174	1.072	945	817	613	511
	L	1.226	1.123	1.072	1.021	919	868	817	664	511	409
	M	868	817	791	766	715	613	536	460	409	357

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,50-0,69 CT.	D	4.085	3.421	3.166	2.727	2.696	2.349	2.349	1.634	1.226	919
	E	3.166	3.064	2.860	2.451	2.425	2.298	2.247	1.532	1.123	868
	F	3.064	2.757	2.553	2.298	2.145	2.043	1.991	1.430	1.021	817
	G	2.431	2.349	2.298	2.247	1.991	1.889	1.838	1.328	970	766
	H	2.298	2.247	2.114	2.043	1.838	1.787	1.706	1.226	945	715
	I	2.145	2.063	1.940	1.838	1.787	1.736	1.634	1.123	919	664
	J	1.838	1.736	1.685	1.634	1.532	1.481	1.430	1.021	817	638
	K	1.634	1.532	1.430	1.379	1.328	1.277	1.226	919	715	587
	L	1.328	1.226	1.123	1.072	1.021	996	919	715	613	460
	M	970	919	894	817	791	766	664	511	460	383

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,70-0,89 CT.	D	5.515	4.596	4.289	3.830	3.728	3.370	2.757	1.787	1.328	1.021
	E	4.259	4.085	3.922	3.677	3.595	3.064	2.604	1.685	1.123	970
	F	4.187	4.054	3.779	3.574	3.513	2.962	2.145	1.634	1.072	919
	G	3.779	3.574	3.472	3.350	3.268	2.757	2.043	1.532	1.021	868
	H	3.421	3.166	3.064	2.962	2.451	2.349	1.940	1.481	996	843
	I	3.370	2.808	2.655	2.604	2.400	2.043	1.838	1.430	970	766
	J	2.860	2.451	2.400	2.349	2.298	1.940	1.736	1.328	945	740
	K	2.502	2.145	2.094	2.043	1.940	1.838	1.685	1.226	919	715
	L	1.940	1.736	1.685	1.634	1.532	1.481	1.430	1.072	766	562
	M	1.328	1.277	1.226	1.174	1.123	1.072	1.021	817	664	511

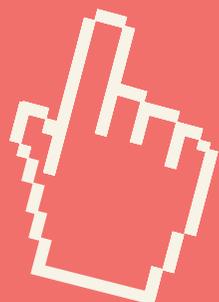
		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,90-0,99 CT.	D	7.966	6.638	5.801	5.208	4.417	4.289	3.523	2.145	1.685	1.123
	E	6.740	5.791	5.004	4.800	4.100	4.187	3.258	2.043	1.532	1.072
	F	5.413	5.055	4.902	4.412	4.034	3.779	3.074	1.940	1.430	1.021
	G	4.902	4.902	4.698	4.228	3.952	3.677	2.962	1.838	1.328	970
	H	4.381	4.085	3.881	3.799	3.574	2.880	2.808	1.736	1.277	919
	I	3.677	3.574	3.370	3.268	3.064	2.757	2.655	1.685	1.226	843
	J	3.370	3.064	2.962	2.860	2.757	2.553	2.043	1.379	1.174	817
	K	2.553	2.451	2.349	2.247	2.145	2.043	1.838	1.328	1.021	766
	L	2.145	2.043	1.940	1.838	1.736	1.634	1.532	1.123	919	664
	M	1.634	1.532	1.430	1.379	1.328	1.226	1.123	970	766	562

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€ = 1,07\$

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
1,00-1,49 CT.	D	12.510	10.110	8.252	6.740	5.571	4.526	3.899	2.256	1.671	1.003
	E	9.702	8.936	7.762	6.025	5.385	4.364	3.621	2.173	1.588	919
	F	7.864	7.455	6.511	5.821	4.828	4.271	3.482	2.089	1.504	836
	G	5.923	5.821	5.872	5.719	4.874	4.015	3.342	1.922	1.337	794
	H	5.106	4.271	4.178	3.992	3.853	3.398	3.157	1.755	1.253	752
	I	4.178	4.085	3.992	3.482	3.342	3.064	2.683	1.629	1.170	710
	J	3.249	3.157	2.971	2.878	2.600	2.600	2.553	1.504	1.044	668
	K	2.340	2.256	2.173	2.110	1.922	1.838	1.671	1.337	1.003	627
	L	2.173	1.922	1.838	1.671	1.588	1.504	1.420	1.086	836	585
	M	1.671	1.588	1.504	1.420	1.337	1.253	1.170	919	668	501

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	15.523	11.438	10.213	8.834	7.242	5.849	4.828	2.674	1.838	1.086
	E	11.744	10.008	8.824	8.528	6.313	5.663	4.735	2.507	1.755	1.003
	F	9.906	9.191	8.119	7.149	6.174	5.478	4.549	2.340	1.671	919
	G	7.966	8.374	7.149	6.740	5.663	5.199	4.178	2.256	1.462	877
	H	6.035	5.756	5.524	5.385	4.921	4.243	3.667	2.005	1.379	836
	I	5.292	4.596	4.549	4.364	4.085	3.807	3.361	1.922	1.295	794
	J	4.085	3.825	3.714	3.547	3.342	3.064	2.878	1.755	1.170	752
	K	2.757	2.674	2.590	2.507	2.423	2.256	2.173	1.504	1.086	710
	L	2.340	2.256	2.173	2.089	2.005	1.922	1.755	1.170	919	648
	M	1.838	1.671	1.588	1.504	1.420	1.337	1.253	1.003	752	543

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	25.787	21.140	19.506	16.544	11.837	8.839	6.425	3.342	1.755	1.170
	E	22.335	20.665	15.830	13.685	10.027	8.263	6.220	3.092	1.671	1.086
	F	17.402	16.820	13.736	13.379	9.934	7.822	5.942	2.925	1.588	1.003
	G	14.400	12.817	12.357	11.234	9.006	7.279	5.719	2.757	1.546	919
	H	11.113	9.860	8.022	7.427	7.056	6.090	5.060	2.590	1.504	836
	I	7.957	7.659	7.093	6.267	5.849	5.013	4.085	2.423	1.462	794
	J	5.663	5.496	5.106	4.735	4.364	4.085	3.621	2.256	1.420	752
	K	4.345	4.136	3.927	3.551	3.342	3.092	2.757	2.089	1.253	710
	L	3.677	3.426	3.092	2.841	2.674	2.507	2.340	1.838	1.170	668
	M	2.757	2.590	2.423	2.256	2.089	2.005	1.755	1.588	1.003	627

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	54.372	38.144	33.165	25.991	18.568	12.626	10.120	6.100	2.507	1.504
	E	39.829	36.765	31.531	23.867	17.640	12.162	9.099	5.515	2.256	1.420
	F	29.617	28.800	24.715	21.829	17.547	11.791	8.709	5.264	2.173	1.337
	G	29.591	27.574	23.438	18.306	15.713	10.612	8.189	4.930	2.089	1.253
	H	21.122	18.104	17.408	14.205	11.364	9.136	7.520	4.763	2.005	1.170
	I	14.948	14.205	13.369	11.837	9.391	7.655	5.784	4.596	1.838	1.086
	J	9.470	9.238	8.449	8.124	7.335	6.313	5.571	4.261	1.588	1.003
	K	7.520	6.935	6.685	6.350	5.765	4.763	4.178	3.927	1.504	919
	L	5.181	4.930	4.763	4.429	4.261	4.011	3.844	3.677	1.337	836
	M	4.596	4.429	4.261	4.094	3.927	3.760	3.593	3.259	1.170	752

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	60.357	49.552	48.510	39.216	32.588	17.547	12.255	6.267	2.925	1.588
	E	45.650	42.689	41.463	35.642	26.274	15.783	11.791	5.598	2.507	1.504
	F	39.114	37.787	34.723	27.676	23.303	15.105	11.095	5.431	2.340	1.420
	G	33.089	28.595	26.655	24.510	21.446	14.205	10.445	5.264	2.256	1.337
	H	27.853	21.911	20.425	20.889	17.361	12.626	9.702	5.097	2.173	1.253
	I	18.476	17.733	16.897	15.542	14.948	10.491	8.541	4.930	2.005	1.170
	J	12.626	12.153	11.680	11.048	10.770	9.748	7.752	4.679	1.838	1.086
	K	8.439	7.938	7.687	7.270	7.102	6.685	6.518	4.345	1.671	1.003
	L	7.270	7.019	6.685	6.434	6.183	5.264	4.178	4.178	1.504	919
	M	5.849	5.431	5.097	4.763	4.429	4.094	3.844	3.760	1.337	836

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	79.822	66.239	56.164	53.386	39.272	2.692	18.058	6.935	3.342	1.671
	E	61.225	57.548	54.637	50.277	37.582	27.017	17.315	6.685	3.175	1.588
	F	50.501	49.429	51.523	43.659	32.588	22.579	16.247	6.434	3.008	1.504
	G	44.507	42.689	39.186	36.847	26.479	20.648	14.112	6.183	2.757	1.420
	H	36.756	33.075	28.456	25.402	22.096	17.129	12.255	6.016	2.674	1.337
	I	24.139	23.638	23.118	19.051	17.844	15.690	11.861	5.598	2.423	1.253
	J	16.804	15.876	15.690	15.505	15.133	11.327	9.191	5.348	2.173	1.170
	K	12.283	11.698	11.447	10.779	10.077	7.854	6.935	5.097	2.005	1.086
	L	8.690	8.189	7.938	7.771	7.437	7.186	6.601	4.763	1.671	1.003
	M	7.102	6.852	6.601	6.267	6.100	5.181	4.930	4.512	1.420	919

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€ = 1,08 \$

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
0,90-0,99 CT.	D	6.219	5.208	4.228	4.116	3.717	3.268	3.064	1.951	1.430	1.021
	E	5.208	4.749	4.085	3.779	3.677	2.962	2.860	1.889	1.328	919
	F	4.519	4.340	3.881	3.748	3.385	2.885	2.681	1.838	1.226	868
	G	3.983	3.748	3.544	3.677	3.334	2.860	2.553	1.757	1.144	817
	H	3.472	3.319	3.340	3.064	2.962	2.757	2.451	1.685	1.072	786
	I	3.125	2.962	2.860	2.819	2.655	2.553	2.145	1.583	1.021	715
	J	2.778	2.492	2.451	2.400	2.369	2.165	1.915	1.430	991	684
	K	2.221	2.083	2.043	2.012	1.889	1.757	1.726	1.328	970	664
	L	1.823	1.736	1.634	1.583	1.481	1.379	1.302	991	919	582
	M	1.389	1.302	1.215	1.174	1.093	1.042	970	919	725	480

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	13.047	7.966	6.740	5.974	4.979	3.779	3.217	2.170	1.736	1.042
	E	8.364	7.292	5.821	5.311	4.596	3.554	3.003	2.083	1.649	955
	F	7.077	6.306	5.515	4.912	4.381	3.472	2.962	1.997	1.563	868
	G	5.382	5.065	4.647	4.228	3.983	3.452	2.931	1.910	1.389	817
	H	4.442	4.085	3.983	3.717	3.574	3.207	2.553	1.823	1.302	781
	I	3.595	3.421	3.268	3.186	2.951	2.808	2.400	1.726	1.226	740
	J	3.472	3.197	3.059	2.849	2.711	2.461	2.043	1.563	1.088	694
	K	2.471	2.655	2.553	2.267	2.145	2.043	1.961	1.420	1.042	654
	L	2.553	2.471	2.349	2.145	1.940	1.828	1.532	1.226	919	608
	M	2.043	1.940	1.736	1.634	1.532	1.348	1.940	955	694	521

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	14.808	11.438	9.906	8.579	8.323	6.945	5.515	3.544	2.451	1.685
	E	11.489	9.498	9.293	7.578	7.353	6.664	5.413	3.268	2.369	1.532
	F	9.957	8.374	8.119	7.353	6.970	6.434	5.259	3.064	2.318	1.430
	G	8.068	7.455	6.842	6.689	6.434	6.373	5.106	2.849	2.043	1.379
	H	6.230	6.128	6.025	5.964	5.464	5.556	4.442	2.706	1.966	1.328
	I	5.821	5.770	5.505	5.311	4.800	5.106	4.187	2.553	1.910	1.226
	J	4.442	4.187	4.187	4.085	3.983	3.779	3.115	2.420	1.889	1.123
	K	3.779	3.677	3.574	3.472	3.370	3.319	2.757	2.043	1.736	1.021
	L	3.268	3.166	3.064	2.962	2.349	2.553	2.553	1.940	1.634	996
	M	2.553	2.451	2.349	2.247	2.043	1.940	1.910	1.757	1.532	970

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	24.408	17.310	15.625	13.236	11.949	9.089	7.047	4.289	2.757	1.277
	E	18.281	16.340	13.072	12.255	10.723	8.885	6.894	3.983	2.553	1.226
	F	16.238	13.021	11.438	10.570	9.150	8.681	6.740	3.779	2.349	1.174
	G	12.367	11.183	9.865	9.804	9.191	7.506	6.434	3.574	2.247	1.123
	H	9.508	8.905	8.119	7.889	7.721	7.190	6.128	3.472	2.196	1.021
	I	7.149	6.638	6.536	6.230	6.128	6.025	5.515	3.268	2.145	970
	J	5.515	5.106	5.745	5.004	4.984	4.800	4.596	3.064	2.043	919
	K	5.208	4.800	4.698	4.596	4.391	4.187	3.983	2.962	1.940	888
	L	4.565	4.085	3.983	3.779	3.574	3.370	2.962	2.757	1.838	837
	M	3.881	3.574	3.370	3.319	3.166	3.064	2.757	2.553	1.532	766

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	46.340	30.515	26.471	24.919	19.915	14.272	9.702	6.434	2.962	1.961
	E	28.820	28.187	24.893	21.064	19.261	13.072	8.834	6.036	2.655	1.879
	F	27.166	23.560	22.703	19.532	15.441	12.459	8.374	5.719	2.553	1.838
	G	20.869	19.445	18.485	17.566	14.272	9.988	7.506	5.382	2.400	1.757
	H	15.932	17.566	15.676	13.787	11.030	8.579	7.200	5.076	2.247	1.685
	I	12.970	12.827	12.255	11.765	9.722	7.833	6.485	4.774	2.043	1.532
	J	11.132	10.315	9.191	8.196	7.430	6.842	6.128	4.596	1.940	1.491
	K	9.293	8.272	7.966	7.149	6.025	5.637	5.484	4.289	1.859	1.226
	L	5.821	5.617	5.311	5.106	4.596	4.463	4.085	3.820	1.532	919
	M	4.769	4.494	4.391	4.187	3.983	3.881	3.748	3.452	1.317	868

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

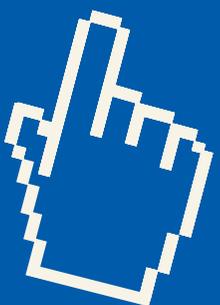
	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
4,00-4,99 CT.	D	59.488	44.425	41.233	34.314	29.821	18.740	15.625	6.710	3.574	2.349
	E	44.221	38.297	35.948	31.455	27.778	16.187	12.357	6.434	3.166	1.961
	F	35.233	33.702	34.110	29.668	21.957	14.655	11.847	6.230	2.962	1.889
	G	30.536	27.063	23.489	22.738	21.140	12.970	9.906	5.842	2.757	1.859
	H	26.042	21.446	20.527	19.532	18.587	11.438	9.191	5.566	2.553	1.777
	I	18.383	17.259	15.727	14.910	14.553	9.804	8.579	5.106	2.451	1.736
	J	12.766	11.540	11.407	10.417	10.315	9.089	7.149	4.902	2.043	1.634
	K	10.723	8.476	8.272	6.832	6.434	5.923	5.617	4.494	1.940	1.532
	L	7.455	7.251	6.945	6.638	6.230	5.821	4.800	4.289	1.665	1.021
	M	6.128	5.719	5.311	4.902	4.596	4.289	4.085	3.983	1.328	919

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.

GOLDTIME.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€ = 1,08 \$

Euros/quilate

	0,02-0,09 ct	0,10-0,29 ct	0,30-0,49	Cab. 1-5ct	Cab. 5-8ct
Extra	453	573	588	1.614	2.188
Alta joyería	199	302	320	851	1.261
Comercial A+	97	181	193	501	763
Comercial A	66	112	124	244	410
Comercial B	36	42	54	130	205
Comercial C	24	27	36	57	63
Comercial D	12	12	18	18	24

	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct	3-4 ct	4-5 ct
Extra	2.360	4.511	6.177	6.940	6.940
Alta joyería	1.641	3.530	4.798	5.733	6.336
Comercial A+	1.053	2.716	3.802	4.647	5.552
Comercial A	785	1.750	2.565	3.379	3.742
Comercial B	513	966	1.418	2.203	2.429
Comercial C	284	573	905	1.267	1.463
Comercial D	148	317	573	754	815
Comercial E	66	166	293	392	483
Comercial F	34	88	121	193	272
Comercial G	22	42	63	69	91

	5-6 ct	6-8 ct	8-10 ct	10-20 ct
Extra	9.716	12.006	12.492	18.044
Alta joyería	7.845	9.143	9.475	13.276
Comercial A+	6.940	7.664	7.845	9.505
Comercial A	5.069	5.733	6.155	7.362
Comercial B	2.891	3.319	4.013	5.039
Comercial C	1.895	2.203	2.866	2.957
Comercial D	1.071	1.358	1.750	1.810
Comercial E	558	739	845	920
Comercial F	317	347	407	438
Comercial G	106	121	139	163

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€ = 1,08 \$

Euros/quilate

	0,02-0,09ct	0,1-0,29ct	0,3-0,49ct	Cab.1-5ct	Cab.5-8ct
Extra	264	416	1.041	2.354	5.431
Alta joyería	197	392	709	754	2.836
Comercial A+	163	302	513	422	1.479
Comercial A	115	238	368	241	573
Comercial B	66	175	223	60	241
Comercial C	43	124	178	39	145
Comercial D	13	44	75	18	48

	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct	3-4 ct	4-5 ct
Excepcional	4.404	10.757	18.738	27.760	36.365
Extra	3.191	7.091	13.578	20.367	26.130
Alta joyería	2.170	3.983	9.052	12.522	16.354
Comercial A+	1.568	2.897	5.793	7.845	10.561
Comercial A	1.159	2.112	3.319	5.733	7.091
Comercial B	766	1.177	1.735	3.078	3.772
Comercial C	378	597	890	1.406	1.810
Comercial D	133	341	504	724	947
Comercial E	54	175	284	380	480
Comercial F	28	57	106	133	184
Comercial G	20	36	48	72	97

ESMERALDAS (Todos los orígenes)

1€ = 1,08 \$

Euros/quilate

	0,02-0,09 ct	0,1-0,24 ct	0,25-0,49 ct	Cab. <5ct	Cab. 5-10ct
Extra	1.174	1.527	2.114	1.660	3.319
Alta joyería	761	1.047	1.557	868	1.660
Comercial A+	431	600	894	460	766
Comercial A	161	278	357	281	511
Comercial B	41	123	204	102	255
Comercial C	26	69	115	61	148
Comercial D	10	15	26	20	41

	0,5-1 ct	1-1,5 ct	1,5-2 ct	2-3 ct	3-4 ct
Excepcional	4.933	8.177	9.838	11.275	12.120
Extra	4.111	6.814	8.198	9.396	10.100
Alta joyería	3.064	5.242	6.306	7.353	8.119
Comercial A+	2.298	4.111	4.851	6.179	6.740
Comercial A	1.532	2.880	3.881	4.698	4.928
Comercial B	791	1.682	2.328	2.808	3.089
Comercial C	460	839	1.310	1.532	1.711
Comercial D	243	381	534	740	868
Comercial E	97	180	291	314	470
Comercial F	54	71	107	120	181
Comercial G	28	31	49	51	61

	4-5 ct	5-6 ct	6-8 ct	8-10 ct
Excepcional	12.966	13.389	14.798	19.026
Extra	10.805	11.157	12.332	15.855
Alta joyería	8.783	9.064	9.702	12.000
Comercial A+	7.276	7.762	7.889	9.089
Comercial A	5.183	5.974	6.485	6.791
Comercial B	3.345	4.008	4.596	4.851
Comercial C	2.068	2.477	2.706	3.064
Comercial D	1.098	1.200	1.430	1.634
Comercial E	600	651	791	932
Comercial F	243	286	357	434
Comercial G	71	92	102	153

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€ = 1,08 \$

Euros/quilate

	1-2 ct	2-3 ct	3-4 ct
Excepcional	7.749	10.681	12.456
Extra	6.457	8.901	10.380
Alta joyería	4.526	6.638	7.936
Comercial A+	3.078	4.375	5.733
Comercial A	2.082	2.655	3.953
Comercial B	1.177	1.463	2.157
Comercial C	507	721	815
Comercial D	211	359	438
Comercial E	97	151	205
Comercial F	45	75	91

	4-6 ct	6-10 ct	10-20ct
Excepcional	18.973	22.811	32.225
Extra	15.811	19.009	26.855
Alta joyería	11.164	14.785	19.915
Comercial A+	8.268	11.013	13.880
Comercial A	5.854	7.272	10.259
Comercial B	3.017	4.405	6.125
Comercial C	929	2.173	2.396
Comercial D	537	996	1.144
Comercial E	287	483	483
Comercial F	115	193	181

ZAFIROS PADPARADSCHA

1€ = 1,08 \$

Euros/quilate

	1-2 ct	2-3 ct	3-5 ct	5-7 ct
Colección	4.671	8.980	12.601	19.915
Alta joyería	3.892	7.483	10.500	16.595
Comercial A+	2.112	3.545	6.306	8.328
Comercial A	830	1.095	2.851	3.392
Comercial B	244	317	594	896
Comercial C	97	103	133	199

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€ = 1,08 \$

Euros/quilate

	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct	3-4 ct	4-5 ct
Excepcional	17.561	35.738	56.123	86.176	117.677
Extra	14.634	29.781	46.769	71.813	98.064
Alta joyería	8.449	15.238	28.786	39.105	62.127
Comercial A+	5.431	8.388	14.906	21.423	31.115
Comercial A	3.923	5.431	10.078	14.001	16.662
Comercial B	2.173	2.610	5.854	8.147	10.531
Comercial C	935	1.343	2.384	4.134	6.457
Comercial D	344	860	1.207	1.886	2.713
Comercial E	103	377	453	619	812
Comercial F	42	78	145	187	259
Comercial G	24	36	48	72	97

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€ = 1,08 \$

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct	3-5 ct	5-10 ct
Extra	306	396	523	562	868
Alta joyería	204	306	434	460	715
Comercial A+	166	255	383	409	613
Comercial A	128	204	332	357	511
Comercial B	100	153	243	306	409
Comercial C	71	102	153	255	306
Comercial D	51	74	102	158	194
Comercial E	31	46	51	61	82

TURMALINA VERDE

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct	3-5 ct	5-10 ct
Extra	51	176	243	255	291
Alta joyería	41	71	179	204	225
Comercial A+	33	61	140	166	189
Comercial A	26	51	102	128	153
Comercial B	18	36	71	102	117
Comercial C	10	20	41	77	82
Comercial D	8	15	31	59	66
Comercial E	5	10	18	41	51

TURMALINA ROJA

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct	3-5 ct	5-10 ct
Extra	105	225	319	357	485
Alta joyería	82	174	255	306	357
Comercial A+	66	133	204	245	281
Comercial A	51	92	153	184	204
Comercial B	38	71	110	130	163
Comercial C	26	51	66	77	123
Comercial D	18	38	54	61	97
Comercial E	10	26	41	46	71

TURMALINA ROSA

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct	3-5 ct	5-10 ct
Extra	105	202	306	319	401
Alta joyería	92	174	230	306	357
Comercial A+	66	120	153	199	255
Comercial A	41	66	77	92	153
Comercial B	29	43	56	69	112
Comercial C	16	20	36	46	71
Comercial D	12	18	28	36	61
Comercial E	8	15	20	26	51

TURMALINA BICOLOR

Euros/quilate	1-3ct	3-5ct	5-10ct	10-20ct	>20ct
Extra	179	243	281	370	n.d.
Alta joyería	153	230	255	281	n.d.
Comercial A+	110	161	179	209	n.d.
Comercial A	66	92	102	138	n.d.
Comercial B	49	64	77	112	n.d.
Comercial C	31	36	51	87	n.d.
Comercial D	20	26	36	59	n.d.
Comercial E	10	15	20	31	n.d.

CUPROTURMALINA

Euros/quilate	1-2ct	2-3 ct	3-5 ct	5-8 ct	8-10 ct
Extra	1.532	2.068	3.472	5.208	5.847
Alta joyería	1.226	1.838	2.860	3.779	4.749
Comercial A+	996	1.430	2.298	3.294	4.060
Comercial A	766	1.021	1.736	2.808	3.370
Comercial B	562	817	1.379	2.170	2.808
Comercial C	357	613	1.021	1.532	2.247
Comercial D	197	345	574	881	1.379
Comercial E	36	77	128	230	511

TURMALINA AZUL

Euros/quilate	1-3ct	3-5ct	5-10ct	10-20ct	>20ct
Extra	255	409	523	587	n.d.
Alta joyería	204	332	434	460	n.d.
Comercial A+	171	243	319	332	n.d.
Comercial A	138	153	204	204	n.d.
Comercial B	102	123	138	138	n.d.
Comercial C	66	66	71	71	n.d.
Comercial D	38	46	71	56	n.d.
Comercial E	10	26	56	41	n.d.

TURMALINA OJO DE GATO

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-3ct	3-5ct	5-10ct	10-20ct
Extra	n.d.	140	230	396	587
Alta joyería	n.d.	102	179	281	460
Comercial A+	n.d.	79	130	204	383
Comercial A	n.d.	56	82	128	306
Comercial B	n.d.	43	61	89	230
Comercial C	n.d.	31	41	51	153
Comercial D	n.d.	18	26	33	100
Comercial E	n.d.	6	10	15	46

TURMALINA PARAÍBA

1€ = 1,08 \$

Euros/quilate	0,2-0,5 ct	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct
Extra	1.889	5.617	11.847	19.659
Alta joyería	1.226	4.085	7.353	15.319
Comercial A+	919	3.319	5.974	11.234
Comercial A	613	2.553	4.596	7.149
Comercial B	460	1.532	3.064	4.596
Comercial C	306	511	1.532	2.043
Comercial D	204	357	1.021	1.430
Comercial E	102	204	511	817

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	1.098	2.451	3.830
Alta joyería	919	1.838	2.553
Comercial A+	740	1.379	2.043
Comercial A	562	919	1.532
Comercial B	421	689	1.098
Comercial C	281	460	664
Comercial D	217	322	485
Comercial E	153	184	306

GRANATE TSAVORITA

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-3 ct	3-5 c	5-10 ct
Extra	689	1.608	2.477	3.217
Alta joyería	613	1.277	2.043	2.808
Comercial A+	511	996	1.736	2.349
Comercial A	409	715	1.430	1.889
Comercial B	306	511	945	1.277
Comercial C	204	306	460	664
Comercial D	140	204	352	536
Comercial E	77	102	245	409

GRANATE ALMANDINO

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-5 ct	5-10 c	10-30 ct
Extra	10	20	33	61
Alta joyería	8	15	26	41
Comercial A+	7	14	20	31
Comercial A	6	12	15	20
Comercial B	5	9	12	15
Comercial C	3	5	8	10
Comercial D	2	3	5	7
Comercial E	1	1	2	4

GRANATE PIROPO

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-5 ct	5-10 c	10-20 ct
Extra	33	43	49	56
Alta joyería	20	31	36	41
Comercial A+	15	21	26	28
Comercial A	10	12	15	15
Comercial B	7	9	12	13
Comercial C	3	5	8	10
Comercial D	2	3	5	7
Comercial E	1	1	2	4

GRANATE GROSSULARIA VERDE

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-3 ct	3-5 c	5-10 ct
Extra	38	217	460	613
Alta joyería	31	153	306	460
Comercial A+	28	112	204	306
Comercial A	26	71	102	153
Comercial B	20	46	69	102
Comercial C	15	20	36	51
Comercial D	9	13	23	33
Comercial E	3	5	10	15

GRANATE GROSSULARIA NARANJA

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-3 ct	3-5 c	5-10 ct
Extra	33	54	89	191
Alta joyería	31	46	77	153
Comercial A+	28	41	64	123
Comercial A	26	36	51	92
Comercial B	20	28	43	71
Comercial C	15	20	36	51
Comercial D	9	13	23	33
Comercial E	3	5	10	15

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	332	211	724	1.629	905
Alta joyería	241	121	724	1.448	724
Comercial A+	181	121	362	1.086	724
Comercial A	121	60	362	724	362
Comercial B	75	60	91	453	362
Comercial C	30	15	91	181	91
Comercial D	21	15	15	106	91

1€ = 1,08

RUBI ESTRELLA

Euros/quilate

	0,5 - 1 ct	1 - 3 ct	3 - 5 ct	5 - 10 ct	10 - 20 ct
Extra	2.064	1.388	875	2.685	1.810
Alta joyería	1.352	676	875	1.750	875
Comercial A+	887	676	588	1.463	875
Comercial A	422	211	588	1.177	588
Comercial B	344	211	199	788	588
Comercial C	266	133	199	398	199
Comercial D	157	133	30	229	199

AGUAMARINA

Euros/quilate

	0,5 - 1 ct	1 - 3 ct	3 - 5 ct	5 - 10 ct	10 - 25 ct
Extra	212	498	569	740	531
Alta joyería	194	434	526	664	500
Comercial A+	133	258	383	454	401
Comercial A	112	209	332	398	368
Comercial B	59	97	181	232	245
Comercial C	46	82	138	179	189
Comercial D	13	26	31	51	56
Comercial E	5	5	10	31	36

ALEJANDRITA

Euros/quilate

	<0,5 ct	0,5 - 1 ct	1 - 2 ct	2 - 3 ct	3 - 5 ct
Extra	4.340	5.745	8.489	11.489	12.064
Alta joyería	4.085	5.362	7.787	10.213	10.596
Comercial A+	3.191	4.085	5.681	6.766	6.894
Comercial A	2.808	3.574	4.979	5.872	6.128
Comercial B	1.660	2.076	2.936	3.447	3.957
Comercial C	1.277	1.598	2.298	2.808	3.319
Comercial D	306	434	689	970	1.328
Comercial E	102	230	357	409	613

TANZANITA

Euros/quilate

	0,5 - 1 ct	1 - 2 ct	2 - 3 ct	3 - 10 ct	10 - 20 ct
Extra	383	447	498	562	580
Alta joyería	332	383	460	536	546
Comercial A+	268	345	434	498	516
Comercial A	204	306	409	460	485
Comercial B	153	230	306	345	370
Comercial C	102	153	204	230	255
Comercial D	77	110	140	166	174
Comercial E	51	66	77	102	92

PERIDOTO

Euros/quilate

	0,5 - 1 ct	1 - 2 ct	2 - 3 ct	3 - 5 ct	5 - 10 ct
Extra	32	105	181	220	230
Alta joyería	18	82	128	194	204
Comercial A+	15	61	100	138	153
Comercial A	12	41	71	82	102
Comercial B	10	29	48	61	74
Comercial C	7	16	25	41	46
Comercial D	5	10	16	29	38
Comercial E	2	3	8	16	31

TOPACIO AMARILLO - DORADO

Euros/quilate

	0,5 - 1 ct	1 - 2 ct	3-5 ct	5 - 10 ct	10 - 20 ct
Extra	66	281	414	434	447
Alta joyería	56	230	240	255	281
Comercial A+	46	153	171	204	217
Comercial A	36	77	102	153	153
Comercial B	26	56	79	107	115
Comercial C	15	36	56	61	77
Comercial D	10	23	36	41	49
Comercial E	5	10	15	20	20

TOPACIO IMPERIAL

Euros/quilate

	0,5 - 1 ct	1 - 2 ct	3-5 ct	5 - 10 ct	10 - 20 ct
Extra	153	710	881	1.047	1.106
Alta joyería	102	500	638	766	781
Comercial A+	82	319	490	562	577
Comercial A	61	138	342	357	373
Comercial B	51	92	222	243	258
Comercial C	41	46	102	128	143
Comercial D	26	31	64	84	97
Comercial E	10	15	26	41	51

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

PERLAS CULTIVADAS (Euros)

1€ = 1,08 \$

	Extra	Alta Joy.	Joyería	Comerc.	Comerc.-
Akoya-Perlas sueltas					
Diámetro máximo					
2,0-2,5mm	3,06	2,55	2,04	1,02	0,34
2,5-3,0mm	3,57	2,81	2,55	1,53	0,51
3,0-3,5mm	4,60	3,57	2,81	1,79	0,60
3,5-4,0mm	5,11	4,09	3,06	2,30	0,77
4,0-4,5mm	6,13	4,85	3,32	2,55	0,85
4,5-5,0mm	6,64	5,11	3,57	2,81	0,94
5,0-5,5mm	10,72	8,17	6,13	4,09	1,36
5,5-6,0mm	15,83	11,74	8,17	4,60	1,53
6,0-6,5mm	18,89	12,77	8,68	5,62	1,87
6,5-7,0mm	27,57	20,43	12,77	8,17	2,72
7,0-7,5mm	40,85	26,55	18,38	11,23	3,74
7,5-8,0mm	76,59	51,06	30,64	18,89	6,30
8,0-8,5mm	122,55	84,25	61,28	35,74	11,91
8,5-9,0mm	173,61	112,34	74,04	43,40	14,47
9,0-9,5mm	344,68	217,02	158,30	99,57	33,19
9,5-10,0mm	421,27	255,32	165,95	109,79	36,60

Akoya-Hilos de 16/18"

Diámetro máximo

2,0-2,5mm	345	294	191	120	40
2,5-3,0mm	383	301	194	123	41
3,0-3,5mm	421	306	204	125	42
3,5-4,0mm	409	329	214	128	43
4,0-4,5mm	460	345	230	133	44
4,5-5,0mm	536	383	248	140	47
5,0-5,5mm	791	498	281	143	48
5,5-6,0mm	779	498	306	191	64
6,0-6,5mm	837	529	332	204	68
6,5-7,0mm	1.226	664	396	243	81
7,0-7,5mm	1.455	894	498	281	94
7,5-8,0mm	1.889	996	562	332	111
8,0-8,5mm	2.987	1.353	677	396	132
8,5-9,0mm	3.753	2.145	1.123	536	179
9,0-9,5mm	27.472	3.677	1.915	970	323
9,5-10,0mm	10.213	6.128	3.574	2.196	732

China aguadulce-Hilos Blancas

Diámetro máximo

3-4mm	n.d.	26	12	3	1
4-5mm	n.d.	77	26	8	3
5-6mm	n.d.	100	43	15	5
6-7mm	n.d.	181	59	22	7
7-9mm	n.d.	352	120	29	10
8-9mm	n.d.	1.251	511	204	68
9-10mm	n.d.	1.940	715	255	85
10-11mm	n.d.	3.217	1.226	409	136

China aguadulce-Hilos Color

Diámetro máximo

3-4mm	n.d.	77	46	13	4
4-5mm	n.d.	92	56	16	5
5-6mm	n.d.	255	128	36	12
6-7mm	n.d.	511	255	77	26
7-9mm	n.d.	996	319	123	41
8-9mm	n.d.	1.506	460	148	49
9-10mm	n.d.	1.481	638	230	77
10-11mm	n.d.	3.421	1.277	460	153

Mares del Sur-Hilos de 16" Barrocas.

Otros largos, multiplicar por factor de longitud. Diámetro máximo

10-11mm	460	306	214	133	44
11-12mm	664	421	294	153	51
12-13mm	868	574	345	204	68
13-14mm	1.379	766	485	306	102
14-14,5mm	2.043	1.226	715	409	136
14,5-15mm	3.064	1.940	1.021	383	128
15-15,5mm	3.574	2.349	1.226	664	221

Mares del Sur. Perlas sueltas. Blancas. Hilos

Diámetro máximo

10-12,5mm	12.766	9.191	6.128	4.340	1.447
12,5-15mm	31.659	17.872	10.723	7.149	2.383

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

Diámetro máximo

8,0-8,5mm	179	123	71	38	13
8,5-9,0mm	202	140	79	41	14
9,0-9,5mm	288	179	100	51	17
9,5-10,0mm	286	191	110	56	19
10-10,5mm	327	230	146	66	22
10,5-11mm	350	248	153	71	24
11-11,5mm	380	278	184	100	33
11,5-12mm	431	324	197	110	37
12-12,5mm	508	347	225	123	41
12,5-13mm	710	434	276	138	46
13-13,5mm	761	495	311	158	53
13,5-14mm	996	580	363	197	66

INFORME

Las piedras de color también mantuvieron su tendencia ascendente, siempre hablando de piedras talladas

El comercio exterior de joyería y sus materias primas vuelve a subir ligeramente en junio

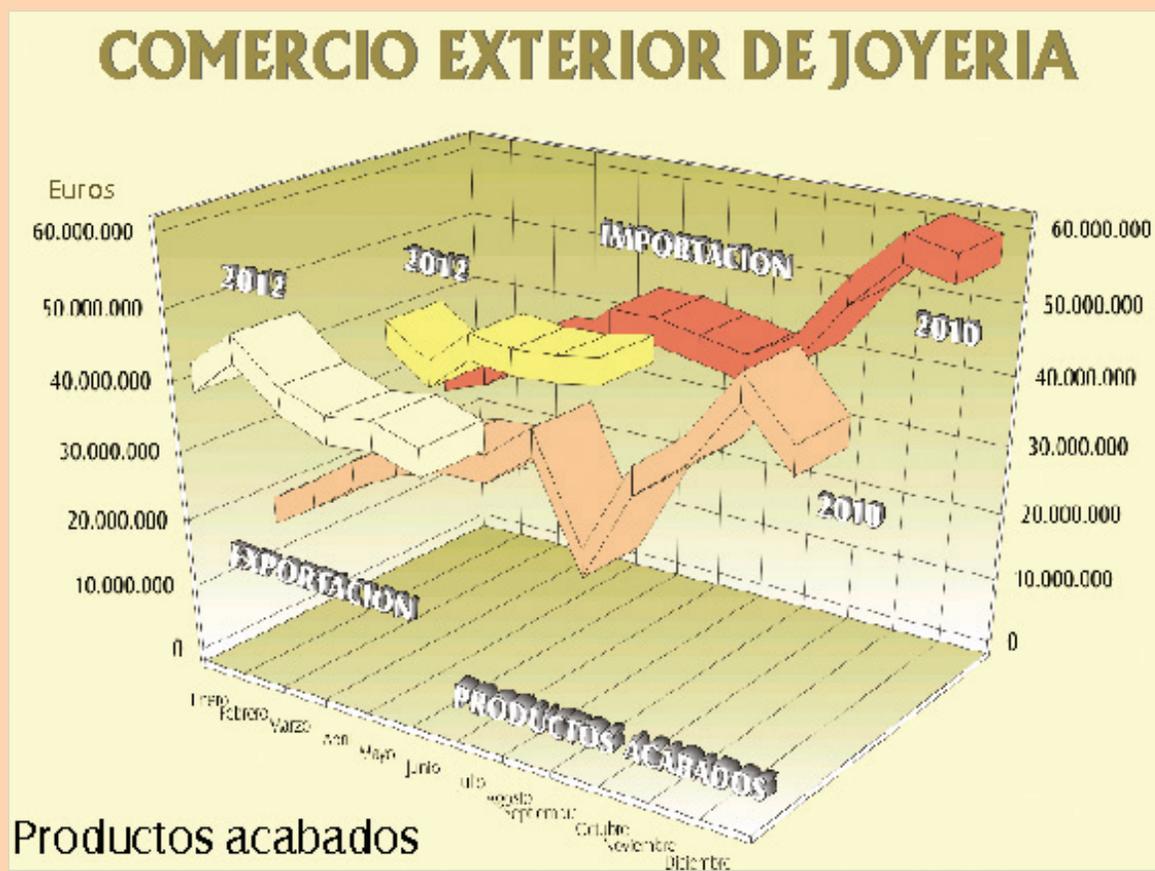
Con bastante tranquilidad, pero de forma indudable, las transacciones exteriores del Sector volvieron a crecer, en general, en el mes de junio, centrándose las importaciones de nuevo en las

materias primas, especialmente las gemas, mientras que al joyería en plata volvió a protagonizar tanto importaciones como exportaciones de productos terminados. En cuanto a los metales, se

frenó el descenso en la importación de oro, aunque sigue estando en niveles del año pasado, mientras crecen las de otros metales preciosos, y no sólo por el encarecimiento de sus precios.

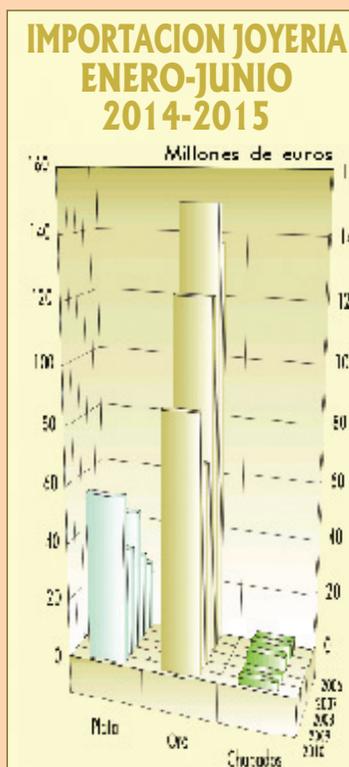
Aunque se frenaron un poco con respecto a meses anteriores, forzando a que la tasa de crecimiento del acumulado desde primeros de año bajara un poco, las gemas volvieron a ser protagonistas de las importaciones, al mantener un notable incremento sobre las importaciones del año anterior. De nuevo el bruto dio la nota disonante, al descender en un 15% en los siete primeros meses del año con relación al mismo periodo de 2014, pero el resto siguió tendiendo al alza. De este modo, las perlas cultivadas crecieron, en valor, cerca de un 10% desde primeros de año superando los 11 millones de euros, una vez sumadas las sueltas y los hilos.

Los diamantes también se moderaron ligeramente, pese a lo cual, mantienen una tasa de crecimiento interanual prácticamente del 15%, superando los 41,5 millones de euros, por lo que no es descartable rozar los 100 millones de euros a fin de año. Bien es cierto que las exportaciones, normalmente por devolución crecieron notablemente tanto en perlas como en diamantes, pero esto es consecuencia de la mayor actividad general.



Fuente: Dirección General de Aduanas.

© GOLD TIME



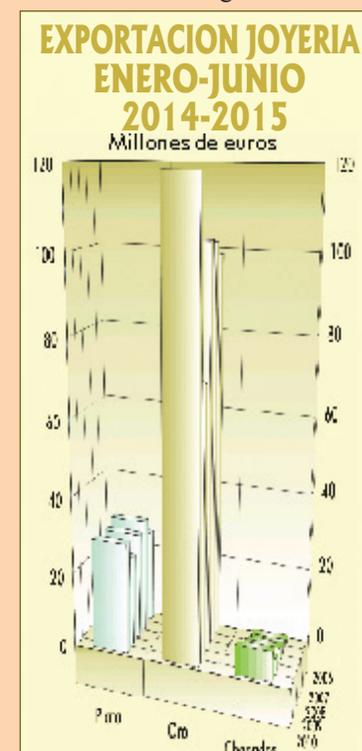
Fuente: AEAT - DGA © GOLD TIME

El precio del oro se hace sentir y tanto importaciones como exportaciones de joyería en este metal crecen rápidamente. No obstante si se compara con la joyería en plata, ésta tiene más predicamento en el mercado interior como prueba el alza de importaciones, mientras que la de oro más bien se dirige hacia fuera.

COMERCIO EXTERIOR JOYERIA ENERO - JUNIO 2015

Producto	IMPORTACION			EXPORTACION			Saldo		% Cob.	
	2014	2015	%	2014	2015	%	2015	2015		
Perlas	10.212.560	11.182.798	9,50	876.076	1.259.492	43,77	-9.923.306,64	11,26		
Diamantes	36.532.930	41.553.696	13,74	3.608.898	5.737.230	58,97	-35.816.466,28	13,81		
P.Preciosas en bruto	358.277	304.654	-14,97	3.059	56.697	—	-247.956,55	18,61		
Rubí, Zafiro, Esmeralda	1.186.372	1.676.062	41,28	108.039	202.162	87,12	-1.473.899,68	12,06		
Otras P.Preciosas	2.796.748	3.559.018	27,26	69.556	192.544	176,82	-3.366.474,66	5,41		
P. Sintéticas	2.546.459	2.181.417	-14,34	725.191	751.150	3,58	-1.430.266,43	34,43		
Polvo de gemas	8.101.569	7.389.939	-8,78	1.448.172	1.203.029	-16,93	-6.186.909,85	16,28		
Plata	34.313.468	42.937.730	25,13	28.196.763	36.688.760	30,12	-6.248.970,03	85,45		
Chapados plata	293.437	1.038.929	254,06	6.501	17.595	170,66	-1.021.333,79	1,69		
Oro	245.888.197	217.404.707	-11,58	35.172.042	45.614.266	29,69	-171.790.441,09	20,98		
Chapados oro	33.327	100.237	200,77	165	30.030	N.D	-70.206,80	29,96		
Platino	8.545.678	20.554.888	140,53	5.213.377	16.464.916	215,82	-4.089.972,03	80,10		
Paladio	5.001.830	5.363.423	7,23	590.169	616.350	4,44	-4.747.073,69	11,49		
Rodio	160.227	132.032	-17,60	2.945	51.700	—	-80.331,89	39,16		
Chapados platino	0	0	—	0	0	—	0,00	—		
Chatarra M.P.	10.219.360	24.353.259	138,31	3.635.535	9.351.375	157,22	-15.001.884,93	38,40		
Mat. Primas	366.190.438	379.732.789	3,70	79.656.488	118.237.294	48,43	-261.495.494,34	31,14		
Joyería en Plata	20.937.847	22.435.456	7,15	14.904.044	23.338.913	56,59	903.456,95	104,03		
Joyería en Oro	121.993.003	125.689.325	3,03	84.372.191	90.769.982	7,58	-34.919.342,76	72,22		
Joyería chapados	3.740.877	3.821.734	2,16	1.991.406	1.225.021	-38,48	-2.596.712,88	32,05		
Orfebrería Plata	1.373.155	983.835	-28,35	2.657.613	3.174.380	19,44	2.190.544,27	322,65		
Orfebrería Oro	1.023.514	1.079.699	5,49	774.187	536.252	-30,73	-543.446,33	49,67		
Orf. chapados	1.194.034	1.298.450	8,74	3.614.502	3.088.907	-14,54	1.790.456,71	237,89		
Otras man. Met. Prec.	1.721.579	2.105.933	22,33	1.713.772	1.944.253	13,45	-161.679,97	92,32		
Otras man. P. Prec.	4.218.470	4.365.174	3,48	2.668.249	434.818	-83,70	-3.930.355,96	9,96		
Bisutería	75.085.201	112.607.666	49,97	25.711.992	31.056.490	20,79	-81.551.176,16	27,58		
Monedas M.P.	1.624.650	480.939	-70,40	9.284.115	3.491.195	-62,40	3.010.256,77	725,91		
Prod. acabados	231.287.680	274.387.272	18,63	138.407.955	155.569.016	12,40	-118.818.256,13	56,70		
TOTAL	597.478.118	654.120.061	9,48	218.064.443	273.806.310	25,56	-380.313.750,47	41,86		

Notas: ▲ %: Incremento porcentual anual. Saldo: Diferencia exportación - importación en 1999. % Cob:Cobertura: Exp/Imp x 100. Cifras en euros



Fuente: AEAT - DGA © GOLD TIME

La plata sigue al alza

En el caso de las importaciones de joyería en plata, Italia sigue siendo el país con mayor participación, un 24,7%, aunque ya por debajo de las que suponen el "resto" de países, que alcanzan el 27%. Tras el país transalpino, Tailandia y China prácticamente igualan con un 16% cada una, aunque si añadiéramos al gigante asiático las importaciones originadas en Hong Kong, la suma de ambos (al fin y al cabo el mismo país, aunque con dos sistemas económicos) llegarían al 24,9% superando por tanto las importaciones procedentes de Italia, y desbancando a este país de la cabeza por primera vez. La joyería en oro, por su parte sigue una evolución similar si bien todavía no tan clara. Por lo que se refiere a las exportaciones, y centrándonos en los productos acabados, pues la materias primas siguen sin ser relevantes al no existir producción española de gemas y estar muy condicionadas las de metales a estructuras empresariales de los grandes afinadores, vuelve a destacar la exportación de joyería en plata, que creció en los siete primeros meses del año hasta casi un 57% con respecto a las del mismo periodo de 2012, superando los 23,3 millones de euros y logrando una cobertura del 104%, es decir que se exportó un 4% más de lo que se importó (en valor) de este segmento.

Los destinatarios volvieron a ser, básicamente Estados Unidos, con un 50% del total (exactamente el 49,8%), seguidos por Francia, Portugal, México y Reino Unido, muy parejos entre sí, y un conjunto de muchos países que suman el 31% entre todos, aun cuando cada uno prácticamente no llega al 1% del total.

La joyería en oro en oro mantiene su dispersión, ya que el "primer destinatario" es el "resto" con un 39%, superando la suma de los dos primeros países reales, que vuelven a ser Francia y Estados Unidos, prácticamente igualados. Suiza mantiene su tradicional tercera posición con un 11% actuando como centro distribuidor, y tras ella vuelven a situarse México, y de forma cada vez menos sorprendente, Italia.

Por grandes zonas geográficas, que al fin y al cabo se corresponden aproximadamente con áreas económico-culturales, Europa sigue siendo la gran destinataria de la exportación española, sobre todo de joyería en oro, con 62% del total, correspondiendo algo más de un 40% a la unión Europea, y el resto prácticamente a Suiza, Andorra y Rusia. Sigue América del Norte, por el gran peso de Estados Unidos y una notable participación de México, y tras ellos, la gran área iberoamericana, que continúa siendo un mercado notable, con fuerte importancia de Panamá, también como centro distribuidor.

Asia y Oceanía, con la importante presencia de Japón viene a continuación. Con respecto a la joyería en plata, tampoco hay variaciones dignas de comentario, con la mayoritaria presencia de América del Norte, que supera el 51%, ya que Estados Unidos y México se hallan entre los cinco primeros destinos, sobre todo el primero con prácticamente la mitad de las exportaciones, seguida por Europa, con un 32%, muy mayoritaria-mente correspondiente a la Unión Europea, Extremo Oriente, siempre con Japón a la cabeza, y ya a mayor distancia, Iberoamérica (sin México) y Oriente Medio y África con presencia prácticamente testimonial.

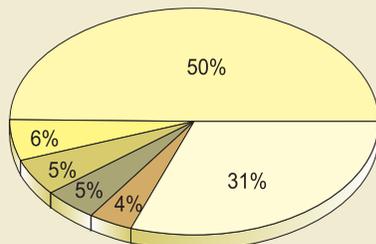
COMERCIO EXTERIOR DE JOYERIA ENERO-JUNIO 2015

EXPORTACION

Joyería en plata: 23.338.913 euros

PAIS	Euros	%
TOTAL	23.338.913	100,00
EE.UU.	11.630.851	49,83
FRANCIA	1.322.709	5,67
PORTUGAL	1.220.083	5,23
MEXICO	1.102.289	4,72
REINO UNIDO	933.268	4,00
RESTO	7.129.713	30,55

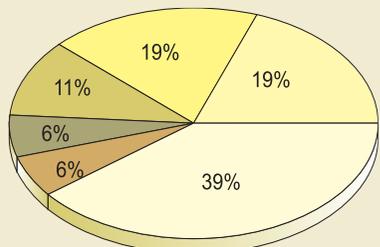
EE.UU.
 FRANCIA
 PORTUGAL
 MÉXICO
 REINO UNIDO
 RESTO



Joyería en oro: 90.814.455 euros

PAIS	Euros	%
TOTAL	90.814.455	100,00
FRANCIA	17.614.352	19,40
EE.UU.	16.938.972	18,65
SUIZA	9.784.985	10,77
MEXICO	5.422.641	5,97
ITALIA	5.235.852	5,77
RESTO	35.804.012	39,43

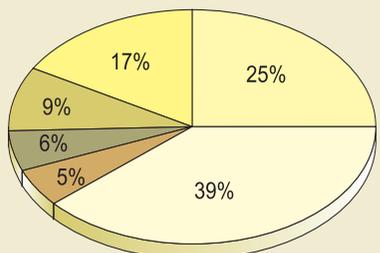
FRANCIA
 EEUU
 SUIZA
 MEXICO
 ITALIA
 RESTO



Total joyería: 114.153.368 euros

PAIS	Euros	%
TOTAL	114.153.368	100,00
EE.UU.	28.569.823	25,03
FRANCIA	18.937.061	16,59
SUIZA	10.144.189	8,89
MEXICO	6.524.930	5,72
ITALIA	5.824.214	5,10
RESTO	44.139.511	38,67

EE.UU.
 FRANCIA
 SUIZA
 MEXICO
 ITALIA
 RESTO



NOTA: Pequeñas diferencias en los totales se deben a los redondeos

JOYERIA EN ORO	EUROS	%
UNION EUROPEA	36.928.415	40,66
RESTO EUROPA	19.464.775	21,43
AMERICA NORTE	17.167.211	18,90
AMERICA CENTRO Y SUR	8.511.024	9,37
ORIENTE MEDIO	1.782.762	1,96
ASIA Y OCEANIA	6.313.682	6,95
AFRICA Y VARIOS	646.586	0,71
TOTAL	90.814.455	100,00

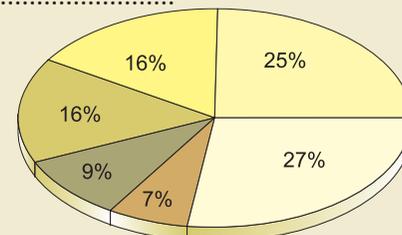
JOYERIA EN PLATA	EUROS	%
UNION EUROPEA	6.112.581	26,19
RESTO EUROPA	1.444.541	6,19
AMERICA NORTE	11.932.273	51,13
AMERICA CENTRO Y SUR	1.368.576	5,86
ORIENTE MEDIO	209.743	0,90
ASIA Y OCEANIA	1.641.748	7,03
AFRICA Y VARIOS	629.450	2,70
TOTAL	23.338.913	100,00

IMPORTACION

Joyería en plata: 22.435.456 euros

PAIS	Euros	%
TOTAL	22.435.456	100,00
ITALIA	5.546.247	24,72
TAILANDIA	3.687.904	16,44
CHINA	3.498.920	15,60
HONG KONG	2.086.600	9,30
ALEMANIA	1.522.424	6,79
RESTO	6.093.361	27,16

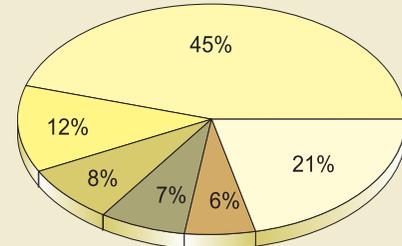
ITALIA
 TAILANDIA
 CHINA
 HONG KONG
 ALEMANIA
 RESTO



Joyería en oro: 125.689.325 euros

PAIS	Euros	%
TOTAL	125.689.325	100,00
ITALIA	56.828.078	45,21
TURQUIA	15.341.799	12,21
INDIA	10.123.329	8,05
FRANCIA	9.154.760	7,28
HONG KONG	7.325.470	5,83
RESTO	26.915.889	21,41

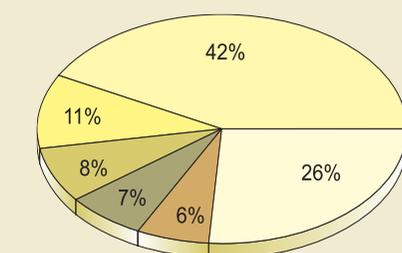
ITALIA
 TURQUIA
 INDIA
 FRANCIA
 HONG KONG
 RESTO



Total joyería: 148.124.781 euros

PAIS	Euros	%
TOTAL	148.124.781	100,00
ITALIA	62.374.325	42,11
TURQUIA	15.961.653	10,78
INDIA	11.429.292	7,72
FRANCIA	10.355.843	6,99
CHINA	9.489.180	6,41
RESTO	38.514.487	26,00

ITALIA
 TURQUIA
 INDIA
 CHINA
 TAILANDIA
 RESTO



NOTA: Pequeñas diferencias en los totales se deben a los redondeos

JOYERIA EN ORO	EUROS	%
UNION EUROPEA	71.935.343	57,23
RESTO EUROPA	17.327.363	13,79
AMERICA NORTE	3.073.002	2,44
AMERICA CENTRO Y SUR	404.895	0,32
ORIENTE MEDIO	1.306.102	1,04
ASIA Y OCEANIA	31.568.072	25,12
AFRICA Y VARIOS	74.548	0,06
TOTAL	125.689.325	100,00

JOYERIA EN PLATA	EUROS	%
UNION EUROPEA	9.462.473	42,18
RESTO EUROPA	766.185	3,42
AMERICA NORTE	145.290	0,65
AMERICA CENTRO Y SUR	681.240	3,04
ORIENTE MEDIO	69.421	0,31
ASIA Y OCEANIA	11.280.878	50,28
AFRICA Y VARIOS	29.968	0,13
TOTAL	22.435.456	100,00

INFORME

Nueva recuperación del segmento más alto de la alta gama, pero sigue insuficiente para contrarrestar las caídas de meses anteriores

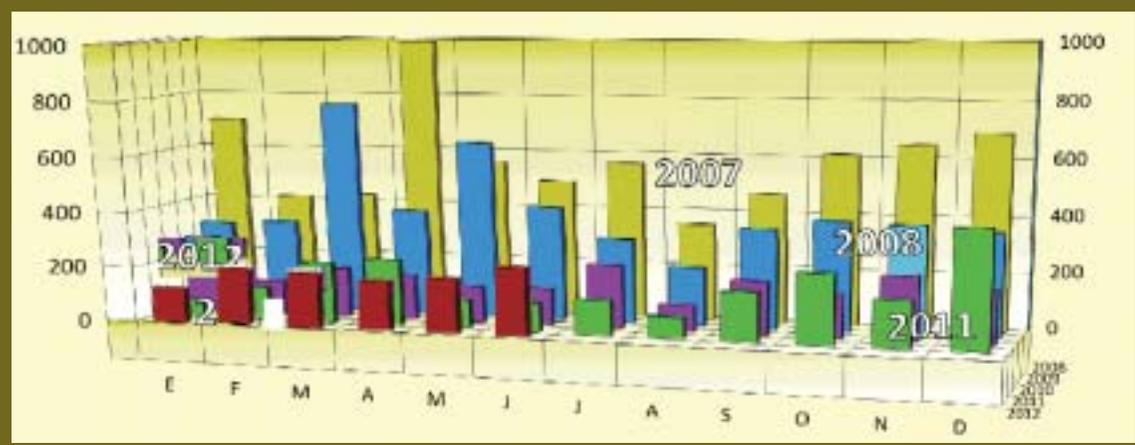
La alta relojería suiza despega tímidamente en junio pero su valor sigue estando por debajo de meses previos

La gama alta, los relojes de oro automáticos procedentes de Suiza volvieron a registrar crecimiento en sus importaciones en volumen, aunque como ya ocurrió en meses anteriores, no fueron acom-

pañadas por un alza paralela en valor. Por su parte los pulseras de cuarzo en acero crecieron muy poco en volumen pero se encarecieron notablemente más en junio, con lo que en el conjunto del

año moderan su ascenso en número de unidades pero lo incrementan en valor. En el resto de epígrafes destaca la fortísima entrada de movimientos de cuarzo durante este mes del año.

IMPORTACIÓN RELOJES AUTOMÁTICOS ORO / JUNIO 2015



Fuente: Dirección General de Aduanas.

©GOLD&TIME

La relojería comercial mantuvo su tendencia reciente, es decir una continua recuperación, poco visible en volumen, aunque se superaron 1,25 millones de unidades, y más conspicua en valor, con un 18% y 25,6 millones de euros, prácticamente el mismo ritmo del conjunto del año, que es de poco más del 19%, alcanzándose ya los 176 millones de euros.

Por su parte los automáticos de acero registraron una caída muy fuerte en volumen en junio, pero con alza igualmente importante del valor, concentrándose en su gama más alta, que dentro de la atonía general, parece que tiene algo más

de demanda entre el consumidor. Un 57% aumentó el volumen de importaciones de relojes automáticos de pulsera en oro, procedentes de Suiza durante ese periodo, con respecto al mismo mes de 2014, si bien habría que tener en cuenta que entonces ya había bajado en una gran proporción con respecto a 2013.

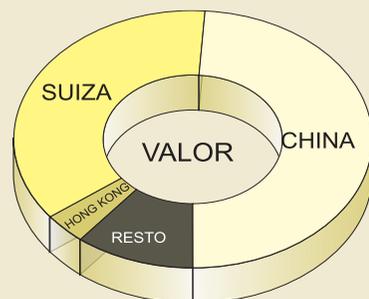
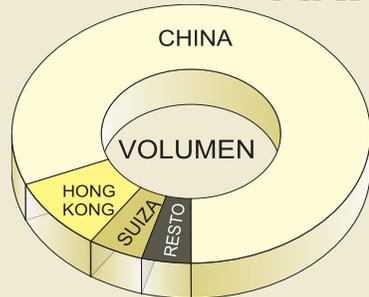
Es decir, que ya empiezan a compararse estas importaciones con los momentos más bajos de su evolución, por lo que no es de extrañar que empiecen a apreciarse tasas positivas de crecimiento, sin que ello signifique que hay una auténtica recuperación.

COMERCIO EXTERIOR RELOJERIA. ENERO-JUNIO 15

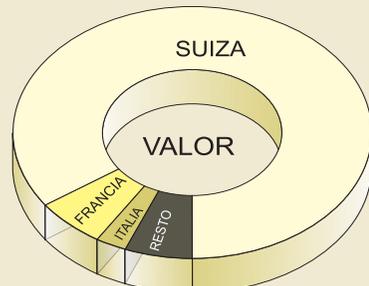
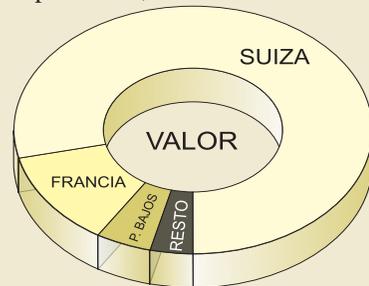
Producto	VALOR			UNIDADES			VALOR UNITARIO		
	2014	2015	%	2014	2015	%	2015	2015	
ORO/CHAPADOS CUARZO	28.442.969	38.425.112	35,10	58.682	393.360	570,32	484,70	97,68	
ORO/CHAPADOS AUTOMATICOS	13.089.739	11.146.685	-14,84	5.764	9.616	66,83	2.270,95	1.159,18	
ORO/CHAPADOS MANUALES	8.244.459	2.452.067	-70,26	28.179	34.844	23,65	292,57	70,37	
ORO/CHAPADOS BOLSILLO	760.665	1.491.019	96,02	88.612	99.815	12,64	8,58	14,94	
TOTAL ALTA REL. PULSERA	50.537.833	53.514.883	5,89	181.237	537.635	196,65	278,85	99,54	
PUL. ANA. CUARZO	147.279.108	176.198.209	19,64	8.435.554	9.960.608	18,08	17,46	17,69	
PULSERAS DIGITALES	8.080.796	12.953.491	60,30	1.691.520	2.718.912	60,74	4,78	4,76	
PULSERAS ANA-DIGI	17.291.657	22.538.691	30,34	3.400.454	4.687.261	37,84	5,09	4,81	
PUL AUTOMATICOS	64.410.213	77.353.383	20,09	644.487	465.161	-27,82	99,94	166,29	
PULSERAS MANUALES	13.350.207	11.799.781	-11,61	420.894	1.364.783	224,26	31,72	8,65	
BOLSILLO CUARZO	10.077.394	14.551.248	44,39	955.609	1.027.907	7,57	10,55	14,16	
BOLSILLO MECANICOS	4.226.748	4.693.235	11,04	1.041.043	770.696	-25,97	4,06	6,09	
OTROS PEQ CUARZO	1.203.814	1.497.049	24,36	1.459.321	995.403	-31,79	0,82	1,50	
OTROS PEQ MECANICOS	557.845	489.297	-12,29	456.208	775.506	69,99	1,22	0,63	
TOTAL REL PUL NO ORO	266.477.784	322.074.384	20,86	18.505.090	22.766.237	23,03	14,40	14,15	
TOTAL REL PUL Y BOL	317.015.617	375.589.267	18,48	18.686.327	23.303.872	24,71	16,97	16,12	
DESPERTADORES ELEC	4.360.162	4.967.175	13,92	2.769.947	2.670.207	-3,60	1,57	1,86	
DESPERTADORES MEC	265.361	632.460	138,34	156.683	402.945	157,17	1,69	1,57	
TOTAL DESPERTADORES	4.625.523	5.599.636	21,06	2.926.630	3.073.152	5,01	1,58	1,82	
PARED ELECTRICOS	5.207.507	5.504.185	5,70	2.171.605	2.103.338	-3,14	2,40	2,62	
PARED MECANICOS	785.269	1.206.654	53,66	237.396	508.725	114,29	3,31	2,37	
OTROS ELECTRICOS	1.664.022	1.856.406	11,56	823.519	935.427	13,59	2,02	1,98	
MESA MECANICOS	821.538	530.256	-35,46	462.464	326.304	-29,44	1,78	1,63	
OTROS MECANICOS	438.853	632.721	44,18	123.869	182.153	47,05	3,54	3,47	
TOTAL REL GRUESA	8.917.188	9.730.222	9,12	3.818.853	4.055.947	6,21	2,34	2,40	
TOTAL REL TERMINADOS	330.558.327	390.919.124	18,26	25.431.810	30.432.971	19,66	13,00	12,85	
PEQ MOVTO CUARZO	1.666.584	2.312.275	38,74	296.145	291.378	-1,61	5,63	7,94	
MOVTO CUARZO GRUESA	175.776	264.961	50,74	64.111	690.089	976,40	2,74	0,38	
OTROS MOVTO GRUESA	62.513	88.580	41,70	56.644	141.419	149,66	1,10	0,63	
MOVTO PULSERA Y PARTES	867.863	1.264.633	45,72	22.807	1.143.263	4.912,77	38,05	1,11	
TOTAL MOVIMIENTOS	2.772.736	3.930.448	41,75	439.707	2.266.149	415,38	6,31	1,73	
CAJAS MP PUL Y BOL	—	—	—	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	
OTRAS CAJAS PUL Y BOL	430.752	411.573	-4,45	16.408	21.601	31,65	26,25	19,05	
PARTES CAJAS PUL Y BOL	356.281	280.773	-21,19	76.565	9.791	-87,21	4,65	28,68	
OTRAS CAJAS	1.254	2.805	123,64	0	0	N.D.	N.D.	N.D.	
ARMYS MP Y SUS PARTES	157.635	177.166	12,39	0	0	N.D.	N.D.	N.D.	
ARMYS NO MP	1.809.284	1.768.943	-2,23	0	0	N.D.	N.D.	N.D.	
TOTAL CAJAS Y ARMYS	2.755.206	2.641.260	-4,14	92.973	31.392	-66	30	N.D.	
CORREAS CUERO NAT	3.041.109	2.807.397	-7,69	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	
CORREAS CUERO ART	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	
OTRAS CORREAS	1.549.248	2.190.282	41,38	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	
TOTAL CORREAS	4.590.357	4.997.679	8,87	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	
FORNITURAS	10.783.274	11.822.094	9,63	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	

NOTAS: Cantidad en unidades. Valor en euros. Valor unitario: Promedio en euros por unidad. MP: Metales preciosos. N.D.: Dato no disponible.

IMPORTACIÓN DE RELOJES DE PULSERA / JUNIO 2015 ANALÓGICOS DE CUARZO (NO METALES PRECIOSOS)



No han existido importantes cambios tampoco este mes en los orígenes de la importación de relojes analógicos de cuarzo en acero. El binomio China-Hong Kong se acerca al 87% en volumen, mientras que Suiza acapara el 35% del valor e Italia consolida su cuarta posición, ya muy lejos del siguiente proveedor, Alemania.



Suiza vuelve a perder el nivel del 80% del valor de los automáticos de oro, debido a un nuevo avance de Francia, muy exiguo pero suficiente para arañar esas pocas centésimas. En los de acero, sin embargo, aumenta su proporción hasta el 86%.



Se mantienen las cuotas de los principales receptores de relojería media desde España, demostrando ser una exportación muy estable. La única excepción vuelve a ser Suiza, con características peculiares, ya que en muchas ocasiones no es tal, sino que se refiere a reparaciones y/o devoluciones. La UE sigue siendo el destino hegemónico.

PAIS	Unidades	%	Valor	%	V. unitario	▲ %
TOTAL	9.960.575	100,00	176.197.643	100,00	17,69	0,00
CHINA	8.219.695	82,52	88.890.043	50,45	10,81	-38,87
SUIZA	652.332	6,55	65.890.583	37,40	101,01	471,00
HONG KONG	591.359	5,94	3.985.894	2,26	6,74	-61,90
ITALIA	210.961	2,12	4.665.415	2,65	22,12	25,02
ALEMANIA	60.104	0,60	2.476.724	1,41	41,21	132,95
TAILANDIA	44.554	0,45	447.152	0,25	10,04	-43,26
EE.UU.	36.844	0,37	930.405	0,53	25,25	42,75
FRANCIA	22.109	0,22	2.231.483	1,27	100,93	470,57
PAISES BAJOS	20.720	0,21	1.021.882	0,58	49,32	178,80
AUSTRIA	18.969	0,19	2.831.287	1,61	149,26	743,77
JAPON	16.236	0,16	493.243	0,28	30,38	71,74
IRLANDA	13.691	0,14	763.033	0,43	55,73	215,06
MACAO	8.882	0,09	8.445	0,00	0,95	-94,63
INDONESIA	7.111	0,07	194.720	0,11	27,38	54,80
REINO UNIDO	6.841	0,07	269.723	0,15	39,43	122,89
PORTUGAL	5.694	0,06	139.336	0,08	24,47	38,33
FILIPINAS	4.568	0,05	82.097	0,05	17,97	1,60
BELGICA	3.838	0,04	177.106	0,10	46,15	160,86
GRECIA	2.403	0,02	99.845	0,06	41,55	134,89
UNION EUROPEA	2.352	0,02	178.263	0,10	75,79	328,46
SUECIA	2.313	0,02	110.172	0,06	47,63	169,26
TAIWAN	2.028	0,02	8.163	0,00	4,03	-77,25
POLONIA	1.438	0,01	3.519	0,00	2,45	-86,17
REP. CHECA	936	0,01	51.867	0,03	55,41	213,26
COLOMBIA	874	0,01	8.885	0,01	10,17	-42,53

AUTOMÁTICOS EN METALES PRECIOSOS O CHAPADOS

PAIS	Unidades	%	Valor	%	V. unitario	▲ %
TOTAL	9.127	100,00	11.147.163	100,00	1.221,34	0,00
HONG KONG	2.750	30,13	82.242	0,74	29,91	-97,55
ALEMANIA	1.512	16,57	66.899	0,60	44,25	-96,38
SUIZA	1.458	15,97	8.864.498	79,52	6.079,90	397,81
CHINA	1.214	13,30	6.082	0,05	5,01	-99,59
PORTUGAL	1.019	11,16	7.696	0,07	7,55	-99,38
FRANCIA	565	6,19	1.341.562	12,04	2.374,45	94,41
ITALIA	187	2,05	48.818	0,44	261,06	-78,63

AUTOMÁTICOS EN ACERO

PAIS	Unidades	%	Valor	%	V. unitario	▲ %
TOTAL	465.241	100,00	77.353.383	100,00	166,27	0,00
CHINA	332.399	71,45	6.487.792	8,39	19,52	-88,26
SUIZA	60.909	13,09	64.864.954	83,86	1.064,95	540,51
HONG KONG	48.930	10,52	571.336	0,74	11,68	-92,98
FRANCIA	19.580	4,21	1.791.726	2,32	91,51	-44,96
ALEMANIA	1.491	0,32	613.336	0,79	411,36	147,41
ITALIA	942	0,20	250.692	0,32	266,13	60,06
PAISES BAJOS	370	0,08	574.189	0,74	1.551,86	833,37
PORTUGAL	332	0,07	21.678	0,03	65,29	-60,73
IRLANDA	81	0,02	2.113.555	2,73	26.093,27	15.593,77

EXPORTACIÓN

ANALÓGICOS DE CUARZO (NO METALES PRECIOSOS)

PAIS	Unidades	%	Valor	%	V. unitario	▲ %
TOTAL	2.477.702	100,00	82.882.049	100,00	33,45	0,00
FRANCIA	806.651	32,56	22.156.579	26,73	27,47	-17,89
ALEMANIA	418.917	16,91	13.074.367	15,77	31,21	-6,70
ITALIA	399.950	16,14	9.018.957	10,88	22,55	-32,59
PORTUGAL	269.344	10,87	5.407.228	6,52	20,08	-39,99
BELGICA	109.843	4,43	3.361.387	4,06	30,60	-8,52
TUNEZ	63.500	2,56	278.268	0,34	4,38	-86,90
PAISES INDETERMINADOS	45.724	1,85	2.421.876	2,92	52,97	58,34
REP. CHECA	45.305	1,83	1.609.079	1,94	35,52	6,17
MEXICO	26.510	1,07	998.573	1,20	37,67	12,61
GRECIA	24.262	0,98	874.850	1,06	36,06	7,79
REINO UNIDO	23.901	0,96	190.543	0,23	7,97	-76,17
CHILE	19.801	0,80	358.504	0,43	18,11	-45,88
AUSTRIA	19.720	0,80	732.994	0,88	37,17	11,12
SUECIA	19.532	0,79	729.987	0,88	37,37	11,73
SUIZA	19.053	0,77	12.459.919	15,03	653,96	1.854,97
MARRUECOS	18.781	0,76	239.440	0,29	12,75	-61,89

NOTAS: Valor en euros. ▲ %: Diferencia porcentual del valor unitario de cada origen con respecto al promedio.

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.PAOLOPIOVAN.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
PERLASUR SL. CORDOBA ☎ 957-271510 perlasur@perlasur.es
KUYPERS DMND BARCELONA ☎ 93-2122821 MÓVIL 670090257
VANESSMARK CORDOBA ☎ 957-404175 FAX 957-404175
WHITE PINE TRADING BARCELONA ☎ 93-6111555 TIM@WHITEPINEDIAMONDS.COM

NUEVOS DETALLISTAS Y TALLERES

JULIMAR23DEL MERCAT, S.L.
 Objeto: Comercio al por menor de todo tipo de artículos de relojería y joyería.
 Administrador:
 José Luis Teixidor Lázaro
 Plana, 23
 08032 BARCELONA
 (Barcelona)

VP GOLDEN BUSINESS, S.L.
 Objeto: Comercio al por menor y por mayor de artículos de joyería, relojería y bisutería. Compra de oro u otros materiales a particulares.
 Administrador:
 Víctor Pérez Ibáñez
 París, 147 Local
 08036 BARCELONA

BFF 5 GOLD, S.L.
 Objeto: Comercio al por mayor de artículos de relojería y joyería, por menor en establecimientos especializados
 Administrador:
 Stefan José Bendahan Bensadon
 Pº de la Salud, 93
 08914 BADALONA
 (Barcelona)

REJÓN FERRERO, S.L.
 Objeto: Comercio al por menor de bisutería y complementos
 Administrador:
 Oscar Rejón Jauregui
 Gallarraga, 5 Bis - Dpto. 12 Sodupe
 48830, GUEÑES
 (Vizcaya)

DÍAZ MUÑOZ JOYEROS, S.L.
 Objeto: Comercio al por menor de artículos de relojería y joyería en establecimiento especializados.
 Administrador:
 Manuel Díaz González
 Almirante Ferrandiz, 4
 29780 NERJA
 (Málaga)

MESTIZA INTERNACIONAL COMERCIALIZADORA S.L.
 Objeto: Comercio al por menor de artículos de relojería y joyería en establecimientos especializados
 Administrador:
 Javier García Villaceros
 Oasis, 4 - 1º Izquierda
 28021 MADRID

APM MÓNACO SPAIN, S.L.
 Objeto: Comercio al por menos de todo tipo de artículos de relojería y joyería
 Administrador:
 Ingrid Higuera
 Recoletos, 7- 9 -5ª
 28001 MADRID
 (Madrid)

GLOBAL PAWN & EXCHANGE S.L.
 Objeto: Comercio al por menor de artículos de joyería. Comercio al por menor de artículos nuevos en establecimientos especializados. Actividades de intermediación.
 Administrador:
 Mauricio Domingo Vélez Florez
 Gran Vía de Hortaleza, 54-1º C
 28013 MADRID

GARCÍA PLANAS JOIERS, S.L.
 Objeto: Comercio al por menor de artículos de relojería y joyería en establecimientos.
 Administrador:
 Iván García Planas
 Galileu, 220
 08224 TERRASSA
 (Barcelona)

NUEVAS EMPRESAS

TORNY MARTÍN PRIETO, S.L.
 Objeto: Fabricación, comercio, exportación y compraventa al mayor y detalle de toda clase de artículos de joyería, relojería, platería y pedería, así como toda clase de metales preciosos y sus aleaciones.
 Administrador:
 Raúl Martín Prieto
 Críto, 4
 14009 CORDOBA

JUPESA 2016, S.L.
 Objeto: Comercio al por menor de artículos de relojería y joyería. Compraventa de oro y otros materiales preciosos.
 Administrador:
 Juan Pérez Escrivá
 Carlos Senti, 3
 03700 DENIA (Alicante)

AGUILERA JOYEROS, S.L.
 Objeto: Comercio al por menor de artículos de relojería y joyería en establecimientos especializados.
 Administrador:
 Francisco Orozco González
 Infante Don Fernando, 26
 MÁLAGA
 (Málaga)

DUREVOLE, S.L.
 Objeto: Comercio al por menor de artículos de joyería, relojería y platería. Trabajo de piedras preciosas y perlas. Fabricación de joyas.
 Administrador:
 Albertino Jorge Lopes de Brito
 San Prudencio, 4- Bajo
 01005 VITORIA (Álava)

BENATTY ESPAÑA, S.L.
 Objeto: Compraventa, diseño y fabricación de relojería y joyería.
 Administrador:
 Borja Manuel Fernadiz Llamas
 Libra R, 50- P.I. Las Atalayas
 03114 ALICANTE
 (Alicante)

OROCESARTUR, S.L.
 Objeto: Comercio al mayor y menor de oro.
 Administrador:
 Cesar Salvador Tudela Aguado
 Av. Benalmádena, 26- 2D
 29620 TORREMOLINOS
 (Málaga)

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

BOLETIN DE SUSCRIPCION **GOLD&TIME**

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**

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: _____

Instrumentos de Trabajo

Nuestras Publicaciones no están en las salas de espera



 **NEXOTUR**.com AGENCIAS DE VIAJES PERIODICO DIARIO ONLINE
 **CONEXO**.net REUNIONES E INCENTIVOS PERIODICO DIARIO ONLINE
 **Nexobús**.com TRANSPORTE DE PASAJEROS PERIODICO DIARIO ONLINE
 **Nexohotel**.com HOTELERIA Y ALOJAMIENTO PERIODICO DIARIO ONLINE



 **NEXOTUR** AGENCIAS DE VIAJES PERIODICO SEMANAL (50 EDICIONES)
 **CONEXO** REUNIONES E INCENTIVOS PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)
 **Nexobús** TRANSPORTE DE PASAJEROS PERIODICO MENSUAL (11 EDICIONES)
 **CEHAT** HOTELERIA ESPAÑOLA PERIODICO MENSUAL (10 EDICIONES)



 **Noticias con Q de Calidad** NOTICIAS CON 'Q' DE CALIDAD MENSUAL (11 EDICIONES)
 **NOTICIEROP** ORGANIZADORES CONGRESOS BIMESTRAL (6 EDICIONES)
 **destino madrid** TURISMO DE MADRID TRIMESTRAL (4 EDICIONES)
 **Talonotel** RESERVAS DE HOTEL PERIODICO QUINCENAL (24 EDICIONES)
 **NEXOTUR** DIRECTORIO DE AGENCIAS ANUARIO (1 EDICION)
 **NEXOHOTEL** PROVEEDORES DE HOTELERIA ANUARIO (1 EDICION)



 **RANKING** DE EMPRESAS TURISTICAS PERIODICOS ANUALES (4 EDICIONES)
 **PROTAGONISTAS** DEL TURISMO EN ESPAÑA PERIODICOS ANUALES (2 EDICIONES)
 **CIMET** CONFERENCIA IBERO-AMERICANA DE TURISMO
 **Turnexo** SALON PROFESIONAL DEL AGENTE DE VIAJES
 **NexoBusiness** SALON DE CONVENCIONES, CONGRESOS E INCENTIVOS
 **BIBLIOTECA NEXOTUR** BIBLIOTECA NEXOTUR DEL TURISMO ESPAÑOL

 Premio Madrid Excelente al Grupo Informativo Nacional
 Placa al Mérito Turístico del Estado Español
 Premio Iberoamericano de Periodismo Especializado
 De Profesional a Profesional **GRUPO Nexo**



CONFERENCIAS

Martes 8/11/2016. "Certificación de Diamantes en el Laboratorio del I.G.E.". Dr. Egor Gavrilenko

Martes 15/11/2016. "El valor de los diamantes en el mercado secundario". D. Germán Fajares Giménez

Martes 22/11/2016. "Metodología para la identificación del jade". D. José Manuel Rubio Tordero.

Las conferencias se celebran en el salón de actos de IGE&Minas, a las 19:15 hrs., C/Alenza 1, Madrid.

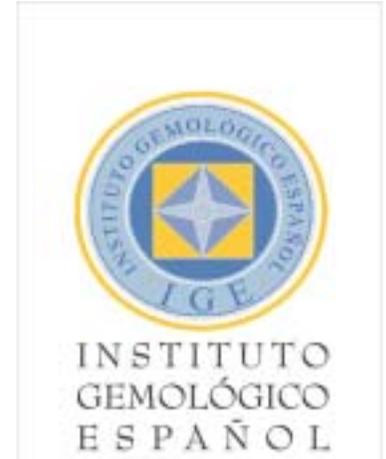
LABORATORIO GEMOLÓGICO CERTIFICADOS GRADUACIÓN DEL DIAMANTE
 Conforme a normativa GIBAO

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, LIBS, 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



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

¿Estás preparado para el siglo XXI en fabricación de joyería?

Las nuevas tecnologías aplicadas al diseño y creación de joyas por ordenador están destinadas a cambiar el sector de la joyería. Su utilización está ya presente en todas las fases, desde la realización del diseño hasta la creación de originales en cera mediante impresoras tridimensionales.

El curso de Diseño y Fabricación de Joyería CAD-CAM del IGE es imprescindible para fabricantes, talleres, joyerías, diseñadores y aficionados al diseño.

El formato del curso posibilita la asistencia de los profesionales, las clases presenciales se dan una vez al mes (viernes por la tarde y sábado) y se completan con clases online y prácticas tutorizadas en casa.

La descripción completa del curso, incluyendo los objetivos de cada módulo y ejemplos de trabajos realizados se encuentran en la web del IGE.

Además, ¿Sabías que ahora la formación puede salirte gratis, gracias al crédito anual para la formación continua de que disponen las empresas? ¡Infórmate, nosotros nos encargamos de hacer toda la tramitación!



Algunos ejemplos de diseños realizados por los alumnos del curso de Diseño y Fabricación de Joyería CAD-CAM del IGE.

SERVICIOS DE:
 LABORATORIO GEMOLÓGICO
 ESCUELA DE GEMOLOGÍA
 TASACIONES

APLICABLE EN TU CIUDAD A:

NOTARIAS
 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.

Infórmate en
 info@ige.org



próxim os cursos

Curso de Tasación de Relojes. Sábado 5 de Noviembre 2016. 6 horas. 11:00 a 14:00 y 15:30 a 18:30
 Curso teórico-práctico dirigido a: Tasadores, joyeros, aficionados a la relojería...

Curso de Perlas e imitaciones. Sábado 12 y Domingo 13 Noviembre 2016. 16 horas
 Horario: 10:00 a 14:00 y 15:30 a 19:30
 Curso dirigido a profesionales de la joyería y aficionados a las gemas.
 Objetivos del curso: identificar y valorar perlas naturales, cultivadas de agua dulce y salada, tratadas e imitaciones.

Curso de Gemas de origen orgánico. Sábado 26 y Domingo 27 Noviembre 2016. 12 horas
 Horario: 10:00 a 14:00 y 15:00 a 19:00
 Curso teórico-práctico dirigido a conocer diferentes materiales de origen orgánico utilizados en joyería y bisutería, sus tipos, grados de calidad, posibles tratamientos e imitaciones.

Nuevos Cursos 2016/2017. www.ige.org

- **Diseñador de Joyería Fundamental CAD-CAM:** La formación de profesionales capaces de crear prototipos de joyería que sean factibles de producir en un taller de joyería, adquiriendo para ello los conocimientos técnicos a seguir según el método de fabricación escogido. Estos profesionales estarán capacitados para producir tales prototipos mediante las nuevas tecnologías (CAD-CAM) y adquirirán un amplio conocimiento de las diferentes técnicas de joyería tradicional.

- **Diseño Artístico de Joyería:** Objetivo- Aprender a diseñar joyas de forma gradual empezando por piezas sencillas para ir evolucionando hasta llegar a realizar diseños de alta joyería. Número de horas lectivas 100 horas (Teórico-Práctico). Clases (Viernes-4 h - Octubre-Junio)

... Y MUCHOS MÁS ... - www.ige.org, apartado "Cursos" Octubre 2016-junio 2017

ENTIDADES COLABORADORAS





ASOCIACIÓN
JOYAS
DE AUTOR

www.joyasdeautor.org.es
Mail: info@joyasdeautor.org.es
www.facebook.com/asociacionjoyas.deautor

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

La AJA alcanza un acuerdo con el laboratorio M.Llopis

La gemología juega un papel muy importante a la hora de diseñar joyas. Contar con conocimientos de esta disciplina resulta fundamental para:

- Adquirir gemas con la tranquilidad que da saber lo que se está comprando realmente;
- Diseñar atendiendo a las particularidades de cada gema;
- Saber aconsejar a cada cliente en relación a los cuidados que necesitan sus joyas tomando en consideración las gemas que montan
- Y para incrementar la confianza de tus clientes... etc.

Precisamente porque contar con una buena base de conocimiento en esta disciplina es crucial para cualquier diseñador que quiera incluir piedras preciosas en sus diseños, hemos decidido poner a disposición de nuestros asociados toda la experiencia de uno de los expertos más reconocidos dentro y fuera de nuestras fronteras: Manuel Llopis. Así, los miembros de la AJA pueden acceder en condiciones ventajosas al Curso de Gemología Básica Online de Gemología M.Llopis.

Este programa, que ha sido desarrollado íntegramente por Manuel Llopis y su equipo, cuenta con material en formato vídeo y texto de primer nivel. Nuestros asociados se benefician

de un descuento del 10% en la matrícula y, además, M.Llopis donará un 10% del importe de esta matrícula a la AJA.

El laboratorio gemológico M.Llopis lleva largo tiempo realizando una titánica labor divulgativa y didáctica mediante los contenidos que publica en su página web, posicionándose con voz propia en el sector. Seguro que los miembros de la AJA podremos beneficiarnos de todo este conocimiento.

Si ya eres uno de nuestros asociados, contacta con nosotros para disfrutar de este descuento en el Curso de Gemología Básica Online de Gemología M.Llopis. Si aún no lo eres... ¿a qué estás esperando?



Pieza hecha a mano en plata de ley 925 y esmaltes, con un peso total de 130 gramos.

Santiago Prada, premio Autor 2016

Contando con el respaldo del Instituto Gemológico Español (IGE), la Asociación Joyas de Autor presentó este año una nueva edición de su concurso para asociados bajo el tema 'La Tierra', que se falló el pasado mes de septiembre y que fue a parar a manos del diseñador Santiago Prada con una preciosa pieza inspirada en la mariposa Monarca (*Danaus plexippus*). El pro-

pio autor explica que este lepidóptero es «uno de los seres más delicados, bellos y elegantes de todo el conjunto de especies que podía haber elegido, todo un reclamo para la joyería que, a lo largo de su historia, ha sido representada en innumerables ocasiones por los artistas más reconocidos, como por ejemplo René Lalique, Fabergé, Vever o Chaumet».



FOKKELMAN GEMÓLOGOS, S.L.
LAPIDARIOS

Tallado y calibrado de piedras preciosas y sintéticas
Reparación/repulido de diamantes
Grabado heráldico
Venta directa de todo tipo de piedras

Un taller de lapidación a su medida

Nuestra garantía: Precio, calidad y servicio

Calle Mayor, 4
Piso 3 - Oficina 7
28013 Madrid
Tel: 91 522 45 95
info@fokkeltangems.com

www.FokkelmanGems.com



Actualidad y Opinión de la Asociación de Engastadores de Joyería

Número 229

ANUNCIO

Se vende despacho de piedras-perlas funcionando, por jubilación, amplia cartera de clientes y con abundante stock.

Interesados contactar con:

González Rocafull SL. C/Montera 24. MADRID

91 531 31 43 — 649 870 230

Quieres
comprar
¿o vender?
algo

Esta página está a disposición de los Asociados para la compraventa y como Tribuna

ASOCIACIÓN DE ENGASTADORES DE JOYERÍA

Tel. y Fax: 91 474 62 41

engastadoresdejoyeria@gmail.com



Asociación de Engastadores de Joyería

¿Qué es la Asociación de Engastadores de Joyería?

La Asociación de Engastadores de Joyería es una entidad de ámbito nacional, que agrupa a los profesionales españoles del engastado de joyería. Sus fines principales son:

- ✦ La defensa de los intereses profesionales y económicos de los Engastadores.
- ✦ Servir de vía de comunicación, gestión y ayuda para la resolución de los problemas individuales y colectivos del Sector, relacionados con la profesión.

¿Quién puede pertenecer a la Asociación?

Cualquier Engastador en activo, autónomo o empleado, puede pertenecer a la Asociación.

¿Cuánto cuesta pertenecer a la Asociación?

Una cuota anual, establecida para 2010 en 50 euros, que puede abonarse mediante domiciliación bancaria, o ingresarla en la Cuenta Corriente de la Asociación.

¿Qué derechos tienen los socios?

Además de los inherentes a toda Asociación profesional (representación, elección Junta) la A.E.J. presta los siguientes servicios:

- ✦ Seguro de vida y accidentes hasta los 65 años.
- ✦ Suscripción gratuita al periódico y revista GOLD&TIME, como medio oficial de expresión y opinión de los asociados.
- ✦ Asesoría Jurídica profesional gratuita con Yandiola & Rodríguez, Asesores Empresariales.
- ✦ Recepción de tarifas oficiales de la Asociación.
- ✦ Comunicación de informaciones útiles para la profesión

¿Qué hay que hacer para ingresar en la Asociación?

Simplemente comunicarlo a la sede central de la Asociación, bien directamente, bien a través de algún miembro de la Junta.

Hasta nuevo aviso no se pueden incorporar nuevos socios

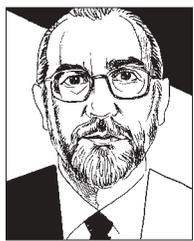
ART & VALUE

WIDE JEWELLERY WORLD

CON PINZAS Y LUPA

Futuro Imperfecto

Lo leí en la prensa local y me dejó pensativo. Sadeco, la empresa pública del Ayto. de Córdoba, que gestiona recogida y tratamiento de basuras, convoca concurso oposición para cubrir trece plazas de peón del servicio de limpieza. Hasta ahí nada anormal, lo que me llama la atención es que una vez tramitadas las solicitudes el número de personas que cumplen los requisitos para presentarse al proceso de selección y cuya relación publican, asciende a 3.530.



ENRIQUE OROZCO

Echando un vistazo a la extensa lista de aspirantes me tropiezo con nombres conocidos o que me suenan. Algunos han sido profesionales de la joyería: plateros, orfebres, engastadores... oficiales que han ido perdiendo su empleo conforme apretaba la crisis y se cerraban talleres y ellos quedaban en ese limbo de los demasiado jóvenes para pensar en la prejubilación y demasiado viejos para encontrar uno nuevo mientras veían angustiados como se les agotaban las ayudas por desempleo. Otros, estudiantes que tras cursar varios años y obtener titulaciones —e incluso premios— solo han conseguido algunos meses de experiencia en empresas con programas de prácticas temporales y hartos de dejar el c.v por todos lados optan por algo seguro, un puesto de funcionario, aunque sea al precio de agarrarse a una escoba por algo más de 1.000 euros al mes. Porque la otra opción, la de entraparse para montar un negocio y romperse el espinazo frito a impuestos para que después de 40 años cotizando lo más bonito que te digan es que la hucha de las pensiones está tiritando y allá te las compongas como que no apetece mucho.

Yo recuerdo que de pequeño algunos maestros amenazaban con acabar de barrendero al que no se aplicara. Mira por donde ahora se ha convertido en el sueño al que aspiran muchos. El viejo dilema de optar entre libertad y seguridad se está decantando por lo segundo, triste futuro no espera.

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

Cita con más de 2.000 años de Historia

La Asociación Española de Tasadores de Alhajas celebró el pasado Puente de Todos los Santos su tradicional viaje cultural y este año le tocó el turno a la ciudad de Cartagena y el valle minero de La Unión. Un total de 16 asistentes, entre asociados, amigos y familiares, pasaron dos intensos días conociendo una parte de los tesoros arqueológicos y gastronómicos que alberga la Región.

Como no podía ser de otra manera, el viaje contó con una importante componente cultural con la que la ciudad portuaria transmite sus más de 2.000 años de historia. Y el mejor escenario para contextualizar fue precisamente el Museo Arqueológico, lugar que, pese a sus pequeñas dimensiones, ofrece una muestra desde la Prehistoria, hasta los re-conquistadores cristianos, pasando por fenicios, griegos, cartagineses, romanos, bizantinos o musulmanes, que dejaron su huella en la zona.

Después del intenso repaso histórico por la ciudad tocó el turno a la vertiente minera de una región hoyada por los siglos de extracción (plata, plomo, estaño, hierro, pirita...) que pudo verse de primera mano en la mina unio-nense Agrupa Vicenta, la mayor visitable de Europa; así como los efectos nocivos de la minería más irresponsable, personificada en la tragedia ecológica de Pormán. El encuentro terminó con una comida a orillas del Mar Menor donde se repusieron fuerzas con productos locales para regresar, cada uno, a sus destinos.

Imágenes de la dcha: Fernando Gervilla explicando aspectos geológicos de la Bahía de Portmán y monedas del Nuestra Señora de las Mercedes, en el Museo de Arqueología Subacuática de Cartagena.



Miembros y amigos de la Asociación, tras la comida de despedida al pie del Mar Menor.

Fotos: Victoria Palomares.



A la espera de acceder al interior de la mina Agrupa Vicenta, en La Unión.



Impresionante pendiente de oro, con lo que podría ser una espinela o vidrio (no consta) datado en el siglo I. La pieza es de importación, y perteneció con toda probabilidad a una familia pudiente de la ciudad. Actualmente en el Museo Arqueológico Municipal de Cartagena.

FORMACIÓN / CURSOS

● Tasación de Alhajas 2016/2017

150 horas / Matrícula abierta

Impartido por los creadores de esta enseñanza en España. Clases intensivas y presenciales, Impartidas en 8 módulos a 18/20 horas en fines de semana desde Octubre 2016 hasta Junio 2017. Titulación propia de AETA.

La finalidad de este curso es enseñar como juzgar y evaluar económicamente la calidad de una joya, estado de conservación, materiales empleados, tipos de fabricación y diseño.

Información: +34 915 596 866 | informa@asocatasadoresjoyas.com

● Estudio Integral de la Gemología

Del 9-01 al 4-6-2017. Prácticas HRD (aprox.) del 12 al 30-6-2017

Consiga su título de Gemólogo a través del HRD de Amberes, la Universidad de Granada y la Asociación Española de Tasadores de Alhajas. Teoría Online UGR / Prácticas HRD. Hace posible compaginar la mejor enseñanza teórica con la mejor enseñanza práctica y según las necesidades del alumno utilizando en parte para ello la formación on-line

● Convocatorias de Monográficos

○ Lupa 10x para joyas terminadas, perlas superior, ópalos y jades. 10/12 horas por módulo.

○ Gemas Orgánicas, del 25 al 27-11-2016 CAMBIO DE FECHAS!

Alertas de Delincuencia | AGOSTO-SEPTIEMBRE-OCTUBRE 2016

Atraco violento a un taller joyero en Linares

Tres individuos procedentes de países del Este entraron en un taller de joyería de la ciudad jienense y propinaron una brutal paliza a los dueños del local, sin llevarse botín

El pasado día 5 de octubre, concretamente a primera hora de la mañana (sobre las 9:30), tres individuos de posible procedencia de países del Este según los testigos, atracaban un taller de joyería situado en plena Plaza del Ayuntamiento de la localidad jienense de Linares, según informa el diario digital *linares28.es*

El parecer, los tres individuos, estaban vestidos con indumentaria negra y maniataron a las dos personas que regentan el taller, padre e hijo, y les propinaron multitud de golpes causándoles diversas heridas, por lo que tuvieron que ser trasladados al Hospital general de San Agustín para ser atendidos por los servicios médicos.

Finalmente, cuando los tres atracadores intentaron forzar la caja fuerte del establecimiento que se encuentra situado en una primera planta, se disparó la alarma de seguridad, por lo que tuvieron que huir y, a falta de cerrar investigación, aparentemente sin botín alguno.

Sin detenciones por el momento

La Policía Nacional ya ha abierto las diligencias de la investigación investigación, que ha empezado por examinar minuciosamente las cámaras de seguridad de los establecimientos del entorno y puso en marcha la denominada como 'operación jaula', aunque hasta el momento del cierre de este periódico no se habían producido detenciones. Según estas mismas fuentes se trataría de un grupo «muy profesional e itinerante» que no es de la localidad andaluza.

El lamentable suceso ha levantado un gran revuelo en el centro de una ciudad habitualmente tranquila, dada la hora punta por la entrada de los niños a los colegios, como por el amplio despliegue policial que ha acudido hasta el lugar.

Del mismo modo fue necesaria la llegada del servicio de ambulancias para atender a los dos heridos, que afortunadamente se encuentran fuera de gravedad y fueron dados de alta el mismo día.



La Policía Nacional puso en marcha de inmediato una operación para tratar de cercar a los asaltantes pero no se pudieron efectuar detenciones. Se cree que están muy profesionalizados y forman parte de un grupo itinerante.

AGOSTO

Barcelona, lunes 1 de agosto. Sin valoración. Robo consumado. Autor/es desconocidos entraron por un butrón desde una peluquería que hay encima y sustrajeron diversas joyas de elevado valor de los mostradores, entre ellas collares de diamantes, sin poder concretar aún el valor. Forzaron la caja fuerte mediante lanza térmica.

Oviedo (Principado de Asturias), martes 2 de agosto. Sin valoración. Robo consumado. Dos de los autores fracturaron la luna de la joyería indicada en diligencias con una maza, mientras un tercero realizaba labores de vigilancia. No hay valoración de lo sustraído.

Mislata (Valencia), martes 2 de agosto. Sin valoración. Robo (butrón) consumado. Los autores realizaron un butrón en un patio colindante y accedieron a la joyería sustrayendo gran cantidad de joyas.

Orense, martes 2 de agosto. Sin valoración. Hurto consumado. Mientras uno de los autores distraía al dependiente, el otro sustrajo unas joyas. Fueron detenidos y recuperadas las piezas sustraídas.

Guadalajara, miércoles 3 de agosto. Sin valoración. Hurto consumado. Denuncia la sustracción de una gargantilla de oro mientras enseñaba diversas joyas, hecho ampliatorio al atestado anterior.

Valencia, miércoles 3 de agosto. Sin valoración. Tentativa de robo. La dependienta de la joyería observa arenilla en el suelo, mueve la placa de pladur del techo y observa un agujero que da acceso a la vivienda del piso superior, que se encuentra en alquiler.

Gijón, jueves 4 de agosto. V/ 236 euros. Robo consumado. Delito cometido en relojería tras forzar la persiana metálica y romper el cristal del escaparate.

Santiago de Compostela, viernes 5 de agosto. Tentativa de robo. Una pareja solicita que le muestren varias joyas. Mientras la dependienta les estaba atendiendo, otro varón entró por otra puerta y vació en una bolsa que portaba una bandeja de alianzas y dos bandejas de gemelos, y salió de la tienda; siendo alertada la dependienta de lo ocurrido por unos clientes que entraban en ese momento; por lo que salió detrás del individuo y recuperó las joyas sustraídas.



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 | AGOSTO-SEPTIEMBRE-OCTUBRE 2016

Pamplona, miércoles 17 de agosto de 2016. V/ 1.500 E. hurto consumado. Una empleada de la joyería mostró varias joyas a una mujer, la cual sustrajo al descuido un anillo de oro blanco con diamante de 0,25 quilates y huyó del lugar.

Antequera (Málaga), jueves 18 de agosto. V/ 550 E. Hurto consumado. La propietaria, se percató de la falta de varias piezas de plata, sospechando de dos mujeres sudamericanas.

Santander, viernes, 19 de agosto. Sin valoración. Robo (arma de fuego). Consumado. Un furgón de reparto de joyería es asaltado por dos varones, encañonando con una pistola al conductor. Aproximadamente cargaba unos 1.500 Kilos en joyas.

Madrid, jueves 25 de agosto. Sin valoración. Robo (butrón). Consumado. Ocurrido en una joyería donde han practicado un butrón desde el cuarto de contadores del edificio donde se encuentra el establecimiento sustrayendo gran cantidad de material sin determinar en este instante.

Madrid, viernes 26 de agosto. Sin valoración. Tentativa de robo. El indicativo actuante observa a dos personas sacar un cuchillo e intentar forzar el escaparate de una relojería.

Málaga, viernes 26 de agosto. V/ 6.800 E. Robo consumado. El autor, tras facturar el cristal del escaparate del establecimiento, sustrae cuatro bandejas de joyas, todas de oro.



puerta de emergencia a la carrera montándose en un vehículo y dándose a la fuga.

Valladolid, lunes 26 de septiembre. Sin valoración. Tentativa de robo con arma blanca. Una mujer accedió al interior de una joyería y acercándose a la dependiente le roció los ojos con un spray y la amenazó con un cuchillo, momento en que esta se enfrentó a la misma a la vez que gritaba pidiendo auxilio. La mujer, que resultó ser menor de edad, fue reducida hasta la llegada de la Policía que procedió a su detención.

Barcelona, miércoles 28 de septiembre. Diligencias de Policía Autónoma. V/ 8.000 E. Robo consumado. Los autores agreden a un joyero en el rellano de su piso-taller, le obligan a entrar en el mismo y le sustraen una bolsa con joyas valoradas.

SEPTIEMBRE

Pontevedra, lunes 5 de septiembre. V/ 21.000 E. Hurto consumado. Mientras la dependiente de la joyería le mostraba a una clienta las joyas, entra un individuo, empuja a la clienta y se apodera de dos mantas y de dos bandejas con joyas.

Cornellá Llobregat (Barcelona), miércoles 14 de septiembre. Sin valoración. Robo consumado. Los autores se esconden en el interior del establecimiento El Corte Inglés y cuando cierran el mismo éstos aprovechan para robar joyas desconociéndose la cantidad y el valor. Huyen rompiendo un aparador.

Granada, martes 20 de septiembre. V/ 432 E. Hurto al descuido consumado. Sustracción de varias piezas. Posteriormente es detenida.

Madrid, jueves 22 de septiembre. V/ 370.000 E. Hurto al descuido consumado. Requerida por un cliente para la compra de varios diamantes a los representantes de la empresa, se presenta en el lugar junto a los tres representantes y el cliente, mostrando éste dinero y los joyeros las piedras preciosas. En un momento dado coge los sobres con ellas y sale por la

OCTUBRE

Gijón (Asturias), miércoles 5 de octubre de 2016, V/ 5.000E. Hurto Consumado. Hurto por el procedimiento referenciado por parte de dos mujeres.

Linares, (Jaén), miércoles 5 de octubre. Sin valoración. Robo Consumado. Los autores accedieron al interior de la joyería, donde maniataron y amordazaron con cinta aislante americana al propietario y a su hijo, a quienes agredieron violentamente para conseguir las claves de apertura de las cajas fuertes. Atestado abierto.

Móstoles (Madrid), lunes 10 de octubre. V/ 23.000. Robo Consumado. La víctima denuncia el robo sufrido en la joyería de su propiedad, accediendo al interior mediante un agujero practicado en la pared de un local colindante, sustrayendo joyas por el valor reseñado.

Lloret de Mar (Gerona), jueves 13 de octubre. Diligencias de Policía Autonómica. Sin valoración. Tentativa de robo. Tres individuos acceden al interior de una joyería y agreden a uno de los trabajadores, para a continuación romper las vitrinas expositoras con un martillo. Los trabajadores han logrado pulsar la alarma y de esta manera encerrar en el interior del establecimiento a los autores, siendo detenidos por la Policía Local.

Torrejón de Ardoz (Madrid), domingo 16 de octubre, Sin valoración. Robo. Consumado. Practicaron dos agujeros en un locutorio y una frutería para llegar hasta la joyería, donde sólo se llevaron un bote con oro.

Madrid, lunes 17 de octubre, V/ 1.150 E. Robo (butrón). Consumado. Ocurrido en el establecimiento de joyería, donde desde el local contiguo Deportes, han practicado un butrón, introduciéndose en el local y sustrayendo todos los expositores de joyas, relojes de diferentes marcas. A su vez, han forzado mediante lanza térmica la caja fuerte sustrayendo de la misma una gran cantidad de oro y el dinero que contenía.

ASESORÍA

EL ASESOR

La Desolación

Cuántas veces no habremos oído decir eso de "a veces los árboles no nos dejan ver el bosque...".

Pues permítanme que le de la vuelta a la oración, y me enfoque en los árboles, olvidando por unos momentos el bosque, a fin de referirme a un caso concreto.



FERNANDO YANDIOLA

Hace unos pocos días, ante el televisor, tuve ocasión de ver y escuchar a una persona, sufridísimo miembro de nuestro sector, quejándose amargamente de que le habían robado en su pequeño establecimiento de joyería, con unas pérdidas de material de unos miles de euros, y que este suceso se le había repetido en varias ocasiones en el último año.

Bien, estamos acostumbrados a tratar con el tema de la delincuencia que nos azota. Y estamos ahitos de referirnos a medidas de autoprotección, gravísimos daños y cuantiosísimas pérdidas de material robado, que comprometen gravemente la supervivencia de las empresas del sector.

Pero, de repente, nos enfrentamos a un verdadero drama: el de una pequeña empresa de tipo personal o familiar, de barrio humilde, para la que un robo de cuantía, digamos, pequeña (al menos en los términos que estamos acostumbrados a manejar), supone un desastre que conlleva, muchas veces, una auténtica ruina.

Cuál puede ser la desolación para quien, trabajando como el que más de nuestro campo empresarial, tiene que ver cómo un suceso luctuoso - quizá de pequeña cuantía, sin víctimas ni daños personales - supone el final de su peripecia profesional. Incluso, aunque no haya supuesto la completa ruina económica pues, por poco que sea - en estos tiempos en que no podemos permitirnos pagar grandes primas de seguros - la Aseguradora correrá con parte de las pérdidas, con qué moral y fuerzas podrá esa persona volver a levantar el cierre de su tienda.

Y ¿saben qué es lo peor de todo? Que para todas esas personas, hoy por hoy, NO TENEMOS NICONSUERO, NI UNA RESPUESTA EFICAZ.

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

Contable y Fiscal

Actividad económica de Alquiler



Pregunta.- Aparte de mi actividad profesional de Joyería, he pensado crear una sociedad familiar

para explotar en régimen de alquiler los dos locales de que soy dueño, en los que he tenido mis anteriores Joyerías. Al parecer, es posible acogerse a una serie de beneficios fiscales e incentivos como empresa de reducida dimensión de nueva creación. Pero me comenta mi gestor, que para ello es necesario que contrate a una persona, con contrato laboral a tiempo completo para que se ocupe de la gestión de la sociedad de alquileres. ¿Significa eso que no puedo acogerme a ese sistema sin contratar un empleado que costará todo el beneficio?

Respuesta.- Efectivamente, para acogerse a los Beneficios e Incentivos por empresa de reducida dimensión, de nueva creación, es preciso que se trate de una Sociedad, que se dedique a la Actividad de Alquiler, como Actividad Económica. Y es cierto que el art. 5.1 de la Ley del Imp. de Sociedades establece que para que una actividad se considere "actividad económica" hace falta que la entidad que la desarrolla disponga de una "estructura mínima" compuesta por los medios económicos y humanos para llevarla a cabo, lo que, en el caso de la actividad de Alquileres, requiere, al menos, un trabajador con contrato laboral a tiempo completo.

Y así Hacienda venía exigiendo que las empresas dedicadas a la actividad de Alquileres contaran con esa estructura mínima de un trabajador por cuenta ajena contratado, salvo que se tratara de grupo de empresas, caso en que bastaba que el trabajador estuviera contratado por alguna de las empresas del grupo, que se encargase de la gestión de los alquileres de todo el grupo.

Sin embargo, en la actualidad Hacienda ha variado el criterio, flexibilizándolo en el sentido de admitir que no es necesario que la propia empresa cuente con esa estructura mínima, sino que basta con que la empresa dedicada a la actividad de Alquileres *subcontrate* esa gestión de la actividad a una tercera entidad que cuente con la estructura - y los conocimientos y medios necesarios - para encargarse de esa gestión.

Esto ocurrirá, por ejemplo, en el caso de las Asesorías, que pueden ocuparse de la cuestión e los alquileres.

En este sentido se ha pronunciado Hacienda en algunas consultas vinculantes. No obstante, como es algo novedoso, convendría esperar un poco y ver si se consolida esa nueva línea de actuación de la Agencia Tributaria, para estar más seguros.

Jurídico y Legal



Socio-colaborador a la fuga



Pregunta.- Mi esposa y yo tenemos un negocio de Relojería en Madrid, en un local bastante grande, y que funciona aceptablemente, gracias a mis muchos años de contactos y a que somos una de las pocas relojerías de mi barrio. Hace más o menos año y medio, pensamos ampliar el negocio incorporando un servicio de reparación de relojes, dado que teníamos un espacio bastante grande en la trastienda. Un amigo me puso en contacto con un relojero que había dejado recientemente el Servicio Técnico para el que trabajaba, porque quería ponerse por su cuenta. Quedamos en que se diera de alta como autónomo, y nosotros, por nuestra parte, le alquilamos, por cinco años prorrogables, el despacho de la trastienda para montar el taller, le prestamos el importe necesario para la compra del material, herramienta y equipo (pudiendo devolvernos el préstamo sin intereses, y prorrateado mensualmente junto con la renta), y le suministramos todo el trabajo que nos entraba de composturas y reparaciones de nuestros Clientes, a los que nosotros les cobrábamos y él nos facturaba el 70 % del importe que le facturáramos al cliente, y pudiendo aceptar por su parte sus propias composturas. Al principio todo funcionaba bien, y sorprendentemente, nos entró mucho trabajo, ya que en el barrio no hay otra relojería para reparaciones y, además, hemos conseguido ser Servicio Técnico de una

marca de cierto relieve. Pero desde hace cuatro meses ha dejado de pagar la renta y la cuota del préstamo, alegando las excusas sobre problemas familiares agravados por la crisis. Le seguimos pagando las facturas que nos emitía por el trabajo realizado para nuestros clientes, convencidos de que sería algo temporal y se pondría al día. Pero para nuestra sorpresa, hace una semana nos encontramos que se había marchado, desalojando el taller durante el fin de semana, y llevándose toda la herramienta y el equipo, incluyendo todo el que era de nuestra propiedad y que le permitíamos utilizar. Y además, nos han comentado algunos clientes que ha abierto una relojería en el barrio, por su cuenta, y que va diciendo que habíamos decidido separarnos y que el continuaría llevando el tema de las composturas, por lo que para lo que fuera de esa clase de trabajo podían llevarse a él. ¿se puede hacer algo?

Respuesta.- Se puede y se debe hacer mucho. Pero lo que es difícil que pueda lograrse es evitar el paso por los Juzgados.

Como primera aproximación: su ex colaborador era su inquilino en cuanto al arrendamiento del local, por lo que al haberse marchado ha incurrido en una resolución unilateral del contrato. Esto significa que pueden uds. reclamarle judicialmente, por una parte, el pago de las rentas adeudadas y, por otra la indemnización legal consistente en una mensualidad de renta por cada año que faltara para la finalización del contrato (y la parte proporcional por el año en curso).

En segundo lugar, la deuda derivada del impago de las cuotas del préstamo permite que uds. declaren el préstamo resuelto, y le reclamen judicialmente la devolución de la totalidad del saldo pendiente. Se trata de una simple reclamación en el orden civil, sin demasiado problema.

En tercer lugar: si bien no existía una sociedad formalmente constituida entre uds., lo cierto es que los clientes les pertenecían a uds, al ser quienes le facturaban a los clientes, mientras que uds. eran, a su vez, el cliente de su Relojero, que les facturaba por sus servicios. Por tanto, el intento de apropiarse de la

clientela constituye una práctica de competencia desleal, que puede ser perseguida en los Juzgados y Tribunales, para obligar a su ex colaborador a abstenerse de hacerlo y, en su caso, indemnizarles por los daños y perjuicios derivados de su actuación..

Y por último: al haberse llevado herramientas y equipos de propiedad de uds (deberán uds. probar esa propiedad), ha incurrido en un presunto delito de apropiación indebida, perseguible penalmente mediante denuncia o querrela formulada ante los Juzgados de Instrucción.

Así pues, mi consejo es que le dirijan un requerimiento fehaciente (por ejemplo, burofax) reclamándole el pago de las rentas y la indemnización, la devolución del préstamo y de los muebles y enseres apropiados, y le requieran para que se abstenga de dirigirse a los clientes del negocio para ofertar sus servicios.

Y en caso de que no se avenga a ello por las buenas, pónganse en manos de Abogado y Procurador para que interpongan las acciones que les indicamos..

Laboral y Social



Insultos públicos al empresario por mail



Pregunta.- Tengo un problema con un trabajador, como consecuencia de un desacuerdo sobre la subida salarial. Me ha mandado insultos y amenazas graves usando el Correo Electrónico, e insultos a mis otros dos empleados ¿Qué puedo hacer?.

Respuesta.- Creemos que tiene Ud. causa suficiente para proceder al Despido Disciplinario del trabajador, al amparo del art. 54 del Estatuto de los Trabajadores, que permite el despido en los casos de "Ofensas verbales al empresario o a las personas que trabajan en la empresa..." - art. 54, Apdo. 2, letra c), habida cuenta de que los insultos y amenazas de la suficiente entidad, justificarían el Despido.

Ahora bien, es necesario acreditar en el Juicio que se han producido, con la correspondiente extensión a sus empleados.

El Mail es un "documento electrónico privado" de los previstos en el art. 3.6 c) de la Ley de Firma Electrónica, lo que hace admisible su aportación como prueba (al igual que el Whatsapp), por lo que debe Ud. aportarlo en el acto del Juicio de Despido. Y sería conveniente que aportara los mails enviados a sus trabajadores, y el testimonio de estos en el Juicio.

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

91 522 83 55

La normativa española en materia de Seguridad, y su aplicación al Sector de la Joyería (XXII)

Decíamos que el detalle de la regulación en materia de Seguridad Privada que nos afecta viene marcado por el Reglamento de Seguridad Privada, aprobado por el R.D. 2364/1994, de 9 de Diciembre.

Empecemos diciendo que la normativa para los establecimientos de Joyerías y Platerías (a los que añadiremos, por evidente analogía, los de Relojería), aparece regulada en el Título III - Medidas de Seguridad, Capítulo II, Medidas de Seguridad Específicas, Sección Segunda, Joyerías, Platerías, etc.

Según el art. 127, las Medidas de Seguridad que estamos obligados a adoptar son:

"ARTÍCULO 127. MEDIDAS DE SEGURIDAD APLICABLES

1. En los establecimientos de joyería y platería, así como en aquellos otros en los que se fabriquen

o exhiban objetos de tal industria, deberán instalarse, por empresas especializadas y, en su caso, autorizadas, las siguientes medidas de seguridad:

a) Caja fuerte o cámara acorazada, con el nivel de resistencia que determine el Ministerio de Justicia e Interior, para la custodia de efectivo y de objetos preciosos, dotada de sistema de apertura automática retardada, que deberá estar activado durante la jornada laboral, y dispositivo mecánico o electrónico que permita el bloqueo de la puerta, desde la hora de cierre hasta primera hora del día siguiente hábil.

Cuando la caja fuerte tenga un peso inferior a 2.000 kilogramos, deberá estar anclada, de manera fija, en una estructura de hormigón armado, al suelo o al muro.

b) Pulsadores anti atraco u otros medios de accionamiento del sistema de alarma que estarán instalados en lugares estratégicos.

c) Rejas en huecos que den a patios y pasos interiores del inmueble, así como cierres metálicos en el exterior, sin perjuicio del cumplimiento de las condiciones exigidas por las normas de lucha contra incendios.

d) Puerta blindada, con resistencia al impacto manual del nivel que se determine, en todos los accesos al interior del establecimiento, provista de los cercos adecuados y cerraduras de seguridad.

e) Protección electrónica de escaparates, ventanas, puertas y cierres metálicos."

Dado lo extenso del artículo, continuaremos la enumeración en el siguiente número.

Prevención del Blanqueo de Capitales y pequeñas Joyerías (IX)

Obviamente, dado que la mayoría de nuestros lectores son empresas o empresarios individuales que se dedican a la actividad de la Joyería con carácter "minorista", las orientaciones proceden a aclarar qué se entiende por actividad "minorista" desde la óptica de la legislación de prevención del Blanqueo de Capitales.

Básicamente, el criterio diferenciador para que la actividad se considere como minorista, viene marcado por los siguientes requisitos:

a) que se ejerza en un local abierto al público y,

b) que se realice para clientes que compren o vendan los bienes y artículos a título individual, y no en el ejercicio de una actividad empresarial o profesional.

Como es natural, la objeción es obvia: es casi imposible encontrar una Joyería que venda exclusivamente a particulares, y no realice alguna operación con otro joyero cliente o, incluso, proveedor profesional (por ejemplo, cuando adquirimos o vendemos fornituras o suministros a otra empresa). ¿Significa esto que ya no es una "actividad minorista"? La respuesta es que no, puesto que la actividad seguirá teniendo ese carácter.

Lo que ocurre es que las medidas previstas en la ley deberán aplicarse de forma diferenciada: a las operaciones con particulares, se aplicarán las medidas para el comercio minorista, y a las efectuadas con empresas o profesionales, deberán aplicarse las medidas de prevención de la Ley para tales actividades.

CALENDARIO FISCAL / Noviembre

NOVIEMBRE 2016

L	M	X	J	V	S	D
	1					6
7		9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21						27
		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 HASTA EL DÍA 7 DE NOVIEMBRE

RENTA

Ingreso de 2º Plazo Declaración Renta año 2015, si se fraccionó el pago.

Impreso 102

PLAZO HASTA EL DÍA 21 DE NOVIEMBRE

RENTA Y SOCIEDADES

Retenciones e Ingresos a cuenta de Rdtos. de Trabajo, Act. Profesionales, e imputaciones de renta, rentas o ganancias de acciones y parts. de instit. de inversión colectiva, rentas de arrendo. de inmuebles y capt. mobil.

● Octubre 2016. Grandes Empresas.
Impresos 111,115,117,123,124,126,128,230

IMPUESTO SOBRE EL VALORAÑADIDO

● Octubre 2016. Reg. Gral. Autoliquidación
Impreso 303

● Octubre. 2016. Grupo Entidades modelo Individual
Impreso 322

● Octubre 2016. Decl. operaciones. incluídas en Libros Registro del IVA e IGIC
Impreso 340

● Octubre 2016. Decl. recap. op. Intracomunitarias
Impreso 349

● Octubre 2016. Oper. asimil. a Importaciones
Impreso 380

MPUESTOS ESPECIALES FABRICACIÓN

● Agosto 2016. Grandes Empresas.
Impresos 561,562,563

● Agosto 2016. Grandes Empresas
Impresos 553,554,555,556,557,558

● Octubre 2016. Impresos 548,566,581

● Octubre 2016. Impresos 570,580

● Octubre 2016. Grandes Empresas
Impreso 560

● Tercer Trimestre 2016, Excepto Grandes Empresas
Impresos 553,554,555,556,557,558

● Tercer Trimestre 2016, Excepto Grandes Empresas
Impresos 561,562,563

IMPUESTOS SOBRE PRIMAS SEGUROS

● Octubre 2016.
Impreso 430

PLAZO HASTA EL DÍA 30 DE NOVIEMBRE

IMPUESTO SOBRE EL VALORAÑADIDO

Solic. alta/baja Registro Devolución Mensual
Impreso 036

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 22 83 55
Fax-Modem 91 22 75 79



En la imagen izquierda, los numerosos visitantes y compradores durante la jornada del sábado. A la derecha, taller de lapidación especialmente dirigido a los más pequeños.

Éxito de afluencia y organización en Expogema

El pasado fin de semana del 22 y 23 de octubre se celebró en la Escuela de Minas de Madrid la primera edición de la feria Expogema, organizada por el Instituto Gemológico Español (IGE) y la Escuela Universitaria. Aunque al cierre de esta edición no tenemos cifras concretas del número de visitantes que acudieron a la cita, lo cierto es que, en la jornada del sábado, el Periódico GOLD&TIME fue testigo de primera mano del notable éxito y la profesionalidad de la organización, así como del gran interés que la gemología despierta entre el público profesional y los particulares.

El evento estuvo dividido en dos partes. Por un lado la comercial con los stands de una treintena de expositores que mostraron piedras de primera calidad, muchas de ellas difíciles de ver en el circuito habitual y, por el otro, una vertiente gemológica y didáctica con talleres de identificación de gemas, perlas y lapidación, además de una interesante visita a la mina Marcelo Jorissen (del Museo Histórico Don Felipe de Borbón), ubicada en el subsuelo de la Escuela.

Esta mina recrea una explotación de carbón asturiana y se creó en los años 60 a modo de centro de prácticas para los alumnos. En la jornada del sábado se 'inundó' de aficionados (muchos de ellos niños), que pudieron ver las condiciones y los elementos de trabajo y de seguridad de los mineros, en una visita guiada por el voluntario del Museo Histórico, Juan Antonio Rodríguez.

El evento estuvo dividido en dos partes. Por un lado la comercial con los *stands* de una treintena de expositores que mostraron piedras de primera calidad, muchas de ellas difíciles de ver en el circuito habitual y, por el otro, la vertiente gemológica y didáctica



Uno de los expositores, Gustavo Romera, con un amplio surtido de gemas compradas en origen.

La jornada del sábado se completó con la conferencia 'El color en las gemas', a cargo del profesor del IGE Alfredo Sánchez y con la entrega de diplomas a los más de 100 alumnos graduados

La jornada del sábado se completó con la conferencia 'El color en las gemas', a cargo del profesor del IGE Alfredo Sánchez y finalmente con la entrega de diplomas a los más de 100 alumnos graduados el pasado curso en algunas de las especialidades que imparte anualmente el Instituto Gemológico Español.

Y entre los expositores que acudieron a este primer encuentro con las gemas pudimos ver las magníficas colecciones de gemas raras para coleccionistas y centros de estudios de Lozano Gemólogos, así como las piedras traídas directamente de las minas de todo el mundo que mostraba el importador castellanense Gustavo Romera. También estuvo presente en Expogema Rafael Molina, uno de los decanos de la gemología en España, que nos enseñó hermosas esculturas labradas en jadeíta y lapislázuli, procedentes de sus viajes por Oriente.

Espacio para la joya de autor

La diseñadora y joyera Laura Márquez también asistió como expositora con algunas de sus piezas únicas, en las que destaca el uso de una amplia variedad de gemas como elemento central de sus obras. Y precisamente en materia de joyería de autor pudimos ver en la impresionante biblioteca histórica del centro la exposición de los bocetos presentados al concurso que el IGE y la Asociación Joyas de Autor celebró el pasado mes de septiembre.

Frankfurt apuesta fuerte por la joyería y la relojería en la feria Ambiente 2017

Durante cinco días, el recinto ferial se convertirá en el barómetro de las tendencias y en la plataforma de pedidos y del diseño

Del 10 al 14 de febrero de 2017, Ambiente, la plataforma global para bienes de consumo, recibirá compradores de todo el mundo. Será entonces cuando, durante cinco días, el recinto ferial de Fráncfort se convertirá en un barómetro de tendencias y en la plataforma de pedidos y de diseño, de todo aquello relacionado con temas con los artículos de consumo y, especialmente con la joyería, la bisutería y la relojería de moda.

"La feria Ambiente es el centro neurálgico del mercado de los bienes de consumo a nivel mundial. Expositores de más de 90 países mostrarán en Fráncfort sus novedades y establecerán tendencias hasta más allá del año 2017", seña-

la Nicolette Naumann, vicepresidenta de la feria Ambiente.

El encuentro, en cifras

Con motivo de la feria Ambiente 2016 acudieron a Fráncfort del Meno 4.367 expositores de 96 países, que presentaron sus novedades e innovaciones sobre una superficie bruta de 308.000 metros cuadrados a lo largo de cinco días.

España estuvo representada con 104 empresas, ocupando el puesto número 10 en el ranking de países expositores. Respecto al número de visitantes, España ocupó el puesto número 6. De los 137.000 visitantes de 143 países, 3.174 vinieron de España. Por primera vez, un 55% de los visitantes

profesionales vinieron del extranjero.

Programa de actividades

Este año en la sección Accessories & Jewellery, en el pabellón 9.2, habrá por primera vez un área de conferencias donde no solo se tratarán temas relacionados con las joyas, la bisutería y la moda, sino donde también se ofrecerán consejos prácticos sobre el negocio para minoristas.

Reino Unido será, en 2017, el nuevo país invitado de la feria de referencia internacional. Tras la tricolor italiana, la próxima edición de la feria Ambiente estará dedicada a la bandera de Reino Unido, la Union Jack.



Joyería

OCTUBRE

VENTAS

Buenas: 30%



Regular: 10%



Malas: 60%



RESPECTO A OCT. 2015



Mejores: 20%



Iguales: 10%



Peores: 70%

COYUNTURA

EN PUNTO

Inestabilidad navideña

Estamos en un periodo de incertidumbre. Ocurre al otro lado del Atlántico con la elección de un presidente de la primera potencia económica y militar mundial, que tiene en su poder el 'botón' nuclear y al que algunos no darían ni el mando de su garaje. Eso, aunque parece lejano, afecta y mucho a la estabilidad de la economía mundial y, por ende, de la nuestra, aunque habrá que dar el

beneficio de la duda y los 100 días de Gobierno reglamentarios. Más cercana, en el tiempo y el espacio es la llegada ya de la temporada Navideña, que a poco que nos descuidemos se nos echa encima, y muchos establecimientos, fabricantes y proveedores no tienen muy claro si será igual, mejor, o peor que las anteriores. Y eso es mucho decir a un mes vista. La política es impredecible y el cliente, aún más.

© 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: 50%



Iguales: 30%



Peores: 20%



EXPECTATIVAS

Mejores: 10%



Iguales: 66%



Peores: 26%



Relojes

OCTUBRE

VENTAS

Buenas: 40%



Regular: 10%



Malas: 50%



RESPECTO A OCT. 2015



Mejores: 60%



Iguales: 10%



Peores: 30%

EN HORA BUENA

▲ Milagrosa Gómez

La Asociación de Joyeros de Córdoba ha otorgado por segunda vez su confianza a



Milagrosa Gómez para afrontar otros cuatro años de impulso sectorial en la provincia. No son pocos los retos pendientes y desde aquí le deseamos el mejor de los éxitos.

▲ Barack Obama

El presidente saliente de EE.UU. ha cerrado legislatura con el levantamiento de las sanciones a la exportación del jade y los rubíes de Birmania, después de que hace ya cinco años lo hiciese la Unión Europea. Queda ver si a esta acción le sigue un observatorio eficiente que controle realmente si la situación del país cambia de verdad.



▲ Donald Trump

El discurso errático y pendenciero del presidente electo de Estados Unidos no es precisamente



lo más necesario en unos momentos en los que la débil estabilidad económica mundial aún pugna por sacudirse los coletazos de la crisis, que a la larga nos afecta a todos. Aunque parece haber aminorado su locuacidad, la Economía mira atentamente cuál será su siguiente paso.

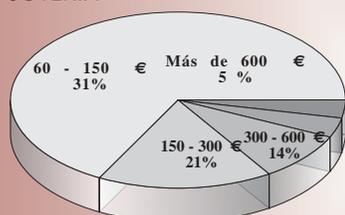
RANGOS DE PRECIOS

OCTUBRE

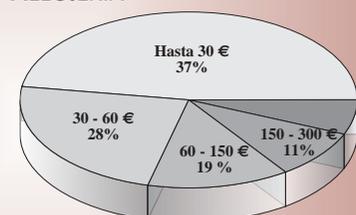
TIPO DE PIEZA MÁS VENDIDA

OCTUBRE

JOYERÍA

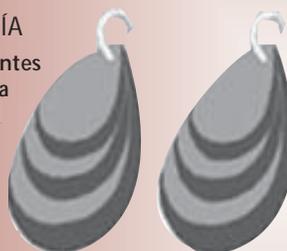


RELOJERÍA



JOYERÍA

Pendientes en plata



RELOJERÍA

Gama baja




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