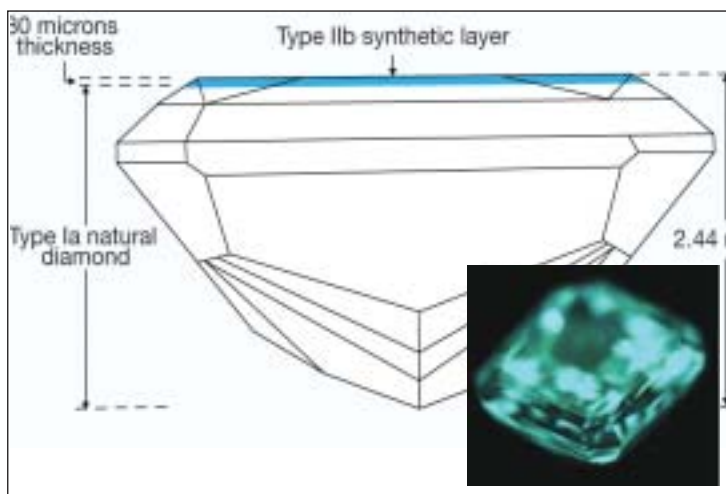


ES LA PRIMERA VEZ QUE SE IDENTIFICAN OFICIALMENTE

Preocupación en la GIA por diamantes 'híbridos' o 'mixtos'

'Mixtos' o 'híbridos', así es como denomina el Instituto Gemológico de América (GIA) a una nueva clase de diamantes naturales recu-

biertos con una delgada capa sintética para alterar su aspecto y elevar, fraudulentamente, su precio de mercado. **Panorama / Pág. 6**



Fina capa sintética en la parte superior de la gema (tabla y corona).

La producción de plata cae al nivel de 2002

Aunque no se trata de un descenso acusado (-0,6%), la reducción de la extracción de plata a nivel mundial ha marcado en 2016 su mínimo de los últimos 14 años, lastrada por la menor demanda para joyería, los lingotes y las monedas de inversión. En su conjunto alcanzó los 1.007 millones de onzas (31.317 toneladas). **Metales | Pág. 16**

ENTREVISTA con...



Raquel Lobelos

La Asociación Joyas de Autor renueva su Junta Directiva y elige a la joyera, gemóloga y tasadora Raquel Lobelos nueva presidenta, en sustitución de Liane Katsuki. **Pág. 4**



Colombia pide un Proceso Kimberley contra el 'oro sucio'

El Gobierno de Colombia demanda un proceso similar al de Kimberley con los llamados diamantes de sangre para el comer-

cio de oro en su país y el conjunto de Iberoamérica. Según los datos de la Fiscalía colombiana, en torno al 80% de su producción

de oro (unas 60 toneladas anuales) está actualmente controlada por mafias y grupos armados. **Panorama | Pág. 6**

Los pendientes más caros del mundo cuestan 52 millones

Esa fue la cifra que se pagó el pasado 17 de mayo en Sotheby's Ginebra por dos pendientes con un diamante rosa y otro azul que rondan los 15 quilates y que se han convertido en los más valiosos de la historia. **Panorama / Pág. 10**



Yanes: 'El Sector ya tiene su propia feria, y es Iberjoya'

La presidenta de la Asociación Española de Joyeros (AEJPR) y de la feria Iberjoya, Cristina Yanes, publica una Carta Abierta en la que invita a acudir al encuentro



para "ser quienes tomemos las riendas y que nuestra voluntad no sea sustituida por una institución ferial o un organizador de eventos". **Ferias | Pág. 47**

La siniestralidad se reduce en un 30% en Cataluña

El año pasado se registraron en Cataluña un total de 147 delitos contra joyerías y profesionales entre atracos, hurtos, robos, estafas y ataques a representantes, lo que supone una bajada muy significativa —59 incidencias menos— de las notificadas en el 2015. **Reportaje | Pág. 13**



G&T Magazine

Descubre las últimas tendencias en diseño joyero. **Páginas centrales**



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



GOLD&TIME.org

La gastronomía, protagonista en la próxima Joya Barcelona

La última en diseño joyero: Entarga una joya con tu propio ADN

La Ciudad Condal recogerá la I edición del Barcelona Watch Experience

¿Hacia dónde irá el precio del oro?

Alarma en el GIA por un envío de diamantes sintéticos

● ¿De qué fuentes extrae sus informaciones la publicación económica más influyente, prestigiosa y vendida del mundo?

FINANCIAL TIMES

WORLD BUSINESS NEWSPAPER

■ De los medios especializados más profesionales, objetivos y veraces de cada sector.

GOLD&TIME

PERIÓDICO DE REFERENCIA EN ESPAÑA SOBRE EL SECTOR DE LA JOYERÍA-RELOJERÍA DESDE 1999

Spanish still prize the cachet of 'Swiss made'

Country profile Spain

Michael Balfour explains the condition of the country's industry

The Spanish watch industry is overshadowed by the country's stretched economy and not in good condition. It does not manufacture timepieces of its own, so export earnings are virtually non-existent. The reasons for this situation are twofold. The first is historic. When the long Franco years ended in November 1975, there were no legacy watchmakers to reawaken. On the political front, by December 1978 Spain had evolved into a country containing 17 *comunidades autónomas* and two additional enclaves. They each embraced, and still do, one or more of 50 provinces.

Giovanna Tagliavia, director of the Spanish Association of Jewellers, Silversmiths and Watchmakers (AEJPR), highlights the negative effect of this on potential fledgling watch manufacturers from that time forward.

"It was, and is," she says, "a territorial kind of structure, which is a mix between a federal state such as the US and a centralised state such as France. Thus the associative structure of the watch and jewellery industries and their trades were, in general terms, confined within those many territorial borders."

The AEJPR, founded in 1977, has only some 25 purely watch-related concerns among its near 13,000 membership. Most of them are family-owned jewellers. There was but a single Spanish watchmaker exhibitor (Festina) at this spring's Baselworld, the world's biggest annual watch and jewellery event. The Festina-Lotus Group is the only prominent

company in the Spanish watch industry. It is controlled by Miguel Rodriguez, whose Barcelona-based brands include Calypso, Candino, Festina (noted for its Tour de France cycling connections), Jaguar and Lotus, all at the lower end of the retail market.

José Arquero, editor of *Gold & Time*, the premier monthly Spanish watch and jewellery trade magazine for statistics (there is no equivalent of Switzerland's FH as an official source of industry facts), estimates, based on central government sources, that Festina turned over about €235m in 2009.

Its manufacturing plants are in China and Switzerland (Candino). The next largest Spanish watch groups by turnover, according to *Gold & Time*, are Munreco, with its Sandoz and Viceroy brands, and distributors for Maurice Lacroix, €60m, and Valentin Group, owners of Favre-Leuba and Time Force, €18m.

Mr. Arquero reckons that Spanish watch exports and all-important re-exports (particularly to Portugal, Morocco and Latin America) last year amounted to some 2.8m units, €97m in value. His list of the top five

countries that imported market-led quartz analogue timepieces from Spain in 2009 is: France (1.08m units, 39.06 per cent), Germany (426,674 units, 15.47 per cent), Italy (366,530 units, 13.30 per cent), Portugal (319,490 units, 11.59 per cent), and Belgium (158,810, 5.76 per cent). Exports beyond Europe were low by comparison.

In contrast, Spain imported, according to *Gold & Time*, no less than 5,449,299 analogue quartz timepieces from China in 2009, up 81 per cent, which highlights a distinctive re-export business that is the bedrock of the Spanish watch industry today.

This is why there are just a handful of real watchmakers in Europe's fourth largest country. One is Franc Vila, who was born and lives in Valencia, but operates from Geneva, and exhibited this year at Baselworld as a Swiss maker.

Other indigenous craftsmen/brands include Pedro Izquierdo and Pita.

In fact Richemont Iberia was ranked second in turnover terms, though products other than watches are included, as with other large groups. Local enterprises that followed Valentin Group were Rolex, Binda Iberia,

Casio España, the Swatch Group, Bulgari España, Fossil, and LVMH. The second reason for the industry's present condition is the cost of that large trade deficit. Watches and clocks, at all price levels, are sold and serviced almost entirely through about 20,000 small independent jewellers.

The governmental system precludes any efficient national retail chains. There are 44 regional savings/lending banks, many of which are being forcibly merged in the hopes of survival. They account for about half Spain's banking market. Their lending cutbacks are badly affecting all those small jewellers, and thus the sales of watches.

Aside from department store chains, such as El Corte Inglés, which all have sizeable watch departments, there are a few sturdy independents, but no more than 300, including Wempe.

Recently opened monobrand retailers such as Audemars Piguet, Jaeger-LeCoultre and Omega are thriving. The latter outlets account for most of the Swiss imports, which were up last year by 7.2 per cent at SF97.4m. One independent exclusively Swiss importer is The Watch Gallery, in the smart residential area of San Gervasio in Barcelona, which started life as a branch of the store with the same name in London's Fulham Road.

English-born Priscilla Newman acquired it four years ago, having managed it for 19 years. But she says: "I long also to offer A Lange & Söhne and Panerai. Patek Philippe is my strongest performer in the cash till, and new arrival F.P. Journe is showing promise."

She has yet to serve the watch-collecting King of Spain. Juan Carlos I pops into prestigious Suarez in central Madrid for his latest horological whims, and it is a fair bet that, alas, "Swiss made" will feature on their dials.

FINANCIAL TIMES

(12 de junio de 2010)

“ (...) Según **GOLD&TIME**, el principal medio de España en estadísticas sobre el mercado de relojería y joyería (...)”

España todavía valora el caché del 'Swiss Made', artículo firmado por Michael Balfour, experto en la industria de la relojería reconocido internacionalmente.



Stores such as El Corte Inglés have watch departments. Alamy

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, Cristina Yanes, Luis Catalán, Alex Riu, Pedro Izquierdo, Erika Junglewitz, Manuel Llopis, Josep Marqués, Antonio Negueruela, Enrique Orozco, Liane Katsuki, Rodolfo Serván, Fernando Yandiola y Cristina 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 | Propiedad Industrial: Herrero y Asociados / Facturación: María José González Personal; Pilar de la Hoz / Distribución: Mercedes León / Administración: Jorge de Jorge Suscripciones: Mar Fernández / Bases de Datos: Nexodata / MARKETING Y COMUNICACIÓN / Departamento Propio: Nexo Editores (Grupo NEXO) / Madrid: Mercedes León, Sara Benavente / Barcelona: Pepita Hernández

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

Cara y cruz de la tecnología gemológica

ERAMOS POCOS Y PARÍ LA ABUELA. Detrás de tan rupestre expresión se esconde la irrefutable verdad de que la ciencia y la tecnología hacen factibles cambios tan relevantes que cada día muestran cómo es posible alterar el orden natural de las cosas. Aunque no siempre sea con buen fin.

Por un lado, es evidente que la edad ya no es óbice para alumbrar si la billetera —y la ética lo permiten— como hemos podido comprobar a través de los medios. Pero en el caso que nos ocupa es una importante cuestión que sorprende (y preocupa) a la Gemología internacional: la aparición de diamantes naturales, adulterados con una fina capa sintética para optimizar sus propiedades y, por tanto, incrementar su precio final.

Se trata de los diamantes "híbridos", que es como los han denominado en el Instituto Gemológico de América (GIA), tras analizar un ejemplar llegado a su laboratorio; que es "el primero descubierto en su especie", según la información que, no sin preocupación, ha emitido el Instituto en un comunicado oficial, denotando cierta alarma.

El proceso empleado para su fabricación ha sido el llamado Chemical Vapor Deposition (CVD), que consiste en la aplicación —mediante un proceso relativamente sencillo técnicamente— de delgadas capas de carbono que se depositan sobre el diamante original, con el fin de recubrirlo y mejorar su aspecto. En el caso del diamante analizado por el GIA el resultado había producido un diamante azul fancy, a partir de otro natural incoloro, lo que multiplica fraudulentamente el precio de la gema.

Este proceso tiene dos vertientes preocupantes: La primera es la reducción del tiempo de producción respecto a los ya conocidos diamantes sintéticos y, por tanto, una mayor introducción en el mercado. La segunda es aún más grave: en un laboratorio con menos medios la identificación resulta más compleja puesto que el origen natural del diamante puede dar lugar a falsos 'positivos'. De hecho, la gema ya había sido analizada en otro laboratorio sin que hubiera detectado el ardid en primera instancia.

Afortunadamente la tecnología también permite una detección más rápida y económica de estos fraudes. Pero esta es una carrera que no ha hecho más que comenzar.

Que les sea útil. Es nuestro mayor interés.

TRIBUNA

“Nuestro objetivo debe ser asegurar ingresos competitivos para nuestros inversores pero también contribuir al desarrollo de los países en donde trabajamos y ser de esta manera socios de desarrollo bienvenidos a largo plazo.”

El valor añadido en origen de la minería de oro

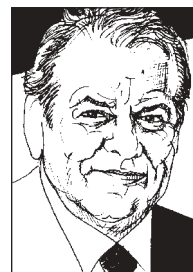
Nick Holland

Director ejecutivo, Gold Fields

La minería del oro, comúnmente, representa una alta proporción de la inversión extranjera directa en los países en vías de desarrollo y una porción sustancial de las ganancias de divisas. En un informe reciente se descubrió que la minería del oro contribuyó unos 78 mil millones de dólares de valor económico agregado bruto y 530.000 trabajos directos en los 15 países que lideran la producción de oro. Además, la minería tiende a generar grandes cantidades de trabajos indirectos y a tener efectos multiplicadores significativos en parte debido a que muchos trabajos de minería ofrecen un buen salario y requieren alta calificación.

Este es el caso en particular en los países en vías de desarrollo. En Ghana, un puesto de minería permite que haya unos 28 otros puestos de trabajo y sustentos en el país, y en Perú unos 19. En Sudáfrica, la minería posibilita que haya unos 1,4 millones de puestos de trabajo directos, indirectos e inducidos, y de cada uno de estos puestos dependen en promedio unos nueve puestos más.

Los países receptores ofrecen los recursos minerales que tienen a su cuidado en nombre de su pueblo; las compañías mineras invierten capital y conocimientos, lo que permite descubrir y crear valor a partir de estos recursos. Cuando se identifica y se desarrolla una posible mina, la cantidad de partes involucradas aumenta: los accionistas y bancos que deben elegir en dónde invertir su dinero; las comunidades que son propietarias de los derechos de la superficie o que ocupan dicha superficie, los empleados y sus sindicatos; y los contratistas y proveedores. Cada uno



contribuye a la realización del proyecto y cada uno pretende lograr una ganancia "justa".

Durante la última década, el debate sobre la contribución de la minería al desarrollo ha estado obstaculizado por la influencia de la teoría de la "maldición de los recursos", que sostenía que muchos de los países más pobres estarían mejor si dejaran sus minerales en el suelo. Esto se debe en parte a que muchos países en vías de desarrollo con una riqueza de recursos naturales se encuentran en una situación de pobreza y desigualdad a la cual, sin duda, la industria minera ha contribuido.

Para enfrentarse a estos desafíos, es esencial maximizar los beneficios socioeconómicos de la extracción de recursos naturales, pero hay que hacerlo sin contraer la economía minera. Hay numerosos ejemplos en el mundo en donde las minas han constituido un catalizador para un mayor desarrollo social. No hay duda de que en la nos estamos enfrentando a una importante falta de confianza entre las compañías mineras y sus proveedores de capital, por un lado, y entre sindicatos, gobiernos y comunidades, por el otro.

¿Qué pueden hacer las compañías mineras para explicar mejor, y ayudar a otras partes involucradas a validar, su contribución social y económica en general? La minería es un negocio a largo plazo y una mina de oro comúnmente genera ingresos para una amplia variedad de partes involucradas. Nuestro objetivo debe ser asegurar ingresos competitivos para nuestros inversores pero también contribuir al desarrollo sustentable de los países en donde trabajamos y ser de esta manera socios de desarrollo bienvenidos a largo plazo.

Durante esta última década, el debate sobre la contribución de la minería del oro al desarrollo de los países donde está presente ha estado obstaculizado por la influencia de la llamada teoría de la 'maldición de los recursos'

DE 24 KILATES



RAQUEL LOBELOS | JOYERA, GEMÓLOGA Y PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN JOYAS DE AUTOR (AJA)

Hay que generar en el cliente el deseo por la Joyería de Autor

Charlamos por primera vez con la joyera, gemóloga y tasadora tras su reciente elección como presidenta de la Asociación Joyas de Autor (AJA), que nos detalla una precisa panorámica sobre la situación de este ámbito de la joyería. La autora plantea los nuevos proyectos de la Asociación en el futuro inmediato y sus planes a medio y largo plazo.



RAQUEL LOBELOS

¿Cómo valora el trabajo de la Asociación hasta ahora?

Siento mucho respeto. Recibo una asociación con casi 25 años de historia y eso es una gran responsabilidad. Tanto Laura Márquez como Liane Katsuki han hecho una gran labor durante estos años y de ninguna manera me podía imaginar que yo iba a ser su siguiente presidenta. Y contar con el apoyo de mis compañeros es todo un honor. Además, cuento con la confianza y ayuda de las juntas anteriores, así como de mis compañeros en esta nueva junta como Santiago Prada como Vicepresidente, Gustavo Marinaro como Secretario y Sara Salguero como Tesorera y de los asociados a los que muchos tengo el placer de conocer personalmente.

La AJA ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años. ¿Con cuántos socios cuenta actualmente la asociación? ¿Son todos españoles o está abierta a creadores de todo el mundo?

Contamos con 42 asociados. Nuestra asociación está abierta a creadores de cualquier nacionalidad. La única condición es la creación de Joyas de Autor.

¿Qué beneficios supone para joyeros y diseñadores ser socios de esta entidad?

Los beneficios son muchos. Tenemos un área privada en la que nuestros asociados obtienen información que individualmente es muy difícil y tedioso conseguir. Como aspectos legales, normativas del

sector, participación en concursos, en ferias nacionales e internacionales, en eventos, en exposiciones, tenemos convenios con proveedores de productos y servicios para obtener mejores precios. Y lo más importante es que como colectivo logramos mayor visibilidad.

¿Cuáles son sus planes al frente de la Asociación a corto y medio plazo?

Ahora mismo hemos puesto muchas acciones en marcha. Tenemos dos concursos fantásticos, uno se entrega en Septiembre en Madrid Joya 2017 con un tema muy actual *Los Nerones de ayer y de hoy* sobre el ascenso al poder de políticos peligrosos para todos. El otro premio *Las joyas y el cine* que se entrega durante la celebración del 50 aniversario del Instituto Gemológico Español, es un premio muy bonito. Ambos premios están patrocinados por el IGE, además contamos también con el patrocinio de Madrid Joya y Negueruela respectivamente. Y estamos abriendo nuevos concursos para el 2018. Con la intención de dar mayor difusión a todos los creadores.

Consideramos que las ferias son el camino de dar a conocer el trabajo, además de ser la mejor vía para encontrar los canales de distribución necesarios para nuestras joyas, es por ello que de nuevo participamos en Madrid Joya, pero no va a ser la única feria en la que vamos a participar, ya que estamos organizando la participación con-

junta en ferias de interés en Europa así como la de Las Vegas y Hong Kong pero estas dos bajo el paraguas del ICEX con los que ya nos hemos reunido a tal efecto. Además, hemos llegado a un acuerdo con la Presidenta de la asociación ANDE, Laura Victoria Valencia, para que las joyas de autor desfilen el día de la entrega del Premio Nacional a Jóvenes Diseñadores que se entregará en el Círculo de Bellas Artes en Madrid.

Tenemos también un acuerdo con la Pasarela Española, que este año se celebra en la Casa del Lector que es un lugar espectacular, y los responsables, Susan Villa e Ismael Portela, están cuidando cada detalle. Para diciembre tenemos una exposición con muchas actividades en la Galería Whitelab.

Y para el año que viene son ferias y exposiciones que estamos organizando, siendo una de ellas muy muy interesante, pero hasta que no cerremos el acuerdo no puedo decir nada. Como ves tenemos muchas acciones por delante.

A día de hoy Parece que algunos aún no lo tienen claro: ¿Qué es exactamente joya de autor? ¿Sirve cualquier material para denominar joya a una pieza?

¿Es una escultura, un cuadro, un

grabado una obra de arte? Por supuesto que sí. Unas veces serán más caras y otras más baratas, el precio depende de muchas cosas. Y ¿que hace que un cuadro o una joya sea de autor, sea arte? La pieza es única o de una serie limitada. Los materiales deben ser nobles y las gemas naturales. Y nunca procesos mecanizados como las piezas en serie. Sin embargo, la creatividad debe estar abierta a la combinación de materiales y a la experimentación. Veámoslo con un ejemplo, creo que nadie se atrevería a decir que una diadema de vidrio esmaltado y hueso de Lalique no es una obra de arte porque solo tenga un pequeño reborde en oro ¿o es el oro que hace de soporte al esmalte que sea preciosa la pieza? NO, lo que hace que sea espectacular es el diseño, el resultado final de todos esos elementos sabiamente combinados. Pues eso es la joya de autor, diseño, ejecución y com-

binación de materiales, principalmente metales preciosos y gemas naturales. Pero hay que ser realistas y muchas veces no elegimos unos materiales por gusto sino por precio y porque son más sencillos y económicos para que el público los compre. Ya que nos encontramos con una falta de conocimiento hacia nuestro trabajo enorme, y los clientes van a comprar a una marca una pulsera de serie en plata por 400 euros y si das ese precio para una pieza única se llevan las manos a la cabeza porque nosotros no somos marca conocida, aunque la pieza sea única.

En un mercado masificado de joyería 'industrial' con poca personalidad, pero con una producción deslocalizada que permite precios más económicos ¿cómo se puede atraer a más público final?

Haciendo sentir al público especial, porque compra algo exclusivo. Que se sienta único cuando compra joya de autor. Porque nadie más va a tener esa pieza o muy poca gente ya que es una serie limitada. Estas sensaciones hay que dárselas al cliente cuando entra en la tienda. Explicar bien el producto. Que tenga información, que sepa lo que compra y las ventajas con respecto a una joya "industrial". También creo que hay que devolver el glamour a las joyas, al momento de la



■ *La joya de autor es diseño, ejecución y combinación de materiales, principalmente metales preciosos y gemas naturales. Sin embargo, la creatividad debe estar abierta a experimentación*

■ *Hay que hacer sentir al público especial, que se sienta único cuando compra una joya. Para ello hay que explicarle bien el producto y darle a conocer las ventajas respecto a una joya 'industrial'*

Continúa en página siguiente...

venta. Igual que la moda tiene espectáculo las joyas deben mantener la puesta en escena.

Siguiendo con la comercialización, ¿Por qué cree que la tienda tradicional sigue siendo reacia a la venta de este tipo de producto?

Por miedo. Cuando se introducen cosas nuevas cuesta trabajo pero hay público para todo. Hay a quien le gustan las cosas pequeñas, grandes, clásicas, modernas, extravagantes... Lo mejor es poder tener un poco de todo para atender a ese público que busca cosas diferentes. Entiendo que si siempre ha funcionado algo quieren mantenerlo, pero se trata de incorporar novedades al escaparate. Una tienda de ropa lo cambia constantemente para que la gente se pare, lo mire y lo desee, pues con el de las joyerías tenemos que lograr lo mismo, que la gente se pare, que lo desee y que lo compre porque no son más caras que las "industriales". El cliente no puede desear algo que desconoce, hay que ponérselo delante para generar ese deseo.

En materia de ferias profesionales están habitualmente presentes en Madrid Joya e Iberjoya, ¿Tienen previsto aumentar las sinergias con otros eventos, a nivel nacional o internacional? ¿Cree que las ferias dan la importancia que merece a la joyería de autor?

Este es uno de los puntos importantes de mi programa de eventos para la AJA, sin duda las ferias son el escaparate ideal e imprescindible. Yo he asistido individualmente a ferias internacionales con mi

firma Tabata Morgana, y consigues contactos y llegas a un público que de otro modo es imposible. Madrid Joya e Iberjoya siempre nos han apoyado y seguiremos colaborando con ellos. Creo que cada vez se está dando más importancia a las joyas de autor, lo que también es un reto para que los diseñadores.

Un aspecto muy cuidado en estos últimos años es la comunicación de la AJA a través de su web y de las Redes Sociales ¿Van a continuar esta estrategia?

Por supuesto. Sin duda este trabajo que ha realizado Francisco Alfaya ha sido excelente y el éxito de la web es suyo y aunque ahora mismo no esté en la junta contamos con él como compañero y seguirá siendo el responsable de la misma. Las redes sociales son un eje fundamental en nuestra política de comunicación y ahora hemos añadido una red más que es *Instagram*, y la siguiente que estamos preparando es *Pinterest*.

Precisamente en materia online, ¿Por qué sigue siendo tan difícil vender en internet la joya de autor? ¿Cree que, a pesar de las dificultades, la venta online es un mercado con futuro?

Muy buena pregunta. Creo que internet es un fantástico escaparate, pero a la gente le gusta probarse las joyas. Sin embargo y como todo, necesita tiempo. Además, lo importante es dar un buen servicio al cliente, atender sus dudas, responder rápido, adaptar una pieza a sus necesidades, en definitiva, ganarse su confianza. La venta



Lo mejor en los establecimientos es poder tener un poco de todo para atender a ese público que busca cosas diferentes. Entiendo que si siempre ha funcionado algo quieren mantenerlo, pero se trata de incorporar novedades al escaparate para destacar

online es el futuro por supuesto, pero no excluye a la tienda física. La generación más joven y acostumbrada a comprar por internet todavía no siente la necesidad de comprar joyas, y los que pueden, prefieren probarlas y verlas, pero todo poco a poco y con constancia.

La joya de autor tiene un componente muy artesanal, pero ¿significa eso estar reñido con el uso de nuevas tecnologías de diseño y elaboración?

Para nada. Las nuevas tecnologías ayudan a los artistas y diseñadores a crear más y mejor. Se combinan

técnicas y no son excluyentes. Por ejemplo, una parte la necesito hacer en forja, otra es cera y la otra parte la hice en 3D, sueldo y preparo la pieza completa para esmaltar. Creo que ayuda a hacer económicamente viables piezas que si no serían poco vendibles.

RELOJERÍA E INDUSTRIAS AFINES

Premios NEXONUM 2017
a las mejores monedas del mundo

La manufactura Zenith cumple 150 años dedicados a la relojería

Longines conmemora el 90 Aniversario del primer vuelo transatlántico

Exitosa edición Barcelona Experience

Baselworld reducirá su duración dos días tras la caída del 4%

La cifra de profesionales que acudieron a la edición 2016

L'Epée 1839 se inspira en el Memento mori

La relojera suiza L'Epée 1839 acaba de lanzar Requiem: un

Monthblanc abraza la

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

PANORAMA

ANALIZA UN DIAMANTE NATURAL CON UNA PÁTINA SINTÉTICA DE COLOR AZUL FANCY

El GIA americano detecta por primera vez un diamante híbrido: natural + sintético

Se trata de algo realmente inusual y por eso ha causado una significativa alerta en el Instituto americano. El GIA encontró durante un análisis un diamante natural al que se le había adherido una fina capa sintética de color azul, lo que hace multiplicar fraudulentamente, el valor de la piedra.

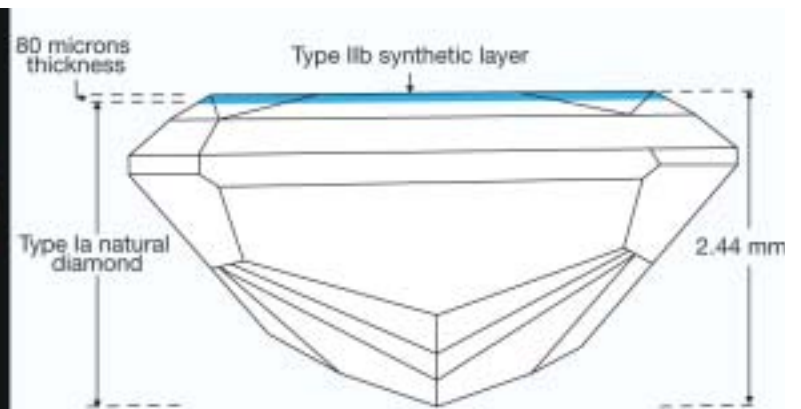
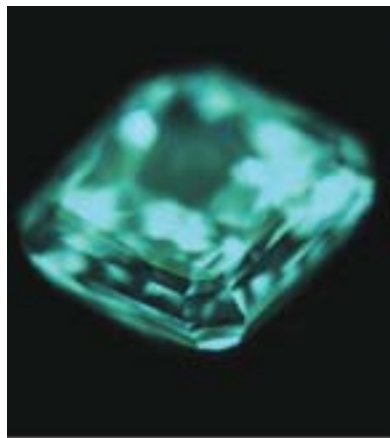
La gema de 0,33 quilates había sido graduada previamente por otro laboratorio (del que desconocemos su nombre) como una fancy blue, pero escondía un secreto: A pesar de ser mayoritariamente natural, contaba con una fina capa sintética añadida posteriormente, producida mediante el método CVD (Deposición Química de Vapor).

La alerta comenzó cuando los gemólogos del GIA detectaron en el diamante varias características sumamente inusuales. Contena pequeñas inclusiones de nitrógeno, algo muy habitual en los diamantes naturales, y también de boro, un elemento mucho menos usual en los naturales.

Pero encontrar ambos en un mismo diamante sí que es una característica realmente extraña, lo que despertó la atención de los expertos. Esto dio lugar a una doble clasificación del diamante: Tipo Ia (Diamante con presencia de nitrógeno), pero también Ib (Diamante con presencia de boro, normalmente diamante azules), lo cual es prácticamente imposible de encontrar en la naturaleza.

Añadida posteriormente

Los análisis más a conciencia detectaron que se trataba de un diamante natural al que se le había añadido una fina capa sintética en su parte superior (tabla y corona),



de color azul, ya que el diamante presentaba patrones de crecimiento natural y sintético. Este es el primer caso analizado por el laboratorio norteamericano, pero avisa de que, "con toda probabilidad", existen actualmente en el mercado más diamantes de este tipo sin un certificado correctamente elaborado.

La gema fue remitida al laboratorio del GIA en Nueva York como supuestamente natural y color fancy azul

El laboratorio avisa de que, con toda probabilidad, existen en el mercado más piedras de este tipo sin conocer

Colombia pide un Proceso de Kimberley para su oro 'sucio'

El ministro de Minas del país llama a una concienciación internacional del conflicto

El Gobierno de Colombia demanda un proceso similar al de Kimberley con los diamantes de 'sangre' para el comercio de oro en su país y el conjunto de Iberoamérica. Esta vez no han sido los productores ni las ONG las que denuncian los graves abusos, sino el ministro de Industria del país, Germán Arce, quien alerta del inmenso volumen de oro que sale del país con destino a los

centrales de cualquier país", asegura.

Según los datos de la Fiscalía colombiana en torno al 80% de la producción de oro del país (unas 60 toneladas anuales) está controlada por mafias y grupos armados que actúan al margen de la legalidad y explotan a hombres, mujeres y niños para extraer el metal en las áreas que controlan. Además de pro-

dades supranacionales en un conflicto silencioso que no acapara las portadas de los grandes medios internacionales, pero que afecta a miles de personas en todo el continente sudamericano.

El artículo ¿'Necesita Iberoamérica un Proceso Kimberley para el oro?' recoge un informe independiente financiado por el Gobierno suizo que pone de manifiesto cómo el 28% del oro extraído en Perú; el 30% de Bolivia; el 77% de Ecuador y entre el 80% y el 90% de Venezuela se produce y exporta sin control oficial.

Tras los acuerdos de paz

Lejos de lo que se pudiera esperar tras la firma de los acuerdos de paz el año pasado con la guerrilla de las FARC que ponía fin a más de 50 años de conflicto armado en el país, la situación podría ir a peor según algunos analistas. Y es que los miles de guerrilleros que a partir de ahora se desmovilizan no tienen tampoco muchas alternativas para sobrevivir y el comercio ilegal de drogas y de oro es una fácil y ju-

La reciente desmovilización de las guerrillas (ELN y FARC) pueden agravar el conflicto del oro en la región por la falta de oportunidades de sus combatientes

mercados internacionales sin ningún tipo de control.

Arce culpa de parte de este problema a refineras e intermediarios, que compran el oro de fuentes poco fiables. "Existe una responsabilidad en los compradores que adquieren este metal y mi temor es que buena parte de ese oro acabe en los depósitos de los bancos

vocar graves daños contra el medio ambiente como el envenenamiento de los ríos con mercurio y la deforestación incontrolada.

Pero eso no sólo ocurre en Colombia. Este Periódico ya denunció hace poco más de un año la falta de medidas más contundentes por parte de Gobiernos y enti-



Una de las explotaciones artesanas del país, fuera del control estatal.

gosa salida para salir adelante. El presidente del país anunció hace un par de años un plan de choque para poner coto a esta situación pero los resultados no están siendo los esperados, de ahí la llamada del ministro colombiano a refine-

rias y organizaciones internacionales como la ONU, para poner en marcha "medidas conjuntas" que podrían ser similares a las del Proceso Kimberley con los diamantes de 'sangre' en África, que pongan fin a este conflicto.



More than meets the eye
Discover trends. Be inspired. Make connections



3 -5 SEPTEMBER 2017 | OLYMPIA LONDON

IJL delivers year round inspiration, innovation, education and new business opportunities.
Source new ranges face-to-face in the unique trading environment of Olympia, London.

REGISTER FOR FREE TO VISIT AT WWW.JEWELLERYLONDON.COM/REGISTER

STAY 'IN THE KNOW' @JEWELLERYLONDON #IJL2017 #WITHYOU 

GIOVANNA TAGLIAVÍA | DIRECTORA DE POLÍTICA SECTORIAL DE LA FERIA IBERJOYA FOREVER

Iberjoya ha servido para que todo el mundo se 'ponga las pilas'

Del 6 al 8 de octubre celebra su 53 edición aunque es el segundo año que tendrá lugar en su nuevo escenario, el Pabellón de Cristal de la Casa de Campo de Madrid. La renacida feria busca su hueco en el mercado a través de un producto diferenciado de gama media y alta, además del cuidado a expositores y visitantes profesionales.



GIOVANNA TAGLIAVÍA

IberjoyaForever cumple 35 años, su 53ª edición y es la segunda vez que se presenta en solitario en la Casa de Campo, ¿qué perspectivas tiene para la edición de octubre?

A fecha de hoy tenemos más del doble de preinscripciones que en la anterior edición y, respecto a los visitantes, estamos sorprendidos de que, siendo el Salón en octubre, ya se hayan acreditado muchos visitantes en mayo.

¿Se han hecho un hueco en el mercado ferial?

No creo que compitamos con las actuales ferias que se celebran en España. Podemos coincidir en producto pero también descartamos expositores cuyo producto pueda poner en riesgo a las tiendas que nos visitan. Una feria no puede poner en peligro a sus visitantes, el comprador debe llevarse el producto con absoluta tranquilidad porque cumple con toda la normativa legal a la que está sujeto el artículo y nos preocupamos de ello. En cualquier caso, Iberjoya es otro concepto distinto, no es sólo una feria, es un instrumento para que el sector sea más fuerte, para promocionar su producto, para impulsar el diálogo entre los operadores y, por eso, no coincide con el concepto habitual de una feria.

¿Qué diferencia a Iberjoya del resto de las ferias?

Una la acabo de decir, imponemos normas para que el cliente se vaya tranquilo porque el producto cumple la normativa.

Dos, rentabilización del tiempo, menos días es igual a ahorro de

gastos e impedimos visitas inútiles a los fines de los expositores. No buscamos que la feria se llene sino que funcione con eficacia. Nos centramos única y exclusivamente en empresas que pueden adquirir artículos de joyería, platería, relojería o afines, pero no nos dirigimos a otros sectores a cuyos empresarios hemos visto en muchas ferias monográficas y que no tienen relación con el producto, tales como peluquerías o restauradores e incluso público en general, es decir, particulares.

Tres, los muestrarios son distintos. No se reitera mercancía.

Cuatro, hay más de 40.000 muestras de diferentes productos con valor añadido.

Cinco, ninguna otra feria en España cuenta con un director de política sectorial, Iberjoya sí.

Seis, publicitamos el producto y a los expositores todo el año, no sólo durante la feria. Vamos mostrando sus novedades porque las redes comerciales cada vez son menores.

Siete, no sólo hay joyería comercial como la realizada en plata, hay joyería de gama media y alta, de

calidad, de diseño, de marca.

Ocho, impulsamos alianzas o intervinimos de mediadores en el comercio. Un ejemplo, varios expositores se han puesto de acuerdo en sus campañas de promoción; otro, una empresa que abrió un canal de ventas de joyería pidió proveedores, e Iberjoya remite esa comunicación a todos sus expositores. Ellos compiten en precio, tiempo, servicio, calidad, etc. pero siempre son informados por la organización ferial.

Nueve, la feria nace del Sector para el Sector. Los expositores toman las riendas de su política sectorial, no es la organización del evento quien les dirige. Los visitantes tienen voz y decisión. Basta con enviar un escrito y sus sugerencias se analizan en un Comité que integra representación de detallistas.

Diez, Iberjoya Forever será el instrumento de comunicación para potenciar el consumo final, para promocionar el producto y calar en



el consumidor final que ahora dirige su consumo a otros productos.

¿Llegó a pensar que Iberjoya tendría problemas para mantenerse en el mercado ferial actual?

Puedo decir lo que es notorio sin faltar a la verdad, pero no necesito hacer público ningún nombre; todo el mundo sabe de dónde surgió la famosa carta en la que se comunicaba que el Ayuntamiento de Madrid no nos alquilaría el espacio. Además, en todas las esferas de la vida hay personajes que necesitan de malas artes porque por sí mismos no pueden hacer otra cosa. Afortunadamente, y aunque en 2016 esa carta del Consistorio hizo un daño importantísimo, aquí estamos y no quiero ni pensar lo que significaría en la actualidad que Iberjoya no existiera. Parece que la

existencia de este renovado evento ha servido para que todo el mundo se ponga las pilas en el Sector.

¿A qué se refiere exactamente?

A que la competencia nos anima a todos a mejorar nuestra oferta y a tratar mejor a nuestros clientes.

La presidenta de Iberjoya Forever ha difundido una carta entre los detallistas españoles. ¿Cuál es el propósito?

Cristina Yanes ha sido muy sincera con esa carta. Se dirige a sus colegas de profesión para decirles que su objetivo es intentar liberarles de obstáculos e incrementar el consumo en las joyerías. No en otros lugares, sino en las joyerías, pero que para eso necesita su apoyo y que el Sector se una en un eje común. Que visiten el Salón para que éste se fortalezca porque si se logra eso, el consumo final también crecerá.

¿Qué significa dirigir la política sectorial en una feria?

Una institución ferial o un organizador de eventos tienen un objetivo: Rentabilizar el evento y que la logística del mismo sea eficaz. Un director de política sectorial en una feria tiene otro objetivo, establecer con la organización acciones que permitan la promoción del sector y del producto que comercializa; actuaciones como asesoramiento; realización de estudios de mercado; necesidades de las tiendas respecto a los proveedores; impulso de alianzas empresariales para una mejor competencia... Es decir, que la feria sirva como instrumento que fortalezca al sector.

■ *A pesar de que la feria se celebra el próximo mes de octubre, a fecha de hoy ya contamos con más del doble de empresas expositoras preinscritas respecto a la anterior edición*

■ *En todas las esferas de la vida hay personajes que necesitan de malas artes porque por sí mismos no pueden hacer otra cosa*

■ *No creo que compitamos con las actuales ferias que se celebran en España. Podemos coincidir en producto pero descartamos expositores cuyo producto pueda poner en riesgo a las tiendas*

■ *No nos dirigimos a otros sectores a cuyos empresarios hemos visto en muchas ferias monográficas y que no tienen relación con el producto, tales como peluquerías o restauradores*



ORGANIZA



IFEMA
Feria de
Madrid

madridjoya

Salón Internacional de Joyería y Relojería Urbanas y de Tendencia

www.madridjoya.ifema.es

20-24
SEPTIEMBRE
2017

Feria de Madrid



Nuevo récord mundial en subasta para unos pendientes con diamantes de color

Esta subasta de Sotheby's mostró que el interés por las grandes piedras no decae, tanto en incoloras, como en las gemas de color

Las piedras de color vuelven a ser protagonistas en las grandes subastas de este año y en esta ocasión han sido dos diamantes, uno azul y otro rosa tallados en forma de lágrima, los que alcanzaron en Sotheby's Ginebra la impresionante cifra de 51,7 millones de euros.

Los pendientes se ofrecieron como lotes separados en la subasta, aunque el comprador (que hasta ahora se desconoce), ha sido el mismo. La primera pieza se denomina 'Apolo' y es un diamante azul fancy intenso de 14,54 quilates de color natural y tipo IIb, sin inclusiones internas, según el certificado del GIA. Sólo este lote ya rozó los 38 millones de euros. La segunda pieza se denominaba 'Artemisa' y en este caso es un diamante de



La Leyenda, un colgante de perlas con un diamante en talla corazón de 92 quilates, se vendió por 13,5 millones de euros justo al día siguiente de los pendientes de diamantes, en la casa rival: Christie's.

color natural rosa fancy intenso y 16 quilates, con claridad VVS2 y de tipo IIa. En este caso la gema alcanzó un precio notablemente inferior pero superó los nada desdeñables 13,8 millones.

Christie's pierde el pulso

Y al día siguiente, el 17 de mayo, Christie's cerró una de sus gran-

des subastas anuales (Magnificent Jewels) cosechando un total de 85,5 millones de euros y vendiendo su pieza 'estrella': La Leyenda, un colgante de perlas con un diamante en talla corazón de 92 quilates que se vendió por 13,5 millones de euros. Con todo, la firma no logró superar los buenos resultados que el día anterior logró

Sotheby's, facturando 136 millones de euros y logrando además precio récord para los dos pendientes con diamantes de color: 51,7 millones. No obstante cabe destacar el buen estado en el que se encuentra el mercado de las piedras de color, especialmente los diamantes, con hitos destacables en la subasta de Christie's.



Un homenaje al afamado joyero Alejandro Gayubo

El pasado mes de abril falleció en Madrid el importante joyero Alejandro Gayubo, tras una trayectoria de más de 50 años en el Sector Joyero de nuestro país, afianzando una marca reconocida no sólo en España sino a lo largo del mundo. Fue un hombre conocido y reconocido en el sector joyero, que abrió su taller hace más de 50 años y le imprimió el carácter de la más alta calidad a su producto.

Joyas no sólo bonitas, bien diseñadas o con buena materia prima, sino joyas de buen diseño y magnífica hechura, lo que hace que alguien sea realmente digno de llamarse joyero como artífice de la obra.

Llevó a la joyería a las alturas en un taller hoy reconocido por disponer de un proceso artesanal meticuloso que controla de principio a fin la producción. Como todos los grandes, no olvidaremos su nombre y mucho menos sus joyas cuya elegancia correrá a cargo ahora del buen hacer de sus descendientes, sus hijas. Descanse en paz.

*Panegírico elaborado por la Asociación Española de Joyeros, Plateros y Relojeros.

Reunión entre el Colegio de Cataluña y la Asociación Nacional de Joyeros, AEJPR



La presidenta de la Asociación Española de Joyeros, Plateros y Relojeros (AEJPR), Cristina Yanes, acompañada por el vicepresidente de la entidad, José Antonio Cadarso, y su secretaria general, Giovanna Tagliavia, visitaron la

Escola JORGC de Barcelona. Los miembros de la Asociación fueron recibidos por el presidente del Colegio de Joyeros, de Orfebres, de Relojeros y de Gemólogos de Catalunya, Álex Riu, por el comisionado de Relaciones Institucionales, Francesc Fayos y por su director general, Joan Ignasi Moreu. Ambas entidades, que trabajan conjuntamente en favor del sector, han abordado temas relativos a la

normativa industrial, a la legislación específica para el fomento de la joyería y la relojería, al marco fiscal del sector, al contraste de metales preciosos, a la formación, a la incidencia en el sector de las nuevas tecnologías y a la política ferial, entre otras cuestiones.

Tras el encuentro, el presidente del JORGC, Álex Riu, ha destacado la importancia de "mantener y potenciar aún más la unidad de acción entre todas las entidades representativas del sector, tanto territoriales como relativas a cualquiera de sus subsectores". En esta línea, Riu ha explicado que el JORGC está organizando "encuentros sectoriales con las diversas secciones para recoger y canalizar sus necesidades y abordar sus retos de futuro".



Roselin abre su primera tienda en Valladolid

La cadena madrileña de joyerías y relojerías abre su primer establecimiento en Castilla León, concretamente en el centro comercial Vallsurde Valladolid. Con esta apertura suma ya 30 tiendas repartidas a lo largo de toda la península y confirma así el buen estado de su modelo de negocio, que continuará ampliándose en un futuro cercano.

El nuevo establecimiento se ubica en la planta baja del centro comercial, tiene una superficie de 60 metros cuadrados y ofrece un diseño moderno, vanguardista y luminoso, siguiendo la línea e imagen de los últimos locales de la marca.



96 AÑOS GESTIONANDO EL CICLO INTEGRAL DE METALES PRECIOSOS.



- Empresa española, integrada en el grupo Heimerle+Meule. Fundado en 1845 e implantado en 7 países europeos desde donde realiza una oferta global a nivel mundial en el ciclo integral de los metales preciosos.
- Grupo con una importante solidez financiera al estar respaldado por la fundación Possehl a la cual pertenece.
- SempsaJP garantiza la calidad de sus productos y servicios mediante un amplio abanico de certificaciones ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001.
- Disponemos de un laboratorio propio con certificación ENAC ISO 17025.
- Respetamos el medioambiente en el proceso productivo y en la comercialización. Por ello disponemos de los distintivos Ecogold y Ecosilver.
- Única empresa española que está acreditada por el LBMA y como "Gold responsible".



Córdoba

Madrid

Barcelona

Tel: 957470591
msacnchez@sempsa.jp.com

Av. de la democracia Nº 13
28031 Madrid - España
Tel: 91 382 91 23
ventas@sempsa.jp.com

Tel: 934517572
amorros@sempsa.jp.com





Rafa Nadal ya tiene su propio reloj tourbillón

Desde 2010, la firma relojera suiza Richard Mille y el tenista mallorquín Rafael Nadal han venido colaborando en el desarrollo de nuevos movimientos y, en esta ocasión, la manufactura presenta un nuevo reloj tourbillón en homenaje al reputado tenista, que presentó recientemente en nuestro país. Visto desde fuera la estética del reloj rinde homenaje a la bandera española a través de la finas capas de sílice impregnadas con resinas teñidas que se calientan a 120° para incrementar su dureza.

De hecho, este es uno de los aspectos más destacables, porque el propio mecanismo interior, el tourbillón puede aguantar presiones de hasta 10.000 gramos, según la marca. Su resistencia también se muestra en la capacidad de llegar a las 70 horas de reserva de marcha. Especialmente vívido y deportivo, este reloj, producido en una edición limitada de 50 piezas, será el nuevo aliado de Rafa en los partidos que le quedan por delante.

Tiffany & Co tendrá que abonar 370 millones de euros al Grupo Swatch

La Corte holandesa da la razón a la firma relojera en un conflicto que estalló en 2007

La joyera tendrá que abonar a Swatch 402 millones de francos suizos (algo más de 470 millones de euros) según la última sentencia dictada por el litigio que mantienen desde que hace diez años se rompiera su acuerdo de colaboración para crear una nueva línea de relojes. El grupo suizo presentó en 2011 una demanda por los perjuicios ocasionados tras su fallida *joint venture*.

La historia de este desencuentro arranca a finales de 2007 con un acuerdo de cooperación prometedor, según el cual ambas empresas habrían convenido desarrollar el proceso íntegro de negocio (diseñar, crear y distribuir) de manera conjunta los relojes producidos.

En este proceso y en base de los compromisos firmados, Grupo Swatch habría invertido millones para desarrollar, distribuir y vender relojes Tiffany en sus establecimientos y en su red mundial de minoristas independientes. Pero antes de que se lanzara la nueva gama de relojes, la compañía norteamericana decidió dar marcha atrás y retirarse del proceso, por lo que Swatch le acabó reclamando hasta 3.500 millones de euros por toda la inversión material y personal realizada hasta esa fecha.

‘Errores de forma’ al arbitrar
En primera instancia, un Tribunal de arbitraje ordenó a Tiffany en diciembre de 2013 pagar a Swatch 402 millones de francos suizos por daños y perjuicios sobre el proyecto de producción y comercialización de relojes pero, posteriormente, otro juzgado anuló ese fallo en 2015 debido al recurso de Tiffany argumentando “errores formales” acaecidos durante el proceso, que no han trascendido.

Tras el nuevo recurso de la compañía relojera, ahora la Justicia holandesa falla a favor de Swatch y estima que el grupo merecía una compensación por parte del fabricante estadounidense. Según la sentencia, “Swatch estaba convencido de que el laudo arbitral del 21 de diciembre de 2013 fue emitido correctamente y no contenía error formal” explican desde el grupo suizo.

No obstante, la odisea judicial aún está lejos de acabarse puesto que aún cabe recurso contra esta sentencia del tribunal holandés y, según fuentes de Tiffany, están dispuestos de seguir litigando, por lo que es muy posible que la sentencia definitiva no se conozca hasta el año que viene o, incluso, en 2019, según explican los expertos en legislación.



La compra de maquinaria suiza repunta un 10% en España en el mes de abril

Después de lo que parecía un respiro en la maltrecha exportación suiza tras un alza en las ventas durante el mes de marzo que ponía fin a 21 meses consecutivos de desplome, abril ha venido a acabar con esas expectativas. Y es que durante el cuarto mes del año la caída en las exportaciones de relo-

jes y movimientos del país helvético se redujo en un 5,3%, hasta los 1.500 millones de francos suizos.

Los relojes acabados en metales preciosos fueron los que más han sufrido durante el mes de junio la desaceleración de la demanda, registrándose una caída de casi el 13%. El resto de materiales tam-

bién registraron caídas en la demanda a excepción de los relojes fabricados en oro y acero, que se elevó un 6,2% en abril.

Comportamiento desigual

Los grandes mercados compradores de movimientos suizos se comportaron durante abril de forma desigual. Los dos más importantes, Hong Kong y Estados Unidos, experimentaron un severo desplome del 17% y 18% respectivamente, mientras que China, el tercero por volumen, mostró un importante alza del 29%.

España, por su parte, ha sido uno de los pocos europeos que saldó en positivo, con un incre-



Anuncio publicado en el diario estadounidense *The New York Times* y compartido a través de las redes sociales de la firma joyera.

Tiffany planta ‘cara’ al presidente Trump frente al cambio climático

La firma joyera Tiffany & Co publicó ayer un mensaje publicitario en el principal periódico de EE.UU para pedir a Donald Trump que respete los Acuerdos de París contra el cambio climático y no saque al país de ese compromiso internacional.

Se trata de un mensaje verdaderamente inusual en el sector del lujo, que por sus propias características, rara vez se inmiscuye en aspectos políticos. Pero esta vez no ha sido así y la firma joyera ha aprovechado su habitual espacio publicitario en el *New York Times* (y en sus redes sociales) para solicitar directamente al presidente norteamericano que mantenga al país en el protocolo de París para “evitar la amenaza real del cambio climático al planeta y a nuestros niños”, como reza el anuncio.

La administración estadounidense ya ha mostrado en numerosas ocasiones su falta de compromiso con este acuerdo contra el calentamiento global y desde los medios de Estados Unidos ya se habla que en la próxima reunión que el G7 llevó a cabo a finales de mayo se podría anunciar oficial-

mente la salida del país de este convenio internacional. Al cierre de esta edición la decisión aún estaba pendiente de confirmar, aunque las expectativas no son muy halagüeñas.

¿Compromiso o marketing?

No cabe duda que el anuncio ha causado sensación en las redes sociales, cosechando casi 20.000 ‘Likes’ y más de 500 comentarios a favor, aunque no faltan tampoco decenas de detractores que ven en esta acción una estrategia de marketing, más que un verdadero compromiso ambiental de la marca.

Como todos sabemos, las redes sociales y los comentarios políticos son habitualmente el caldo de cultivo para que aparezcan toda clase de opiniones, que no siempre son positivas para una marca.

De hecho, los comentarios en contra han visto en esta acción una oportunidad para la crítica, pidiendo a la firma joyera que evite entrar en comentarios políticos y dedicarse a lo que saben hacer: diseñar y vender joyería. ¿Merece la pena entrar en veredas ajenas a la propia actividad?



mento del 10,4% en las compras y un volumen de 37,7 millones de francos suizos. En el acumulado anual

también registra números ‘negros’, con un alza del 4,6% y un total de 144 millones en compras.

INCIDENCIAS EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE CATALUÑA POR TIPOLOGÍA DE DELITO Y AÑO

TOTALES	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ATRACOS	23	25	61	53	42	39	44	58	98	58	83	51	26	24	25
ESTAFAS. HURTOS Y OTROS*						24	99	109	141	151	134	96	82	121	87
REPRESENTANTES / TRANSP.	9	13	9	11	10	21	19	23	13	12	9	9	3	12	6
ROBOS CON FUERZA	45	25	49	68	49	23	74	64	77	67	57	74	48	49	29
TOTALES	77	63	119	132	101	107	236	254	329	288	283	230	159	206	147

*Hasta el año 2006, los resultados totales se contabilizaron conjuntamente con "atracos"

El año pasado se registraron en Cataluña un total de delitos contra establecimientos y profesionales del Sector Joyero y Relojero en Cataluña, agrupados entre atracos, hurtos, robos, estafas y ataques a representantes, lo que supone casi un 30% menos que los registrados en 2015, según el informe que presentó el pasado mes de mayo el Colegio de Joyeros (JORG).

Analizando los datos se muestra que las prácticas delictivas más habituales continúan siendo las estafas y hurtos que, aunque se han reducido un 28% respecto al año anterior, aún representan más de la mitad de los delitos cometidos contra el sector. En segundo lugar, por orden de incidencia, se

La siniestralidad bajó un 30% en Cataluña en 2016 aunque repunta el primer trimestre...

Por el lado negativo se encuentran los atracos y robos con violencia, ya que experimentaron un ligero incremento del 4% durante el pasado año

encuentran los robos con fuerza (sin violencia contra las personas) que han descendido más de un 40% respecto al año precedente en esta Comunidad. Por el lado negativo se encuentran los atracos y robos con violencia ya que experimentaron un ligero repunte del 4%. Por último, los ataques a

representantes de joyería y transportistas también han registrado un descenso del 50% en 2016.

Repunte al inicio de año

Los datos de 2016 contrastan con el repunte del 28% del número de ataques contra el sector joyero registrados en el primer trimestre de este año, respecto al año anterior.

Lo que preocupa especialmente es el aumento de los ataques violentos, un hecho que motiva la prioridad para la Asociación de "seguir insistiendo en la necesidad de avanzar en la prevención y en la revisión del marco legal", explicó durante la presentación de estas cifras el presidente del JORG, Álex Riu.

Las ventas de Joyería y Relojería en el comercio minorista de Cataluña ascendieron el pasado año a 346 millones de euros, lo que supuso un alza 4,5% respecto a 2015. La industria también se suma a esta mejoría con un crecimiento del 7%.

Se trata del tercer año en el que el Sector catalán muestra resultados positivos en su facturación, lo que consolida «la recuperación tras el ciclo recesivo iniciado en 2007», según explican desde el Colegio de Joyeros, JORG.

Este incremento se debe principalmente al aumento del gasto medio de cada ticket en los más de dos millones de actos de compra de joyería y relojería registrados en 2016, que llega a los 163 euros por compra. Se confirma también que

...al tiempo que consolida su recuperación económica con un alza del 4,5% en facturación

El 2016 confirmó las previsiones de una evolución de la demanda de joyería y relojería por encima de la evolución general del comercio

el cliente doméstico vuelve a ser el motor del consumo y recupera nivel de compra. **La fabricación se recupera** La industria del sector, tanto fabricantes como artesanos, sigue creciendo y aumenta un 7% respecto al año anterior, impulsada en buena medida por la internaciona-

lización y la incorporación de nuevas tecnologías. El informe constata que la industria registra "un cambio drástico de perspectiva" en los últimos tres años. Si en 2013 sólo el 16% de los fabricantes de joyería y relojería ganaba facturación, ahora un 53% ha aumentado ventas y sólo un 25% las pierde.

De cara a este ejercicio 2017, las expectativas del Sector son halagueñas, con un crecimiento de entre el 4% y el 5% en las ventas en comercio detallista y de entre el 2% y el 3% en los fabricantes, según explica el presidente del JORG. El e-commerce ha subido un poco respecto a 2015 (ahora lo realiza un 31%, y un año antes un 25%), y es una acción que quieren iniciar en breve muchos comercios.

FACTURACIÓN JOYERÍA Y RELOJERÍA 2006-2016



*En millones de euros.

Fuente: JORG

PREVISIONES DE VENTA MINORISTA PARA EL 2017



ELECO



FILATÉLICO Y NUMISMÁTICO

ORGANO OFICIAL DE FESOFI

Anuncios / EL ECO / Advertising
Publicidad@ElEcoNumismatico.com

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



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

EL ECO 70
FILATÉLICO Y NUMISMÁTICO Año LXX | Nº 1.225 | FEBRERO 2014 | 4,30 €

- Los Primeros: Aéreo
- La Onza más Bella
- Primer Certificado impreso de Astorga
- Numerario áureo en la España de Don Quijote
- Últimas Emisiones: Exfina Torremolinos
- S.S. Francisco 200 euros
- III Centenario de la Real Academia
- Miguel Ángel García, Presidente de FESOFI

El proyecto ha costado 120.000 dólares y ha sido financiado por el Instituto americano

Formación gemológica a las mineras artesanas



El GIA colabora en un proyecto piloto con una ONG en Tanzania en el que se darán nociones gemológicas a los mineros locales (especialmente a mujeres). Se trata de una guía ilustrada, disponible en idiomas inglés y swahili, que ha sido elaborada por expertos en formación del Instituto Gemológico de América y los miembros de la ONG que trabajan sobre el terreno en las zonas productoras de Tanzania. El objetivo de esta campaña es intentar que los productores locales aumenten su conocimiento general de cómo funciona esta industria para

así tratar de mejorar sus condiciones económicas y de trabajo.

Oportunidades de desarrollo
El proyecto ha costado 120.000 dólares y ha sido financiado por el Instituto americano. Por su parte, desde la ONG Pact —con sede en Washington D.C— destacan que esta nueva herramienta “ayudará a los mineros de las áreas rurales a conocer mejor la calidad y el valor del producto con el que trabajan y esto les permitirá ampliar las oportunidades para el desarrollo económico”. Porque “la información es poder y valor”, aseguran.

La cuarta entrega para conocer los nombres de las gemas

Como ya venimos desglosando a lo largo de las últimas tres ediciones y aún seguirán más, el gemólogo y director de laboratorio Manuel Llopis ofrece una nueva edición de las características de las gemas más conocidas en joyería —y otras menos— con el objetivo de vender más. Como indica el propio Llopis, el conocimiento es la base de una mayor confianza por parte de los clientes que al final siempre acaba redundando en las ventas y en la satisfacción del usuario.



COMERCIO EXTERIOR JOYERIA / ENERO - NOVIEMBRE 2015

Producto	IMPORTACION			EXPORTACION			Saldo 2015	% Cob. 2015
	2014	2015	▲ %	2014	2015	▲ %		
Perlas	528.612	265.022	-49,86	196.937	334.200	69,70	69.178,00	126,10
Diamantes	3.038.185	3.210.850	5,68	634.133	530.037	-16,42	-2.680.813,29	16,51
P.Preciosas en bruto	11.074	14.253	28,71	0	13.541	-	-712,18	95,00
Rubí , Zafiro, Esmeralda	77.907	12.545	-83,90	0	157.455	-	144.910,78	1.255,17
Otras P.Preciosas	371.425	335.813	-9,59	1.039	4.058	290,61	-331.754,50	1,21
P. Sintéticas	67.452	85.506	26,77	107.588	26.448	-75,42	-59.058,07	30,93
Polvo de gemas	301.556	197.567	-34,48	19.287	14.013	-27,34	-183.553,40	7,09
Plata	7.081.821	6.147.850	-13,19	4.342.095	27.701.490	537,98	21.553.639,55	450,59
Chapados plata	134.222	195.149	45,39	956	3.546	270,85	-191.602,85	1,82
Oro	9.586.894	28.508.456	197,37	66.070.104	118.354.822	79,14	89.846.366,94	415,16
Chapados oro	652	4.733	625,93	0	18.069	-	13.335,57	381,75
Platino	1.581.793	2.500.700	58,09	2.900.435	687.033	-76,31	-1.813.666,98	27,47
Paladio	500.243	384.463	-23,14	137.337	9.867	-92,82	-374.595,63	2,57
Rodio	46.864	52.727	12,51	79.109	85.992	-	33.264,34	163,09
Chapados platino	-	-	-	-	-	-	-	-
Chatarra M.P.	18.495.033	51.755.258	179,83	54.589.473	117.571.257	115,37	65.815.999,31	227,17
Mat. Primas	41.823.732	93.670.892	123,97	129.078.492	265.511.829	105,70	171.840.937,59	283,45
Joyería en Plata	10.484.348	7.343.577	-29,96	3.843.944	5.619.905	46,20	-1.723.672,73	76,53
Joyería en Oro	12.598.053	15.422.787	22,42	22.900.954	40.591.962	77,25	25.169.174,78	263,19
Joyería chapados	235.748	457.974	94,26	1.162.421	939.594	-19,17	481.619,58	205,16
Orfebrería Plata	690.382	676.547	-2,00	190.708	381.913	100,26	-294.634,70	56,45
Orfebrería Oro	72.120	20.789	-71,17	17.248	5.959	-65,45	-14.830,05	28,66
Orf. chapados	49.095	28.488	-41,97	125.742	285.117	126,75	256.629,07	1.000,82
Otras man. Met. Prec.	1.139.639	71.526	-93,72	36.641	372.010	915,29	300.484,60	520,11
Otras man. P. Prec.	442.026	559.139	26,49	430.001	217.459	-49,43	-341.680,03	38,89
Bisutería	16.649.752	15.165.543	-8,91	6.116.542	6.712.601	9,75	-8.452.942,21	44,26
Monedas M.P.	32.485	145.478	347,83	398.556	539.480	35,36	394.001,67	370,83
Prod. acabados	42.393.649	39.891.849	-5,90	35.222.757	55.665.999	58,04	15.774.149,98	139,54
TOTAL	84.217.382	133.562.741	58,59	164.301.249	321.177.829	95,48	187.615.087,57	240,47



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 GOLD&TIME

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)

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

Entidad Oficina D.C. Número de Cuenta

Banco:

Titular:

CIF:

Firma:

La producción mundial de plata en bruto cae por primera vez en los últimos 14 años

La demanda de plata para joyería cayó desde las 228 hasta los 207 millones de onzas el año pasado

Lastrada principalmente por una menor demanda para joyería, lingotes y monedas de inversión, la producción de plata en el mundo se redujo el año pasado un 0,6%, alcanzando los 1.007 millones de onzas* (31.317 toneladas). Aunque no se trata de un descenso acusado, lo más significativo es que su demanda no había dejado de crecer desde el año 2002.

Son datos del 'World Silver Survey' un estudio elaborado por la consultora GFMS Thomson Reuters para el Silver Institute y que muestran cómo la demanda de plata para joyería cayó desde las 228 hasta los 207 millones de onzas el año pasado, mientras que la de monedas de colección se redujo en un 9%.

Pero el descenso más acusado lo protagoniza la producción de lingotes de plata para inversión, que se desplomó en 2016 un 46%. La causa, según el informe, es la elevada caída en la demanda por parte de los consumidores indios. Al mismo tiempo el

precio medio de la plata cerró el año pasado con un alza del 9,3%, lo que supone su primer incremento desde 2011.

Descenso de México

A nivel mundial, México registró la mayor caída en la producción el año pasado (3,2%), seguido por Australia y Argentina. México fue un año más el principal productor de plata del mundo, con 186,2 millones de onzas, seguido de Perú (147,7), China (112,4), Chile (48,1) y Rusia (46,6). Sólo los tres primeros países extraen casi la mitad de la plata mundial. En contraste, España ex-

TOP 10 DE PAÍSES PRODUCTORES 2015/16

Rank	Output (Moz)			
	2015	2016		
1	1	Mexico	192.0	186.2
2	2	Peru	138.0	147.7
3	3	China	110.0	112.4
6	4	Chile	48.6	48.1
4	5	Russia	50.8	46.6
5	6	Australia	49.0	43.6
7	7	Bolivia	42.0	43.5
8	8	Poland	41.5	38.5
9	9	United States	35.0	35.4
10	10	Argentina	34.7	30.0

Los diez principales países mineros concentran el 80% de la producción mundial. Fuente: World Silver Institute.

trajo en 2016 en torno a los 1,3 millones de onzas (unas 40 toneladas de producción minera),

manteniéndose en el mismo nivel que en el año precedente. *(Onza: 31,1035 gramos).

Mercados diarios Internacionales de Metales Preciosos

Fecha	Oro		Plata		Platino	Paladio
	Londres £/oz	Madrid €/g	Londres £/oz	Madrid €/kg	Madrid €/g	Madrid €/g
FEBRERO 2017						
23.02.2017	1.173,13	42,24	17,09	741,95	36,62	28,13
24.02.2017	1.179,67	42,34	17,29	752,15	36,88	28,22
27.02.2017	1.187,41	42,76	17,38	754,45	37,50	28,33
28.02.2017	1.180,79	42,52	17,26	749,17	37,52	28,57
03.03.2017	1.168,05	42,06	16,85	731,53	36,45	28,20
07.03.2017	1.157,62	41,68	16,79	728,87	35,62	28,21
09.03.2017	1.140,64	41,07	16,28	706,90	34,67	27,76
10.03.2017	1.127,15	40,59	15,92	691,38	34,20	27,18
13.03.2017	1.132,07	40,76	16,03	696,07	34,28	27,27
15.03.2017	1.132,04	40,76	15,92	691,29	34,22	27,25
16.03.2017	1.143,24	41,17	16,24	705,28	34,66	27,64
17.03.2017	1.140,53	41,07	16,14	700,60	34,38	27,68
20.03.2017	1.146,57	41,29	16,20	703,29	34,76	27,95
21.03.2017	1.141,37	41,10	16,15	701,24	34,60	28,20
22.03.2017	1.154,76	41,58	16,22	704,29	34,57	28,14
23.03.2017	1.153,12	41,51	16,12	704,09	34,44	28,34
24.03.2017	1.150,82	41,44	16,28	706,68	34,30	28,84
27.03.2017	1.154,36	41,57	16,50	716,53	34,69	28,72
28.03.2017	1.161,19	41,81	16,84	730,21	34,26	28,43
29.03.2017	1.160,22	41,61	16,80	730,12	34,66	28,40
30.03.2017	1.160,42	41,79	16,90	733,61	34,40	28,41
31.03.2017	1.161,98	41,84	16,92	734,76	34,23	28,92

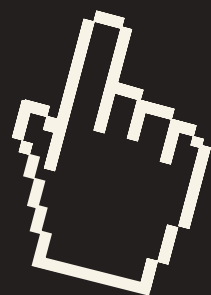
Nota: Precio en Londres: Fixing. 1 oz.= 31,1035 g. Precio Madrid Manufacturado.

© GOLD&TIME. Fuente SEMPSA JP / LBMA.

GOLD&TIME.org

and

GOLD



Gemología

Graff Diamonds se hace con un 'trozo' del Lesedi la Rhona

La firma norteamericana Graff Diamonds fue la que finalmente se hizo en subasta, la semana pasada, con un excepcional diamante en bruto de 373.72 quilates procedente de Botswana y extraído por la minera Lucara Diamond. La cantidad pagada ha sido de 17,5 millones de dólares.

Se da la circunstancia de que la piedra es un fragmento que se desprendió del emblemático diamante *Lesedi la Rhona*, extraído en noviembre de 2015 y que, con sus 1.109 quilates está considerado como el segundo mayor diamante encontrado hasta la fecha. Sin embargo, el *Lesedi la Rhona* aún no ha encontrado comprador tras una subasta fallida por la que se pedía un mínimo de 70 millones de dólares.

La producción de diamantes en bruto se incrementará casi el 12% este año

Rusia seguirá dominando la producción, con el 35% del mercado seguida de Botswana, que genera el 22% del total

La producción mundial de diamantes naturales se situará en torno a los 142 millones de quilates, que alcanzará un valor de unos 15.600 millones de dólares, según el informe publicado por el analista del Sector, Paul Zimnisky. Esta proyección se basa en el análisis de los siete primeros países productores y en las cifras que preveen las cinco grandes firmas mineras.

Esta valoración supone un incremento del 11,5% en la producción mundial de diamantes en bruto respecto al año 2016 y además estima también el aumento del 10% en el valor de estos diamantes en el mercado. Según Zimnisky, sólo las diez grandes minas en activo actualmente producen el 58% de

los diamantes que circulan anualmente en el mercado. Y un ejemplo, la mina Jwaneng de De Beers en Botswana produce el 15% de los diamantes del mundo en términos de valor. Pero cuando se trata de producción en bruto, el analista estima que Rusia seguirá dominando el mercado mundial, ya que representa el 35% de la producción total de diamantes calidad gema. Al gigante ruso le siguen Botswana (22%); Canadá (14%); Angola (8%); Sudáfrica (7%); Namibia (5%), y Australia, con el 3%.

Rusia

La mina Jubileo de Alrosa se estima producirá 9,2 millones de quilates por valor de 1.400 millones de

dólares en 2017 a un 9% de la producción mundial de diamantes por valor. La mina Grib, propiedad de Lukoil, tendrá una producción aproximada de más de 4 millones de quilates y un valor de más de 350 millones de dólares.

Botswana

La mina de Jwaneng, propiedad de De Beers, es "posiblemente la mina de diamantes más valiosa en el mundo" sostiene Zimnisky, y junto a Orapa, representan el 92% de la producción de diamantes de la nación por valor.

Canadá

"La nación con más activos de futuro en la escena mundial del dia-

mante", tiene cinco minas a plena producción actualmente. Dos de ellos, Gahcho Kué y Fox, se estima que producirán 4,5 millones de quilates por valor de 500 millones de dólares este año.



La mina Jwaneng es la más valiosa del mundo por calidad.

OPINIÓN / GEMOLOGÍA

Conocer el nombre de las gemas para vender más (IV)



MANUEL LLOPIS

Con esta entrega terminamos con los nombres de las variedades de piedras transparentes más importantes.

Espodúmenas

Son un silicato de litio y aluminio, $\text{LiAl}(\text{SiO}_3)_2$, cristalizan en el sistema monoclinico con una dureza 6,5-7 en la escala de Mohs. Es sensible a la temperatura, hay que tener cuidado con el soplete de joyero, mejor no soldar con ella engastada. Tiene fácil exfoliación con lo que hay que tener cuidado al engastar y con los golpes. Sus variedades son:

***Espodúmena incolora** grisácea, también llamada Trifana.

***Espodúmena noble**, incolora, amarillo claro, amarillo.

***Kunzita**, la variedad de color rosa (papel), rosa lila o violáceo. Muy apreciada en joyería. Su nombre se debe a G. F. Kunz, mineralogista americano que la describió por primera vez en 1902. Habitual de Brasil y Madagascar

***Hiddenita**, descubierta por W. E. Hidden otro mineralogista americano en 1879 en Carolina del Norte. De color amarillo verdoso, verde amarillento, verde guisante hasta

un verde parecido al de la esmeralda. Su color verdoso es debido al cromo y el amarillento al hierro. También se encuentra en Brasil, Madagascar y Afganistán. Se puede confundir con Peridot, Granates demantoides, Crisoberilos y Turmalinas

Olivino, Crisolita o Peridoto

Cristaliza en el sistema rómbico. Es un silicato de magnesio y hierro $(\text{Mg,Fe})_2\text{SiO}_4$. Es precisamente el hierro el cromóforo al que debe su color verde oliva, de aquí su nombre Olivino. De dureza 6,5-7 de Mohs. Es sensible al ácido sulfúrico. Es una piedra frágil, hay que tener cuidado al engastar. Se encuentran los más bonitos en el mar Rojo isla Zebirget y en Birmania, también en Brasil, Australia, Noruega, entre otros. Se confunde con los Granates demantoides, Crisoberilos, Turmalinas y Topacios entre otros.

***Crisolito** es el nombre de las variedades amarillo oro.

***Peridoto u Olivino** es el nombre de las piedras de color verde oliva, verde pistacho y verde oscuro.

Zoisita, Thulita o Saualpita

El nombre de Zoisita se debe al barón von Zois de Thule, inicialmente Saualpita porque se encontró por primera vez en Saualpe Carintia. Cristaliza en el sistema rómbico, tiene una dureza de 6,5-7 de Mohs. Es un ortosilicato de aluminio y calcio. $\text{HCa}_2\text{Al}_3\text{Si}_3\text{O}_{13}$ Es una piedra frágil, ¡cuidado al engastar! La variedad transparente más apreciada en joyería es:

***Zoisita azul**, conocida como **Tanzanita**. Su nombre fue propuesto por el joyero Tiffany. Aunque fue descubierta en 1967 por el sastre Manuel de Souza en Tanzania. Con un pleocroísmo marcado azul zafiro, púrpura y verde salvia según la dirección en la que se observe. Es sensible al calor, de hecho calentada a 400°-500° desaparecen los tonos pardos y amarillentos y se intensifica el azul.

***Zoisita** propiamente dicha, de colores pardo claro, incoloras, amarillo verde y rosas.

***Thulita**, de color rojo y aspecto granular.

Andalucita

Es un silicato de aluminio, $\text{Al}_2\text{O}_3\text{SiO}_2$. su nombre es evidente que proviene de Andalucía, especialmente en Almería, aunque también se encuentran calidades gema en Brasil, en los Alpes, en el Tirol, Sajonia. Tiene una dureza de 7,5 de Mohs y cristaliza en el sistema rómbico.

***Andalucita** tiene un intenso pleocroísmo que le da una belleza especial, tonos amarillos, rojizos y verde oliva en la misma piedra, según en la dirección en que se observe. No es muy conocida en las joyerías, no entiendo el por qué, me imagino que su desconocimiento general. Es una piedra de coleccionistas.

***Quiastolita** es la variedad opaca de Andalucita que presenta unas inclusiones de pizarra arcillosa que si se tallan en perpendicular al eje largo del prisma se aprecia una cruz.

Cordierita

Descubierta por el geólogo Cordier, también conocida como Iolita, Dicroíta y Zafiro de Agua. Cristaliza en el sistema rómbico y tiene una dureza de 7 - 7,5 de Mohs. Es un silicato de aluminio, magnesio y hierro $\text{Mg}_2\text{Al}_3(\text{AlSi}_5\text{O}_{18})$. Se encuentran en Birmania, Brasil, Sri Lanka, India.

***Iolita** es el nombre más popular de las piedras azuladas. Presenta un fuerte dicroísmo marcado, azul oscuro violáceo, azul claro grisáceo según la dirección en que la observes. Por eso también el nombre Dicroíta. Es esta cualidad que la diferencia de las amatistas, ya que éstas no presentan este dicroísmo marcado.

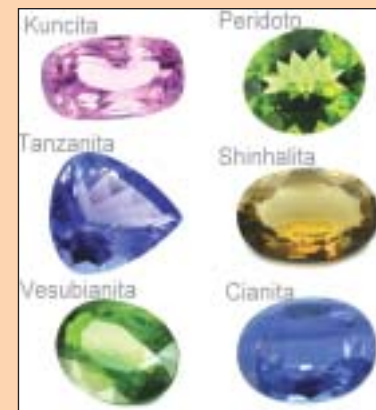
Vesubiana

Su etimología procede del Vesubio, material volcánico. También en Siberia, Canadá, Noruega. Cristaliza en el sistema tetragonal, tiene una dureza de 6,5 de Mohs. Su composición química es Silicato de cuarzo, aluminio y hierro.

***Vesubianita**, o también Idocrasa de colores verde amarillento "Gemas de Venus", verde fuerte con matiz pardo, verde claro hierba, verde oliva con zonas amarillentas. Hay variedades microcristalinas que no menciono aquí.

Sinhalita

Cristaliza en el sistema rómbico. Es un borato de hierro, aluminio y magnesio. Dureza de 6,5 de Mohs.



***Sinhalita** de color amarillo pardo, pardo verdoso, verde oliva. Hasta hace poco se consideraba un Olivino, pero sus constantes son diferentes. Es una piedra de colección poco conocida. Se encuentra en Sri Lanka, Siberia, Birmania.

Kornerupina

Cristaliza en el sistema rómbico. Es un silicato de magnesio y aluminio. Tiene una dureza de 6,5 de Mohs.

***Kornerupina o Cornerupina**, de color verde, verde pardo, verde oliva. Exfoliación perfecta y ¡ojo al engastar!, se puede partir fácilmente.

Cianitas

Cristalizan en el sistema triclinico. Silicato de Aluminio. De dureza entre 4,5 y 7 según la dirección cristalográfica. Frágil

***Kyanita o Distena**, azul intenso, azul verdoso.

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.

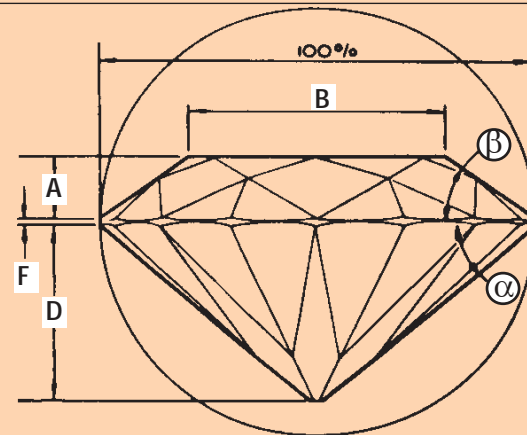
Existe también la nomenclatura Hong Kong: D=100, E=99, etc. y E.G.I. (D=0+, E=0, F=1+, G=1, H=2, etc.)

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
Mèle	0,07 ct - 2,7 mm 0,08 ct - 2,9 mm 0,09 ct - 3,0 mm 0,10 ct - 3,0 mm 0,12 ct - 3,2 mm	Cinco por quilate	Medio quilate	0,40 ct - 4,8 mm 0,42 ct - 4,9 mm 0,45 ct - 5,0 mm 0,50 ct - 5,2 mm 0,55 ct - 5,4 mm
		Cuatro por quilate	0,25 ct - 4,1 mm 0,30 ct - 4,3 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.
		Tres por quilate	0,35 ct - 4,5 mm 0,37 ct - 4,6 mm	

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: JULIO 2017
BASE: 20.157 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€ = 1,12 \$

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3
0,30-0,36 CT.	D	3.284	2.539	2.441	2.353	2.255	2.039	1.863	1.201	882	686
	E	2.402	2.353	2.186	2.132	2.118	1.863	1.765	1.127	833	662
	F	2.279	2.255	2.078	2.010	1.873	1.824	1.735	1.059	784	613
	G	2.181	2.157	2.029	1.873	1.853	1.765	1.642	1.029	735	588
	H	2.108	2.059	1.961	1.824	1.789	1.691	1.471	1.000	686	539
	I	1.990	1.951	1.912	1.765	1.637	1.588	1.392	956	637	490
	J	1.882	1.784	1.716	1.647	1.549	1.471	1.343	922	588	441
	K	1.397	1.373	1.176	1.098	1.078	1.005	922	686	539	417
	L	1.152	1.078	1.029	980	951	882	784	637	490	392
	M	980	931	902	873	809	784	755	588	441	343

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3
0,37-0,43 CT.	D	3.848	3.333	3.039	2.745	2.353	2.059	1.961	1.201	907	784
	E	3.137	2.941	2.814	2.598	2.206	2.029	1.897	1.049	858	686
	F	2.941	2.745	2.549	2.451	2.127	1.980	1.863	1.029	784	637
	G	2.814	2.696	2.422	2.206	2.000	1.863	1.784	971	760	564
	H	2.500	2.451	2.324	2.059	1.833	1.740	1.618	931	711	539
	I	2.255	2.157	1.961	1.863	1.667	1.618	1.422	902	662	490
	J	1.936	1.863	1.691	1.667	1.569	1.520	1.373	853	637	466
	K	1.765	1.667	1.471	1.373	1.275	1.103	1.005	735	588	441
	L	1.686	1.461	1.441	1.275	1.078	1.005	882	686	564	417
	M	1.275	1.201	1.147	1.029	980	907	833	637	515	368

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3
0,44-0,49 CT.	D	4.167	3.647	3.422	3.137	2.725	2.353	2.265	1.397	980	809
	E	3.725	3.431	3.137	2.745	2.667	2.275	2.250	1.299	882	711
	F	3.333	3.235	2.843	2.647	2.412	2.118	1.961	1.225	833	662
	G	3.137	2.941	2.745	2.549	2.353	2.039	1.814	1.127	784	588
	H	2.843	2.647	2.451	2.343	2.275	1.873	1.686	1.029	735	564
	I	2.353	2.206	2.255	2.108	2.000	1.814	1.569	980	686	515
	J	2.083	1.961	1.814	1.716	1.618	1.544	1.422	931	662	490
	K	1.789	1.667	1.539	1.422	1.299	1.245	1.201	858	637	466
	L	1.716	1.490	1.471	1.324	1.176	1.078	1.029	833	588	441
	M	1.324	1.225	1.176	1.078	1.005	980	931	735	564	392

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3
0,50-0,69 CT.	D	6.824	5.392	4.627	4.078	3.627	3.137	2.549	1.961	1.716	833
	E	4.902	4.510	4.118	3.922	3.480	2.941	2.451	1.789	1.471	735
	F	4.510	4.118	3.824	3.725	3.402	2.618	2.304	1.716	1.441	686
	G	4.412	4.020	3.529	3.431	3.039	2.451	1.961	1.593	1.275	637
	H	3.627	3.529	3.137	2.990	2.696	2.206	1.882	1.520	1.245	588
	I	3.431	3.039	2.941	2.549	2.353	1.931	1.765	1.441	980	564
	J	2.794	2.745	2.451	2.206	1.961	1.740	1.642	1.324	956	539
	K	2.255	2.157	2.083	1.863	1.691	1.520	1.441	1.201	833	515
	L	2.108	1.765	1.667	1.637	1.471	1.294	1.225	1.078	809	490
	M	1.882	1.569	1.471	1.392	1.373	1.275	1.029	980	662	441

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3
0,70-0,89 CT.	D	7.755	6.373	5.735	4.902	4.706	4.216	3.627	2.451	1.863	1.078
	E	5.980	5.882	5.147	4.863	4.510	3.824	3.451	2.353	1.667	1.029
	F	5.490	5.294	4.902	4.706	4.216	3.725	3.333	2.255	1.588	882
	G	5.000	4.510	4.314	4.020	3.863	3.451	3.127	2.225	1.569	833
	H	4.608	4.412	4.020	3.598	3.480	3.294	2.941	2.108	1.294	784
	I	3.946	3.676	3.627	3.333	3.216	2.941	2.451	1.961	1.225	735
	J	2.941	2.843	2.745	2.451	2.353	2.431	2.157	1.765	1.078	686
	K	2.745	2.402	2.304	2.191	2.059	1.961	1.667	1.324	809	637
	L	2.157	1.961	1.912	1.833	1.716	1.667	1.520	1.225	784	588
	M	1.961	1.863	1.789	1.618	1.520	1.471	1.324	1.029	775	539

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3
0,90-0,99 CT.	D	10.588	10.196	8.157	6.814	5.882	5.515	4.961	3.529	2.353	1.275
	E	9.804	8.029	7.843	6.275	5.735	5.127	4.608	3.333	2.255	1.176
	F	8.627	7.500	7.010	5.784	5.515	4.804	4.265	3.304	2.108	1.078
	G	7.157	7.059	6.078	5.382	4.990	4.598	3.922	3.137	1.961	1.029
	H	6.510	5.627	5.176	4.863	4.657	4.181	3.627	3.039	1.863	980
	I	5.196	4.824	4.333	4.235	4.039	3.799	3.373	2.941	1.765	931
	J	5.098	4.039	3.990	3.696	3.510	3.333	2.980	2.353	1.667	882
	K	4.216	3.667	3.554	3.216	3.059	2.941	2.843	1.863	1.618	833
	L	3.382	3.235	3.137	2.941	2.647	2.255	2.059	1.667	1.471	760
	M	2.745	2.647	2.353	2.255	2.157	2.029	1.784	1.520	1.225	686

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

GOLD&TIME.org



DIAMANTES TALLA PERILLA

Precios en *Euros/quilate*

1€ = 1,12\$

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,30-0,36 CT.	D	2.451	2.353	2.157	1.961	1.667	1.471	1.275	980	735	588
	E	2.353	2.255	2.059	1.765	1.471	1.373	1.250	882	711	539
	F	2.255	1.961	1.765	1.569	1.373	1.275	1.201	784	662	490
	G	1.961	1.863	1.569	1.471	1.275	1.225	1.176	735	588	466
	H	1.667	1.569	1.373	1.275	1.225	1.176	1.029	711	539	417
	I	1.373	1.275	1.176	1.127	1.078	1.029	980	662	490	392
	J	1.176	1.029	980	956	907	882	784	539	417	368
	K	980	931	882	833	784	735	686	515	368	343
	L	833	784	711	686	662	613	564	490	343	319
	M	735	637	613	564	539	515	466	392	319	294

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,37-0,44 CT.	D	2.843	2.647	2.549	2.255	1.961	1.765	1.569	1.078	858	686
	E	2.647	2.549	2.353	2.157	1.863	1.667	1.471	980	784	588
	F	2.549	2.353	2.157	1.961	1.765	1.569	1.373	882	735	539
	G	2.353	2.157	2.059	1.863	1.667	1.471	1.275	784	711	515
	H	2.157	1.863	1.765	1.667	1.569	1.373	1.176	760	662	490
	I	1.667	1.569	1.471	1.373	1.275	1.176	1.078	686	613	466
	J	1.471	1.373	1.275	1.176	1.078	980	931	637	564	441
	K	1.176	1.078	980	956	931	907	809	588	441	368
	L	980	882	833	784	760	662	613	539	343	343
	M	735	686	662	637	613	564	490	392	319	319

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,45-0,49 CT.	D	3.137	2.843	2.745	2.549	2.353	2.157	1.765	1.275	980	833
	E	2.843	2.745	2.549	2.353	2.255	2.059	1.667	1.225	931	784
	F	2.647	2.549	2.353	2.255	2.157	1.961	1.618	1.176	882	760
	G	2.549	2.353	2.255	2.157	2.059	1.765	1.471	1.078	809	686
	H	2.255	2.157	2.059	1.961	1.863	1.667	1.373	980	784	662
	I	1.863	1.814	1.765	1.667	1.569	1.471	1.275	931	735	588
	J	1.667	1.569	1.471	1.373	1.275	1.176	1.078	833	662	564
	K	1.373	1.275	1.225	1.176	1.127	1.029	907	784	588	490
	L	1.176	1.078	1.029	980	882	833	784	637	490	392
	M	833	784	760	735	686	588	515	441	392	343

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,50-0,69 CT.	D	3.922	3.284	3.039	2.618	2.588	2.255	2.255	1.569	1.176	882
	E	3.039	2.941	2.745	2.353	2.328	2.206	2.157	1.471	1.078	833
	F	2.941	2.647	2.451	2.206	2.059	1.961	1.912	1.373	980	784
	G	2.333	2.255	2.206	2.157	1.912	1.814	1.765	1.275	931	735
	H	2.206	2.157	2.029	1.961	1.765	1.716	1.637	1.176	907	686
	I	2.059	1.980	1.863	1.765	1.716	1.667	1.569	1.078	882	637
	J	1.765	1.667	1.618	1.569	1.471	1.422	1.373	980	784	613
	K	1.569	1.471	1.373	1.324	1.275	1.225	1.176	882	686	564
	L	1.275	1.176	1.078	1.029	980	956	882	686	588	441
	M	931	882	858	784	760	735	637	490	441	368

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,70-0,89 CT.	D	5.294	4.412	4.118	3.676	3.578	3.235	2.647	1.716	1.275	980
	E	4.088	3.922	3.765	3.529	3.451	2.941	2.500	1.618	1.078	931
	F	4.020	3.892	3.627	3.431	3.373	2.843	2.059	1.569	1.029	882
	G	3.627	3.431	3.333	3.216	3.137	2.647	1.961	1.471	980	833
	H	3.284	3.039	2.941	2.843	2.353	2.255	1.863	1.422	956	809
	I	3.235	2.696	2.549	2.500	2.304	1.961	1.765	1.373	931	735
	J	2.745	2.353	2.304	2.255	2.206	1.863	1.667	1.275	907	711
	K	2.402	2.059	2.010	1.961	1.863	1.765	1.618	1.176	882	686
	L	1.863	1.667	1.618	1.569	1.471	1.422	1.373	1.029	735	539
	M	1.275	1.225	1.176	1.127	1.078	1.029	980	784	637	490

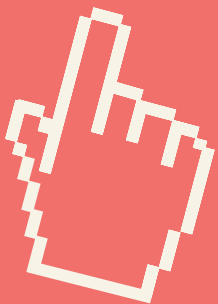
		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,90-0,99 CT.	D	7.647	6.373	5.569	5.000	4.240	4.118	3.382	2.059	1.618	1.078
	E	6.471	5.559	4.804	4.608	3.936	4.020	3.127	1.961	1.471	1.029
	F	5.196	4.853	4.706	4.235	3.873	3.627	2.951	1.863	1.373	980
	G	4.706	4.706	4.510	4.059	3.794	3.529	2.843	1.765	1.275	931
	H	4.206	3.922	3.725	3.647	3.431	2.765	2.696	1.667	1.225	882
	I	3.529	3.431	3.235	3.137	2.941	2.647	2.549	1.618	1.176	809
	J	3.235	2.941	2.843	2.745	2.647	2.451	1.961	1.324	1.127	784
	K	2.451	2.353	2.255	2.157	2.059	1.961	1.765	1.275	980	735
	L	2.059	1.961	1.863	1.765	1.667	1.569	1.471	1.078	882	637
	M	1.569	1.471	1.373	1.324	1.275	1.176	1.078	931	735	539

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



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.

INFORME

Las ventas de joyería en oro destacan sobre el resto, aunque joyería y orfebrería en plata también crecen con intensidad.

La demanda de plata impulsa las importaciones el oro se beneficia de la caída en los precios

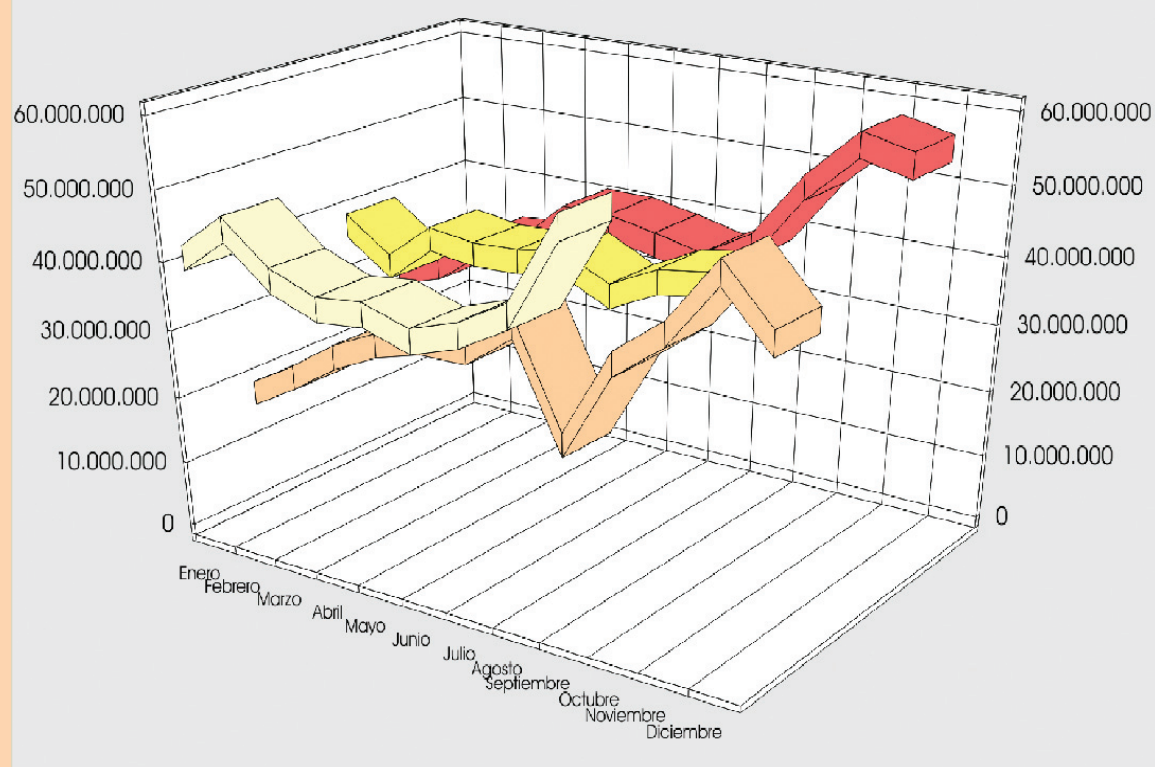
Las importaciones de joyería en plata siguen manteniendo un buen ritmo de crecimiento, de modo que superan ampliamente, no ya las de 2014 sino incluso las del ejercicio anterior. Las de oro, por

el contrario, acusan el descenso en el volumen y en los precios, descendiendo ligeramente en la recta final del año. Aunque en términos interanuales sólo el oro refleja un crecimiento

puntual, el acumulado del año sigue mostrando la subida en los precios del resto de metales preciosos, lo que se refleja en los volúmenes de importación, al igual que sucede con los chapados.

Aunque la mayoría de las importaciones de productos acabados de joyería muestran leves retrocesos durante el mes de junio, ya que cae el volumen de compras de casi todos los productos, el buen comportamiento de la demanda externa, que crece el 53,3%, consigue cerrar el mes en positivo. Las ventas de joyería en oro destacan sobre el resto, aunque joyería y orfebrería en plata también crecen con intensidad. En cualquier caso, en el conjunto del año, las caídas acumuladas alcanzan ya el rango del 34 y el 12% respectivamente, en importaciones de oro y plata poniendo en evidencia que se trata en realidad de transformaciones y manufacturas del metal. Ha habido meses con significativas subidas, pero en en realidad son ajenas al sector joyero mismo, y con más intensidad si cabe ocurre con el platino, y con algo menos para la plata. El precio de éste sin duda influye también pero aún así, se sigue registrando un notable incremento de la joyería terminada realizada en este metal.

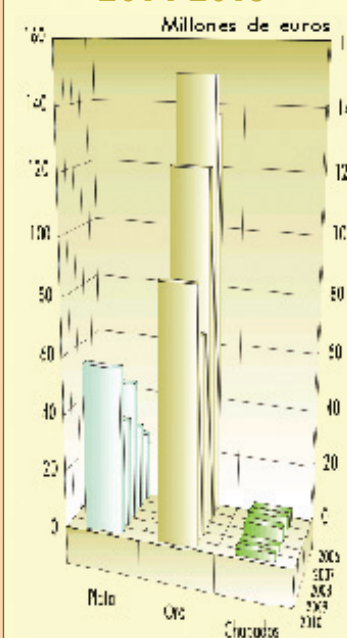
BALANZA EXTERIOR JOYERIA. ENERO - NOVIEMBRE 2015



Fuente: Dirección General de Aduanas.

© GOLD TIME

IMPORTACION JOYERIA ENERO-NOVIEMBRE 2014-2015



Fuente: AEAT - DGA © GOLD TIME

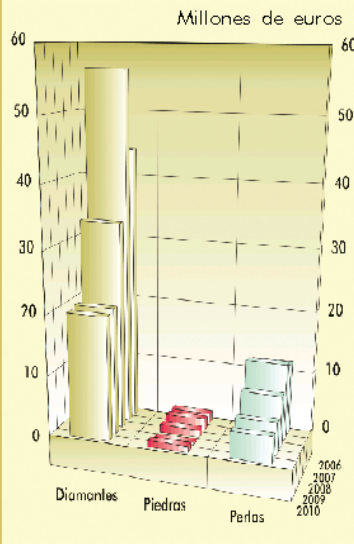
Las importaciones de joyería en plata siguen manteniendo un buen ritmo de crecimiento en diciembre.

COMERCIO EXTERIOR JOYERIA / ENERO - DICIEMBRE 2015

Producto	IMPORTACION			EXPORTACION			Saldo 2015	% Cob. 2015
	2014	2015	▲ %	2014	2015	▲ %		
Perlas	528.612	265.022	-26,86	196.937	334.200	69,70	69.178,00	126,10
Diamantes	3.038.185	3.210.850	5,68	634.133	530.037	-16,42	-2.680.813,29	16,51
P.Preciosas en bruto	11.074	14.253	68,71	0	13.541	-	-712,18	95,00
Rubí , Zafiro, Esmeralda	77.907	12.545	-43,90	0	157.455	-	144.910,78	1.255,17
Otras P.Preciosas	371.425	335.813	-9,59	1.039	4.058	290,61	-331.754,50	1,21
P. Sintéticas	67.452	85.506	26,77	107.588	26.448	-75,42	-59.058,07	30,93
Polvo de gemas	301.556	197.567	-34,48	19.287	14.013	-27,34	-183.553,40	7,09
Plata	7.081.821	6.147.850	-13,19	4.342.095	27.701.490	537,98	21.553.639,55	450,59
Chapados plata	134.222	195.149	45,39	956	3.546	270,85	-191.602,85	1,82
Oro	9.586.894	28.508.456	197,37	66.070.104	118.354.822	79,14	89.846.366,94	415,16
Chapados oro	652	4.733	625,93	0	18.069	-	13.335,57	381,75
Platino	1.581.793	2.500.700	58,09	2.900.435	687.033	-76,31	-1.813.666,98	27,47
Paladio	500.243	384.463	-23,14	137.337	9.867	-92,82	-374.595,63	2,57
Rodio	46.864	52.727	12,51	79.109	85.992	-	33.264,34	163,09
Chapados platino	-	-	-	-	-	-	-	-
Chatarra M.P.	18.495.033	51.755.258	145,83	54.589.473	117.571.257	115,37	65.815.999,31	227,17
Mat. Primas	41.823.732	93.670.892	123,97	129.078.492	265.511.829	105,70	171.840.937,59	283,45
Joyería en Plata	10.484.348	7.343.577	29,96	3.843.944	5.619.905	46,20	-1.723.672,73	76,53
Joyería en Oro	12.598.053	15.422.787	22,42	22.900.954	40.591.962	77,25	25.169.174,78	263,19
Joyería chapados	235.748	457.974	94,26	1.162.421	939.594	-19,17	481.619,58	205,16
Orfebrería Plata	690.382	676.547	4,00	190.708	381.913	100,26	-294.634,70	56,45
Orfebrería Oro	72.120	20.789	-41,17	17.248	5.959	-65,45	-14.830,05	28,66
Orf. chapados	49.095	28.488	-41,97	125.742	285.117	126,75	256.629,07	1.000,82
Otras man. Met. Prec.	1.139.639	71.526	-73,72	36.641	372.010	915,29	300.484,60	520,11
Otras man. P. Prec.	442.026	559.139	26,49	430.001	217.459	-49,43	-341.680,03	38,89
Bisutería	16.649.752	15.165.543	-8,91	6.116.542	6.712.601	9,75	-8.452.942,21	44,26
Monedas M.P.	32.485	145.478	247,83	398.556	539.480	35,36	394.001,67	370,83
Prod. acabados	42.393.649	22.891.849	53,70	35.222.757	45.665.999	31,04	15.774.149,98	139,54
TOTAL	84.217.382	113.562.741	58,59	164.301.249	331.177.829	95,48	187.615.087,57	240,47

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

IMPORTACION GEMAS ENERO-NOVIEMBRE 2006-2015

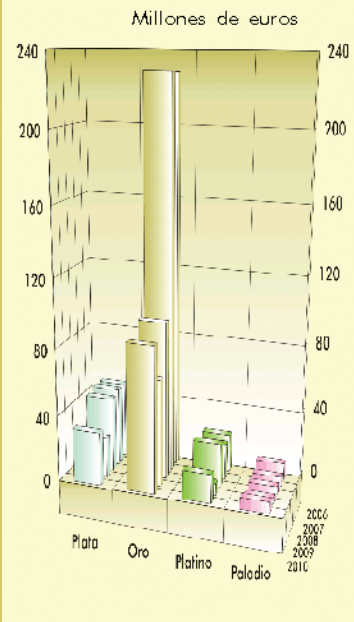


Fuente: AEAT - DGA © GOLD TIME

Bajada notable en la importación de gemas

Las importaciones de gemas siguen su tendencia negativa y ya bajan en su conjunto un 28% con respecto al mismo periodo del año pasado. El mayor descenso fue el sufrido por las piedras, que bajaron un 36%, seguidas de cerca por las perlas que lo hicieron en un 34%, y por último, los diamantes, que cayeron hasta el 15% en su compra.

IMPORTACION METALES ENERO-NOVIEMBRE 2006-2015



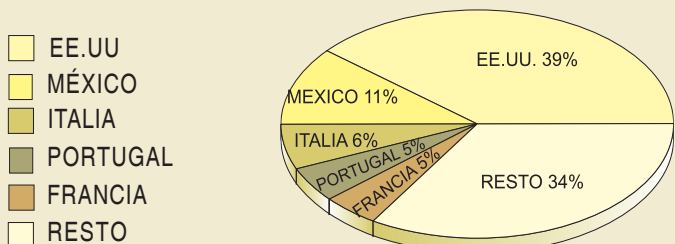
Fuente: AEAT - DGA © GOLD TIME

Crece la exportación de los metales preciosos

De nuevo las exportaciones de todos los metales preciosos crecieron en noviembre, en parte por el alza continua de sus precios internacionales, y en parte también, sobre todo en el caso de la plata, por un crecimiento en su demanda. Este metal es el que registra un alza mayor en tasa mensual, multiplicando por diez a cifra de 2011, y llevando su crecimiento del acumulado hasta el 32%.

COMERCIO EXTERIOR DE JOYERIA ENERO-NOVIEMBRE 2015

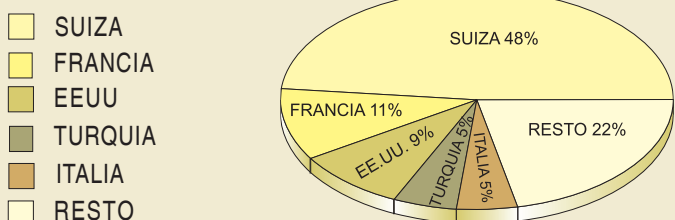
EXPORTACIONES



Joyería en plata: 29.771.861 euros

Crece la exportación de joyería de plata

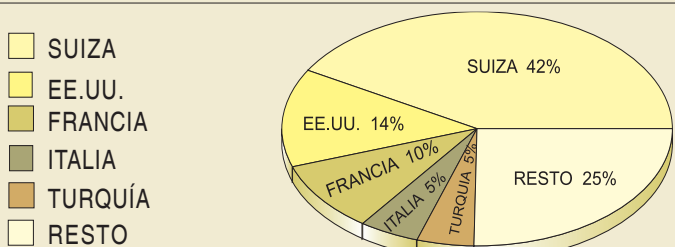
La exportación de joyería en plata crece en más de dos millones de euros en el acumulado enero-noviembre respecto al mismo periodo del año pasado, donde apenas alcanzaba la cifra de los 27 millones en ventas. Estados Unidos acapara el 38% del mercado comprador, a mucha distancia del resto de países.



Joyería en oro: 168.884.768 euros

Aumento significativo en joyería de oro

La exportación de joyería de oro crece en 62 millones de euros y un 36,75% en el acumulado enero-noviembre respecto del mismo periodo del año pasado. Si nos fijamos en el mes vemos que la subida respecto a julio del año pasado es aún mayor, ya que casi dobla la cifra de ventas, 99,68% superior.



Total joyería: 198.656.629 euros

Los metales siguen con su crecimiento

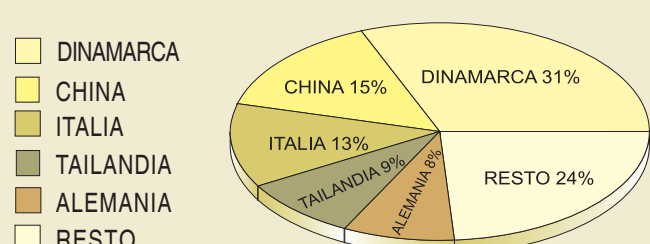
El conjunto de las exportaciones de metales ha subido en casi 65 millones de euros en lo que va de año, siendo el oro el que más aporta a este incremento con casi el 99% del valor de todo lo vendido gracias al fuerte incremento que ha tenido en noviembre. Suiza ocupa el primer puesto en el total.

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

JOYERIA EN ORO	EUROS	%
UNION EUROPEA	38.554.393	22,83
RESTO EUROPA	95.437.023	56,51
AMERICA NORTE	15.477.560	9,16
AMERICA CENTRO Y SUR	5.736.248	3,40
ORIENTE MEDIO	3.262.988	1,93
ASIA Y OCEANIA	10.070.646	5,96
AFRICA Y VARIOS	345.910	0,20
TOTAL	168.884.768	100,00

JOYERIA EN PLATA	EUROS	%
UNION EUROPEA	7.286.036	25,79
RESTO EUROPA	2.961.941	10,48
AMERICA NORTE	9.983.686	35,34
AMERICA CENTRO Y SUR	5.397.993	19,11
ORIENTE MEDIO	263.443	0,93
ASIA Y OCEANIA	1.964.270	6,95
AFRICA Y VARIOS	393.424	1,39
TOTAL	28.250.793	100,00

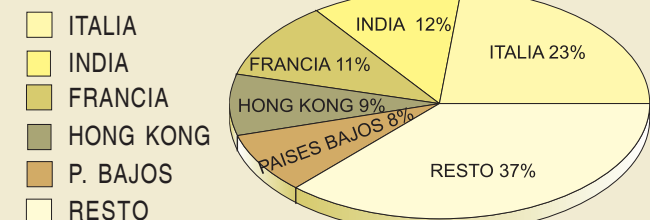
IMPORTACIONES



Joyería en plata: 52.571.478 euros

Dinamarca importa un tercio de joya en plata

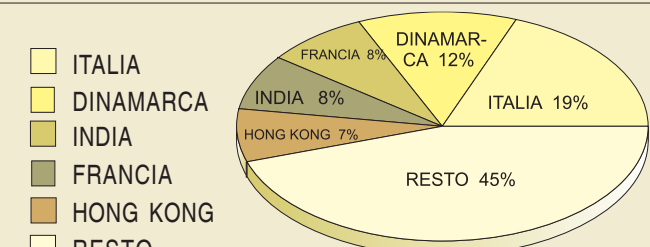
La importación de joyería en plata crece de manera considerable si la comparamos con los datos del mismo periodo del año anterior. En concreto la subida es de 3.487.876 millones de euros, si bien es cierto que viene de un 2010 que fue el peor año en mucho tiempo. Dinamarca acapara el 33% de esa importación.



Joyería en oro: 91.205.659 euros

Cierta recuperación en la joyería de oro

La importación de joyería de oro crece 13 millones de euros en el acumulado, respecto al mismo periodo del pasado año, lo que supone un aumento de ventas del 14,26%. En lo que se refiere a julio, no se puede decir lo mismo, ya que registra un retroceso del 3,91% en comparación a noviembre del año pasado.



Total joyería: 143.957.136 euros

Ascenso de la importación de metales

El conjunto de las importaciones de metales ha tenido una subida de algo más de 14 millones y medio de euros en lo que va de año. El oro es el metal que "tira" de las importaciones al ser el 73% del total de lo comprado en metales en lo que va de año. Italia sigue siendo nuestro mayor vendedor de metales.

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

JOYERIA EN ORO	EUROS	%
UNION EUROPEA	46.480.834	50,96
RESTO EUROPA	12.303.669	13,49
AMERICA NORTE	2.151.616	2,36
AMERICA CENTRO Y SUR	140.893	0,15
ORIENTE MEDIO	136.353	0,15
ASIA Y OCEANIA	27.249.891	29,88
AFRICA Y VARIOS	2.742.403	3,01
TOTAL	91.205.659	100,00

JOYERIA EN PLATA	EUROS	%
UNION EUROPEA	31.498.727	59,71
RESTO EUROPA	1.005.608	1,91
AMERICA NORTE	666.695	1,26
AMERICA CENTRO Y SUR	634.565	1,20
ORIENTE MEDIO	322.951	0,61
ASIA Y OCEANIA	18.123.176	34,36
AFRICA Y VARIOS	499.755	0,95
TOTAL	52.751.478	100,00

Nota: Al cierre de la Edición, datos correspondientes al mes de Noviembre.

INFORME

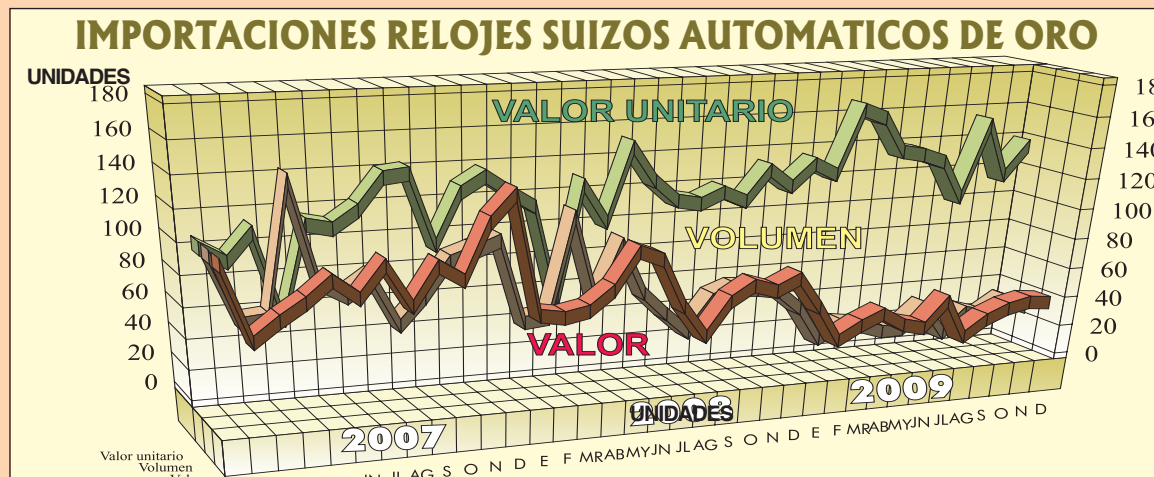
Los relojes de alta gama siguen recortando en el mes de octubre su entrada, ligeramente más acelerada que en meses precedentes

Las importaciones de relojería de gama media y baja siguen mejorando en valor aunque se detectan algunos altibajos

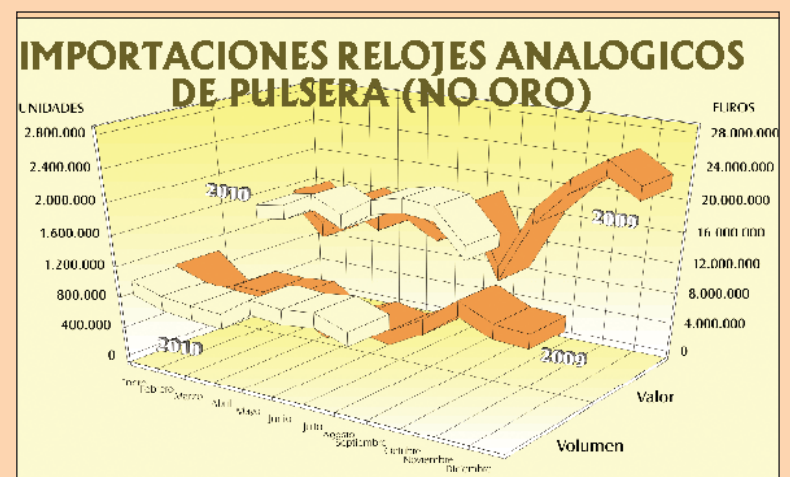
Pese a la mayor inactividad, noviembre no trajo grandes cambios a la tendencia de la importación de relojería. La gama media-baja, por no decir baja directamente, continuó presentando importantes alzas con respecto a los mínimos de 2014, y con

mayor incidencia en el valor, también gracias a la firmeza del dólar en esos momentos. La gama media, representada por los automáticos de acero también mejoró, aunque, siguiendo la tendencia de meses anteriores, a costa de bajar sensible-

mente el valor unitario de los mismos en ese mes. Por su parte, la gama más alta sigue resintiéndose de la caída del consumo y vuelve a ver bajar sus importaciones en agoto, tanto en volumen como en valor, aunque en una proporción algo inferior.



*Datos de Noviembre no disponibles al cierre de la edición.



COMERCIO EXTERIOR RELOJERIA. ENERO-NOVIEMBRE 2015

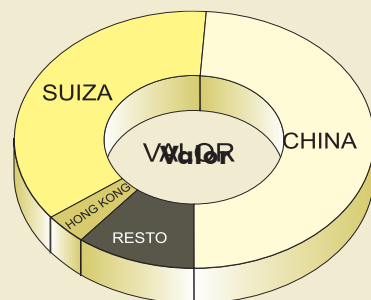
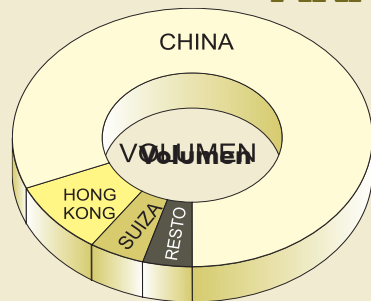
Producto	VALOR			UNIDADES			VALOR UNITARIO	
	2014	2015	%	2014	2015	%	2015	2015
ORO/CHAPADOS CUARZO	21.171.631	30.263.107	42,94	39.728	326.264	721,24	532,91	92,76
ORO/CHAPADOS AUTOMATICOS	10.301.814	7.927.242	-23,05	4.820	8.490	76,14	2.137,31	933,72
ORO/CHAPADOS MANUALES	6.847.830	2.031.524	-70,33	11.403	11.414	0,10	600,53	177,99
ORO/CHAPADOS BOLSILLO	668.504	1.136.840	70,06	38.655	89.883	132,53	17,29	12,65
TOTAL ALTA REL. PUL.	38.989.780	41.358.713	6,08	94.606	436.051	360,91	412,13	94,85
PUL. ANA. CUARZO	108.275.546	128.909.046	19,06	6.296.644	7.312.329	16,13	17,20	17,63
PULSERAS DIGITALES	5.701.500	9.400.066	64,87	1.016.638	2.144.354	110,93	5,61	4,38
PULSERAS ANA-DIGI	12.919.860	16.994.352	31,54	2.840.478	3.977.720	40,04	4,55	4,27
PUL AUTOMATICOS	47.471.602	57.654.323	21,45	397.833	381.158	-4,19	119,33	151,26
PULSERAS MANUALES	9.732.381	9.263.561	-4,82	184.819	1.238.827	570,29	52,66	7,48
BOLSILLO CUARZO	8.116.696	9.595.219	18,22	789.103	748.460	-5,15	10,29	12,82
BOLSILLO MECANICOS	3.414.443	3.834.899	12,31	846.167	689.255	-18,54	4,04	5,56
OTROS PEQ CUARZO	961.794	1.172.405	21,90	1.234.084	740.634	-39,99	0,78	1,58
OTROS PEQ MECANICOS	307.563	407.702	32,56	247.040	696.375	181,89	1,24	0,59
TOTAL REL PUL NO ORO	196.901.386	237.231.572	20,48	13.852.806	17.929.112	29,43	14,21	13,23
TOTAL REL PUL Y BOL	235.891.165	278.590.285	18,10	13.947.412	18.365.163	31,67	16,91	15,17
DESPERTADORES ELEC	3.301.414	3.855.375	16,78	2.054.836	2.015.476	-1,92	1,61	1,91
DESPERTADORES MEC	165.979	480.167	189,29	121.173	322.493	166,14	1,37	1,49
TOTAL DESPERTADORES	3.467.392	4.335.542	25,04	2.176.009	2.337.969	7,44	1,59	1,85
PARED ELECTRICOS	4.074.524	4.432.109	8,78	1.674.534	1.646.550	-1,67	2,43	2,69
PARED MECANICOS	465.607	1.011.363	117,21	127.082	389.762	206,70	3,66	2,59
OTROS ELECTRICOS	1.300.317	1.456.180	11,99	670.681	732.299	9,19	1,94	1,99
MESA MECANICOS	607.391	404.524	-33,40	394.128	242.101	-38,57	1,54	1,67
OTROS MECANICOS	372.156	453.881	21,96	113.598	169.065	48,83	3,28	2,68
TOTAL REL GRUESA	6.819.995	7.758.057	13,75	2.980.023	3.179.777	6,70	2,29	2,44
TOTAL REL TERMINADOS	246.178.552	290.683.884	18,08	19.103.444	23.882.909	25,02	12,89	12,17
PEQ MOVTO CUARZO	1.384.849	1.681.390	21,41	257.803	225.637	-12,48	5,37	7,45
MOVTO CUARZO GRUESA	139.968	251.570	79,73	53.543	672.166	1.155,38	2,61	0,37
OTROS MOVTO GRUESA	51.419	47.046	-8,51	56.503	46.212	-18,21	0,91	1,02
MOVTO PULSERA Y PARTES	753.727	700.221	-7,10	16.785	421.157	2.409,13	44,90	1,66
TOTAL MOVIMIENTOS	2.329.963	2.680.227	15,03	384.634	1.365.172	254,93	6,06	1,96
CAJAS MP PUL Y BOL	—	—	—	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.
OTRAS CAJAS PUL Y BOL	375.101	329.157	-12,25	14.709	19.662	33,67	25,50	16,74
PARTES CAJAS PUL Y BOL	311.885	217.371	-30,30	74.663	3.024	-95,95	4,18	71,88
OTRAS CAJAS	1.254	2.805	123,64	0	0	N.D.	N.D.	N.D.
ARMYS MP Y SUS PARTES	104.701	123.781	18,22	0	0	N.D.	N.D.	N.D.
ARMYS NO MP	1.340.769	1.365.427	1,84	0	0	N.D.	N.D.	N.D.
TOTAL CAJAS Y ARMY	2.133.710	2.038.542	-4,46	89.372	22.686	-75	24	N.D.
CORREAS CUERO NAT	2.413.817	2.189.483	-9,29	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	1.153.505	1.655.591	43,53	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.
TOTAL CORREAS	3.567.322	3.845.073	7,79	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.
FORNITURAS	8.708.760	9.360.887	7,49	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.

Casi un 49% creció el valor de las importaciones de relojes de pulsera analógico de cuarzo en el mes de agosto, superando los 14,6 millones de euros, y correspondiendo a algo más de 865 mil unidades. Con ello, en el conjunto del año el número de relojes de este tipo importados superó las 7,7 millones de unidades, con un alza del 16%, en tanto que el valor rozaba los 129 millones de euros, lo que supuso un crecimiento del 19%, con el resultado de que el valor unitario de esta partida superó los 17,6 euros.

Los automáticos de acero volvieron a seguir una tendencia inversa en cuanto al valor unitario, pues éste se redujo casi a la mitad, pero que también responde a una cierta recuperación de mercado, aunque a costa de concentrarse en los modelos más bajos de la gama. Sin embargo y ya desestacionalizando en el conjunto del año, encontramos un ligero descenso en el volumen, de un 4% pero un avance importante, del 21% en el valor. En cuanto a la alta relojería, siguió cayendo, aunque con un poco más de moderación. En el mes de referencia, el volumen cayó en un 21% limitándose a 74 relojes, frente a 94 del año pasado, por un valor 575 mil euros frente a los 652 mil de 2014, cuando ya había bajado considerablemente. En el conjunto de los meses, el número de unidades apenas supera las mil (1.325 en 2010) por un valor inferior a 6,5 millones de euros, mientras que en el mismo periodo del año pasado rozaba los 9,7 millones y ya había registrado una baja superior al 45% con relación a 2014. En cuanto al valor unitario sí subió ligeramente superando los 7.750 euros.

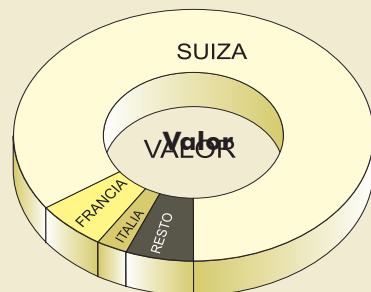
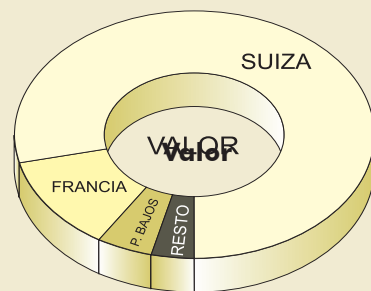
IMPORTACIÓN DE RELOJES DE PULSERA - ENERO-NOVIEMBRE ANALÓGICOS DE CUARZO (NO METALES PRECIOSOS)



La pareja oriental volvió a recuperar terreno, de modo que entre enero y noviembre supuso cerca del 89% del volumen re pulseras analógicas de cuarzo, y poco más del 51% de su valor. Suiza pro su parte se quedó con el 6,6% de las unidades y el 38,8% del valor en euros y un valor unitario de importación de 104 euros.

PAIS	Unidades	%	Valor	%	V. unitario	▲ %
TOTAL	7.312.296	100,00	128.908.479	100,00	17,63	0,00
CHINA	6.033.648	82,51	63.524.452	49,28	10,53	-40,28
SUIZA	481.638	6,59	49.999.951	38,79	103,81	488,87
HONG KONG	429.530	5,87	2.653.340	2,06	6,18	-64,96
ITALIA	171.021	2,34	3.146.441	2,44	18,40	4,36
ALEMANIA	52.442	0,72	1.966.115	1,53	37,49	112,67
EE.UU.	35.460	0,48	894.576	0,69	25,23	43,10
AUSTRIA	18.547	0,25	2.422.660	1,88	130,62	640,95
PAISES BAJOS	17.556	0,24	847.802	0,66	48,29	173,93
FRANCIA	17.325	0,24	1.524.916	1,18	88,02	399,28
TAILANDIA	12.141	0,17	281.817	0,22	23,21	31,67
JAPON	9.782	0,13	283.959	0,22	29,03	64,66
MACAO	5.682	0,08	8.173	0,01	1,44	-91,84
PORTUGAL	4.368	0,06	112.920	0,09	25,85	46,64
INDONESIA	4.355	0,06	115.854	0,09	26,60	50,90
GRECIA	2.248	0,03	51.518	0,04	22,92	30,00
REINO UNIDO	2.109	0,03	69.686	0,05	33,04	87,43
TAIWAN	2.028	0,03	8.163	0,01	4,03	-77,17
SUECIA	1.877	0,03	96.303	0,07	51,31	191,04
BELGICA	1.645	0,02	73.976	0,06	44,97	155,09
FILIPINAS	1.631	0,02	25.938	0,02	15,90	-9,79
UNION EUROPEA	1.567	0,02	141.716	0,11	90,44	413,00
POLONIA	1.255	0,02	2.998	0,00	2,39	-86,45
REP. CHECA	916	0,01	51.605	0,04	56,34	21957
AUSTRALIA	761	0,01	24.923	0,02	32,75	85,78
IRLANDA	688	0,01	433.744	0,34	630,44	3.476,17

AUTOMÁTICOS EN METALES PRECIOSOS O CHAPADOS



Los relojes de alta gama, automáticos de oro, de origen francés parecen consolidar su posición en el conjunto del valor de esta partida. En cuanto a los automáticos e acero, aumenta el volumen de los de origen oriental, pero los suizos mantienen un digno segundo puesto.

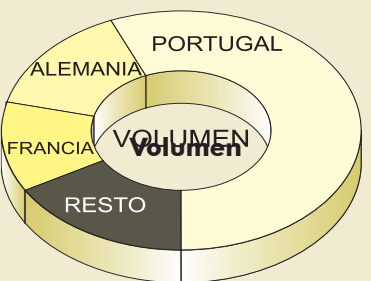
PAIS	Unidades	%	Valor	%	V. unitario	▲ %
TOTAL	8.012	100,00	7.927.721	100,00	989,48	0,00
HONG KONG	2.650	33,08	82.043	1,03	30,96	-96,87
ALEMANIA	1.508	18,82	52.668	0,66	34,93	-96,47
CHINA	1.074	13,40	1.910	0,02	1,78	-99,82
SUIZA	1.034	12,91	6.428.065	81,08	6.216,70	528,28
PORTUGAL	1.019	12,72	7.696	0,10	7,55	-99,24
FRANCIA	271	3,38	894.076	11,28	3.299,17	233,42
ITALIA	185	2,31	47.803	0,60	258,39	-73,89

AUTOMÁTICOS EN ACERO

PAIS	Unidades	%	Valor	%	V. unitario	▲ %
TOTAL	381.158	100,00	57.654.323	100,00	151,26	0,00
CHINA	270.470	70,96	4.172.866	7,24	15,43	-89,80
SUIZA	45.319	11,89	49.963.461	86,66	1.102,48	628,86
HONG KONG	43.892	11,52	509.021	0,88	11,60	-92,33
FRANCIA	18.520	4,86	1.099.977	1,91	59,39	-60,73
ALEMANIA	1.454	0,38	439.188	0,76	302,06	99,69
ITALIA	811	0,21	241.126	0,42	297,32	96,56
PAISES BAJOS	225	0,06	129.544	0,22	575,75	280,63
PORTUGAL	224	0,06	14.896	0,03	66,50	-56,04
IRLANDA	74	0,02	1.044.545	1,81	14.115,48	9.231,87

EXPORTACIÓN

ANALÓGICOS DE CUARZO (NO METALES PRECIOSOS)



La exportación de relojes de pulsera analógicos de cuarzo realizados en acero mantiene una estructura muy estable, centrada en la Unión Europea, con Francia como principal mercado con casi un 32% del volumen y del 25% en valor. La posición de Suiza, segunda en valor, se debe en gran parte a devoluciones y reparaciones.

PAIS	Unidades	%	Valor	%	V. unitario	▲ %
TOTAL	1.798.303	100,00	62.713.871	100,00	34,87	0,00
FRANCIA	572.102	31,81	15.569.263	24,83	27,21	-21,96
ALEMANIA	294.047	16,35	9.639.071	15,37	32,78	-6,00
ITALIA	283.176	15,75	5.833.128	9,30	20,60	-40,93
PORTUGAL	193.295	10,75	3.916.473	6,24	20,26	-41,90
BELGICA	80.880	4,50	2.449.876	3,91	30,29	-13,14
TUNEZ	63.471	3,53	276.075	0,44	4,35	-87,53
REP. CHECA	34.988	1,95	1.228.232	1,96	35,10	0,66
PAISES INDETERMINADOS	33.025	1,84	1.823.572	2,91	55,22	58,34
REINO UNIDO	23.016	1,28	155.807	0,25	6,77	-80,59
MEXICO	18.751	1,04	774.054	1,23	41,28	18,37
SUECIA	17.002	0,95	621.962	0,99	36,58	4,90
GRECIA	16.661	0,93	622.782	0,99	37,38	7,18
SUIZA	16.358	0,91	11.341.518	18,08	693,33	1.888,11
CHILE	15.832	0,88	266.065	0,42	16,81	-51,81
MARRUECOS	15.457	0,86	196.987	0,31	12,74	-63,46
AUSTRIA	13.195	0,73	470.232	0,75	35,64	2,19

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

NAVALGOLD, S.L.
 Objeto: Compraventa de oro y artículos de oro.
 Administrador: José Manuel Colado Fernández
 San Justo, 26
 45600 TALAVERA DE LA REINA (Toledo)

LYRADA BUSINESS, S.L.
 Objeto: Comercio al por menor de todo tipo de artículos de joyería y relojería. Trabajos propios de taller de joyería.
 Administrador: Catalina Parra Fernández
 Virgen del Mar, 3
 04640 PULPI (Almería)

LA JOYA CHARRA, S.L.
 Objeto: Compra venta al por menor de todo tipo de artículos de joyería y todo tipo de artículos de platería. Comercio en general.
 Administrador: María Queralt Ruíz-Gallegos
 Mayor, 55
 37008 SALAMANCA (Salamanca)

ESEDI 2017 INVERSIONES, S.L.
 Objeto: Comercio mayor y menor de todo tipo de joyería en metales de todo tipo. Relojería. Diseño, fabricación, e intermedicación.
 Administrador: Esther de Dios Álvarez
 Cuestas Bajas, 4- 3D
 28901 GETAFE (Madrid)

ÁNGELES LEIVA, S.L.
 Objeto: Comercio al por menor de artículos de relojería y joyería. Fabricación de artículos de joyería.
 Administrador: Mª. de los Ángeles Leiva Pino
 Av. Condes de San Isidro, Bajo- 15-A- 3
 29640 FUENGIROLA (Málaga)

LAVANI JEWELS, S.R.L.
 Objeto: Comercio de joyería.
 Administrador: Mª. Cristina Pacheco Arribas
 Conde de Salvatierra de Álva, 34
 46004 VALENCIA (Valencia)

GIAOVE EXPORT, S.L.
 Objeto: Comercio al por menor y al por mayor de artículos de joyería y relojería. Compra de oro y otros materiales particulares.
 Administrador: Fernando Giagante
 Entença, 214- Local
 08029 BARCELONA (Barcelona)

KILAT DEU, S.L.
 Objeto: Comercio de joyas.
 Administrador: Ana Mª. Deu Ibarz
 Ganduxer, 28
 08021 BARCELONA (Barcelona)

NEVACAM JOYERÍA NEVADO, S.L.
 Objeto: Comercio al por menor de artículos de joyería, relojería y platería.
 Administrador: José Félix Nevado del Campo
 Josefa del Campo García
 Mª. José Nevado del Campo
 Av. España, 22
 10001 Cáceres (Cáceres)

NUEVAS EMPRESAS

JOYERÍA RELOJERÍA ZURRO, S.L.
 Objeto: Comercio al por menor de todo tipo de artículos de joyería, relojería y platería.
 Administrador: German Zurro Blanco
 Teresa Gil, 6
 47002 VALLADOLID (Valladolid)

SECORPAT, S.L.
 Objeto: Comercio al por menor de artículos de relojería y joyería.
 Administrador: Antonio Cordero Martínez
 Glorieta de los Jazmines
 28933 MÓSTOLES (Madrid)

EL SECRETO DEL VALLE, S.L.
 Objeto: Comercio al por menor de artículos de relojería y joyería en establecimientos autorizados.
 Administrador: Fernando Sánchez Díez de Lastra
 Barrial, 7
 28023 MADRID (Madrid)

MAESOL RETAIL, S.L.
 Objeto: Comercio al por mayor y menor de toda clase de artículos de joyería y relojería. Reparación de los mismos.
 Administrador: Mª. Encarnación Moreno Escribano
 De Murcia, 18
 30201 CARTAGENA (Murcia)

PRECIOUS IBIZA, S.L.
 Objeto: Comercio al por menor de artículos de relojería y joyería.
 Administrador: Jordi Sala Paradedá
 Av. S'Agaro, 61- Platja d'Aro
 17249 CASTELL-PLATJADE'ARO (Girona)

LANCA JOYERÍA, S.L.
 Objeto: Comercio al por menor de artículos de relojería y joyería.
 Administrador: Antonio Cabalgante Mangas
 Huesca, 18- Local 4
 28934 MÓSTOLES (Madrid)

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**

Deseo suscribirme al Periódico GOLD&TIME durante un año, al precio especial de 55€ ...
 recibiendo además gratuitamente el Newsletter diario GOLDandTIME.org

+ Magazine GOLD& TIME (Joyería) 70€ anuales
 + Magazine NEXOTIME (Relojería) 80€ anuales
 + Las dos (Joyería y Relojería) 95 € anuales
 + Las dos + DiamantesOro (Precios de gemas) 200 € anuales
 Precios globales, IVA incluido, para España. Otros destinos, consultar

D/Dª Empresa:
 Dirección:
 Ciudad: Prov./Pais C.Postal:.....
 ☎/Móvil Fax: CIF:.....
 E-Mail:

Firma: _____

Domiciliación Bancaria
 Ruego carguen en mi cuenta los recibos que presente Nexo Editores correspondientes a mi suscripción a sus Publicaciones de Joyería-Relojería

GOLD&TIME
 Entidad Oficina D.C. Número de Cuenta
 Banco:
 Titular:
 CIF:
 Firma: _____

CONFERENCIAS

Martes 06/06/2017. Dña María Eugenia Bueno Pastor. Conferencia: "Situación de la joya en la sociedad actual"

Finalización del ciclo de conferencias del Instituto Gemológico Español
Realizadas 32 conferencias a lo largo del curso Octubre 2016 a Junio 2017

Para ver las conferencias grabadas, visita nuestro canal en Youtube:
<http://www.youtube.com/user/IGE1967>

Las conferencias se celebran en el salón de actos de IGE&Minas, a las 10:30 hrs., C/Alenza 1, Madrid.

LABORATORIO GEMOLÓGICO

CERTIFICADOS

GRADUACIÓN DEL DIAMANTE
Conforme a normativa CIBJO

CERTIFICADOS GEMOLÓGICOS
Certificado de la naturaleza de gemas y de tratamientos

DICTÁMENES DE GEMAS MONTADAS
Para fabricarlas 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

INSTITUTO GEMOLÓGICO ESPAÑOL

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

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

50º ANIVERSARIO desde 1967

20º SIMPOSIO DE LA FEEG

Abierta la matrícula para los cursos 2017/18

<http://www.ige.org/estudios/titulaciones-y-cursos/>

- ◆ Curso de diplomado en gemología
- ◆ Examen de gemólogo europeo
- ◆ Especialista en diamante
- ◆ Experto en graduación de diamante
- ◆ Diamantes sintéticos y tratados
- ◆ Experto en graduación de piedras de color
- ◆ Curso de tasación de joyas. 2 niveles (nivel básico y nivel avanzado)
- ◆ Curso de diseño de Joyería fundamental por ordenador CAD-CAM
- ◆ Curso de diseño artístico de joyas
- ◆ Gemología práctica
- ◆ Diamante práctico las 5 C's
- ◆ Historia de la joyería en Occidente
- ◆ Historia de la platería en Occidente
- ◆ Catalogación peritaje y tasación de obras de platería antiguas
- ◆ Enfilado de collares
- ◆ Corte, talla y pulido de gemas
- ◆ Gemas de origen orgánico
- ◆ Perlas e imitaciones
- ◆ Fotografía técnica de gemas y joyas
- ◆ Introducción a la tasación de relojes
- ◆ Identificación de metales preciosos



próximos cursos

Curso de Fotografía Técnica de Joyas. 12 horas
Sábado 03 de junio y Domingo 4 de junio de 2017.
Horario: Sábado de 10 a 14 horas y de 15:30 a 19:30. Domingo: 10:00 a 14:00 horas.
Objetivo: Aprender a utilizar las técnicas fotográficas orientadas a gemología y joyería.

Curso de Graduación de piedras de color. 32 horas
Curso a realizar en las fechas 1º módulo 2-3-4 Junio. 2º Módulo: 30/06 y 1 y 2 Julio
Viernes: 16:00 a 20:00. Sábado: 10:00 a 19:00 y Domingo: 10:00 a 14:00 horas
Dirigido a: gemólogos, tasadores de joyas, joyeros, diseñadores de joyas, vendedores de joyería.

Curso de Gemología Práctica. 16 horas
Sábado 10 y Domingo 11 de Junio de 2017.
Horario: de 10 a 14 horas y de 15:00 a 19:00 horas
Curso imprescindible para cualquier persona relacionada con el sector de la joyería. Buen complemento práctico para el curso teórico de **Gemología Básica On-line**.

Curso de Identificación de perlas e imitaciones. 16 horas
Sábado 17 y Domingo 18 de Junio de 2017.
Horario: de 10 a 14 horas y de 15:30 a 19:30
Objetivos del curso: identificar y valorar perlas naturales, cultivadas de agua dulce y salada, perlas tratadas e imitaciones.

... 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'

'Los Nerones de ayer y de hoy' nueva edición del certamen AJA

La Asociación Joyas de Autor convoca por segundo año su concurso de joyería para asociados, con la colaboración del IGE y Madrid Joya

Joyas y política. La Asociación Joyas de Autor celebra por segundo año su certamen de joyería y en esta ocasión la temática abordará el convulso panorama político actual bajo el lema 'Los Nerones de ayer y de hoy', con el que quiere destacar y poner en valor el aspecto más reivindicativo de la joyería como disciplina artística.

El concurso está dirigido exclusivamente a sus asociados y cuenta con el respaldo del Instituto Gemológico Español y la feria Madrid Joya.

La Asociación pretende con este tema llevar a cabo una crítica artística hacia la inestabilidad y la tensión política nacional e internacional. Para ello, los creadores deberán presentar primero un boceto y, si son seleccionados, ten-

drán que materializar las piezas posteriormente para ser valoradas por el jurado. Sólo se aceptarán a concurso piezas terminadas.

Plazos del certamen

El plazo para la presentación de los diseños (imagen o renderizado) finaliza el próximo 24 de julio y el día 31 se comunicarán los nombres de los finalistas, que tendrán hasta el 1 de septiembre para presentar la pieza terminada. El fallo del jurado y la entrega de los galardones se celebrarán en el marco de la feria madrileña, que se llevará a cabo entre los días 20 y 24 del próximo mes de septiembre.

Premios

El diseñador de la pieza que obtenga el primer premio podrá elegir

entre dos cursos impartidos por el IGE: Gemología (valorado en 3.500 euros), o Diseño de joyas por ordenador CAD-CAM (valorado en 1.600 euros). El segundo autor premiado recibirá una suscripción anual gratuita en la Asociación Joyas de Autor. El resto de finalistas contarán con una mención especial y tendrán derecho a un diploma acreditativo.

Los trabajos seleccionados contarán con el respaldo de la feria Madrid Joya y también ocuparán un lugar destacado durante la celebración del 50 Aniversario del IGE, que se celebra del 17 al 19 de noviembre de este año.

Más información sobre la documentación a entregar y bases completas en la web de la AJA:

www.joyasdeautor.org.es

RENOVACIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA

Tras la celebración, el pasado 6 de mayo, de la Asamblea General de la Asociación Joyas de Autor se llevó a cabo la renovación de la Junta Directiva de la entidad, que queda compuesta por:

- PRESIDENTA: Raquel Lobelos
- VICEPRESIDENTE: Santiago Prada
- SECRETARIO: Gustavo Marinero
- TESORERA: Sara Salguero
- VOCAL: Liane Katsuki
- PRESIDENTA-FUNDADORA: Laura Márquez



Fokkelman Gems
Gemólogos - Lapidarios
Mayoristas en Piedras Preciosas
www.fokkelmangems.com

info@fokkelmangems.com

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



ART & VALUE

WIDE JEWELLERY WORLD

Viaje conmemorativo del 25 Aniversario de AETA

En 2017 se cumplen ya 25 años desde que se crease la Asociación Española de Tasadores de Alhajas (AETA). Un motivo tan especial

requería un viaje también especial. Un viaje que nos transportase, a ser posible, no solo en el espacio sino también en el tiempo.



FERNANDO GERVILLA

Un grupo de socios y colaboradores de AETA nos desplazamos a Sajonia, al este de Alemania en la frontera con la República Checa. La pertenencia de este Länder a la antigua DDR limitó, durante algunas décadas el acceso a esta región y a los tesoros naturales y artísticos que posee. Ahora, afortunadamente, podemos disfrutar de ellos gracias a la pasión que las gentes de esta tierra ponen en preservar su legado.

Por los Montes Metálicos

Nuestro viaje comenzó con una visita al corazón de los "Montes Metálicos" (Erzgebirge), una zona que, como su nombre sugiere, tuvo una intensa actividad minera desde el descubrimiento de minas de plata en el siglo XII.

En nuestro particular viaje en el tiempo no retrocedimos a épocas tan remotas, sino que iniciamos nuestra travesía visitando un pequeño pueblo, Glashütte, conocido, no por su historia minera, sino

por lo que surgió en él tras la depresión que siguió al cese de la actividad minera en la región. Un joven inquieto de la región, Ferdinand Adolph Lange viajó al Vallée de Joux en Suiza donde aprendió las técnicas de fabricación de relojes. Utilizó esos conocimientos para relanzar un nuevo tipo de actividad económica en Glashütte creando en 1845 el primer taller de aprendices de relojeros y, algo más tarde, la primera fábrica que aún hoy produce los relojes A. Lange & Soehne.

La historia de la enseñanza y la fabricación de relojes en Glashütte se encuentran expuestas en un cuidado museo. Este fue el objeto de nuestra primera visita introduciéndonos en la evolución de las técnicas de fabricación de relojes desde los de bolsillo a finales del siglo XIX hasta los de pulsera en el siglo XX. Me llamó especialmente la atención la precisión con la que se fabricaban las diferentes piezas que componen la maquinaria de los relojes, incluyendo el uso que se daba a las bolas de rubí sintético de las que se obtenían las piezas que garantizaban la durabilidad de estos preciados mecanismos.

Nuestra segunda etapa no podía tener un objetivo diferente al de retroceder algo más en el tiempo y visitar el legado que ha dejado en la región la actividad minera. Para esto nos desplazamos a Freiberg, una ciudad que incluso, da nombre a un mineral de plata, la Freibergita (Ag,Cu,Pb)₁₂(Sb,As)₄Si₁₃.

En las profundidades

En esta ciudad se creó, en 1765, la Escuela Técnica de Minas más antigua del mundo, un centro universitario que aún hoy día mantiene su actividad académica y que, junto a una fundación local que mantienen antiguos mineros, conservan algunos de los pozos y galerías de minas.

Estas minas preservadas, constituyen los "laboratorios" de prácticas de los alumnos de la Universidad Técnica de Freiberg (¡Que lujo!). Parte de los fondos que se necesitan para el mantenimiento de las minas proceden de la organización de visitas guiadas. Algunos de nosotros vivimos la experiencia de bajar en una "jaula" a la tercera planta de la mina (a 145 metros de profundidad), recorrer las galerías y reconocer los filones de sulfuros ricos en plata. Una vez en la super-



En la imagen superior, algunos de los participantes en la escalinata del museo alemán de relojes. Abajo, una de las piezas expuestas.

ficie nos desplazamos al museo denominado Terra Mineralia en el que se puede disfrutar de una magnífica colección de unos 3.500 ejemplares dentro de un antiguo castillo. La colección se encuentra clasificada por las zonas de procedencia de los minerales agrupadas por continentes, además de un pequeño edificio aparte, en el que se exponen los minerales encontrados

en la región de los Montes Metálicos. Creo que todos vivimos una experiencia inolvidable, quizás por nuestra formación, aunque considero que no hace falta saber de mineralogía o gemología para apreciar la belleza de los ejemplares expuestos en este museo.

Fernando Gervilla es profesor de la Universidad de Granada y AETA.

CURSOS HRD / ÚLTIMAS PLAZAS

● HRD / CURSO DE DIAMANTE TALLADO

Del 9 al 21 de Octubre de 2017

12 días de clases intensivas aprendiendo a identificar y clasificar diamantes con un equilibrio perfecto entre la teoría y la práctica. Los estudiantes aprenden a evaluar los cuatro C's de un diamante con microscopio y Lupa 10X, adquiriendo conocimientos sobre sus imitaciones más comunes y como detectarlas, además de estudiar las síntesis y los tratamientos de pureza y color. Tras completar el curso y una vez haber realizado y aprobado un examen teórico y práctico el estudiante recibe el diploma mundialmente reconocido de: **HRD Antwerp CERTIFIED DIAMOND GRADER**

● HRD / 2 JORNADAS SOBRE DIAMANTE SINTÉTICO

22 y 23 de Octubre de 2017

● HRD / MÁSTER GEMOLÓGICO EN RUBÍ, ZAFIRO Y ESMERALDA

Del 24 al 28 de Octubre de 2017

Traemos por quinta vez este curso a España (solamente para gemólogos). Cuatro jornadas de trabajo eminentemente prácticas, estudiando las nuevas técnicas de síntesis y tratamientos de Corindón y Esmeraldas, así como las posibilidades de determinar sus orígenes. El alumno estará capacitado para identificar las características que diferencian a las gemas naturales de las sintéticas y tratadas.

CURSOS PROPIOS / ABIERTA MATRÍCULA

● TASACIÓN DE ALHAJAS 2017 / 2018

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 2017 hasta Junio 2018**. 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.

● CONVOCATORIA DE MONOGRÁFICOS

○ Jades y Ópalos | 18 horas | 30 de Junio, 1 y 2 de Julio de 2017.

○ Perlas Nivel Superior | 10 horas | Septiembre 2017

Más información: +34 915 596 866
informa@asoctasadoresjoyas.com
www.asoctasadoresjoyas.com

jorgc

COL·LEGI OFICIAL
DE JOIERS, D'ORFEBRES
DE RELLOTGERS
I DE GEMMÒLEGS
DE CATALUNYA

www.jorgc.org
Mail: atencio.colegiat@jorgc.org

ACTUALIDAD DEL SECTOR EN CATALUÑA

“Debemos buscar fórmulas para incentivar a los jóvenes relojeros”

■ ALFRED PERIS

Presidente de la Sección de Relojería del JORGC

Según cifras del Colegio, el comercio de relojería crece a buen ritmo. ¿Cuáles son las gamas más demandadas?

Las ventas de las grandes marcas subieron en el 2016 un 5%, en forma desigual según las áreas. Apenas han subido en Tarragona y Lleida, donde el reloj más vendido es de gama media y media-alta, por moda o diseño; en Girona y Barcelona han subido más, y se vende más por marcas que moda, con relojes de mayor valor. La alta relojería se vende básicamente al turismo, aunque las ventas al cliente doméstico se están empezando a recuperar.

¿Cree que los eventos dedicados a la relojería como el celebrado recientemente en Barcelona son positivos para dinamizar las ventas?

Toda feria, encuentro, *master class*, mesa redonda, etc. sobre relojería, siempre tiene alguna repercusión y es positivo que se hable o difundan noticias de este mundo y que el público en general hable sobre la relojería (caso del reciente salón *BCN Watch Experience*). Por ejemplo, se acaba de celebrar el 21 de mayo la XXII Feria del Reloj en Sant Feliu de Codinas donde se puede visitar el museo. Cada año, en el museo se celebra una temática distinta, este año fue "el arte en el reloj", que se convirtió en todo un éxito e participación.

¿El auge de los relojes 'inteligentes' pone en peligro la relojería más tradicional?

Respecto al *smartwatch*, en primer lugar no se ha vendido la cantidad que las marcas habían planeado; hubo el *boom* de la primicia y se vendieron muchos, pero una vez pasada la novedad las ventas disminuyeron y el cliente en general vuelve al reloj tradicional y relega el 'inteligente' para usos concretos como el deporte. Una prueba está en que muchas de las *App* de los *smartwatches* ya no se actualizan, a diferencia de las de los teléfonos móviles.

Uno de los problemas habituales para los reparadores es la dificultad de recibir suministros por parte de algunas grandes marcas. ¿Está mejorando ese ámbito?

Este punto es complicado. En su día se planteó el caso ante el Tribunal de Defensa de la Competencia de la UE. En 2002, diversos relojeros fueron a declarar al Tribunal, dando su versión sobre la no venta de forniture de varias marcas de alta gama, pero la sentencia concluyó que «no había ningún tipo de monopolio de las marcas». El siguiente paso fue denunciar ante el Tribunal de Defensa de la Competencia en Luxemburgo y ahora se espera a que el próximo julio haya sentencia al respecto.

Eso sí, desde hace pocos años, algunas marcas auditan los talleres independientes y, si reúnen las condiciones que ellos marcan (espacio, utillaje, herramientas, maquinaria, etc)



“Las ventas al cliente doméstico se están empezando a recuperar tras la crisis”

para reparar sus relojes, te dan el 'título' de Servicio o taller Autorizado de sus marcas. Pero lo que muchas veces ocurre es que son tantas sus exigencias si quieres reparar dichas marcas, que no compensa la inversión en maquinaria o utillaje por la cantidad de relojes que entran de estas marcas.

Barcelona cuenta con la única escuela de relojería reglada en nuestro país. ¿Existe un alto interés en formación relojera por parte de los jóvenes?

Sí, es cierto. La única Escuela Reglada de enseñanza de Relojería en toda España es el *Instituto Verge de la Mercè*, con un ciclo de dos años: el Módulo Profesional de Relojería. Por desgracia, quien no está relacionado con la relojería no suele preguntar por este Módulo y ha habido años que ha costado incluso tener una ratio mínima para celebrarlo. Desde el Colegio queremos encontrar fórmulas con dicho Instituto y trabajar conjuntamente para incentivar a los jóvenes.

Hay distintas salidas profesionales como relojero: trabajar en el taller oficial de un grupo de marcas, o en el taller de una tienda, o incluso montar tu propio taller autónomo reparando relojes a distintas tiendas. También puedes ser fornitureta en un almacén o grupo de marca; o llegar a ser un buen dependiente profesional y así poder informar mejor del producto que estas ofreciendo al cliente y que las tiendas te quieran tener en su plantilla."

De los relojeros se dice, por ejemplo que "los relojeros no tenemos clientes, tenemos mucho amigos"; "si no te lo arregla un relojero, no te lo arregla nadie"; o que "estamos todos los días buscando problemas y los buscamos con lupa para verlos más grandes, ya que somos un poco maniáticos de la perfección".

OPINIÓN

El diseño y la producción 3D, herramientas de la nueva Joyería

Una característica del sector del lujo en el que trabajamos es ilusionar con la exclusividad de los objetos que creamos, pero al mismo tiempo debemos crearlos en condiciones y cantidades que nos permitan sustentar nuestra marca, taller o industria, algo



☞ MARC LÓPEZ

muy difícil de conseguir sin el uso de la tecnología.

Todos hacemos uso de la tecnología sin dudar de las ventajas de un motor en una astillera o los acabados de una pulidora eléctrica, son herramientas que nos ayudan a producir (una pieza o cien mil) y vemos obvio que sin un experto que las maneje no sirven de mucho.

La controversia llega en el terreno de la fabricación digital, si en lugar de motores son ordenadores y impresión 3D habrá quien considere que el proceso pierde alma, se facilita demasiado o que "apretando un botón obtenemos una pieza" afirmaciones alejadas de la realidad ya que sin un profesional que sepa plasmar su concepto en un diseño, teniendo en cuenta usuario, materiales, acabados, dedicando tiempo y esfuerzo, no se obtendrá nada.

La fabricación digital y el diseño en tres dimensiones son grandes herramientas para el joyero, pero siguen necesitando de creadores, diseñadores y joyeros que sepan transmitir alma a una pieza usando sus manos; ahora no solamente sobre el metal sino también en una pantalla.

Marc López es diseñador y joyero en la firma D'Or Joiers

jorgc ESCOLA DE JOYERIA BARCELONA
25 ANYS 1992 2017

La Escuela de Joyería JORGC programa en julio los siguientes cursos intensivos:

- JOYERIA intensiva por semanas, 4 hrs diarias, lunes a viernes 299€
- Curso intensivo ENGASTADO por semanas, 4 hrs diarias, lunes a viernes 299€
- Curso intensivo GRABADO por semanas, 3 hrs diarias, lunes a viernes 225€
- Curso CERA perdida intensivo por semanas 4 hrs diarias, lunes a viernes 229€
- Curso de ENFILADO de collares, 3 miércoles, 5 hrs diarias, 225€
- Experimentación con ESPUMA floral i esmaltes, días 18 i 19, 16 a 20 hr 120€
- Injewelry Barcelona Workshop International, 5 - 15 de julio, 1.900€
- Experimentación con METALES, 4 y 5 de julio 16 a 20 hr 120€

¿Necesitas alguno que no ves? Te lo organizamos a medida!!!! Para inscribirse y obtener más información acerca de los cursos contactar en el teléfono: 93-2155134 y en el correo electrónico: escuela@jorgc.org

Alertas de Delincuencia | Abril-Mayo 2017

Un año de cárcel para el atracador de joyerías 'arrepentido' que confesó su delito por carta

En 2011 atracaron una joyería en la localidad castellanense de la Vall d'Uixó pero el caso se archivó por falta de pruebas. Ahora se reabre tras la asunción de la culpa a través de varias cartas enviadas al juez que investigó el suceso

Un año de prisión es la pena que cumplirá Juan Francisco Pistoresi, el atracador que confesó por carta al juez ser el autor del golpe a la joyería Gala de la Vall d'Uixó (Castellón) hace ahora seis años. Lo más llamativo de este caso es cómo han sucedido los hechos. El atracador confeso envió cerca de una decena de misivas al juzgado, insistiendo en su culpabilidad, después de que el caso se archivase en 2013.

Lo que no se sabe son los verdaderos motivos por los que el ladrón se ha confesado autor de este atraco, que se saldó con un 'botín' de 45.000 euros, aunque los investigadores sospechan que pueda tratarse de un pacto con sus dos cómplices, —que tampoco pudieron ser identificados— tras el robo con violencia e intimidación en el que encañonaron



y maniataron a la dueña. El tribunal condena así a uno de los autores confesos por «detención ilegal, en concurso medial con un delito de robo con violencia y una falta de lesiones». Los jueces le aplicaron las atenuantes de drogadicción, confesión y dilaciones indebidas.

Detenido el guardia civil que atracó a una joyería en 1989

La Policía Nacional detuvo el pasado 24 de mayo a Antonio Jesús Barge, uno de los fugitivos españoles más buscados por las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad y reclamado judicialmente por el atraco a una joyería de Toledo cometido en 1989, en el que hirió gravemente con una pistola a tres agentes y a un vigilante de seguridad. Barge tenía 21 años y era guardia civil en activo cuando perpetró el atraco al establecimiento.

El peligroso delincuente fue arrestado en el barrio madrileño de Aluche tras ser localizado por agentes del Grupo de Localización de Fugitivos de la Policía Nacional, después de



13 años de búsqueda. El detenido fue condenado a más de 40 años de prisión como autor de los delitos de tentativa de homicidio, robo con violencia e intimidación, detención ilegal, tenencia ilícita de armas y atentado a agentes de la autoridad. Ingresó en prisión pero, en 2004, tras su último permiso, huyó y nunca más regresó al Centro Penitenciario.

ABRIL 2017

Logroño, La Rioja, sábado 1 de abril. Hurto de cadena de oro al descuido tras distraer a la dependienta.

Xirivela, Valencia, sábado 1 de abril. Robo con fuerza en taller de joyería, sustrayendo dos torres de ordenador, artículos de plata, herramientas de joyería y un motor de trabajo.

Alicante, jueves 6 de abril. Perjudicada da cuenta de la sustracción de 17 pulseras de oro de caballero, que se encontraban en una vitrina.

Sevilla, sábado 1 de abril. Pareja extranjera se interesa por dos solitarios y con la excusa de volver al hotel a buscar el pasaporte la dependienta se percata que le han sustraído uno de los anillos.

Guadalajara, sábado 1 de abril. Sustracción de joyas y efectos del interior de joyería.

Madrid, lunes 3 de abril. Sustracción al descuido de una gargantilla.

Castellón, miércoles 5 de abril. Dos mujeres distraen al dependiente mientras una de ellas le sustrae una manta con cadenas de oro, escondiendo la misma en su abrigo.

Alicante, jueves 6 de abril. Perjudicada da cuenta de la sustracción de 17 pulseras de oro de caballero, que se encontraban en el interior de una vitrina.

Málaga, domingo 9 de abril. Los autores, tras forzar las cerraduras del establecimiento, e inutilizar los sistemas de alarma, llegan hasta la caja fuerte aunque no consiguen abrirla.

Madrid, domingo 9 de abril. Dos individuos accedieron al establecimiento desde un cuarto de una comunidad de vecinos, local éste contiguo con la joyería que al parecer era el objetivo del robo ya que una de las paredes se encontraba dañada. No han sustraído nada.

Madrid, domingo 9 de abril. Robo en joyería a la que accedieron realizando un agujero desde un local contiguo donde abrieron una caja fuerte con un soplete para sustraer 147 relojes y varias joyas de oro.

Cádiz, lunes 10 de abril. Los autores preguntan por el precio de unas



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

Alertas de Delincuencia | Abril-Mayo 2017

pulseras, para seguidamente y haciendo ademán de poder portar algún arma en el interior del bolsillo de la chaqueta, le obligan a entrar en la zona de taller y le sustraen varias piezas de oro.

Orense, martes 11 de abril. Un individuo sustrajo dos sortijas de las bandejas que le estaban siendo mostradas.

Madrid, jueves 13 de abril. Intentan acceder al establecimiento a través de un butrón desde local anexo.

Guadalajara, sábado 15 de abril. Denuncia el robo en joyería por el método indicado a través de locales colindantes, siendo localizado en las inmediaciones por los policías actuantes, el vehículo de los presuntos autores con los medios y herramientas empleadas para cometer el delito, así como las joyas y dinero que los autores habían sustraído del local.

Coria del Río, Sevilla, lunes 17 de abril. Tentativa de hurto en una joyería, por parte de varios individuos, los cuales unos meses atrás ya realizaron y consumaron el mismo hecho en este establecimiento.

Talavera de la Reina, Toledo, lunes 17 de abril. Hurto de manta con diversas joyas, ocurrido en la joyería. Según la denunciante la mujer se personó en el establecimiento días antes interesándose por una cadena de oro. Dicha mujer se personó nuevamente en el día de hoy y se le volvió a mostrar diversas joyas. En ese momento ha llamado a la puerta un varón, por lo que las dependientas le han abierto, aprovechando la mujer para llevarse la manta y salir corriendo en compañía del varón.

Madrid, lunes 17 de abril. Una pareja sustrae un collar de oro.

Madrid, martes 18 de abril. Los autores propinaron un empujón a la empleada de la tienda, tirándola al suelo y sustrayendo el dinero reseñado y 69 piezas de bisutería valoradas en 1.597 euros.

Logroño, La Rioja, martes 18 de abril. Hurto de tres pares de gafas en joyería, tras inutilizar alarmas.

La Coruña, miércoles 19 de abril. Sustracción de tres joyas por parte un individuo quien, tras propinar un empujón al propietario, abandonó el lugar a la carrera.

Valencia, domingo 23 de abril. Denuncia que ha sorprendido a 4 individuos intentando hacer un butrón en los baños de la zona común de un edificio, para acceder al almacén de una joyería colindante.

Palma de Mallorca, viernes 28 de abril. Hecho acaecido cuando la propietaria de la joyería estaba atendiendo a una cliente, momento en el cual, de forma súbita y por la espalda, le propinaron un empujón, manifestándole que se trataba de un atraco, observando cómo un individuo encapuchado le amenazó con un revólver. Sustrajo joyas y relojes.

MAYO 2017

Manacor, Baleares, lunes 1 de mayo. El autor, que esgrimía un bote de gas pimienta, es detenido "infraganti" en el interior de la joyería, cuando trataba de cometer el delito.

San Fernando, Cádiz, miércoles 3 de mayo. Los autores, dos varones adultos y un menor, forcejean con el dependiente de la joyería y sustraen una manta de joyas.

Córdoba, jueves 4 de mayo. Autoras distraen al empleado de la joyería y sustraen al descuido diversas joyas.

Almería, viernes 5 de mayo. Denuncia sustracción de manta de polipiel en color verde la cual contenía entre 45 y 50 cadenas de oro amarillo, cada una de ellas con un peso de entre 1 y 5 gramos.

Badajoz, viernes 5 de mayo. Hurto de una manta de joyas que contenía 40 cadenas de oro.

Torrejón de Ardoz, Madrid, sábado 6 de mayo. Un hombre y una mujer solicitaron que les mostrasen diverso material de bisutería, sustrayendo al descuido una de las mantas con material, marchándose posteriormente en un vehículo en que ya estaba esperando una segunda mujer.

Sevilla, domingo 7 de mayo. El perjudicado, dejó el vehículo estacionado en el aparcamiento del recinto ferial con motivo de la feria de Sevilla. Cuando regresó posteriormente, comprobó que el vehículo le había sido sustraído. En el interior, guardaba diversos muestrarios de joyería, ya que su propietario es representante de dicho ramo.

Granada, lunes 8 de mayo. Propietario de una joyería localiza un agujero practicado en el tabique, entre la joyería y el portal de la finca colindante, de unos 50 cm., habiendo utilizado lanza térmica para forzar la caja fuerte, de donde sustrajeron gran cantidad de joyas y relojes.

Pozuelo de Alarcón, Madrid, martes 9 de mayo. Robo en tienda, en la que los autores fracturan la parte de abajo del cristal de la puerta de acceso y sustrajeron 4 expositores con anillos de plata, y 5 mantas con esclavas, pulseras, gargantillas, cadenas de plata y chapado en oro.

Barcelona, miércoles 10 de mayo. Los autores entran en la joyería y, mientras unos intimidan a los empleados, otro con un mazo rompe las vitrinas y sustrae las joyas. Se desconoce cantidad y valor.

Gálvez, Toledo, domingo 14 de mayo. Los autores entraron en la tienda haciéndose pasar por clientes, y aprovecharon que atendía a otra persona y que le estaba enseñado una bandeja con esclavas de oro, cogiéndolas y dándose a la fuga en un vehículo.

MAPA DE LA DELINCUENCIA EN ESPAÑA



ASESORÍA

EL ASESOR

¡Burocracia!

Burocracia, he dicho. Y me preguntarán por la génesis del "palabro". ¿cómo podríamos definir el término?

Pues si acudimos a la definición literal, se trataría del gobierno de los burros. Líbreme Dios de acusar a nuestros gobernantes de tal condición equina (y que conste que no por falta de ganas, sino por simple miedo a las consecuencias). Pero por ahí van los tiros.



FERNANDO YANDIOLA

Hay pocas cosas más ridículas que el hecho de ahogar a un Sector económico con formalismos, declaraciones varias, impresos mil, modelos variopintos, y exigencias múltiples. Pues si algo ha de caracterizar al tejido productivo de un Sector como el nuestro, tan amenazado por la crisis económica (al depender de la demanda por parte de quienes, al ver mermadas sus fuentes de ingresos, y reducida su capacidad adquisitiva, frenan su adquisición de productos que podemos denominar como "superfluos", es decir, de carácter no necesario - y precisamente, los Joyeros y Relojeros venden ese tipo de artículos), ha de ser una suma agilidad a la hora de realizar sus operaciones, de forma que la rapidez de las mismas, y el continuo fluir de las transacciones, permitan compensar la caída de las ventas. Es decir, resulta imprescindible poder dedicarse a vender.

Pero somos víctimas del peor de los tumores empresariales: la burocracia. ese cáncer que nos obliga a dedicar la mayor parte de nuestro tiempo a conservar documentos, guardar facturas y notas, exigir acreditaciones, pedir a nuestros clientes que nos aporten sus documentos de identidad, los papeles de sus negocios, y hasta las escrituras de sus casas, a verificar las informaciones que nos dan, y a comunicar nuestras comprobaciones (y aun nuestras sospechas). Y con eso, la voraz Administración, que así justifica el terrible gasto funcional, estará servida con el fluir de documentos. Aunque solo se refieran a una sola operación, por no quedarnos tiempo para dedicarnos a vender más veces. ¡A la ruina, pero con la documentación en perfecto orden!

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

Contable y Fiscal

Plusvalía de local ¿ilegal?



Pregunta.- Soy Relojero en Madrid, y hace unos meses vendí el local de mi antigua relojería.

Llevo una temporada oyendo hablar de que se ha declarado ilegal la Plusvalía Municipal en los casos en los que no haya habido beneficio sino pérdida en la operación. Y creo que se trata de mi caso:

Compré el local en 2002, por un importe de unos 280.000 euros (más todos los gastos que tuve que abonar). Y lo he vendido, en Doiciembre de 2015, por 210.000 euros, sin contar con la reforma que hice en 2012, en la que me dejé otros 60.000 euro. Y cuando digo esas cantidades, son reales, no "escrituradas"

Vamos que, como negocio, no ha resultado ninguna gran operación. Y el importe que obtuve lo destiné a la compra de mi nuevo local, con lo que no tengo que pagar incremento patrimonial en Renta.

Pero sí que tuve que hacer la Autoliquidación de la Plusvalía del Ayuntamiento (bueno, la verdad es que me la hicieron en las dependencias municipales), con el resultado de que tuve que soltar más de 10.000 euros, pues me dijeron que era imprescindible para la inscripción registral de la venta.

¿Tengo alguna posibilidad de reclamar que me devuelvan lo que he pagado como consecuencia de esa Plusvalía, dado que la operación no solo no ha tenido ninguna plusvalía, sino que he perdido bastante dinero?

Respuesta.- Efectivamente, entendemos que tiene usted ese derecho a la devolución del Impuesto pagado (pues el nombre real de la plusvalía es Impuesto sobre el Incremento del Valor de los Terrenos de Naturaleza Urbana)

Tras una serie de normas y resoluciones, tanto internacionales, como de los Tribunales españoles, la reciente Sentencia de 16 de Febrero de 2017, del Tribunal Constitucional, ha zanjado la cuestión, al declarar que los vendedores de los inmuebles solo están obligados a satisfacer la plusvalía municipal si entre la fecha de adquisición, y la de enajenación, dichos inmuebles han visto incrementado su valor.

Así pues, se declaran inconstitucionales los preceptos legales que obligan al pago del tributo incluso en los casos de pérdidas de valor, por entender que atentan contra el principio constitucional de capacidad económica.

Si ese es su caso, y se halla,

como así es, dentro del plazo de 4 años y medio de la prescripción de la acción correspondiente, presente en el Ayuntamiento una Declaración de Rectificación de la Autoliquidación, y una solicitud de Devolución de Ingresos Indevidos por el importe pagado

Jurídico y Legal



Local y Valor "comprobado".



Pregunta.- Soy un Joyero de Madrid, y tengoun problema que deseo consultar. Hace unos meses he comprado un local para mi actividad profesional. El Local se encontraba en muy mal estado, necesitando una reforma en profundidad, de manera que el precio de compra real ha sido de 250.000 euros, aunque su valor, una vez efectuada la reforma, en la que me he gastado cerca de 50.000 euros, sea ahora muy superior. Como es natural se escrituró por el precio de compra, y se pagó el correspondiente Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales. Pero ahora me ha llegado una "Paralela" de la Comunidad de Madrid, en la que me asignan un "valor del Inmueble" de más de 400.000 euros, y me reclaman el I.T.P. por la diferencia, más un recargo, e intereses de demora. ¿Qué puedo hacer?

Respuesta.- La cuestión que nos plantea tiene dos partes diferentes que analizaremos por separado. En primer lugar, debe tenerse en consideración que la Base Imponible del Impuesto sobre bienes inmuebles viene determinada por el Valor Real del Inmueble transmitido. Lo que ocurre es que, a la hora de valorar, las comunidades autónomas incumplen, frecuentemente, su obligación de individualización de los bienes sobre cuya enajenación ha de aplicarse el Impuesto, y la sustituyen por la aplicación de "baremos" o Tablas de valoración en las que, dependien-

do de la clase (local o vivienda), superficie útil, ubicación (según los tipos de barrio o zona) y otros elementos, componen unos "precios medios" de venta por metro cuadrado que utilizan a la hora de efectuar las "Comprobaciones de Valor", que es el Documento que Ud. ha recibido acompañando a la Liquidación Paralela del Impuesto que le han remitido.

Pues bien, si en esa Comprobación no se ha tenido en cuenta el estado del local (como parece que así ha sido), lo que debe hacer es solicitar una Tasación Pericial Contradictoria, para lo que puede contratar un Perito Tasador (normalmente un Arquitecto y, en este caso, le sugerimos que si ha utilizado los servicios de uno para la Reforma del local, use a este, por ser el conocedor del estado anterior del local) y le encargue la elaboración de una Tasación en la que se acredite el estado del local antes de la reforma, los elementos que se han reformado, los precios pagados en la reforma, acompañados de los oportunos justificantes de pago, y el valor que tenía antes de efectuarla.

En función de esa Tasación, lo habitual es que la Administración designe un tercer perito que efectúe un nuevo informe de valoración (perito al que, en caso de que su tasación difiera de la del perito por Ud. designado en más de un 10 %, deberá pagar Ud. también). Y en función de ambos informes se determinará el Valor del Inmueble por la Administración (valoración que, por supuesto, se hallará sometida al régimen de Recursos como cualquier otra resolución de la Administración.

Paralelamente, debe Ud, presentar el correspondiente Recurso contra la Liquidación Paralela, basándose en la inadecuación de la Comprobación de Valores a la realidad del estado del inmueble, recurso que, lógicamente, dependerá de la exactitud de la Tasación por usted aportada y de su adveración por el tercer perito designado por la Administración Incidentalmente le recordamos que el hecho de recurrir no supone que no tenga Ud. la obligación de pagar, entre tanto se resuelve, ni veda a la Administración el poder proceder en vía de apremio para el cobro, salvo que Ud. avale suficientemente la cantidad

reclamada con sus recargos e intereses, como le aconsejamos que haga.

Resuelta la Tasación Pericial Contradictoria, a ella habrá que remitirse para determinar la cuota correcta del Impuesto.

Obviamente, en caso de que la Administración rechace sus argumentos y mantenga la Comprobación de Valor, y la Liquidación Paralela, jhasta dar fin a la vía Administrativa, Ud. siempre podrá interponer un Recurso Contencioso Administrativo frente a ambas resoluciones Administrativas, que se tramitará ante el Juzgado de lo Contencioso Administrativo. o ante la Sala de lo Contencioso administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Madrid, para su resolución definitiva.

Previamente a ello, pero csin carácter necesario, puede Ud. interponer una Reclamación Económico Administrativa ante el Tribunal Económico Administrativo Regional. Supone disponer de una instancia más (sin olvidar que se trata de un órgano de la Administración, no de un Tribunal judicial), pero si lo hace, no podrá ir al Recurso Contencioso hasta que la vía del TEAR se agote.



Laboral y Social

Excedencia y reserva de puesto de trabajo.



Pregunta.- Soy trabajador de una empresa de fabricación de joyería. He tomado una excedencia de un

año y medio y, al comunicar que me reincorporo, me han denegado la incorporación "por no haber vacante" ¿No tenía reservado mi puesto al ser una excedencia?

Respuesta.- El art. 46.2 del E.T. establece que el trabajador con antigüedad no inferior a un año tiene derecho a Excedencia Voluntaria por período no menor de 4 meses, ni mayor de 5 años. Disfrutada, no podrá volver a solicitarla hasta transcurridos cuatro años desde la finalización de la excedencia. El trabajador conservará el derecho preferente al reingreso en una vacante de igual o similar categoría profesional que se produjera en la empresa. Ahora bien, no es un derecho al puesto de trabajo que ahora tiene, sino solo un derecho preferente cuando se produzca una vacante, pudiendo aceptar el un puesto de categoría inferior, si bien con la misma remuneración de su puesto actual. Es importante la duración de la Excedencia.; durante el primer año, tendrá derecho a la reserva de su puesto de trabajo, pero transcurrido ese plazo, la reserva sólo será de un puesto del mismo grupo profesional o categoría equivalente.

Consultorio G&T PROFESIONAL Y EMPRESARIAL

El Equipo Profesional de YANDIOLA & RODRIGUEZ, ASSESORES EMPRESARIALES, S.L. da respuesta a las consultas que los lectores del Periódico GOLD&TIME, profesionales de la Joyería y la Relojería dirigen a nuestra Redacción. Las consultas pueden dirigirse al E-mail asesoria@yrae.es, al Fax num.: 91 532 75 79, o, 91 522 83 55 directamente, a nuestra Redacción, C/ Lope de Vega, 13. CONSULTORIO G&T es un Servicio exclusivo y gratuito para los Suscriptores de GOLD&TIME

Las Novedades Tributarias de 2017 (III) El sistema de Suministro Inmediato de Información (IVA mensual)

Dos de las cuestiones que se plantean, con habitualidad, en relación con este último extremo (el ejercicio de la opción por el Sistema) es el referente al caso de que se trate del inicio de una actividad económica nueva. En este caso, el ejercicio de la Opción por el Sistema de Suministro Inmediato de Información, se realizará con ocasión de la Declaración de comienzo de la actividad (Modelo 036).

Y otra cuestión viene marcada por el caso de aquellos empresarios o profesionales, que sean titulares de varios establecimientos diferentes, situados en distintos lugares, pero siempre dentro del ámbito de aplicación del Impuesto sobre el Valor Añadido.

En este supuesto, el sistema se aplicará con relación a la persona, no al establecimiento, es decir, me-

dante la llevanza de Libros Registro únicos, en los cuales deberán ser anotadas, debidamente, todas las operaciones realizadas en todos los establecimientos

Una vez se haya optado por la aplicación del nuevo sistema, hay que tener en consideración los **plazos para el suministro de la información**, es decir, para la remisión de los Registros, correspondientes a la Facturación del empresario (y nos referimos tanto a las Facturas Expedidas - Ingresos - como a las Facturas Recibidas - Gastos para su incorporación a los Libros Registro).

Durante el ejercicio de 2017, no hay diferenciación, por cuanto se establece que el plazo de remisión de los registros (tanto de facturas expedidas, como recibidas) es de 8 días naturales.

Sin embargo, a partir del ejercicio siguiente, sí habrá diferenciación. Y así:

A) Para las Facturas Emitidas, 4 días naturales desde la expedición (8 días si las expide el destinatario o un tercero). Y en todo caso, siempre antes del día 16 del mes siguiente a aquel en que se produzca el devengo.

B) Para las Facturas Recibidas, 4 días naturales desde el registro contable. Y en todo caso, siempre antes del día 16 del mes siguiente al periodo de liquidación donde se hayan incluido las operaciones.

Y si se trata de operaciones de Importación, el documento a registrar será aquel en que conste la Cuota Líquida por Aduanas, y siempre antes del día 16 del mes siguiente al final del periodo a que se refiera la liquidación.

Prevención del Blanqueo de Capitales y pequeñas Joyerías (XVI)

Bien, pues veamos cuál es el régimen de las obligaciones consideradas como de "diligencia debida" cuando realicemos, con empresas o profesionales, operaciones que se consideren como "no minoristas".

En primer lugar, debemos identificar formalmente al cliente o proveedor, a cuyo efecto, habrá que identificar, tanto a la persona jurídica (a cuyo efecto, deberemos requerirles la presentación del documento fehaciente que acredite la denominación social, el tipo societario, domicilio social, el órgano de administración y sus miembros, y sus estatutos sociales) lo que supone, obviamente, solicitarle copia de la Escritura de Constitución, así como las que contengan las modificaciones relevantes. Sin embargo, cuando se

trate de sociedades españolas, bastará con la aportación de una Certificación del Registro Mercantil (aportada por el cliente, u obtenida por medios telemáticos, si bien, el letrado firmante considera que bastaría con una Nota Registral, obtenida telemáticamente), como a la persona que actúe como representante de la sociedad.

En segundo lugar, habrá que determinar el "titular real" de la empresa (aquel que puede tener el control, por tener más del 25% del capital), a cuyo efecto se podrá hacer con la correspondiente escritura otorgada ante Notario, aunque bastará con una declaración firmada por la persona que ostente la representación de la sociedad.

Y finalmente, habrá que pedir la información sobre la actividad empresarial o profesional del cliente.

CALENDARIO FISCAL / Junio

Junio 2017

L	M	X	J	V	S	D
			1	2		4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20					25
26			30			*

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

PLAZO DESDE EL 11 DE MAYO AL 30 DE JUNIO IMP. RENTA PERS. FÍSICAS Y PATRIM. 2015

● Borrador y Declaración Anual 2016 con resultado a devolver, renuncia a devolución, negativo, y a ingresar sin domiciliación (con Result a ingresar, y domic. en cta. h. el 25/6).
Impresos D-100, D-714

PLAZO HASTA EL DÍA 20 DE JUNIO

RENTA Y SOCIEDADES

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

● Mayo 2017. Grandes Empresas.
Impresos 111, 115, 117, 123, 124, 126, 128, 230

IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

● Mayo 2017. Régimen General Autoliquidación.
Impreso 303

● Mayo 2017. Grupo de Entidades. Modelo Individual.
Impreso 322

● Mayo 2017. Grupo de Entidades. Modelo Agregado.
Impreso 353

● Mayo 2017. Oper. asimiladas. Importaciones.
Impreso 380

● SII (Suministro Inmediato de Información). Opc. llevanza electrónica de Libros Registro.
Impreso 036

● Mayo 2017. Decl. recapitulativa de operaciones intracomunitarias.
Impreso 349

● Mayo 2017. Decl. Operaciones incluidas en los libros registro del IVA e IGIC.
Impreso 340

IMPUESTOS ESPECIALES

● Marzo 2017. Grandes Empresas.
Impreso 561, 562, 563

● Marzo 2017. Grandes Empresas (*).
Impresos 553, 554, 555, 556, 557, 558

● Mayo 2017. Grandes Empresas.
Impreso 560

● Mayo 2017. Impresos 548, 566, 581

● Mayo 2017 (*). Impresos 570, 580

(*): los destinatarios registrados, incluso los destinatarios registrados ocasionales, los representantes fiscales los receptores autorizados utilizarán, como Declaración de Operaciones, el Modelo 510.

IMPUESTO SOBRE PRIMAS SEGUROS

● Mayo 2017. Impreso 430

NOTAS

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

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

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

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



YANDIOLA & RODRIGUEZ ASESORES EMPRESARIALES, S.L.

AL SERVICIO DE LOS PROFESIONALES
DE LA RELOJERÍA Y LA JOYERÍA

E-mail: asesoria@yandiola.com

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

Asegura unos resultados óptimos en los tratamientos de superficies

El proveedor Sempsa JP presenta su amplia variedad de tratamientos para optimizar las superficies de los metales preciosos destinados a joyería y orfebrería, cubriendo todo el ciclo del proceso. Desde los pre-tratamientos químicos a los antioxidantes, pasando por los electrolitos para nuevos colores o para potenciar los existentes.

La firma española proporciona soluciones a procesos complejos como la galvanización en línea o la deposición física por vapor (PVD) aprovechando las sinergias tecnológicas dentro del grupo. Además, Sempsa JP proporciona un asesoramiento personalizado para la compra y el uso de equipos de galvanotecnia.

Pre-tratamiento de metales

Un tratamiento previo de calidad de las superficies es primordial para posteriormente obtener un acabado óptimo en las piezas. Los químicos de Sempsa JP están indicados para procesos como la limpieza de ultrasonidos, el desengrase electrolítico y el desengrase de cocido.

Preparados

No es fácil elaborar correctamente los preparados de metales preciosos. Requieren preparación para ofrecer los mejores resultados y sobre todo aquí es donde la expe-

riencia de un proveedor como Sempsa JP es clave para ofrecer la mayor calidad en todos los preparados, tanto en las sales de oro y plata, como en una amplia gama de compuestos de todo tipo de metales preciosos.

Electrolitos de inmersión

El uso de electrolitos de metales preciosos es sumamente importante para obtener unas superficies brillantes tanto en joyería como en orfebrería. El proveedor dispone de una amplia paleta de tonalidades dorados aparte de los básicos de oro, la plata, el platino, el paladio y rodio.

Electrolitos para el galvanizado con lápiz

Sempsa JP cuenta con numerosos productos para el galvanizado con lápiz, aparte de sus electrolitos de metales preciosos. Los tonos de rodio, oro y plata son compatibles con los tonos utilizados en los procesos de inmersión.

Electrolitos de metales comunes

Estos electrolitos utilizan el níquel y el cobre como capas intermedias para dotar de mayor belleza a las superficies en el proceso de galvanización.

Acabados perfectos

Una vez acabado el proceso se recomienda aplicar un tratamiento final para que las superficies no se deterioren con el uso y el paso del tiempo. Para ello la firma cuenta con dos productos para un óptimo tratamiento posterior.

Los CRFs y CRFg son antioxidantes especialmente desarrollados para usarse en artículos bañados en plata y oro, sin que su aplicación modifique en nada la apariencia del producto final. Estos productos forman una película protectora que actúa como aislante químico repeliendo la suciedad y el agua, evitando el deterioro y prolongando el color original de las piezas. Además están libres de cromatos, altamente contaminantes.



Acabados electroplating, junto a dispositivo y químicos para baños.



Soluciones luminosas para establecimientos renovados

El fabricante de tejidos Kvadrat y la marca de luminarias Philips han llegado a un acuerdo para ofrecer soluciones basadas en un tejido luminoso que permitirá a arquitectos, diseñadores de interior y especialistas en iluminación, crear espacios más atractivos utilizando las texturas que mejoran la acústica y la luz para crear ambientes.

A través de la combinación de las luces LED integradas con la textura de los paneles no sólo se absorbe el sonido para crear un entorno más cómodo sino que, además, esta solución podría mejorar

la experiencia en comercios al permitir mostrar contenidos visuales dinámicos, como proyecciones de video.

Los paneles se basan en un marco de aluminio, con un mecanismo de tensión oculta que mantiene la superficie de la tela siempre estirada. La tecnología OLED permite que la fuente de luz no tenga por qué «ocultarse» en el diseño, sino que puede formar parte del mismo.

La incorporación de este tipo de paneles sin necesidad de lámparas internas amplía las posibilidades de decoración y escaparatismo en los establecimientos.

ELECO

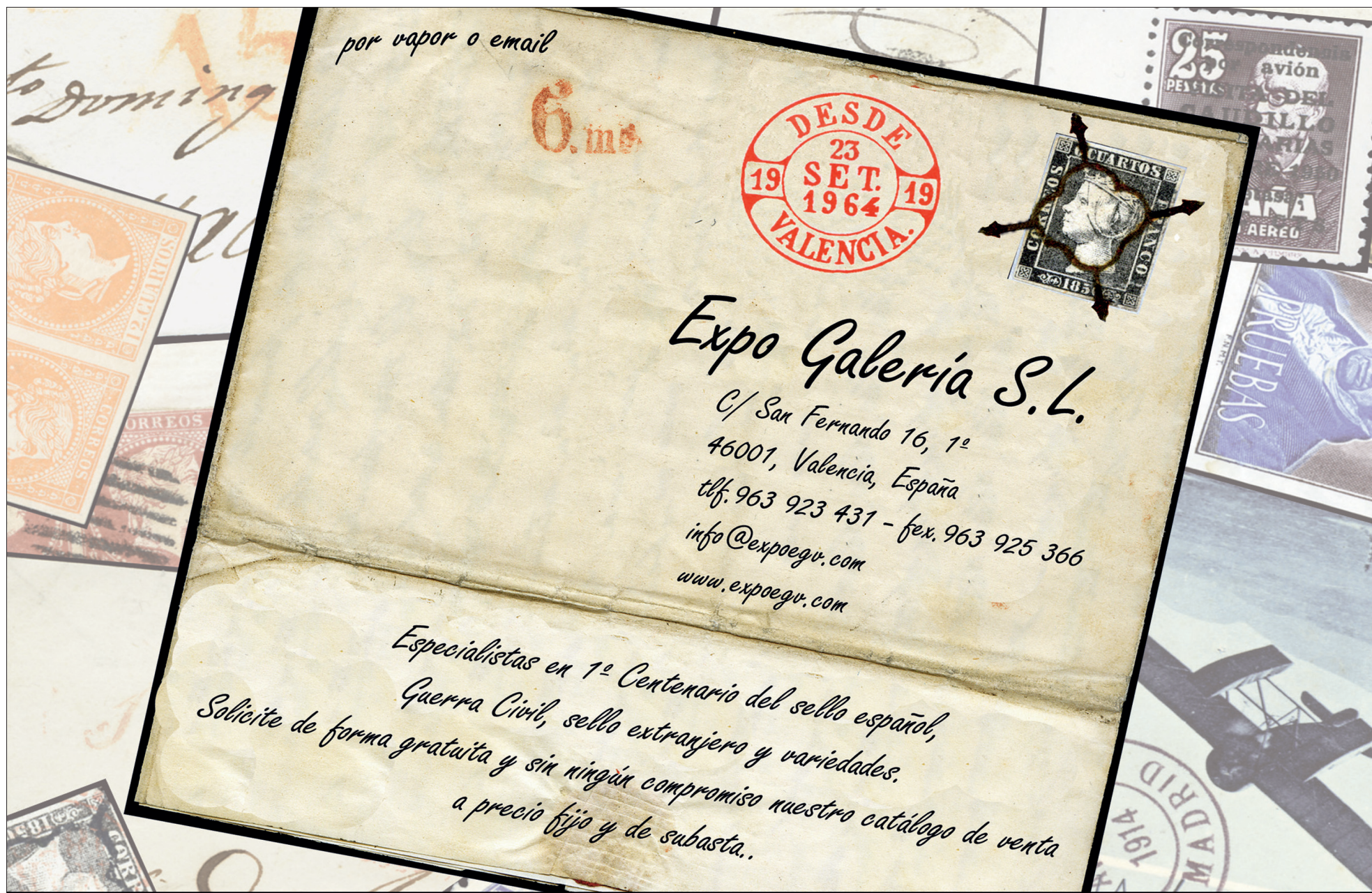
FILATÉLICO Y NUMISMÁTICO

ORGANO OFICIAL DE FESOFI

Anuncios | EL ECO | Advertising
Publicidad@EIEcoFilatelico.com

Pida ejemplar gratis | Free copy:
Suscripciones@EIEcoFilatelico.com

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



Haga eternos los grandes hitos de la historia de España a través de sus monedas conmemorativas

Solicite sin ningún compromiso su catálogo de venta a precio fijo



EXPO
GALERIA

Filatelia
Numismática
fundada en 1964

San Fernando, 16 - 1º piso
46001 VALENCIA (España)

Tel.: 963 923 431 - 963 921 625
Fax: 963 925 366
info@expoegv.com
www.expoegv.com



Presentación oficial del encuentro, el pasado mes de septiembre.

Homi Milano prepara su cita de septiembre con sorpresas

Se celebrará del 15 al 18 de septiembre en Fiera Milano y contará con una exposición retrospectiva sobre la influencia de la moda

Costumbres, gustos, tendencias, en una palabra, "estilos de vida": el concepto del arte de vivir vuelve a ser protagonista con la octava edición de HOMI, del 15 al 18 de septiembre de 2017 en Fiera Milano, exposición que ilustra la influencia de las modas en nuestra vida cotidiana a lo largo del tiempo, una lente de aumento sobre las nuevas tendencias que caracterizan los objetos del hogar y los accesorios personales, explican los organizadores.

La oferta de HOMI Fashion & Jewels se enriquece con una nueva edición de *Project Room*, evento realizado con la firma de marketing *Artisanal Intelligence*, que desde hace tiempo se ocupa de la creatividad contemporánea con particular atención a la promoción del Made in Italy.

Entre las novedades de la edición de HOMI de septiembre figura "*La Piel de la Moda*", exposición que celebra uno de los materiales más preciados, fascinantes

y elegantes para la realización de accesorios moda.

Con "*La Piel de la Moda*" HOMI presenta joyas, bolsos, zapatos, cinturones y sombreros de piel: un centenar de objetos de piel que ponen en evidencia la creatividad y la manufactura italiana, el alto artesanado y la alta tecnología, empresas internacionales y jóvenes diseñadores, pero sobre todo la versatilidad y heterogeneidad de este material extraordinario.



Ceremonia de entrega de premios y una de las piezas galardonadas en esta segunda edición.

La Joyería viguesa entregó sus premios al diseño infantil

El Auditorio de Vigo registró el pasado 16 de mayo una amplia afluencia de público con la entrega de premios del II Concurso Infantil de Dibujo Dinoseito, que organizó la Escuela Técnica de Joyería del Atlántico en colaboración con la Asociación de Joyería, Relojería y Platería de Pontevedra y el Concello de Vigo.

Los galardones, doce en total, fueron seleccionados entre más de un millar presentados al concurso, y consistieron en joyas de plata, réplicas de los dibujos más valorados por el jurado del certamen, y que han sido realizados por alumnos de la Escuela del Atlántico, convirtiendo así el premio en una pieza exclusiva y singular que re-

fleja la visión de los más pequeños del "Dinoseito", una escultura-arbusto ubicada en el centro de la ciudad gallega.

El objetivo del concurso no es otro que el de fomentar la creatividad y el desarrollo de actividades culturales entre los niños de infantil y primaria de los colegios de la provincia.



CARTA ABIERTA DE CRISTINA YANES

El Sector ya tiene su feria y se llama Iberjoya Forever

Hoy me permito interrumpirte un momento y te agradecería que me prestaras unos minutos de tu tiempo porque quiero comunicarme directamente con mis colegas de profesión y solo puedo hacerlo por este medio.

Hace algo menos de un año acepté, a petición de varios empresarios, ser la presidenta de la Asociación Española de Joyeros, Plateros y Relojeros y del Salón Iberjoya Forever.

Mi compromiso tiene dos motivos esenciales, uno, que nuestras empresas tengan los menores obstáculos posibles con las leyes que se aprueben, cuyo trabajo desempeña la Asociación que no es más que la unión "voluntaria" de talleres, tiendas, fábricas y de la mayor parte de organizaciones del sector (incluidos los Colegios profesionales); dos, que las joyerías prosperen, que volvamos a calar con nuestro producto en la mentalidad del consumidor final, Iberjoya Forever es una acción que nace con ese fin.

Iniciamos en solitario la celebración de Iberjoya Forever, que es la Iberjoya que has conocido siempre, para ser nosotros los que tomáramos las riendas y que nuestra voluntad no fuera sustituida por una institución ferial o un organizador de eventos.

La feria Iberjoya Forever nace para dar servicio al comercio sabiendo que los escaparates tienen que encaprichar al cliente. Nace de un grupo nutrido de detallistas y proveedores que se quieren apartar de los negocios feriales y centrarse en la joyería, orfebrería y relojería.

En nuestra opinión, recuperar el consumo de joyería final implica:

- 1.) Abordar la competencia externa, no entre nosotros sino contra las ofertas de las grandes compañías de comercio electrónico y los productos de nuestra competencia.
- 2.) Fortalecer el valor añadido de producto y de nuestra propia imagen. Vendemos algo escaso y muy valioso y tenemos que ofrecer credibilidad. La joyería es un comercio especializado.
- 3.) Aprovechar una marca muy conocida, Iberjoya, para que los medios hablen de joyería, pero no de una feria, sino de

tendencias, de momentos de consumo, etc. Que Iberjoya sea un puente de comunicación entre la joyería y la sociedad.

4.) Fomentar el diálogo entre los proveedores y detallistas para adoptar actuaciones coordinadas.

5.) Tener proveedores de alta joyería y de producto comercial pero con diseño.

6.) Excluir al consumidor final, al público, del acceso a un recinto destinado sólo a nuestra profesión no sólo por evitar la competencia desleal sino porque debemos mantener "la magia" que tienen nuestros artículos.

Pero necesitamos tu apoyo, que te pido desde el corazón pero también desde la razón, porque si piensas en ti, necesitas un foro como Iberjoya Forever.

Intentaremos poner las cosas fáciles para que nos visites, un autobús desde el metro, una cafetería con restaurante, podremos invitarte a una tapa y, además, si quieres venir en coche tienes un aparcamiento municipal y gratuito al lado. Basta con que nos llames.

Tu apoyo se materializa

1.- Ayudándonos a difundir el Salón. Hablando de Iberjoya Forever a quienes sean de la profesión.

2.- Reservándote uno de estos tres días para visitar Iberjoya el 6, 7 u 8 de octubre; viernes, sábado o domingo, un fin de semana para irte a la Casa de Campo, cuyo entorno ha sido objeto de una rehabilitación magnífica para que las familias puedan pasear.

Nosotros, además, aportamos más seguridad al encuentro El año pasado incluso la Policía Nacional nos ayudó, paseaban a caballo o tenían coches patrullas.

Si he logrado transmitirte lo que siento y comparto con muchos otros empresarios anónimos, seguro que empezaremos a oír el rumor de que el sector tiene su propia feria, que se llama Iberjoya Forever, y que se celebra el próximo mes de octubre en Madrid, en la Casa de Campo.

Espero verte allí, de verdad. Mi más cordial saludo,

Cristina Yanes es la presidenta de Iberjoya Forever y de la Asociación Española de Joyeros, Plateros y Relojeros (AEJPR)



Joyería

MAYO

VENTAS

Buenas: 50%



Regular: 26%



Malas: 24%



RESPECTO A JUNIO 2016



Mejores: 30%



Iguales: 30%



Peores: 40%

COYUNTURA

EN PUNTO

Premio Editores del Año

Los copropietarios del Grupo NEXO, Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz han recibido, por segunda vez y *ex aequo*, el 'Premio a los Editores del Año' por su Trayectoria Profesional, que otorga la Asociación Española de Editores de Prensa Periódica (AEEPP) y que les ha sido entregado ante más de 200 editores y periodistas venidos de todo el territorio nacional. El galardón se entregó en una sede de excepción:

la Real Casa de Correos en la Puerta del Sol de Madrid, sede del Gobierno de la Comunidad autónoma.

Este reconocimiento premia la labor de ambos profesionales al frente de la empresa editora líder en publicaciones técnicas dedicadas al Turismo, el Transporte y el Lujo, del que es exponente este Periódico, con más de 25 años de trayectoria sirviendo de correa de transmisión a los intereses de los profesionales de cada Sector.

© 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

MAYO

VENTAS

Buenas: 52%



Regular: 24%



Malas: 24%



RESPECTO A JUNIO 2016



Mejores: 50%



Iguales: 20%



Peores: 30%

EN HORA BUENA

▲ Liane Katsuki

La Asociación Joyas de Autor (AJA) celebró el pasado 6 de mayo una Asamblea en la que renovó su directiva. Su hasta ahora presidenta, Liane Katsuki, que ha ostentado el cargo durante los últimos 15 años, cede el testigo a la joyera Raquel Lobelos, aunque seguirá formando parte de la directiva de esta agrupación Joyera. La incombustible Liane, alma de la Asociación durante estos años en los que ha conseguido situar en el mapa la creación artística joyera sale de la primera línea de la representación y consigue el merecido descanso de tan relevante esfuerzo para el Sector.



OBITUARIO

▲ Pilar Mata

Justo al cierre de esta Edición conocíamos la triste noticia del fallecimiento de Pilar Mata, directora general del Grupo Diarsa durante más de 30 años. La firma que preside Marzio Villa nació en 1982 y cuenta con su sede central en Madrid y una oficina en Lisboa, llevando la distribución de siete importantes firmas de alta relojería: Cuervo y Sobrinos, Hublot, Ulysse Nardin, Eberhard & Co, Clerc, Dietrich y Porsche Design, además de la firma de Smartphones de lujo, Savelli. Desde este Periódico, nuestras más sinceras condolencias a la familia y al grupo por la pérdida.



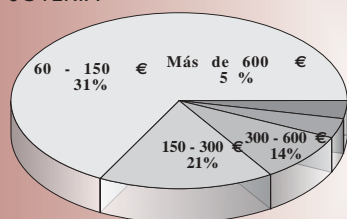
RANGOS DE PRECIOS

MAYO

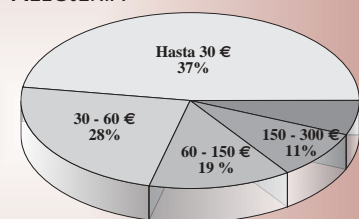
TIPO DE PIEZA MÁS VENDIDA

MAYO

JOYERÍA

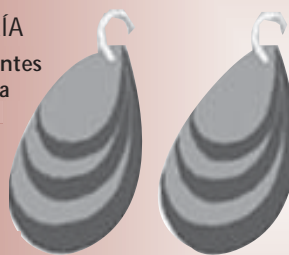


RELOJERÍA



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

GOLDTIME.org

La gastronomía, protagonista en la próxima Joya Barcelona

La última en diseño joyería: Entrega una joya con tu propio ADN

La Ciudad Condal noogerá la I edición del Barcelona Watch Experience

¿Hacia dónde irá el precio del oro?

Alarma en el GLA por un envío de diamantes sintéticos