



## INFORME CHARLA: COMO CONQUISTAR EL MERCADO JOYERO EN USA

Ponente: Beatriz de Irisarri & Buendía  
2015

Su experiencia como joyera durante 14 años en Estados Unidos, la ha llevado a conocer muy bien las dinámicas del mercado estadounidense actual y muchas de sus conclusiones están basadas en esa experiencia adquirida, conoce de metales y es especializada en gemas (gemóloga GIA), además de esto, conoce de acabados, diseño personalizado, dinámicas de comercialización, tecnología y todo lo que gira en torno a una joya y el contexto específico de estudio. Estos son algunas conclusiones dentro de los puntos expuestos:

- Los metales preciosos en USA son: el oro, la plata y el platino. El paladio está entrando dentro de esta categoría.
- El precio del oro y el platino hoy en día está equilibrado.
- Los metales como el titanio y las piedras como la monzonita está entrando muy fuerte al mercado actual de la joyería.
- La ganancia del joyero sobre una pieza normalmente es del 30%. A medida que se posicione en el mercado esta puede tener un aumento mínimo.
- El diamante en los Estados Unidos es simbólico y connota status para todos sus compradores y usuarios. Lo mínimo que busca una persona que adquiere un diamante es que sea de 1kl.
- En USA, hay un avalúo o aseguramiento de la joya que se presenta mediante un documento que realiza una persona autorizada y certificada para hacerlo.
- Existen entidades que organizan shows que se mueven por todo USA, donde se comercializan diamantes, gemas, partes, joyas, etc. Hay dos shows muy importantes en mayo y en agosto con todas las tendencias de color, materiales, etc.).
- En los shows cada vez disminuye más la participación de las esmeraldas colombianas porque empiezan a imponerse esmeraldas de otros países con mejor calidad y durabilidad.
- JCK: Organizador de los shows más grandes de joyería.
- GIA, AGS, y EGL, son los 3 laboratorios con más reputación en los Estados Unidos que generan los reportes de certificación y avalúo de las gemas.
- Jeweler's Mutual y The National Association of jewelry A., son entidades en USA, que realizan avalúos y seguros de joyería (su empresa trabaja con estas compañías).

- En Estados Unidos, se habla de las cinco C's para determinar la calidad de una gema (quilates, color, claridad, corte y certificación).
- Jewelry Artisans: Es una compañía donde se realiza: diseño personalizado, reparaciones de joyas, ensartado de cuentas, reparación de relojes y avalúos de joyería.
- Modern & Vintage: Es uno de los estilos más comunes y repetitivos en los Estados Unidos.
- Existen dos maneras para sacar la cera con máquinas pantógrafas:
  1. Crecido de ceras: con gotas que van cayendo sobre una superficie, empieza a conformarse la pieza.
  2. Máquina talladora (tiempos de producción reducidos, hay eficiencia en la producción).
- En Colombia, el corte o la talla de las esmeraldas es nativo, por lo que no es buena opción tener lotes de esmeraldas colombianas en Estados Unidos, ya que las monturas producidas allí son realizadas en serie y sus medidas tienden a ser "perfectas", por lo que el montaje de estas esmeraldas en las monturas prefabricadas no aplica por la fragilidad de estas.
- Los tratamientos que se les da a las esmeraldas en Colombia no es el adecuado, lo hacen con Permasafe, y esto con el paso del tiempo hace que la esmeralda pierda brillo y color.
- Las esmeraldas de Zambia y África, tienen un poco relegadas la industria de las esmeraldas colombianas, por sus grandes producciones, por seguridad (hay más facilidades para extraerlas, transformarlas y comercializarlas) y por el tratamiento que se le da a la piedra (no usan Permasafe).
- Los Zafiros repuntan el mercado actual, la esmeralda comanda y se mantiene en el mercado.
- El zafiro es la segunda piedra de color que la gente quiere tener.
- Los rubíes no están funcionando bien en el mercado, por la poca calidad con la que están saliendo (mezclas que dañan fácilmente las piedras).
- La turquesa se ve mucho en joyería en plata. Esta entra en otro mercado completamente diferente al del zafiro, el rubí o la esmeralda. Se usa mucho en la cultura indígena, por esto, los diseños tienen una gran carga cultural indígena mediante su simbología.
- Es indispensable en Estados Unidos el "disclosure" = declaración. Toda piedra existente que sea comercial tiene que tener especie, variedad y tratamiento.
- Hay una tendencia muy fuerte en los Estados Unidos que tiene que ver con los esmaltados, rodios negros, y baños dorados. Las piedras so indispensables para el comprador de joyería.

- D. Muscio fine jewelry studio es una de las compañías con más reconocimiento en el desarrollo de diseño personalizado.
- El retail, o mercado del "menudeo" es uno de los más importantes en USA, y es el mercado para el que Beatriz diseña.
- El mercado online en USA. está "prostituido" por las publicidades secundarias de otras marcas que se desprenden de esto.
- Las redes sociales con mejor funcionamiento para realizar comercialización de joyería son: facebook, instagram y pinterest.
- Gem matrix y Jewell master son los software más utilizados y con más reconocimiento para el modelado 3D de joyería.
- El correo (mensajería), es una herramienta muy importante al momento de vender online, ya que garantiza tiempos de envío, los costos de envío son muy económicos (el envío de un diamante cuesta aprox. \$7 dólares), y esto ayuda a generar credibilidad de marca.
- La plata no es costosa con relación a la mano de obra para producir una pieza, y en el mercado no hay mucho interés por parte de los compradores de joyería. Sería importante experimentar el mercado, fabricando las piezas desde Colombia y llevándolas a USA, ya que hay que aprovechar y explotar las capacidades que tiene el joyero- diseñador a nivel de exploración formal.
- Hoy en día se da por hecho que cualquier piedra es tratada por calor.
- Las piezas con baños son hoy en día muy populares y la calidad es muy buena, por lo que la persona adquiere una pieza de buena calidad por muy buen precio.
- Los hombres hoy en día adquieren con mayor frecuencia joyería diseñada especialmente para ellos.
- El libro azul de David Geller da los precios para cualquier reparación. Todo el tiempo lo están actualizando para mantener regulados los valores que debe cobrar el joyero. Por eso la industria protege mucho el trabajo del joyero. Hay libro para reparaciones y hay libro para diseño personalizado.
- Los márgenes de ganancia están estipulados por la industria. El margen de ganancia aumenta de acuerdo a la experiencia y reconocimiento que tenga el joyero o el estudio que esté desarrollando el trabajo.



artesanías de colombia