

EXPORTANDO JOYERÍA

PASO A PASO

Definición de Exportación

- De acuerdo a la Ley General de Aduanas, la exportación es el régimen aduanero que se aplica a las mercancías que salen del país para su uso y consumo definitivo en el exterior.
- ADUANAS es la entidad encargada de autorizar la salida de mercancías del país, ya sea por puertos, aeropuertos y fronteras habilitadas.
- La exportación no está afectada a tributo alguno.

Quienes pueden exportar Joyería?

- En el Perú la actividad exportadora puede ser realizada tanto por Personas Jurídicas como por Personas Naturales y no se requiere tener ningún registro especial para ejercer la actividad
- Se requiere contar con volúmenes adecuados para atender una demanda en el exterior (Oferta exportable).

**QUE DEBO SABER PARA
EXPORTAR JOYERIA?**

Partida Arancelaria

Qué es?

- Código Numérico de 10 dígitos que sirve para identificar los productos con fines aduaneros.
- Internacionalmente las partidas están armonizadas a 6 dígitos - “Sistema Armonizado de Designación y Clasificación de mercancías”
- Se debe identificar correctamente la partida arancelaria a fin de evitar multas o recargos.

Partidas de Joyeria

Cuales son?

- 7113110000 : Joyería de plata
- 7113190000 : Joyería de oro
- 7116200000 : Joyería con piedras preciosas o semipreciosas (otros tallados)
- 7117190000 : Bisuteria

EJEMPLO

Fuente : Aduanas



Usuario: SIC - EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES SEGUN PARTIDA

PARTIDA :	6109100031
PRODUCTO :	T-SHIRTDE ALGODON P'HOMB.O MUJ.,D'TEJ.TENIDO D'UN SOLO COLOR UNIF.INCL.BLANQLEADOS

EXPORTACIONES	1998	1999	2000	2001	2002	2003
VALOR FOB US\$	51,231,456	89,818,742	117,846,228	83,201,780	101,887,404	125,393,063
PESO NETO (Kg)	2,708,912	4,706,645	6,480,975	4,271,842	5,680,719	5,999,803
PESO BRUTO (Kg)	3,057,687	5,272,448	7,259,697	4,848,304	6,423,531	6,845,403
Nro. Empresas Exportadoras	131	181	227	289	285	294
Nro. de Mercados	41	46	43	62	51	53



[Back to form](#)

Aranceles:

El Ad valorem es el valor que debe pagar una mercancía al ingresar a un territorio aduanero, basado en un porcentaje del valor del producto a nacionalizar.

Preferencias Arancelarias

Se debe Identificar si el producto goza de beneficios arancelarios otorgados en tratados o acuerdos establecidos entre el Perú y otros países.

INCOTERMS

- Conjunto de reglas internacionales de aceptación voluntaria por las partes, que determina el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compra venta internacional
- Los puntos más importantes de los incoterms se refieren a:

El Lugar de entrega, las Obligaciones de las Partes y el Precio

INCOTERMS

- Conjunto de reglas internacionales de aceptación voluntarias por las partes, que determina el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compra venta internacional.
- Los puntos más importantes de los incoterms se refieren a: La entrega, los Riesgos, los gastos, y los documentos

Grupo 1

EXW

Grupo 2

FAS
FOB
FCA

Grupo 3

CFR
CPT
CIF
CIP

Grupo 4

DES
DEQ
DDU
DDP
DAF

Cómo saber si estoy listo para exportar?

A) EMPRESA?: Contar con una empresa decidida a exportar, capaz de competir en los mercados internacionales, para lo cual es necesario:

- Infraestructura adecuada (oficina, teléfono, fax, correo electrónico),
- Producción estable y continua,
- Solvencia Financiera,
- Logística apropiada,
- Relación fluida con los proveedores
- Personal idóneo.

Cómo saber si estoy listo para exportar? Cont..

B) PRODUCTO

- Contar con productos o servicios competitivos en calidad y precio.
- Debe cumplir con los requisitos y estándares de calidad y normatividad exigidos en los mercados internacionales.

C) MERCADO

Contar con compradores o contactos en los mercados exterior pueda orientar sus ventas.

Regímenes Aduaneros de Promoción de Exportaciones

a) Restitución Simplificada de Derechos

Arancelarios - Drawback

Recuperación del IGV

- Se aplica el concepto de: “**LOS IMPUESTOS NO SE EXPORTAN**”, por lo tanto las Facturas Comerciales de Exportación no deben ser recargadas con el 19% de IGV.
- Para la recuperación del IGV se presenta la documentación que acredita haber exportado ante la SUNAT

COTIZACION

Consideraciones a tener en cuenta

- Descripción completa del producto
- El Precio (unitario y total), debe ser clara y completa para evitar dudas
- Conviene dar alternativas de elección de precios FOB, CIF, DDU
- Fecha, plazo de vigencia, plazo de entrega, no fijar un plazo demasiado corto en relación a la naturaleza del producto
- Nombre y dirección completa del destinatario
- Número de referencia necesarios

Aspectos a considerar en una cotización:

- Tipo de empaque
- Clasificación arancelaria
- Cantidades, pesos, medidas, volumen
- Modalidad de entrega / Recepción – Incoterms 2000
- Lugar de embarque y/o desembarque
- Normas de inspección y certificaciones varias
- Condición y términos de seguro de transporte y otros

Medios de Pago

Algunas formas más comunes de medios de pago son:

- 50% ADELANTADO
- CHEQUE BANCARIO
- ORDEN DE PAGO
- CARTA DE CREDITO

La elección de la forma de pago queda establecida entre el exportador (vendedor) y el importador (comprador) en el contrato de compra-venta internacional o en el acuerdo que establezcan las partes.

El medio de pago depende de:

- El grado y tiempo de conocimiento entre el importador y el exportador
- El tamaño y valor de la operación
- La frecuencia de las operaciones (mensuales, bi mensuales, trimestrales)

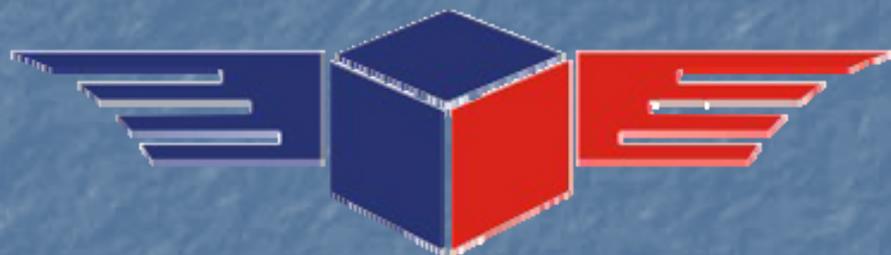
Exportación que supera US\$ 2000

Las exportaciones que superan un monto de US\$ 2,000, deben contar con un **agente de aduanas** de acuerdo a ley.

Los únicos autorizados para realizar los trámites antes Aduanas es el agente de Aduana en representación del exportador.

Documentos de Exportación

- Factura Comercial
- Lista de empaque (paking list)
- Certificados de origen (Adex, Cámara de Comercio y SNI),
- Conocimiento de Embarque (marítimo, guía aérea, Carta Porte)
- Declaración Única de Aduanas
- Otros



ExportaFácil

Serpost, El Correo del Perú

BENEFICIOS DEL EXPORTA FACIL PERU ^(1/2)

- Simplificación de procesos logísticos de comercio internacional.
- Ingreso de divisas por el aumento de exportaciones.
- Motivación para la Formalización.
- Mayor participación de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), que representan el 98% de las unidades económicas del país y el 75% de la PEA, en el mercado internacional.
- Crecimiento del número de mercados de destino de las exportaciones de cada región
- Incremento del número de productos exportados de cada región.

BENEFICIOS DEL EXPORTA FACIL PERU (2/2)

- Descentralización: posibilidad de realizar exportaciones desde cualquier parte del país, integrando a las MIPYMES locales al mercado internacional.
- Generación de una cultura exportadora en el país.
- Generación de una mayor cultura descentralizada en el uso del Internet, reduciendo las brechas digitales que pudieran existir.
- Desarrollo de iniciativas de comercio electrónico.
- Generación de empleo y alivio a la pobreza.

Exporta Fácil Perú

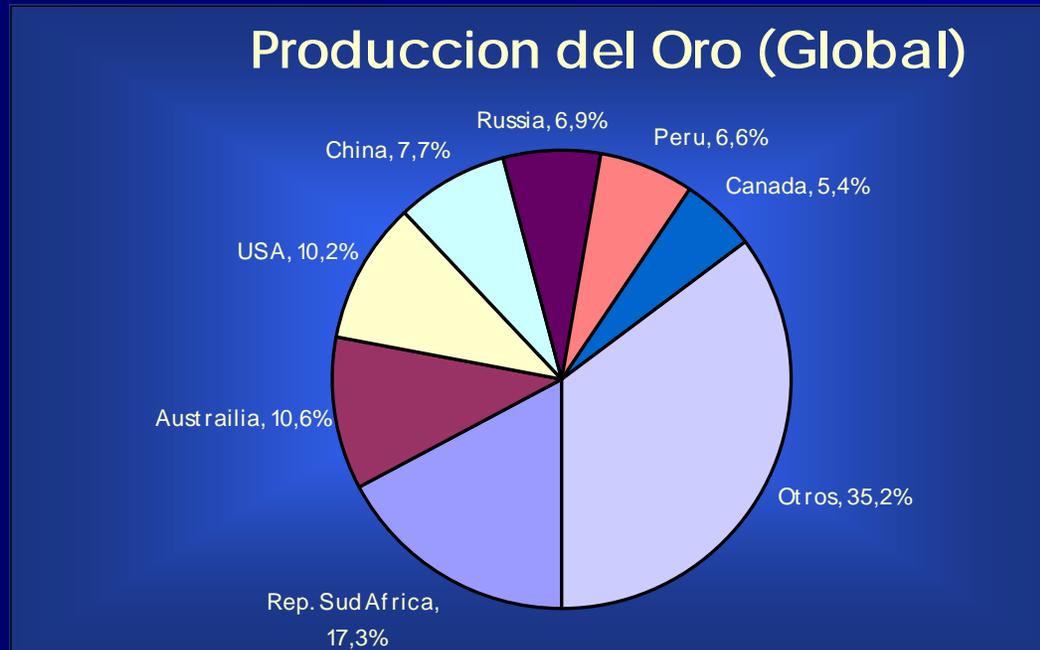
Características Generales

- **EMS** Hasta 30 Kg.
- **Pequeño Paquete** Hasta 2Kg
- **Encomienda** +2Kg. – 20Kg.
- El **paquete** se recibe **cerrado**
- Todos los **envíos** son **certificados**
- **Rastreo** para todos los envíos

MERCADO INTERNACIONAL DE JOYERIA

Análisis Global de la Industria

Producción Global de Oro



Producción Total ~2,600 toneladas/año

Demanda Global de Oro

(promedio '99-'04)

Usos	Demanda Promedio (toneladas)	%
Joyería	3102	81
Activos de Reserva	322	9
Industrial	397	10
Total	3823	100

Industria Joyera Global

■ Oro:

- ~\$45-\$50 Billones (“mil millones”), estimados a nivel de Venta Retail

– Valor agregado:

- Como Depósito de valor 30%

■ Plata:

- ~\$1.5-\$2.0 billones (estimado)

–

Principales Productores de Joyería

- Turquía
- India
- Italia
- Tailandia
- China
- República de Sud África

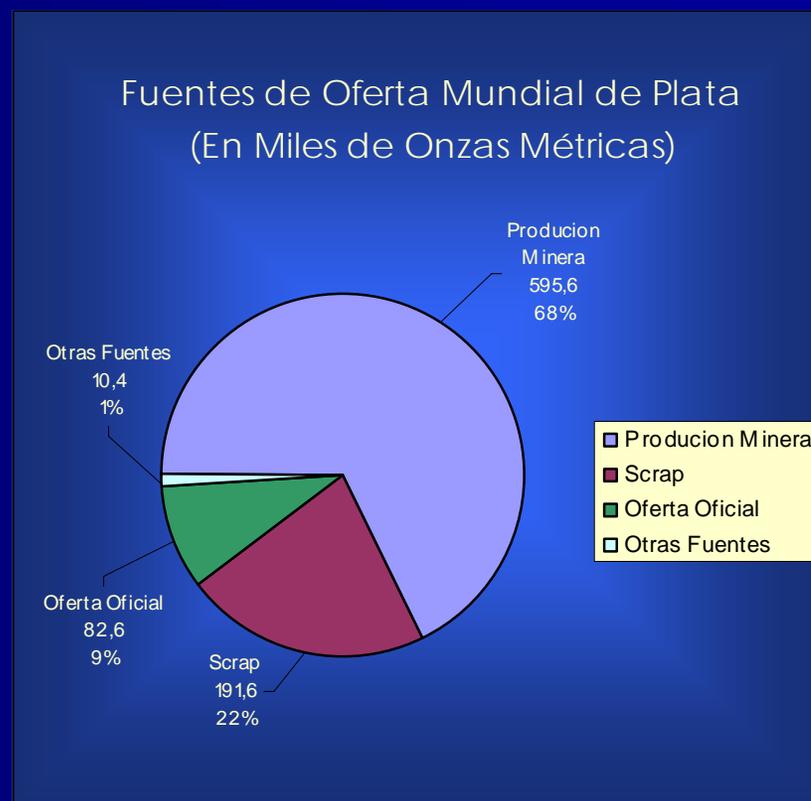
La Industria de la Joyería en Perú

- Exportación de joyería en oro ~\$95 millones (~98% a los EE. UU.)
 - Cadenas de Oro y Collares Estilo Cuerda: \$42 millones
 - Cadenas de Oro y Collares del mismo tamaño y estilo Cuerda: \$41.8 millones
- Principales productores de joyería en oro (>96% exportaciones)
 - Arin
 - Minero Metalúrgico Andina
 - De Oro
- Exportaciones de joyería en Plata: ~\$2.4 millones (~50% USA)
- Principales productores de joyería en Plata (~>80% ventas)
 - ALLPA

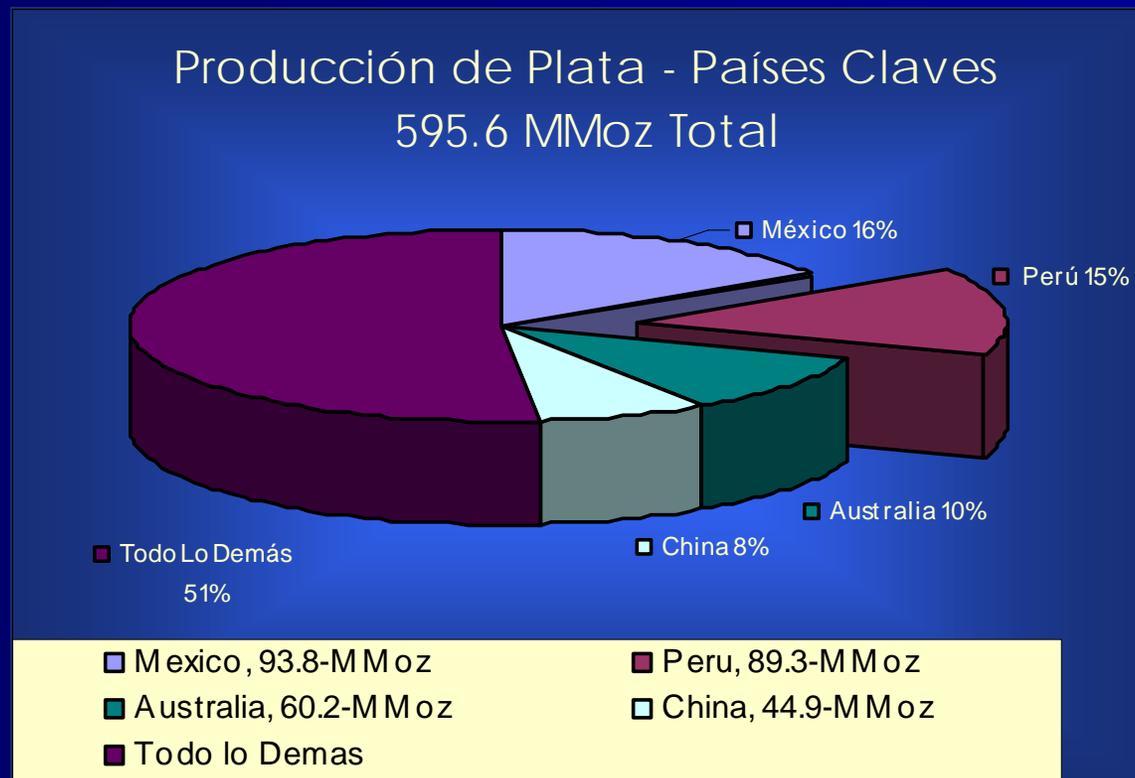
Perspectiva de la Industria de la Plata

Oferta Mundial de Plata

- Oferta Mundial Total de Plata: 880.2 MMoz

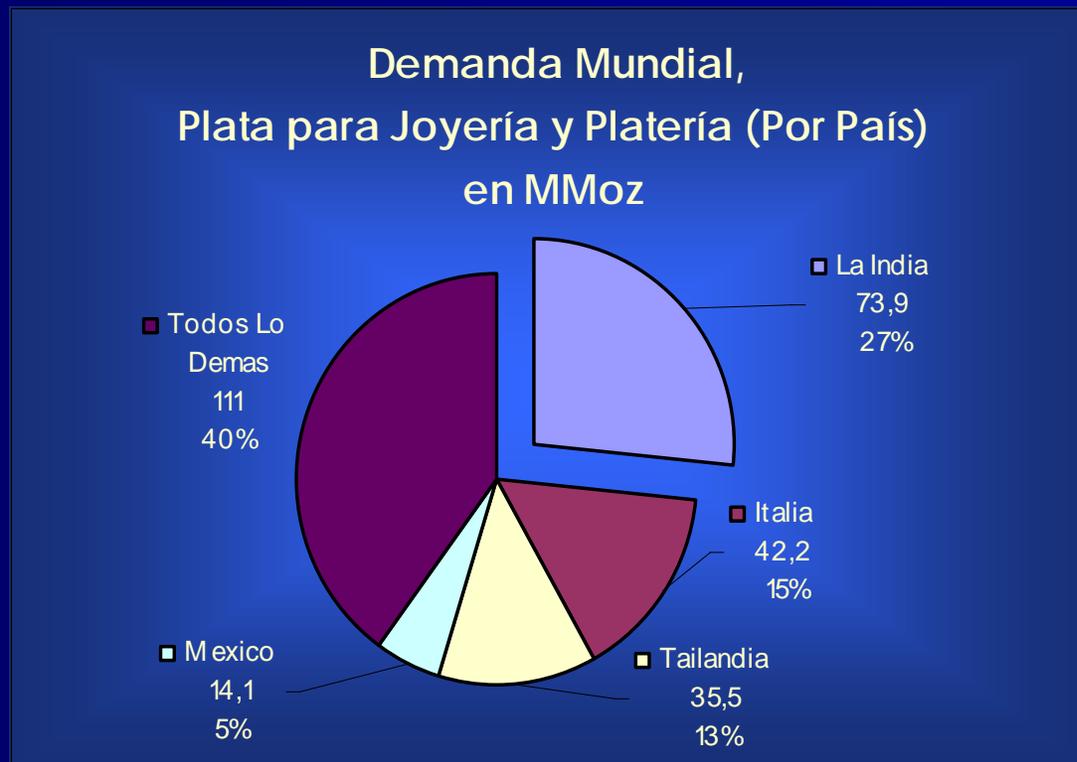


Producción Mundial de Plata de Minas por País

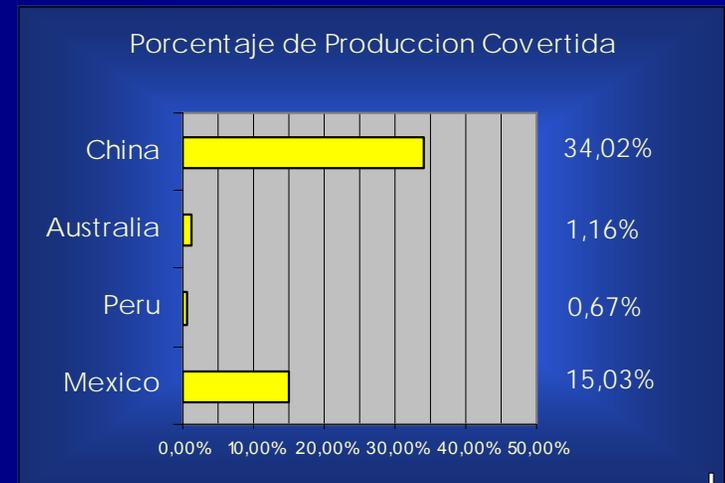
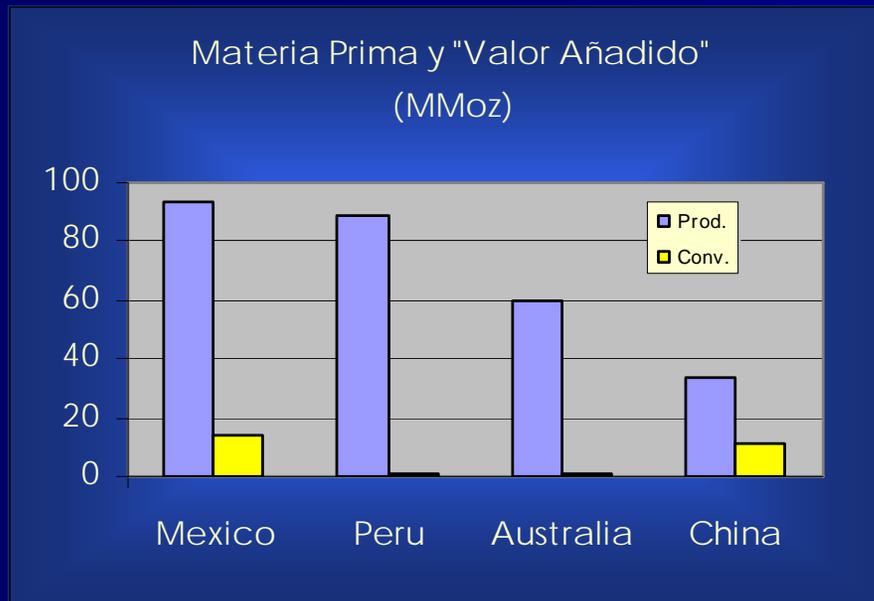


Demanda Global de Plata por País para Joyería y Platería

Consumo Global Total de Plata para Joyería y Platería: 276.7 MMoz



Comparación de los Mayores Productores y su Consumo para la Fabricación (MMoz)



Mercado de los EE.UU..

- Demanda Total de Plata de los EE.UU.....: 13.69 MMoz
- Canal de Distribución para la Joyería de Plata
 - Tiendas de Joyería Tradicionales
 - Tiendas por Departamentos (“Grandes Superficies”)
 - Grandes Comercializadores (como WalMart®)
 - Venta directa

Las 4 Principales Canales de Venta EU/USA

"Mass Retailers"

Walmart, Carrefour, KMART, Hipercor



"Tiendas Por Departamento"

Macys, Nordstroms, Corte Ingles

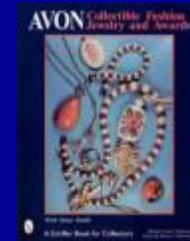


"Joyeros"

Cadena o Particular
Zales, Kay, o Local



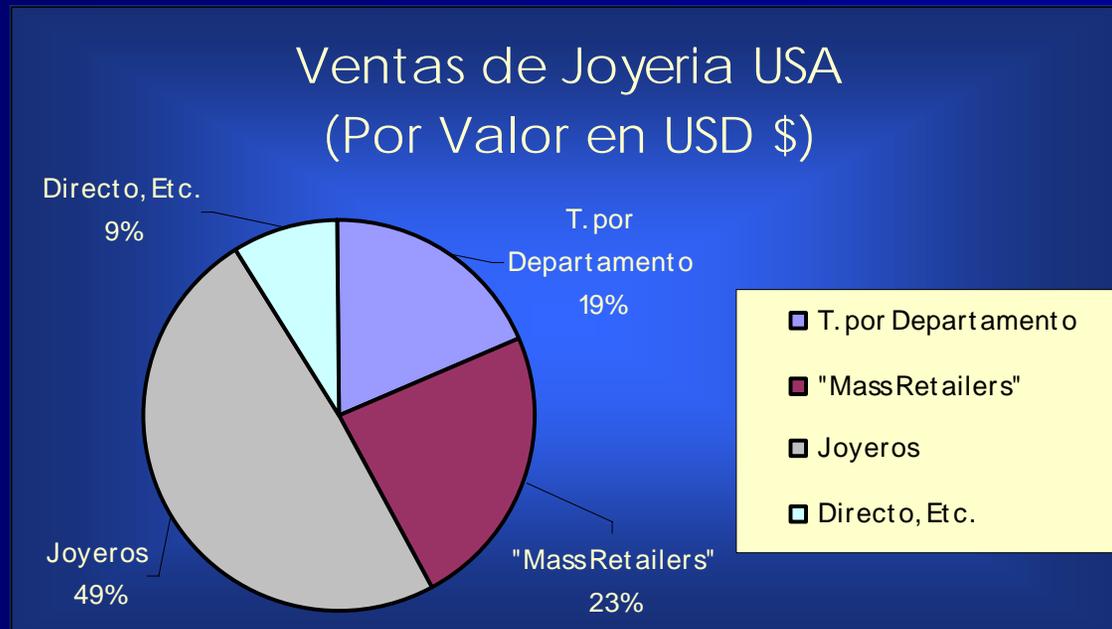
Directo o "no tienda"



ANÁLISIS DE LA DEMANDA DEL CLIENTE

Tendencias del Mercado de los EE.UU. en Comportamiento de Compras

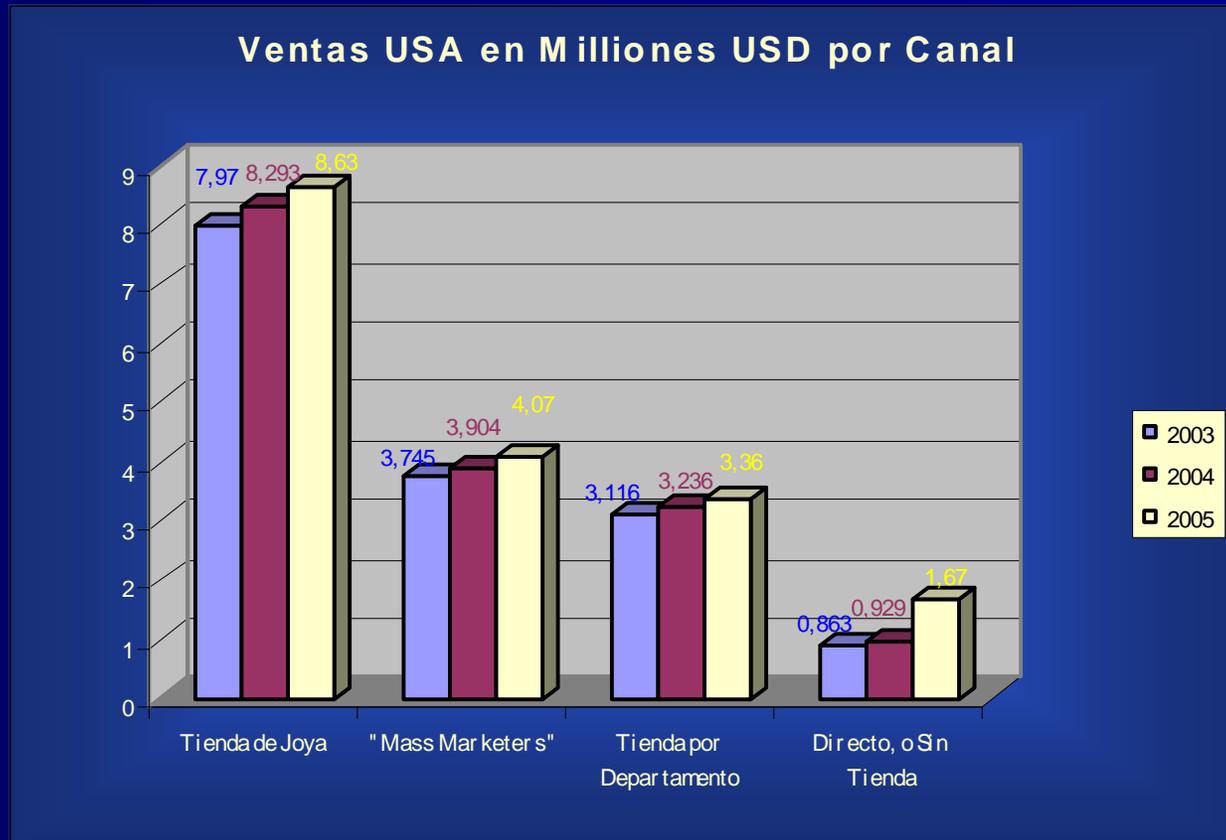
I



Es necesaria una estrategia separada para cada canal

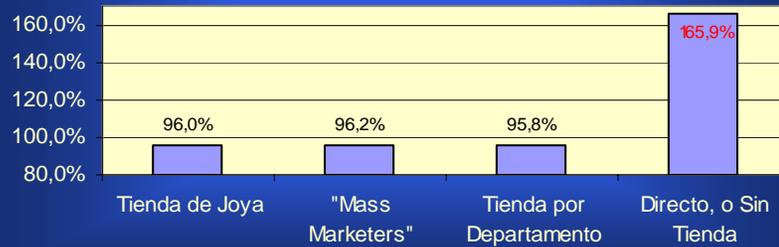
Tendencias del Mercado de Los EE. UU. en Comportamiento de Compra

Ventas al por menor en Dólares e índices de Crecimiento de Varios Segmentos

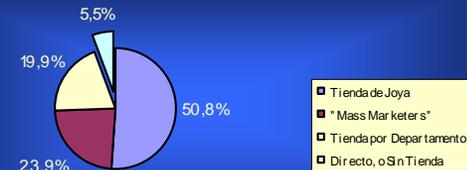


Cambio en "Market Share" 2003-2005 (USA, Por Canal)

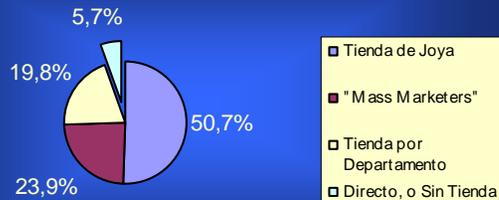
Comparacion: Compartamiento de Canal contra Crecimiento Promedio 2003-2005



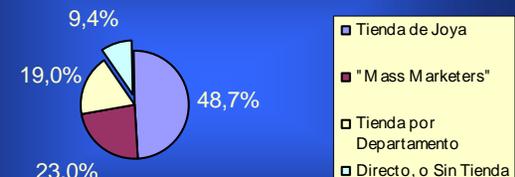
"Share" Por Canal USA 2003



"Share" Por Canal USA 2004



"Share" Por Canal USA 2005



Mercado de Joyería de Oro y Plata en los Estados Unidos

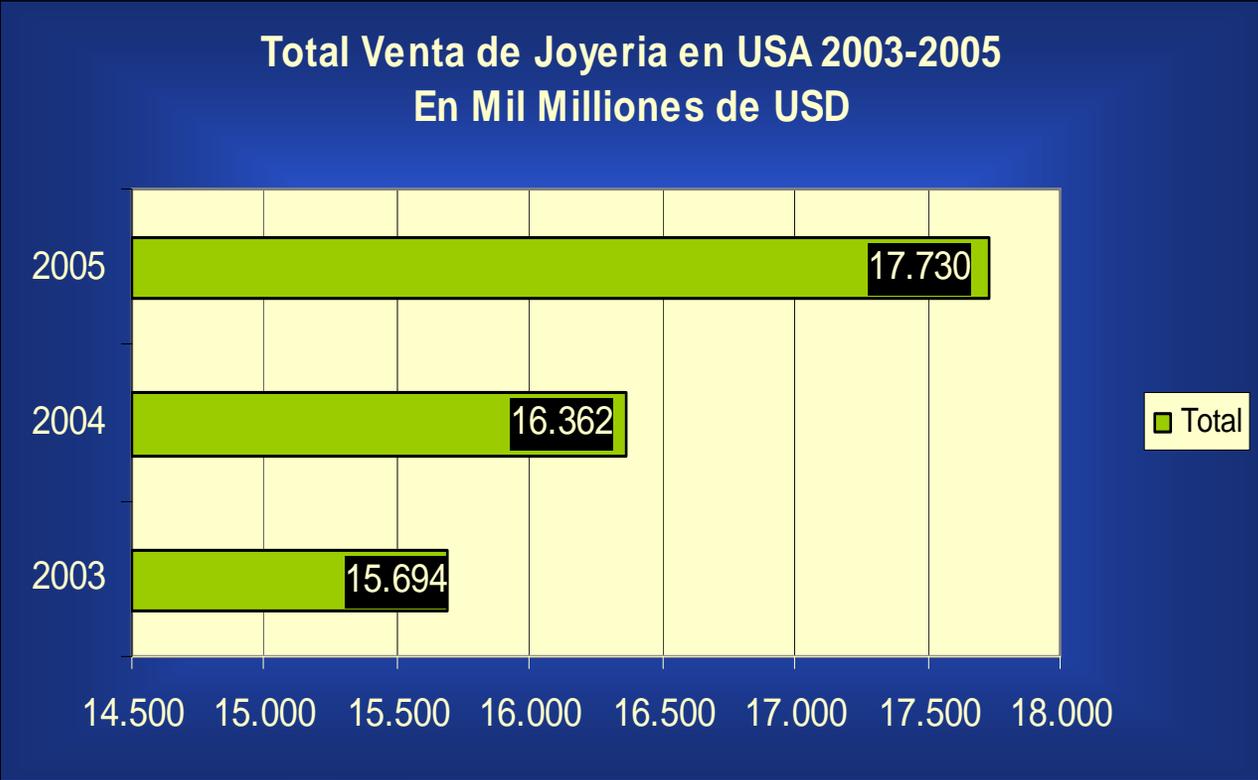
- Precio de venta promedio/unidad \$76
- ~ 3 compras/anual
- Crecimiento del índice de importaciones ~11% (1999-'05)
- Las ventas son estacionales / ocasionales
 - Día de San Valentín y Navidad
 - Día de la Madre y Matrimonios
- Criterios de decisión:
 - Depósito de valor
 - Belleza y adorno
- Los regalos representan el 40% de las piezas....pero los regalos representan el *60% del valor*

Tendencias del Mercado de los EE.UU... en Comportamiento de Compra



- Quien decide – Las Mujeres = 80%
- Precio Promedio por articulo de Joyería = \$76.01
- En Valor – 1. Cadenillas 2. Aretes 3. Brazaletes 4. Anillos 5. Aros de Matrimonio 6. Dijes 7. Otros Ítems 8. Collares
- En unidades – 1. Aretes 2. Cadenillas 3. Dijes 4. Bracelets 5. Anillos 6. Aros de Matrimonio 7. Todos los otros ítems 8. Cadenas

Crecimiento en Ventas de Joyería: USA 2003-2005



EE. UU. – Importancia de las Marcas - I

- Las Marcas de Moda, los Productos de Diseñador y de Alta Calidad son muy Importantes
- Marcas Importantes en la Principales Tiendas por Departamentos ("Grandes Superficies"):
 - Saks Fifth Avenue
 - Tiffany's
 - Neiman Marcus
 - Bloomingdales
 - Lord & Taylor
 - Nordstrom
- El Nombre del País de Origen es Secundario
- La Marca Comercial de la Tienda Minorista y su Reputación son muy Importantes entre las Tiendas de Joyería

EE.UU...

Importancia de las Marcas

II

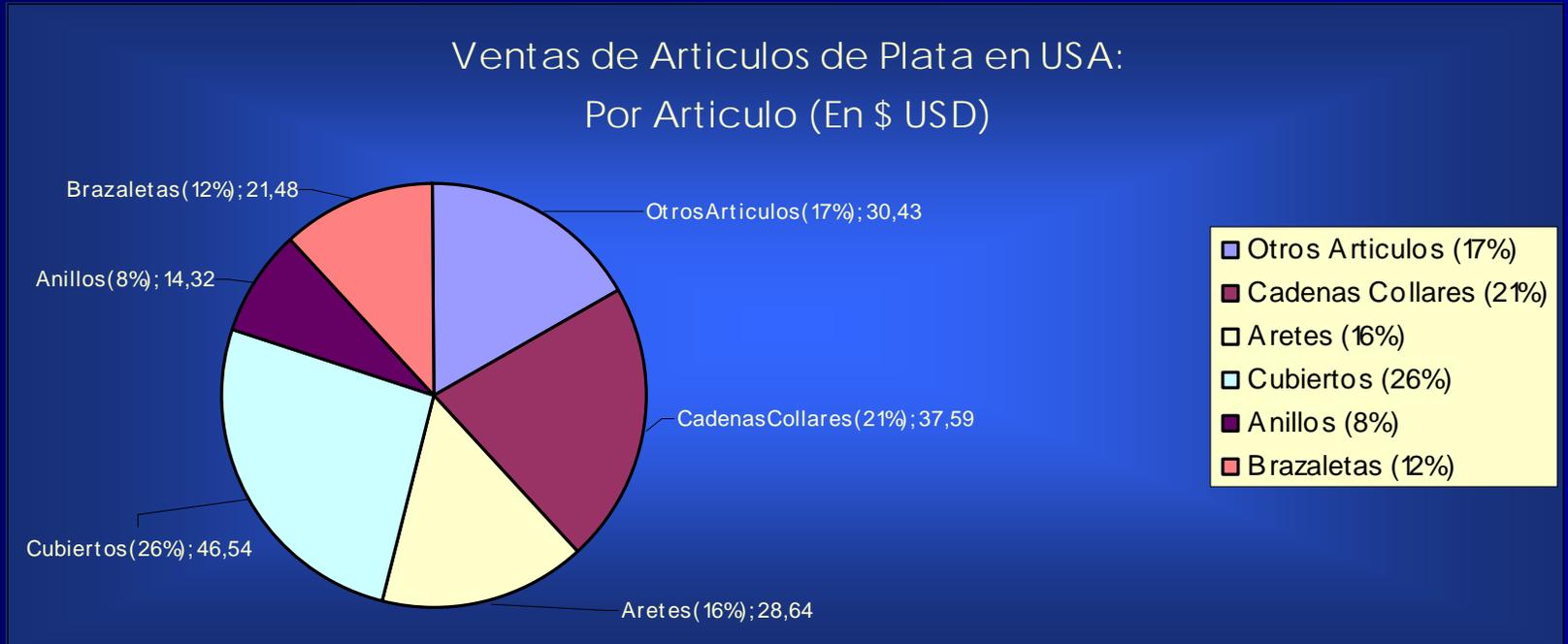
- Las Marcas no son importantes para los Grandes Comercializadores
- Son Importantes la Calidad y Garantía del Producto
- Algunos Países son muy conocidos por su joyería de oro – No. 1 es Italia
- Otros países como (1) Turquía (2) India (3) China (4) Indonesia se están acercando
- China e Indonesia se concentran en grandes comercializadores. El valor agregado a su trabajo es muy pequeño
- La India siempre ha estado concentrada en la “Comunidad Étnica Hindú” a nivel mundial. La actitud hacia la joyería de oro está orientada más hacia “Ahorros, Inversión y Dinero” que su uso como objeto de moda y diseño.
- Turquía tiene antecedentes similares a los de la India, pero ahora está mostrando nuevos productos de diseño y moda

Precio de los Productos en los EE.UU... y la Unión Europea

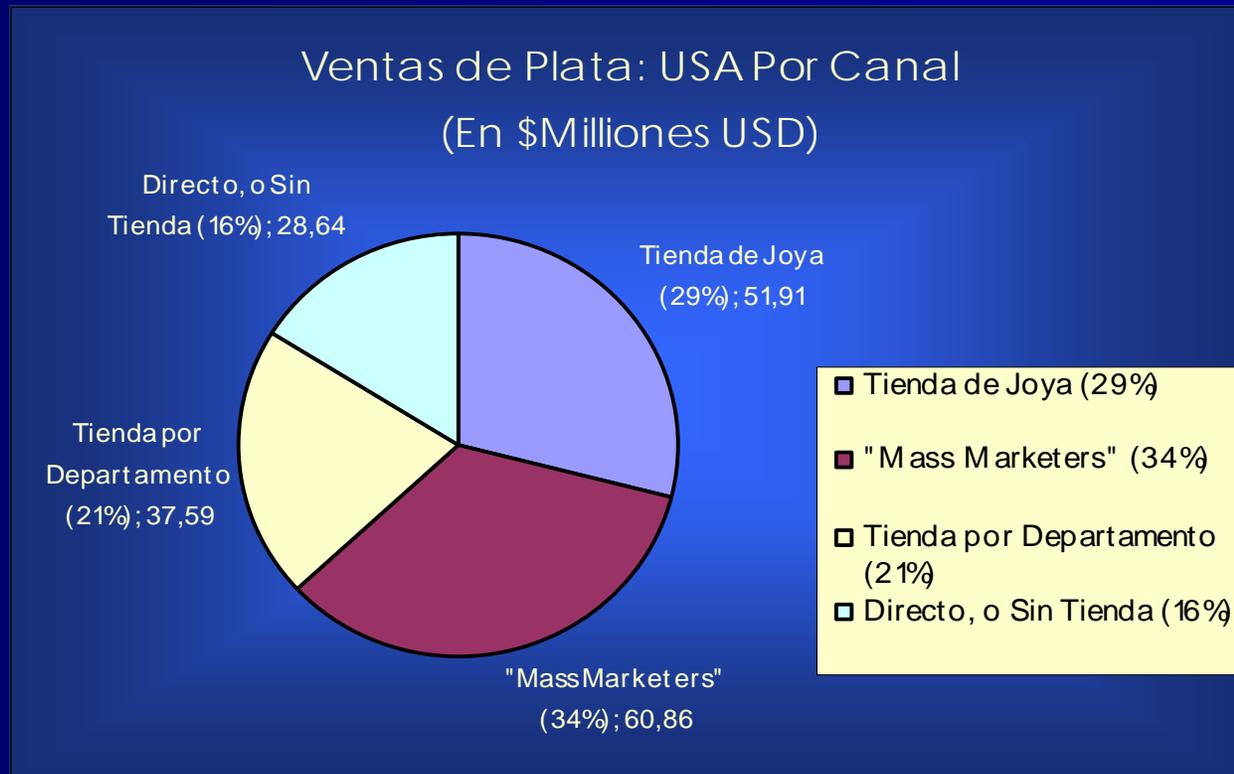
- Los Precios de los Productos están en Función de lo siguiente:
 - Contenido de quilates en la joyería de oro
 - Cuantía de la Producción en Masa
 - Cantidad de "complejidad en el trabajo" involucrada y la "Excelencia del Trabajo"
 - La creatividad en la joyería de moda y de diseño
 - País de Origen
 - Cantidad de "incrustaciones de gemas y piedras"
 - Italia lidera los precios más altos, seguida de Turquía y la India
 - Una cadena para el cuello ordinaria de 14 quilates puede costar \$45 en Wal-Mart, mientras que una cadena para el cuello de diseñador puede costar \$2,000 en Tiffany's

Mercado de los EE.UU. en 2005

Total de Ventas Minoristas de Platería y Joyería de Plata - \$179 Millones



Tendencias en Comportamiento de Compra del Mercado de la Plata en los EE.UU... \$ 179 Millones



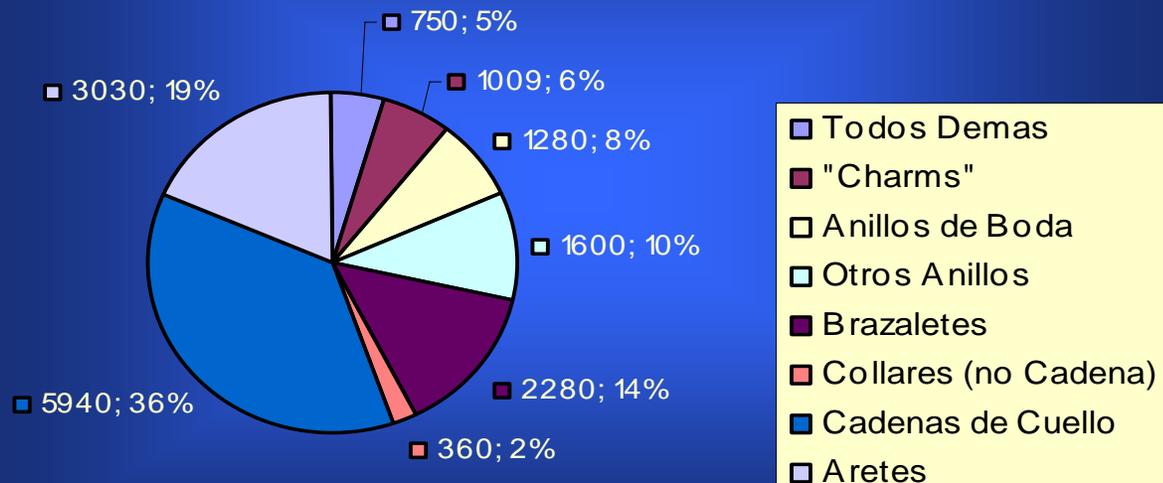
EE.UU...
Índices de Crecimiento de Varios Segmentos
I
Por Canal

- Tiendas No Minoristas 9.0%
- Grandes Comerciantes 6.4%
- Tiendas de Joyerías 3.1%
- Tiendas por Departamentos 2.0%

- Índice de Crecimiento General 4.4%

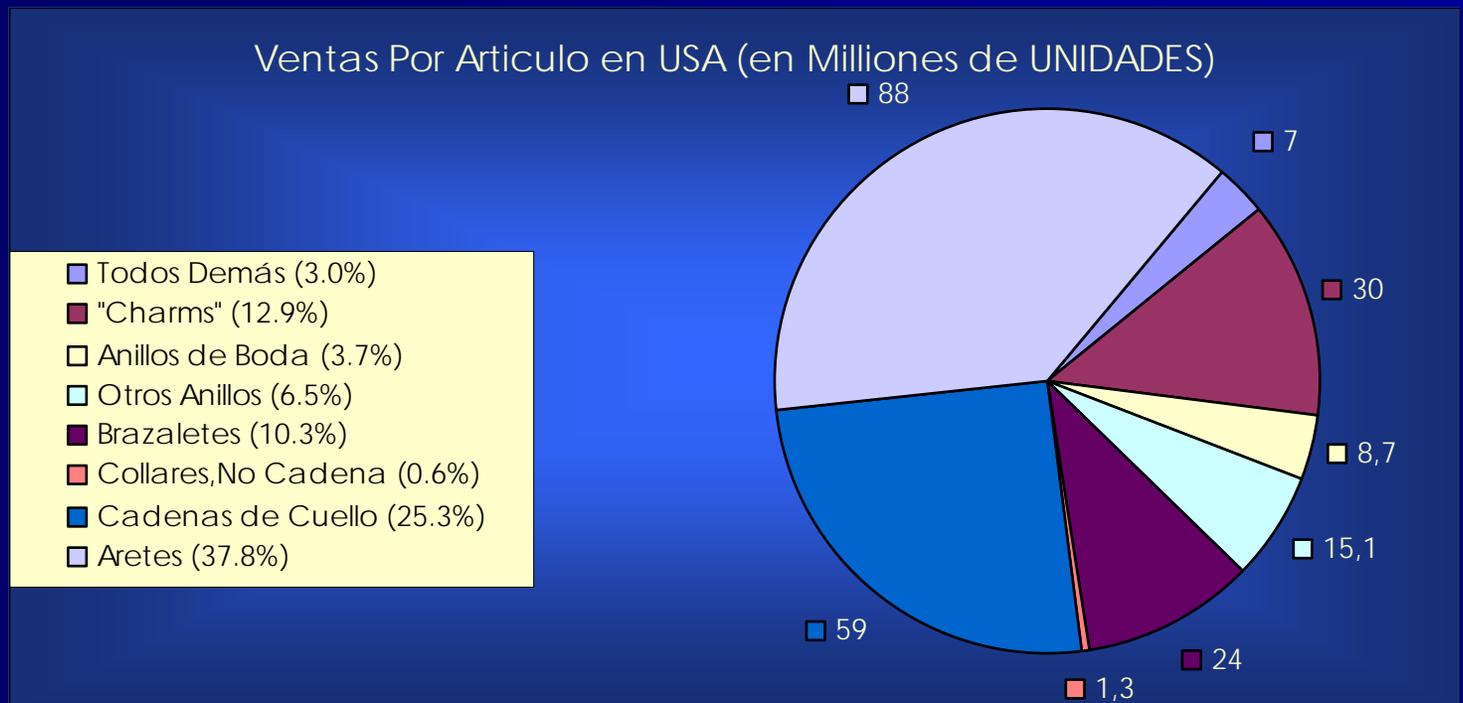
Mercado de la Joyería de Oro en los EE.UU... (2004)

Ventas por Artículo en USA
(en Millones de \$ USA)



Mercado USA en 2005

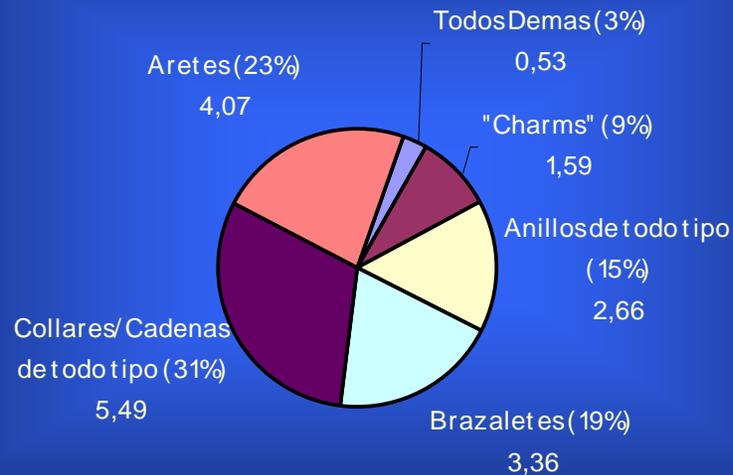
Ventas Minoristas Totales en Joyería de Oro – 233 Millones de Unidades



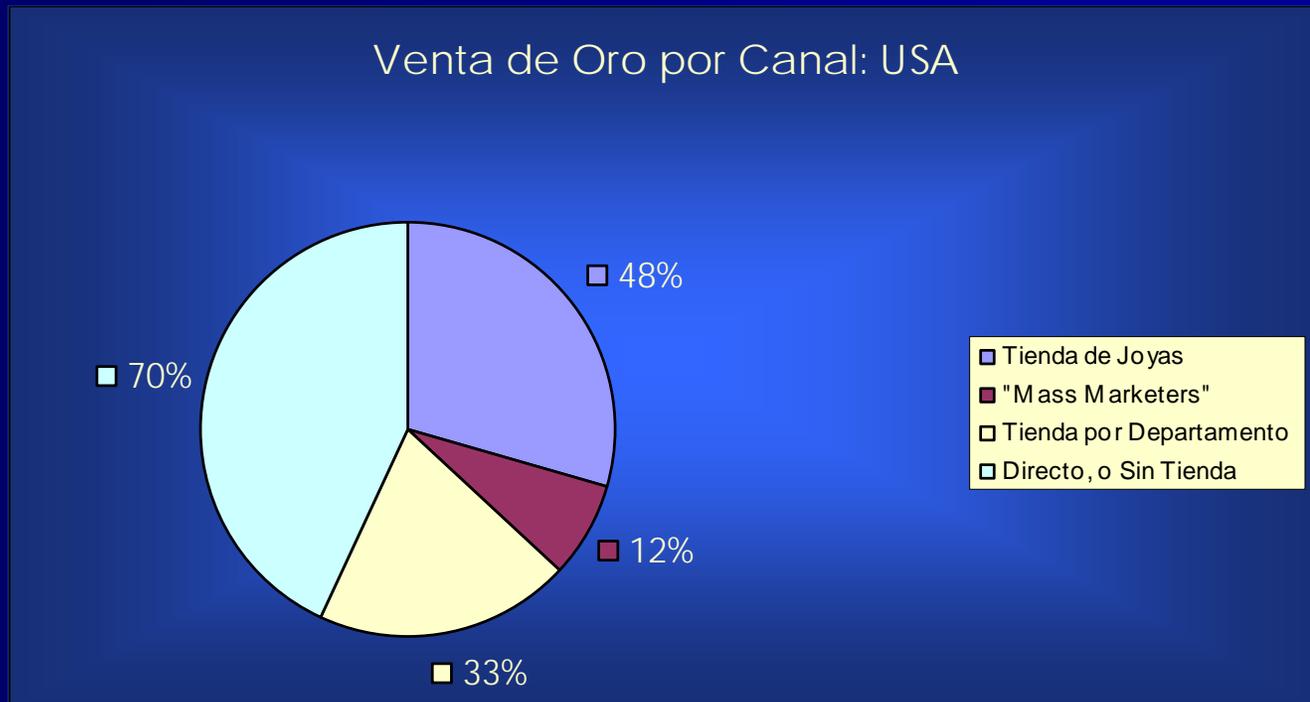
Países Seleccionados EE.UU. en 2005

Ventas Minoristas Totales en Joyería de Oro - \$17.7 Billones

Mercado Minorista, Joyería de Oro: USA (2005)



Tendencias del Mercado Unión Europea Compras de Joyería de Oro Comportamiento \$11.22 Billones



Union Europea
índices de Crecimiento de Varios Segmentos de la
Joyería de Oro

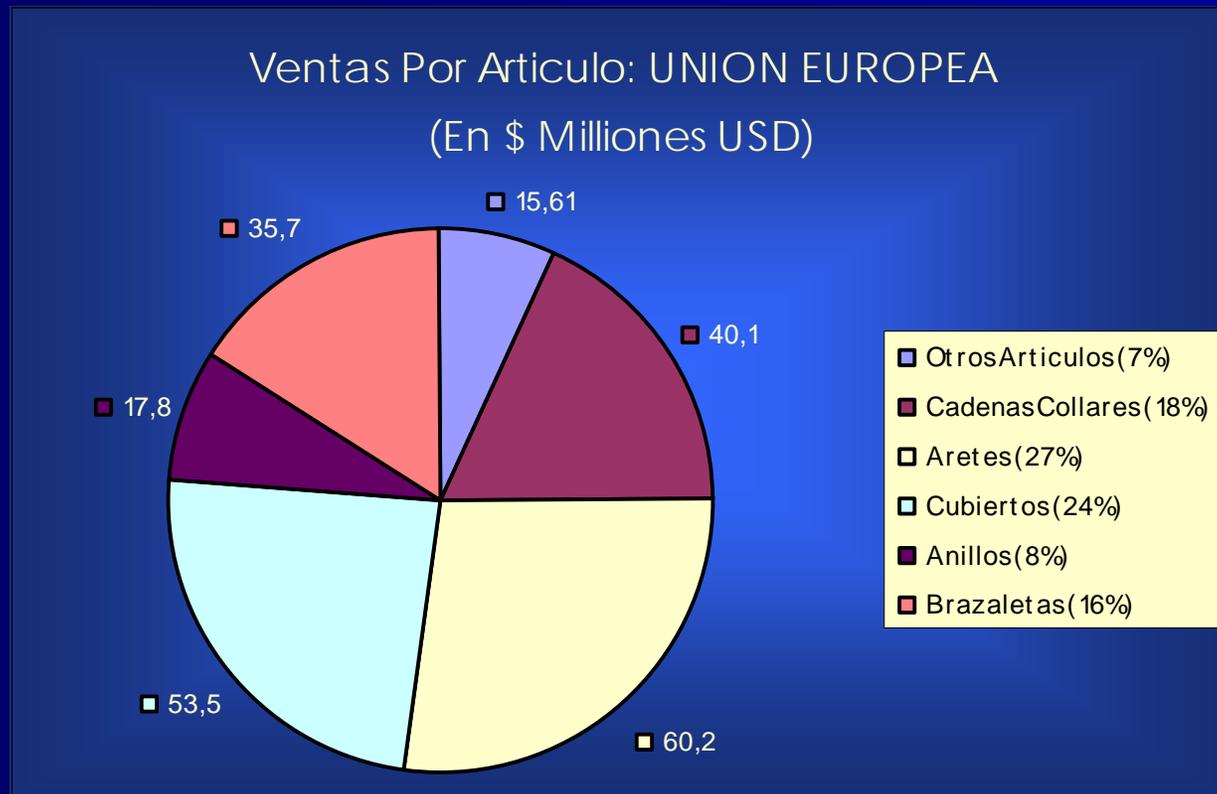
I
Por canal

- | | |
|------------------------------------|------|
| ■ Tiendas No Minoristas | 5.2% |
| ■ Grandes Comercializadores | 4.8% |
| ■ Tiendas de Joyería Tradicionales | 3.6% |
| ■ Tiendas por Departamentos | 3.2% |
| ■ Índice General de Crecimiento | 3.7% |

Mercado de la Union Europea en 2005

Total de Ventas Minoristas de Platería y Joyería en Plata

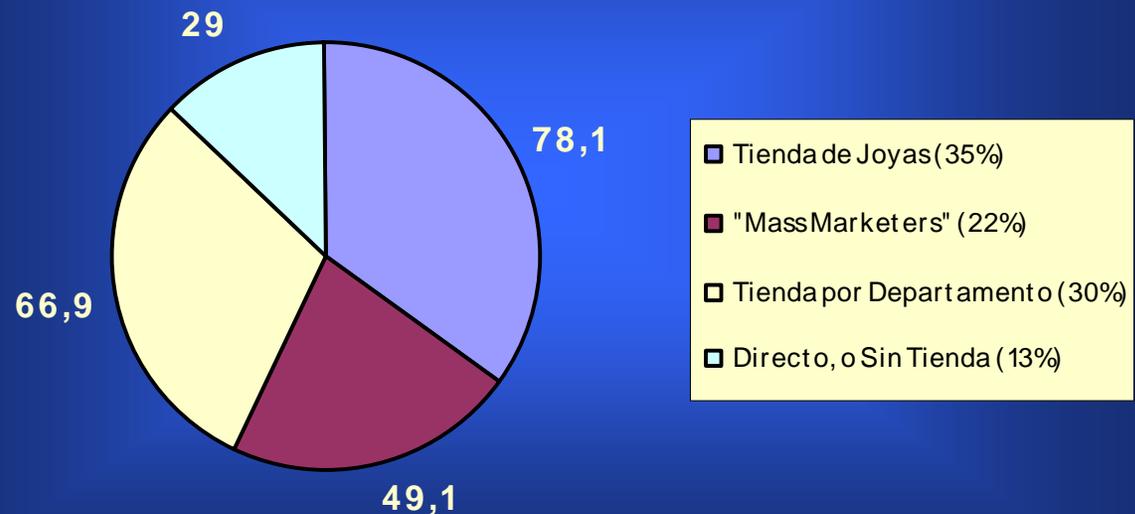
- \$ 223 Millones



Tendencias del Mercado

Unión Europea: Comportamiento de Compra \$ 223 Millones

Venta de Plata por CANAL: UNION
EUROPEO (En \$ Milliones USD)



Unión Europea

Índices de Crecimiento de Varios Segmentos por Canal

■ Tiendas No Minoristas	6.0%
■ Grandes Comerciantes	5.1%
■ Tiendas de Joyería Tradicionales	4.4%
■ Tiendas por Departamentos	2.7%
■ Índice General de Crecimiento	3.8%

EVALUACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DEL PERÚ EN EL MERCADO DE LA JOYERÍA

Actuales Exportaciones Peruanas de Oro y Plata – I (2006)

■ ARIN	- \$51.2 MM – 53.0%
■ Minero Metalurgica Andina	- \$18.1 MM – 19%
■ De Oro S.A.	- \$ 18.0 MM – 19 %
Demás	- \$ 9.3 MM - 9%
■ TOTAL	- \$ 96.6MM

Actuales Exportaciones Peruanas de Oro y Plata – II

- Más del 96% de las Exportaciones son realizadas por tres empresas (2006):
 - Arin
 - Minera Metalúrgico Andina, S.A.C. (MMASAC) Charpas
 - De Oro S.A.
- Estas empresas solo fabrican joyería de oro
- Las exportaciones de MMASAC incluye el oro como insumo (comprado localmente) + Valor Agregado
- Las exportaciones de De Oro, Arin entre otras solo incluyen el valor agregado del oro porque ellas compran el oro a través del sistema de internamiento temporal.

Exportaciones Peruanas de Productos con/de Plata (2006)

- Exportaciones Totales - \$ 2.4 Mill

- Principales Exportadores:

– Allpa	-	32.4%
– Arin	-	11.4%
– Emprendedores Asoc	-	7.6%
– Design Quality Export	-	5.7%
– Otros (González Tiberio, – Linea Nuova, – Raymisa, Manos Amigas, www. – Novica.com & Torres Dellapina – Orfebres)	-	42.9%

Comentarios acerca de las Exportaciones de Joyería de Perú - I

- La mayoría de las Exportaciones son por pedido
- Prácticamente todas las exportaciones de joyería de oro son a los Estados Unidos
- Los diseños para todos los productos son proporcionados por el mayorista en los Estados Unidos
- Hasta el oro es suministrado como colateral
- El número de exportadores de oro es muy pequeño
- El valor total de las exportaciones es muy pequeño
- \$97 MM
- La conversión mundial del oro en joyería es de 80%

Comentarios acerca de las Exportaciones de Joyería de Perú - II

- Las Líneas de los Productos son Escasas y Débiles
- La Categoría de los Productos está principalmente en cadenas de cuello y pendientes
- A pesar de ser el Perú el mayor Productor de Plata en el Mundo (aparentemente ha sobrepasado a México), produce un muy pequeño % en joyeria
- Los Mayoristas en el área de Nueva York entienden que el Perú es escogido para ciertas cadenas de cuello al ser su valor agregado mínimo.
- El Perú no es considerado como muy innovador en lo referido a diseños y también en cuanto a joyería de moda y marca

Comentarios acerca de las Exportaciones de Joyería de Perú - II

- La Calidad y Precio del Perú no están consideradas ni únicas ni muy buenas
- Los pedidos al Perú son principalmente por su relativo bajo costo laboral.
- La distribución es principalmente mediante pedidos específicos por distribuidores en los Estados Unidos.
- Ninguno ha participado en alguna Feria Comercial como las de Las Vegas Trade Show, Basil Trade Show, Bombay Trade Show, Hong Kong Show y Dubai Show

INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

IMPORTACIONES MUNDIALES DE JOYERÍA DE ORO Y PLATA - 2005

Miles US\$ (CIF).

PRODUCTO	MONTO	%
JOYERÍA DE PLATA	2,645	11,04
JOYERÍA DE ORO	21,312	88,96
TOTAL	23,957	100,00

Importación Mundial de Joyería de Plata por País - Año 2005 Miles (US\$) CIF.

Importadores	Total importado 2005, miles US\$	Crecimiento anual 2001-2005, %	Crecimiento anual 2004-2005, %	Participación importaciones mundiales, %
Estimación Mundo	2,645,368	15	22	100
<u>Estados Unidos de América</u>	<u>901,614</u>	10	14	34
<u>Japón</u>	303,912	8	14	11
<u>Alemania</u>	221,687	16	20	8
<u>Hong Kong (RAEC)</u>	194,038	29	20	7
<u>Reino Unido</u>	170,300	26	31	6
<u>Francia</u>	97,057	18	24	4
<u>Italia</u>	78,787	22	33	3
<u>Canadá</u>	<u>48,557</u>	20	30	2

Importación Mundial de Joyería de Oro por País - Año 2005 Miles (US\$) CIF.

Importadores	Total importado 2005, miles US\$	Crecimiento anual 2001- 2005, %	Crecimiento anual 2004- 2005, %	Participación importaciones mundiales, %
Estimación Mundo	21,311,879	10	15	100
<u>Estados Unidos de América</u>	<u>6,312,931</u>	7	13	30
<u>Reino Unido</u>	2,573,886	19	7	12
<u>Emiratos Árabes Unidos</u>	1,796,210	17	36	8
<u>Hong Kong (RAEC)</u>	<u>1,694,489</u>	18	5	8
<u>Suiza y Liechtenstein</u>	1,253,757	6	11	6
<u>Japón</u>	<u>1,077,750</u>	8	19	5
<u>Francia</u>	776,552	10	7	4
Singapur	673.060	5	30	3

Exportación Mundial de Joyería de Plata por País - Año 2005

Miles (US\$) FOB

Exportadores	Total exportado 2005, miles de US\$	Crecimiento anual en valor entre 2001-2005, %	Crecimiento anual 2004-2005, %	Participación porcentual %
Estimación Mundo	2,593,599	13	19	100
<u>Tailandia</u>	604,551	14	19	23
<u>Italia</u>	476,557	4	15	18
<u>Hong Kong (RAEC)</u>	389,817	27	11	15
<u>China</u>	<u>178,932</u>	30	32	7
<u>Estados Unidos de América</u>	132,533	17	33	5
<u>México</u>	<u>112,779</u>	15	50	4
<u>Alemania</u>	93,795	16	21	4
<u>India</u>	87,796	23	-15	3
<u>Reino Unido</u>	58,609	22	31	2

Exportación Mundial de Joyería de Oro por País - Año 2005

Miles (US\$) FOB

Exportadores	Total exportado 2005, miles US\$	Crecimiento anual 2001-2005, %	Crecimiento anual 2004-2005, %	Participación porcentual %
Estimación Mundo	26,536,177	11	20	100
<u>Italia</u>	4,204,331	-3	10	16
<u>India</u>	2,873,239	32	56	11
<u>Estados Unidos de América</u>	2,571,022	20	26	10
<u>Hong Kong (RAEC)</u>	<u>2,192,329</u>	13	20	8
<u>Suiza y Liechtenstein</u>	2,157,981	16	14	8
<u>Reino Unido</u>	1,700,926	21	4	6
<u>China</u>	<u>1,581,103</u>	3	27	6
<u>Tailandia</u>	1,129,782	9	16	4
<u>Turquía</u>	931,908	25	32	4
Francia	748,126	5	12	3

EXPORTACIÓN PERUANA DE JOYERÍA PLATA Y ORO (Miles US\$)

Partida	Descripción	2001	2002	2003	2004	2005
711319	JOYERIA DE ORO	42,356	49,238	56,148	78,948	90.500
711311	JOYERIA DE PLATA	1,806	1,515	772	848	1.300

Principales Productos de Joyería, por Mercado 2006 (En millones de US \$)

DESCRIPCIÓN	2006	PAISES %		
JOYERIA DE ORO	92.1	EE.UU.	BOLIVIA	GUATEMALA
	95.3%	99,2%	0.6%	0,2%
JOYERIA DE PLATA	2.4	EE.UU.	FRANCIA	ALEMANIA
	2.5%	50.0 %	6.0%	6.0%
ORFEBRERIA	2.1	VENEZUELA	ALEMANIA	RUSIA
	2.2%	25.8%	17.6%	11.9%
TOTAL	96.6			
	100.0%			

Ferias Internacionales de Joyería

TIPOS DE FERIAS DE ARTESANIAS

TIPOS DE FERIAS DE ARTESANIAS

➤ **Ferias al Detalle**

Duración: 10 a 15 días (promedio)

Público: Público en general

Negocios: Venta al detalle

Objetivos de la feria: Inmediatos

TIPOS DE FERIAS DE ARTESANIAS

➤ **Ferias de contacto Comercial**

Duración: 3 a 5 días (aproximadamente)

Publico: Compradores profesionales

Negocios: Contacto Comercial

Objetivos: Mediano y Largo Plazo

Ferias Internacionales de Joyería

Estados Unidos

JCK (Jewelers Circular – Keystone)

www.jckgroup.com

- **Phoenix (Febrero)**
- **Las Vegas (Junio)**
- **Nueva York (Septiembre)**



Ferias Internacionales de Joyería

Estados Unidos

JA (Jewelers Of America)

www.ja-newyork.com

- **Nueva York (Enero y Julio)**



Ferias Internacionales de Joyería

Estados Unidos

NEW YORK INTERNATIONAL GIFT FAIR
www.nyigf.com

- Nueva York (Enero y Agosto)



OPENING SATURDAY, AUGUST 12:
Jacob K. Javits Convention Center: Just Kidstuff,[®] The Museum Source,[®] Handmade[®]
Pier 92: New & Distinctive Resources, Floral & Garden Accessories
Piers 94: At Home

OPENING SUNDAY, AUGUST 13:
Jacob K. Javits Convention Center: Accent on Design,[®] At Home, General Gift,
Personal Accessories, Tabletop & Housewares

NEW YORK INTERNATIONAL GIFT FAIR[®]
JACOB K. JAVITS CONVENTION CENTER AND PASSENGER SHIP TERMINAL PIERS

Ferias Internacionales de Joyería

Alemania

INHORGENTA

(Salón Internacional de Relojería, Joyería, Piedras Preciosas, Perlas y Tecnología)

www.inhorgenta.com

- **Munich (Febrero)**

Ferias Internacionales de Joyería

Alemania

AMBIENTE y TENDENCE

Artículos de regalo, relojes, joyas, artesanía y otros

www.ambiente.messefrankfurt.com

www.messefrankfurt.com

- Frankfurt (Febrero y Agosto)

ambiente

tendence lifestyle Frankfurt am Main
25 - 29 August 2006
Internationale Frankfurter Messe

Ferias Internacionales de Joyería

España

IBERJOYA

Feria Internacional del Regalo, Joyería, Bisutería

www.iberjoya.ifema.es

- **Madrid (Enero y Septiembre)**



Ferias Internacionales de Joyería

Italia

VECENZA ORO

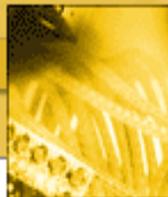
Exhibición Internacional de Oro, Plata, Joyería y
Relojería

www.vicenzaoro.org

- Vicenza (Enero, Mayo y Septiembre)

VICENZAORO

All the glamour of Italian Jewelry



Italiano

Ferias Internacionales de Joyería

Francia

BIJORHCA

Feria Internacional de Bisutería, Joyas de Plata y
Accesorios de Moda

www.bijorhca.com

- París (Enero)



Ferias Internacionales de Joyería

Colombia

EXPOARTESANIAS

www.expoartesanias.com

- Bogota (Diciembre)

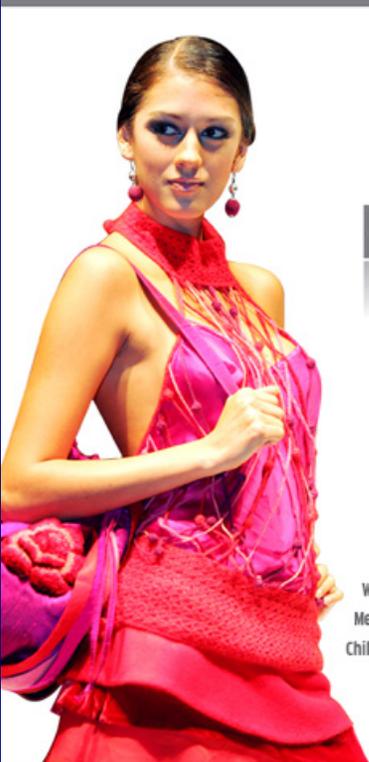
Ferias Internacionales de Joyería

PERU

PERUMODA

www.perumoda.com

- Lima (Abril)



PERUMODA'08
PERUMODA'08

11th International Trade Show of Peruvian Fashion
11a. Feria Internacional de la Moda Peruana

Apparel, Textiles, Footwear, Accessories & Jewelry

Women's
Men's
Children's

April 23rd to 25th * 23 al 25 de Abril * LIMA - PERU

Ferias JCK Joyería



Ferias JCK Joyería



Ferias JCK Joyería



Ferias JCK Joyería



Ferias JCK Joyería

Don't Miss...

New Exhibits at the Las Vegas Convention
Center (LVCC) - South Hall

Only a short ride from Sands/Venetian by Direct Connect
(Complimentary Shuttle Bus Service)



BOOTH NUMBERS
70,000-71,999

**GENERAL JEWELRY
EXHIBITS**



ARTISANS NEW

CADEAU, The Luxury Gift
Collection at JCK NEW



DIAMOND PLAZA



TIMEPIECES NEW



WORLD'S FAIR

- Argentina
- Lebanon
- Malaysia
- Peru
- Singapore
- Taiwan

JCK
LAS VEGAS

JUDAI



Publicaciones del Sector Joyería

Estados Unidos

National Jeweler www.nationaljeweler.com

Modern jeweler www.modernjeweler.com

**Jewel's Circular
Keystone (JCK)** www.jckgroup.com

Professional jeweler www.professionaljeweler.com

Publicaciones del Sector Joyería

EUROPA

The Basel Magazine

www.crugroup.com

Jewellery

www.europastar.com

Publicaciones del Sector Joyería

Alemania

Schmuck – Magazin

www.watchbizz.de

www.ebnerverlag.de

Francia

Le bijoutier

www.editolux.com

Publicaciones del Sector Joyería

Italia

Accessori
Magazine - Collezioni www.collezionionline.com

Ornamenta www.bema.it

Reino Unido

British Jewelry /
Retail Jewelry www.britishjewellery.co.uk