

## La Unión Europea levanta el 'embargo' a Zimbabwe

### ENTREVISTA



**Sergio Ventura**

Engine Software, empresa que dirige Ventura, ha dado el paso a la comercialización *online* con el portal *outletjoyeria.com*, donde los establecimientos pueden aumentar las posibilidades de venta trasladando su 'escaparate' a Internet. **Pág. 4**

Acusado de sostener un régimen dictatorial desde hace más de tres décadas y de enriquecerse con diamantes 'de sangre', el presidente Robert Mugabe ha conseguido restaurar el flujo de estas gemas hacia la Unión Europea. El Gobierno belga, principal valedor de la restitución de este comercio, ha hecho pública la decisión de la UE. Según su ministerio de Asuntos Exteriores, "el deseo de la Unión Europea es que el producto de la venta de diamantes pueda servir al desarrollo del pueblo de Zimbabwe". Tras levantar las sanciones, la Corporación de Desarrollo Minero de Zimbabwe comerciará con Europa siempre que los envíos vengán acompañados de un certificado Kimberley. **Pág. 17**



## Éxito de la edición más multidisciplinar de ProDiam

La decimoquinta edición de ProDiam cerró una de las ediciones más concurridas y más multidisciplinarias de su trayectoria, por la amplia variedad de

temas abordados. ProDiam 2013 'disecionó' las cuestiones más candentes entre empresarios y profesionales de la joyería, como la certificación de los diamantes;

los vaivenes en el mercado del oro; tendencias 'rompedoras' en diseño joyero; así como la seguridad en los establecimientos. **Panorama. P.5 y Editorial.**

## 'Satisfacción' entre el Sector por la nueva Iberjoya y un 'tímido' repunte en su cifra de visitantes

Como ya explicaba en su entrevista con el Periódico GOLD&TIME la directora de Iberjoya, María José Sánchez, tras el trabajo de organizadores y expositores, la respuesta estaba en manos de los asistentes. Y ese trabajo parece haber dado sus frutos ya que, aunque tímidamente, las visitas de profesionales alcanzaron las 15.133 lo que se traduce en un 5% más que en la edición del año pasado.



**MARÍA JOSÉ SÁNCHEZ**

El *speaker corner*, lugar de encuentro para conferencias y talleres, ha sido una de las iniciativas más aplaudidas tanto por

expositores como por buena parte de los visitantes. Giftrends Madrid, el evento comercial en el que se enmarca la celebración de Intergift, Bisutex, e Iberjoya, cerró sus puertas con un "satisfactorio balance", y una afluencia de 42.896 visitantes profesionales. Una cifra ligeramente superior a la registrada en septiembre del pasado año, y plenamente indicativa de la estabilidad de la convocatoria de estos salones en un momento esencial para impulsar la actividad comercial ante la campaña de Navidad y Reyes. **Pág. 47**

### JOYERÍA & RELOJERÍA | Tendencias



## El arte japonés de lo etéreo, inspirado en el papel, llevado a las piezas de Momoko Kumai

Este mes, nuestra sección de Diseño de Joyería hace un pequeño repaso a las novedades más 'frescas' presentadas en los últimos encuentros internacionales. La firma Tiffany&Co lanza su colección *Deep Blue*, inspirada en el mar, mientras la joyería de autor se vuelve dúctil y etérea con los diseños de la japonesa Momoko Kumai. **Págs 12 y 13**

### METALES

El oro sube tras el respaldo de la 'Fed' a su economía

### SUMARIO

Editorial / Tribuna.....	3
Entrevista / Sergio Ventura.....	4
Panorama.....	5 a 10
Escaparate / Joyería.....	12 a 13
Metales.....	16
Gemología.....	17
Precios.....	15 a 28
Informes.....	29 a 32
Directorio.....	33 y 34
Asociaciones.....	35 a 38
Alertas de Delincuencia.....	40y 41
Consultorio Legal.....	42 y 43
Agenda / Ferias.....	47 y 48

# PRODIAM 2013

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

*Gracias a todos los asistentes y participantes por contribuir a un nuevo éxito de esta convocatoria*

\* Reservando un mes antes de la fecha de salida. Intereses subvencionados por Viajes El Corte Inglés S.A. Financiación sujeta a la aprobación de Financiera El Corte Inglés E.F.C. S.A. Por compras superiores a 300€. Recibo mínimo de 30€. Gastos de gestión financiados: 9€. Ejemplos representativos de financiación de compras: Importe 300€, aplazamiento a 10 meses sin intereses TIN 0%, TAE 6,69%, gastos de gestión 9€, importe total aplazado: 309€. Importe 1.000€, aplazamiento a 10 meses sin intereses TIN 0%, TAE 1,98%, gastos de gestión 9€, importe total aplazado: 1.009€. Consulta condiciones: C.I.C.MA.59, HERMOSILLA 112 - MADRID C.I.C.MA.59, Hermosilla 112 - Madrid.



**En Viajes El Corte Inglés todos  
nuestros clientes reciben algo común:  
SEGURIDAD, CALIDAD Y GARANTÍA.**

Viajes El Corte Inglés pone a tu alcance los más variados destinos: playas paradisíacas, ciudades mágicas, paisajes imposibles... Pero viajando con el líder, en todos sentirás lo mismo: la absoluta certeza de que tu viaje va a ser inolvidable.

PAGO APLAZADO EN  
10 MESES SIN INTERESES\*

MEJOR PRECIO  
GARANTIZADO

**VIAJES**

**El Corte Inglés**

[www.viajeselcorteingles.es](http://www.viajeselcorteingles.es)

902 400 454

# GOLD&TIME

PERIÓDICO PROFESIONAL DE LA NUEVA JOYERÍA-RELOJERÍA

**Presidente:** Eugenio de Quesada  
**Consejero-Delegado:** Carlos Ortiz

**DIRECTOR**  
**CARLOS ORTIZ RODRIGO**

**DIRECTOR ADJUNTO: EUGENIO DE QUESADA**

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

**FIRMAS INVITADAS**

**DIRECCIÓN:** Carlos Ortiz y Eugenio de Quesada

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

**NEXO**  
*editores s.a.*

**REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN**

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

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

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

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

UNA PUBLICACIÓN DEL GRUPO **NEXO**

**EDITORIAL**

## 'Seremos los últimos, ...pero saldremos'

**P**RODIAM, ENCUENTRO DE PROFESIONALES del Diamante, las Piedras Preciosas, la Gemología y la Joyería, ha alcanzado ya plena madurez, tras quince ediciones consecutivas de un Foro al servicio del Sector Joyero de este país. La XV Edición, celebrada el pasado 11 de septiembre en Ifema, ha vuelto a convocar a un nutrido grupo —más de un centenar— de empresarios y profesionales, en torno al análisis de la actualidad gemológica y joyera nacional e internacional.

Esa elevada asistencia, que es la base *per se* de este consolidado encuentro, demuestra la necesidad de transferencia del conocimiento que existe en el Sector, a pesar de que las circunstancias económicas hayan hecho mella especialmente en una actividad tan sensible. Y por este motivo, desde la Organización de ProDiam, el Grupo NEXO agradece la fidelidad y el altísimo nivel de las aportaciones de asistentes (y amigos), sin los que este Foro carecería de sentido.

En esta edición de octubre y a lo largo de las siguientes, el Periódico GOLD&TIME publicará íntegramente todas las intervenciones de los expertos invitados, así como el Debate Abierto entre los asistentes y los ponentes.

El decimoquinto ProDiam se ha caracterizado por ser de las ediciones más multidisciplinarias de las que se han llevado a cabo hasta el momento. Un amplio espacio dedicado a la Joyería y la Gemología, pero también al completo análisis del mercado del oro y al repaso a los cambios en la legislación de seguridad ciudadana y el Código Penal, que han dado forma a un encuentro 'muy completo' a juicio de los asistentes consultados por este Periódico.

Como antesala de Iberjoya, en ProDiam 2013 se ha podido percibir cierto optimismo desde los propios empresarios, profesionales y representantes de Asociaciones empresariales, frente a una fuerte crisis, que aún cuesta sacudirse. Precisamente desde Iberjoya, la Organización ha publicado unos datos de asistencia que, pese a ser modestos en comparación con ediciones anteriores, parecen estar invirtiendo la tendencia decreciente de los últimos años.

Un tímido mensaje de optimismo, pero que coincide con el análisis lanzado por el director de GOLD&TIME, Carlos Ortiz, durante su intervención en ProDiam: "Este será uno de los últimos sectores en salir de la crisis... pero saldremos".

Que les sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

**TRIBUNA**

“ *Estamos todavía en época de crisis, pero dicho eso, creo que la joyería saldrá, y además creo que muy bien / No voy a entrar a decir cuáles deben ser los criterios que deben regir el correcto funcionamiento de un laboratorio. El sentido común y el buen hacer deben indicar cuáles deben ser los pasos a seguir.* ”

## La exclusividad del diamante y su certificación

**Luis Eduardo Cortés**

Presidente de Feria de Madrid (IFEMA)

**E**l encuentro ProDiam gira en torno a dos figuras: La gemología y la joyería. Primero, sobre la gema que creo que es la gema más importante de todas, que es el diamante. Es la gema más valorada, en general, por todos los habitantes de este amplio y muy conocido mundo, y todo ello armonizado con el conocimiento de la gemología y su enlace con el mundo profesional de la joyería. Eso al final crea un conjunto ciertamente interesante.



Pero ¿Porqué es el diamante la gema más apreciada en el mundo? Primero porque es bella; bellísima. Todas lo son. Pero quizá el diamante, y las tallas que lo acompañan, tiene una transparencia, una vida, un color, que le hace evidente ser enormemente atractiva. En segundo lugar, tiene dureza. La más alta. Dobla prácticamente la dureza del segundo elemento en la escala de Mohs, que es el Corindón. Pero entre el 9 del corindón y el 10 del diamante hay una distancia enorme, más del doble.

Otra razón es la durabilidad. Los diamantes que conocemos llevan en este planeta muchos más años que los de nosotros todos juntos. Trabajar con esa gema, ya sea a través del comercio en sus distintas facetas como mayoristas, importadores, etc. Y a través de las tiendas de comercio directo, con los compradores, pasa también por otros aspectos, a través de la gemología, y ese aspecto tan importante que es el los certificados.

Recuerdo cuando la gemología era un embrión en España, hace unos 40 años. Y consistía en los conocimientos que se transmitían de generación en generación

a través de la experiencia. Pero la gemología como ciencia era poco conocida. A partir de esa época es cuando comienza a tomar carta de naturaleza la gemología y pasa a ser conocida y también apetecida como estudio.

Siempre he pensado que la gemología es fundamental sobre todo para los profesionales de la joyería. He considerado siempre muy importante que el propio joyero sea gemólogo, o al menos cuente con uno en su joyería.

De los laboratorios podría decir lo mismo.

Poco a poco empieza a entenderse el servicio que puede hacer un laboratorio y que, fundamentalmente, es una magnífica herramienta para los profesionales de la joyería y es también una tranquilidad para saber que lo que se está comprando o vendiendo responde de verdad a las características que pensamos que tienen o deben tener. Hoy en día los certificados están ampliamente reconocidos y aceptados. Normalmente el que va a comprar una gema tiene interés, pero tiene a su vez cierto temor por lo que se está comprando. Pues bien, el certificado garantiza que lo que se va a adquirir es exactamente lo que le han dicho que es. Y como instrumento para una mejor venta, los laboratorios hacen un trabajo fantástico.

No voy a entrar ahora a decir cuáles deben ser las características o los criterios que deben regir a un laboratorio. Eso el sentido común y el buen hacer nos deben indicar a todos cuáles deben ser esas características, ese decálogo de buen funcionamiento que creo que todos los laboratorios españoles e internacionales reconocidos, reúnen esas características.

*Siempre he pensado que la gemología es fundamental, y especialmente para los profesionales. He considerado siempre muy importante que el propio joyero sea gemólogo, o al menos cuente con uno en su joyería, para aportar ese plus de calidad*

**DE 24 KILATES**





*El precio debe ser competitivo porque Internet es, sobre todo, una cuestión de precio / Lo habitual es que el joyero que publica en nuestra web esté también trabajando con el software de gestión GemaRun / Contamos con el sello de Confianza Online, una entidad que certifica que la empresa es honesta.*



SERGIO VENTURA / GERENTE DE WWW.OUTLETJOYERIA.COM

## 'Joyeros y relojeros ya tienen otro escaparate donde vender'

**D**espués de más de diez años desarrollando aplicaciones informáticas para facilitar el trabajo a joyeros y relojeros con su producto estrella 'GemaRun', la empresa que dirige Sergio Ventura, Engine Software, ha dado el paso a la comercialización *online*. Ha nacido un portal, *outletjoyeria.com*, donde los profesionales pueden aumentar las posibilidades de venta especialmente en momentos tan complicados como el que atravesamos en la actualidad.

### ● ¿En qué consiste la recientemente creada *outletjoyeria.com*?

■ Es un portal online de venta, tanto de joyas como de relojes, a precios más económicos. La diferencia con otros portales es que la web se nutre de artículos directamente aportados por joyerías reales de toda España, que están afiliados a nuestra web.

### ● ¿Todos los productos que se ofertan son 'outlet'; es decir, de temporadas pasadas?

■ Todos los productos son nuevos, nada es de segunda mano, pero se pueden poner de cualquier temporada. Eso lo decide el joyero, aunque bien es verdad que la mayoría son de temporadas anteriores, lo que permite un precio más reducido.

### ● ¿Cómo surge la idea para el lanzamiento de este nuevo modelo de negocio?

■ El desarrollo del producto comenzó hace dos años y se lanzó en junio de 2013. Llevamos casi cuatro meses y la verdad es que el volumen de ventas se ha venido duplicando cada mes. Es cierto que venimos de una base pequeña, pero también es verdad que cada vez tenemos más artículos y asociados. Unos 700-800 artículos de unos 40 establecimientos españoles. La media por cliente es de unos 50 artículos, aunque algunos llegan hasta los 100.

### ● ¿Antes de arrancar con este proyecto, cómo estaba (y está) el panorama de la competencia?

■ Existen portales profesionales de venta exclusiva de joyas *outlet*, desde el establecimiento al cliente, sólo estamos nosotros. Hay grandes como amazon o ebay, pero esos venden todo tipo de producto, no están especializados en el sector. Aparte están las joyerías o marcas que tienen también su portal de venta *online*. Pero sólo para los profesionales, sólo estamos noso-



tros. La ventaja frente a la tienda *online* de una joyería o relojería es que aquí, el cliente puede encontrar muchos más productos de muchas más marcas.

### ● ¿Cómo funciona el proceso para los joyeros y relojeros?

■ Lo habitual es que el joyero que publica en nuestra joyería *online* esté también trabajando con nues-

tro software de gestión GemaRun, con lo que automáticamente el artículo vendido se elimina del stock. Para los que no cuentan con nuestro sistema, el procedimiento es sencillo. Simplemente crea su ficha en el apartado para tiendas de la web y desde ahí comienza a gestionar los productos que quiere vender. Luego nosotros comprobamos que todo está correcto.

**Se pueden encontrar descuentos de hasta el 75%, aunque lo habitual es en torno al 60%. Nosotros solemos aconsejar un descuento mínimo del 20%**

ro para que ajuste ese precio. El precio debe ser competitivo porque internet es, sobre todo, precio.

### ● ¿Qué descuentos pueden encontrar los clientes en la web? Las condiciones, garantías... ¿Son las mismas que en el comercio tradicional?

■ En la web se pueden encontrar descuentos de hasta el 75%, aunque lo habitual es en torno al 60%. Nosotros solemos aconsejar un descuento mínimo del 20% sobre el *pvp* recomendado. Por supuesto. El cliente tiene hasta 7 días para la devolución sin especificar el motivo, eso es por ley, siempre que esté en perfectas condiciones y conserve su embalaje original. También es verdad que, a mayor número de artículos, más posibilidades de venta y también más posibilidades de que el cliente te encuentre. Porque cuantas más referencias tengas en Internet, más se propagarán los resultados de las búsquedas y, por lo tanto, el nombre del establecimiento.

**El producto comenzó hace dos años y se lanzó en junio de 2013. Llevamos casi cuatro meses y el volumen de ventas se ha duplicado cada mes**

### ● ¿El público tiene cada vez más confianza en la compra *online*?

■ Sí, incluso con precios elevados, el cliente confía cada vez más en los medios de pago. Nosotros ofrecemos varias posibilidades, que van desde el Pay pal, hasta el contrareembolso o la tarjeta de crédito y transferencia bancaria. La confianza se gana mostrando transparencia; tenemos todos nuestros datos de contacto donde pueden hacernos cualquier consulta y aparte de esto contamos con el Sello de Confianza *Online*.

### ● ¿Cuáles son los productos que más se venden?

■ Sin duda la estrella son los relojes, mucho más que las joyas. Las joyas tienen el handicap de que el cliente casi siempre quiere probarlas. Es algo más físico. El caso de los relojes es al contrario. Todos son iguales y hay muchos clientes que, después de probarlos en el establecimiento, van a la web buscando la oferta.

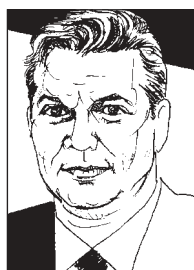
### ● ¿Objetivos a corto y medio plazo?

■ Al ritmo que vamos, nuestro objetivo es que a final de año alcancemos los 5.000 artículos y triplicar los niveles de ventas, como mínimo. Estamos hablando de unas 100 ventas mensuales, como mínimo hacer unas 400 ventas mensuales. Nuestra rentabilidad está cubierta con las rentas actuales, porque esta web forma parte de la estructura de la empresa.

### EN MI OPINIÓN

## El efecto de las 'redes sociales' sobre la venta real

**P**or tratarse de una marca que trabaja exclusivamente *online*, ¿Crees que la cantidad de 'amigos' y seguidores en las redes sociales está directamente vinculada a la materialización de las ventas? Lo cierto es que tiene un efecto pero no está directamente vinculado, en contra de lo que la mayoría pueda pensar de las redes sociales. Tener 10.000 seguidores, pero no contar con un producto que realmente interese a la gente, no sirve de mucho. Ese producto tiene que



Sergio Ventura

Gerente de Engine Software S.L.

llegar al público objetivo. Se puede medir el efecto de una publicación en concreto, pero muchos ponen 'me gusta' simplemente por inercia. Es algo así como el tradicional *buzoneo*. La mayoría tirará la publicidad, pero en internet de lo que se trata es de que la gente conozca tu producto y tu marca. El contenido tiene que ir cambiando, actualizándose, para que tenga vida, para que participen, y nosotros siempre estamos a disposición de cualquier duda que el cliente pueda tener sobre el producto.

# PANORAMA

XV FORO DEL DIAMANTE, PIEDRAS PRECIOSAS, GEMOLOGÍA Y JOYERÍA

## ProDiam 2013 concluye una nueva edición abordando las cuestiones más 'candentes' del panorama Joyero

Como en las ediciones anteriores, el público volvió a protagonizar el intenso 'Debate abierto'

La decimoquinta edición de ProDiam cerró, en la mañana del 11 de septiembre, una de las ediciones más concurridas y más interesantes de su trayectoria. Consolidado como un evento "imprescindible" para el Sector, ProDiam 2013 volvió a 'disecionar' las cuestiones que más preocupan a los empresarios y profesionales de la joyería en este país, como la certificación de los diamantes, los vaivenes en el mercado del oro, las tendencias más 'rompedoras' en diseño joyero, así como la seguridad en los establecimientos.

Inaugurado por José María Álvarez del Manzano, la XV Edición de ProDiam comenzó ayer, bajo la 'batuta' del director de GOLD&TIME, Carlos Ortiz, exponiendo los últimos avances en certificación procedentes de Amberes, con la intervención de Heraclio Besada, director de Gemacyt y la ponencia de Peter Bostoen, representante del laboratorio gemológico HRD. Bostoen mostró los últimos modelos de certificación que propone el HRD, con el propósito de "democratizar" el coste que supone la certificación de diamantes de modo que se aumente el grado de confianza y de seguridad que los consumidores ponen en manos de los joyeros. De este modo, a un coste en una horquilla que oscila entre los 30-50 euros, el cliente puede disponer de una certificación reconocida y el comerciante puede así "asegurar" la venta que efectúa.

La intervención de Julián Sardá, director general de Sempsa, fue una de las que más interés despertó entre los asistentes, como se pudo ver más tarde en el debate entre ponentes y participantes. Sardá desarrolló una lección magistral sobre la evolución del mercado del oro y de todos los factores que in-

fluyen en el comportamiento de sus precios, además de su incidencia sobre la joyería y de la evolución al alza que este metal va a tener a corto y medio plazo. Uno de los aspectos fundamentales (y preocupantes) de su análisis fue la vinculación de los precios del oro a la economía norteamericana, al alza cuanto mayor es el déficit de la potencia estadounidense, como indican todos los gráficos analizados.

Como viene siendo habitual, el apartado de Diseño de Joyería contemporánea fue también uno de los que más interés suscitó entre los asistentes. En esta ocasión, la joyera y galerista madrileña Laura González nos dio un 'paseo' por las ferias europeas de joyería más transgresoras, desde Barcelona a Londres, pasando por Ámsterdam y, como no, el centro neurálgico del diseño internacional, que es el encuentro Schmuck, en Munich. El también joyero y colaborador de GOLD&TIME, Jorge Rojas, fue el encargado de introducir a la nueva diseñadora y de recordar la necesidad de "abrir" el mercado a las nuevas tendencias en joyería, que van más allá del tradicional concepto de 'joya'



La diseñadora Laura González, en un momento durante su intervención en el XV Foro ProDiam.

El panel de ponencias se completó con una soberbia introducción del abogado y asesor Fernando Yandiola a los cambios que se plantean en el código penal y la ley de seguridad privada. Aunque Yandiola reconoce que se han hecho "avances" en las medidas que se plantean para mejorar la protección de los establecimientos, en buena parte impulsadas desde el propio sector joyero y relojero.

Algunas de las ideas-fuerza planteadas -y que realmente provocan inquietud en el Sector- es que la delincuencia organizada ha hecho

del robo su "modus vivendi" y que los comerciantes no pueden, actualmente, "sentirse seguros" con la actual legislación ya que "faltan" voluntad y medios para hacerle frente.

A las ponencias que fueron el eje de la XV edición de ProDiam, se añaden también las presentaciones de los próximos Congresos de Joyería y Gemología, organizados por el Museo Nacional del Traje y el Instituto Gemológico español, respectivamente, de las que mañana ampliaremos la información.

El encuentro dedicó también un

espacio para el Premio José Nicolau, convocado por la Asociación Española de Tasadores de Alhajas y que, este año (en su 7ª edición), recayó en el experto gemólogo y catedrático de la Universidad de Granada, Fernando Gervilla.

El encuentro se cerró con la intervención del presidente del Ifema, Luis Eduardo Cortés, que instó a la participación de todo el Sector en los eventos profesionales como modo de mejorar la cohesión y transmitir ideas y conocimientos entre todos los que forman parte de esta industria.

CARLOS ORTIZ / GOLD&TIME

### 'Seremos de los últimos sectores en salir de la crisis, pero saldremos'

Es para mí un a satisfacción contar con todos, una vez más, en esta decimoquinta edición. Parecen pocos años pero viéndolos en la distancia no está mal. Es verdad que el esfuerzo no es menor, pero gracias a vuestra asistencia continua hacemos que entre todos esta Conferencia se siga manteniendo en el tiempo.

Quiero agradecer también a IFEMA la permanente colaboración que mantiene con PRODIAM durante estos 15 años así como a nues-

tros patrocinadores y colaboradores y por supuesto al extraordinario panel de ponentes que podremos escuchar en esta edición.

Es verdad que estos tiempos que corren son muy duros, pero no sólo para el sector, sino para el conjunto de la sociedad en general, tendremos que acostumbrarnos a que seremos de los últimos sectores en remontar la pertinaz crisis, pero aquí estamos, aguantando los envites que las circunstancias nos aplican, pero no tengáis duda de

que seguiremos adelante, remontaremos aunque no sin más esfuerzo.

Pero estamos hoy aquí para escuchar sobre las certificaciones de los diamantes, los vaivenes del oro, los conceptos del nuevo diseño, la presentación del II Congreso Nacional de Joyería y la entrega del Premio José Nicolau. También hablaremos de las nuevas tendencias en las joyas, de la reforma del Código Penal sobre la seguridad privada y también nos harán una presentación del I Congreso Europeo de Gemología.

Sobre todo tendremos un debate abierto y dinámico como siempre, donde podremos hablar con claridad sobre las cuestiones fundamentales que afectan a nuestra actividad en estas circunstancias.



El director de GOLD&TIME y moderador de ProDiam 2013, Carlos Ortiz.

## XV FORO DEL DIAMANTE, PIEDRAS PRECIOSAS, GEMOLOGÍA Y JOYERÍA



El joyero madrileño puso de manifiesto en ProDiam el esfuerzo de diseñadores, escuelas, galerías y museos para poner en valor la joyería más transgresora y más cercana al Arte.

JORGE ROJAS / DISEÑADOR Y JOYERO

## 'No podemos ver lo nuevo si siempre miramos para el mismo sitio'

Desde Prodiam entendemos que el factor creativo es uno de los grandes motores que mueven nuestros negocios por eso queremos dar continuidad a la sección de diseño que iniciamos el pasado año y que tuvo una notable repercusión, con este propósito tenemos la intención de que año tras año disfrutemos de la oportunidad de escuchar algún experto en el área de la creación de joyas.

Hoy tendremos la oportunidad de contar con Laura González, gerente de la empresa Lalabeyou de Madrid, diseñadora, joyera y arquitecto, que nos hablará sobre joyería contemporánea, una joyería que va ampliando su influencia de manera gradual.

En los últimos años el mercado de la joyería se ha visto sometido a importantes tensiones; mientras que sectores como la media joyería se desploman al mismo ritmo que la clase media y aumentan las ventas de joyas en plata con gemas de color de gran volumen comprobamos que el consumo se ha polarizado, hoy el mercado se mueve entre las firmas de alta joyería de marca, que cada vez tienen mayor presencia en los medios, llegando a suponer casi un 9% de la facturación total del mercado internacional y por otro lado la joyería *low cost*; piezas de bajo precio, manufactura rápida, fabricadas en metales o aleaciones más económicos, muchas veces realizadas en países con mano de obra barata. Pero también encontramos que entre estos dos extremos existen otras joyas, estamos hablando de la joyería

contemporánea dentro de la cuál podemos encontrar muchos subgéneros o definiciones, como la joyería de autor, la joyería de vanguardia, la joyería artística o más recientemente la denominada joyería *de galería*.

El mundo de la joyería de vanguardia se inició con el nombre de Nueva joyería o *new jewelry* en la década de los 60 y desde entonces se ha ido desarrollando hasta llegar a alcanzar gran importancia, aumentando su cuota de mercado en relación a otros sectores de la joyería, así lo demuestra la presencia de galerías especializadas en joyas que se multiplican en las calles europeas, también existen ferias exclusivamente dedicadas a joyas creativas, publicaciones, exposiciones y foros internacionales que han apartado a estas obras de la marginalidad.

Actualmente podemos encontrar joyas muy personales para clientes muy exigentes, muy interesados en el mundo del arte y de la cultura, clientes y coleccionistas con gustos muy definidos y con preferencias en joyas como estas, más próximas a conceptos artísticos y con una enorme carga de creatividad, innovación y atrevimiento. Museos como el

MOMA de Nueva York o el Victoria & Albert Museum en Londres mantienen y aumentan sus colecciones permanentes de joyería de autor y la figura del coleccionista de joyas es hoy una realidad.

Las joyas artísticas han existido desde hace décadas pero es ahora y a pesar de la crisis cuando

más repercusión mediática están alcanzando, en España de manera individual o promovido a partir de los departamentos de diseño de algunas escuelas de joyería y artes aplicadas estamos desarrollando magníficas piezas de joyería artística que están recorriendo las mejores galerías de Europa y América o entrando a formar parte de los fondos de museos de primera línea, creo que estamos asistiendo a la mayor explosión de joyería artística nunca antes vista, piezas únicas donde el valor no está en el precio de los materiales, donde la belleza no es la finalidad del objeto, sino su singularidad, su capacidad expresiva o transgresiva.

*Dentro de todo el espectro de la joyería, la artística es el aire más fresco del sector*

Hay gente que opinará, que sentirá, que una joya para ser tal debería estar realizada con materiales preciosos, pero la palabra joya es una palabra muy grande donde cabemos todos, la joyería artística es el aire más fresco del sector.

Algunos dicen que en joyería está todo inventado, o que no encuentran nuevas piezas en el mercado, muchas veces lo que sucede es que no podemos ver lo nuevo si siempre miramos para el mismo sitio, la creatividad española es incuestionablemente brillante, los proyectos de joyería que desarrollan los diseñadores son originales, y de un gran valor artístico.



Rojas recuerda la necesidad de abrirse a las nuevas tendencias.

*Hoy día podemos encontrar joyas muy personales, para clientes muy exigentes*

## AFINAJE Y COMPRA DE JOYERIA USADA Y STOCKS ANTIGUOS



### SOLVENCIA Y CAPACIDAD DE COMPRA:

- Volumen de ventas de más de 500 Millones de Euros
  - Activos superiores a 32 Millones de Euros.
  - **Garantía total en los análisis: Laboratorio acreditado por ENAC**
  - Fábrica integral de 16,000 m<sup>2</sup>.

### OFRECE:

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

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



#### MADRID

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

#### BARCELONA

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

#### CÓRDOBA

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

#### VALENCIA

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

## XV FORO DEL DIAMANTE, PIEDRAS PRECIOSAS, GEMOLOGÍA Y JOYERÍA

PETER BOSTOEN / HRD AMBERES

## 'Está bien confiar en nuestro joyero de siempre, pero mejor con certificado'

Hoy he venido a hablar del nuevo certificado gemológico propuesto desde el HRD de Amberes para las piezas de joyería. Acabamos de abrir un laboratorio en Estambul, dada la importancia de este mercado y allí hemos comenzado con este nuevo modelo de certificación de joyería, que también se ha presentado en China y que quiero explicar aquí en ProDiam.

Tenemos tres tipos de certificados. Uno, denominado 'Large', para piedras de más de un quilate (entendido como el peso total de todas las piedras de la joya). Un certificado 'Compact', para menos de un quilate. Luego una *Jewel card* (tarjeta joyera), que es un tipo de tarjeta para cualquier peso de las piedras. Todos tienen una validez de 10 años. El certificado lleva una imagen de la joya y también una imagen más pequeña del diamante principal. Y es que esa es una condición básica: la joya debe llevar diamantes, independientemente de que lleve otras gemas.

¿Cuáles son las novedades de estos certificados? Cuentan con los

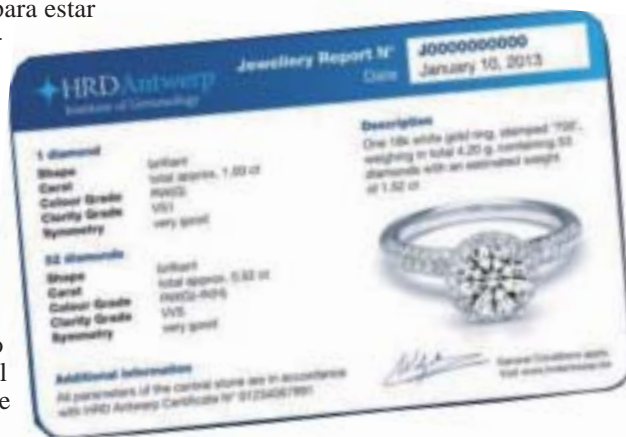
estándares habituales, como el peso de la joya, tipo de piedras, tipo de tallas, así como una descripción física de la joya..., etc.

Subdividimos los diamantes en tres grupos, en función de su peso, y también incluimos información como el nombre del propietario. En la zona trasera de la tarjeta podemos poner el logo de la empresa, personalizándola. Los diamantes se clasifican según las 4C's (Peso, Talla, Color y Pureza). Para determinar el color la piedra pasa por tres 'manos'. Dos personas y un colorímetro, para estar completamente seguros. Determinamos también el tipo de metales que se han empleado, a través del láser, sin alterar la pieza.

El precio del certificado depende del peso total de

las piedras. ¿Por qué un certificado para joyas? Pues por la misma razón por la que se hace la certificación para las gemas.

Podemos confiar en nuestro joyero de siempre, que nos está vendiendo una pieza, pero la confianza aumenta en el momento en que se tiene un certificado de garantía, procedente de un laboratorio de prestigio. Además, todos nuestros certificados cuentan con amplias medidas de seguridad para evitar copias o un uso indebido de los mismos.



El gemólogo Peter Bostoan, durante su intervención en ProDiam 2013.

HERACLIO BESADA / LABORATORIO GEMACYT

## 'Percibimos que la demanda de certificados ha crecido notablemente'

Como saben, nuestro trabajo gemológico en el laboratorio Gemacyt —y como sucede en todas las empresas— ha tenido que adaptarse y mejorar a lo largo de estos años. Y eso implica también mejorar a la hora de algo tan 'banal' como es nuestro propio lenguaje profesional. Sirva de ejemplo el decálogo que les voy a contar de una empresa americana con delegación en España. Y dice así: «Ha llegado a nuestro conocimiento que nuestra plantilla en España utiliza de forma habitual un lenguaje inapropiado y ofensivo. Esta conducta, además de violar la política de la empresa, es totalmente inapropiada y antiprofesional. Por lo tanto, toda la plantilla deberá cumplir de forma inmediata las siguientes normas:

1. Palabras como *coño* y *carajo*, o expresiones semejantes no deben usarse para enfatizar, aunque la discusión sea muy agitada.
2. No debe decirse *la cagó* cuando alguien comete un error, o *la está cagando* cuando alguien está siendo reprendido.
3. Todas las palabras derivadas de este verbo son inapropiadas.
4. Ningún responsable, jefe de sec-

ción o administrador, bajo ninguna circunstancia, podrá ser calificado como *hijo de...* o *el muy cabr...*

5. La carencia de determinación no debe ser calificada como *falta de huevos* o *mariconería*. Ni tampoco denominar *acojonadas* a las personas con falta de iniciativa.

6. Las ideas insólitas, creativas, de altos directivos no deben ser calificadas como *pajas mentales*.

7. Si una persona es persistente no debe decirse *cómo jode*.

8. Cuando un empleado quiere que se le deje trabajar no se debe decir *vete al carajo*.

9. En ninguna circunstancia un empleado deberá referirse a nuestros socios como los 'viejos gilipollas'. ningún incremento salarial debe traducirse como subida inútil.

10. Por último, y no por ello menos importante, en relación a esta circular, no debe decirse *No la voy a utilizar para nada, mantenga limpia la empresa use las papeleras*».

Les cuento esto como anécdota de la situación y un poco del estrés que atravesamos. Debemos hacer las cosas con más calma, aunque estemos en momentos adversos. Una de las cosas importantes es la colaboración y el poder

unir esfuerzos con empresas, tanto nacionales como internacionales, como es nuestro caso con el HRD, y de esta forma poder estar a la vanguardia. Conocida es nuestra colaboración con el Consejo Superior del Diamante, que defiende los intereses de la Industria e invierte en desarrollo e innovación. De esta colaboración han llegado muchos nuevos proyectos, y que en el marco de Iberjoya podrán conocer con más profundidad.

Impulsados por la globalización, el HRD ha habilitado nuevos servicios de interés en distintos países; los más nuevos China o Turquía, por ejemplo. Una de estas contribuciones, que nos influye directamente, son los servicios *Lablink* para enviar los diamantes directamente a Amberes. Está siendo usada por buena parte del Sector joyero español y se hace a través de nuestro laboratorio. España es el 6º país del mundo que posee este servicio. Y aunque la demanda de servicios de laboratorios independientes para certificar son es mayor en otros países, he de añadir que estamos notando un claro aumento de esta elección día a día, en nuestro país.



Besada recordó la necesidad de colaborar para ser 'más fuertes'.



# La relojería fiable requiere pilas fiables



Productores de más de **700 millones** de unidades de Óxido de Plata Sin Mercurio desde el año 2005

Sólo utilice pilas originales  
maxell Mercury Free.  
Pide el nuevo sello de  
autenticidad holográfico



Para sus reparaciones o cambios utilice la pila oficial **maxell** con la garantía del fabricante. Llámenos y le informaremos de su distribuidor oficial de la zona.

\*desde Octubre 2005 – Diciembre 2013

**maxell**  
www.maxell.es



93 323 70 13 · [serviciocliente@maxell.es](mailto:serviciocliente@maxell.es)

## La UPM acercó la minería a los más jóvenes

El pasado viernes 27, tiembre, la Universidad Politécnica de Madrid se unió a la celebración de La Noche de los Investigadores con 'Una noche en la mina. Descubre tu propio tesoro'. Se trata de una feria científica en la que la Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Minas (ETSIM) abrió sus puertas para acercar al gran público el fascinante mundo de la geología y la minería.

Los asistentes pudieron recorrer el interior de una mina situada a 15 metros de profundidad que reproduce una galería y el pozo de una mina. Además, en el exterior habrá talleres de identificación de minerales adaptados a público de diferentes edades, desde niños hasta adultos. Y para los más aventureros, se realizarán talleres de bateo –la técnica que se utilizaba en la búsqueda de oro–. Además, la ETSIM abrió también su Museo Histórico-Minero, en el que se exponen minerales, fósiles y restos de osos cavernarios, así como la galería de arte Félix Cañada que cuenta con cerca de mil piezas.

## Richemont cierra el semestre con un beneficio del 9% a pesar del 'frenazo' del mercado chino

El propietario de conocidas firmas como Van Cleef, Cartier, Panerai o Piaget destaca el 'buen comportamiento en Europa'.

En el marco de su convención anual, celebrada el pasado agosto en Ginebra, Richemont anunció un crecimiento bruto del 9% en las ventas globales del grupo durante el primer semestre de este año, aunque al cambio se tradujo en un 4%, por la debilidad del dólar y el yen frente al euro.

La división de joyería también registró un 8% de ganancias, mientras la de alta relojería alcanzó los dos dígitos, hasta el 13%, aunque la compañía no revela cifras concretas.

A pesar de la "incertidumbre económica", como señalan desde la empresa, las ventas de joyería y relojería se comportaron mejor de lo esperado, especialmente en Europa, donde se han visto beneficiadas por las compras de visitantes rusos y orientales en los

	Change at constant exchange rates versus prior year	Change at actual exchange rates versus prior year
<b>Sales by region</b>		
Europe/Middle-East	+ 10 %	+ 8 %
Asia-Pacific	+ 4 %	+ 1 %
Americas	+ 17 %	+ 13 %
Japan	+ 17 %	- 8 %
<b>Sales by distribution channel</b>		
Retail	+ 11 %	+ 5 %
Wholesale	+ 7 %	+ 3 %
<b>Sales by business area</b>		
Jewellery Maisons	+ 8 %	+ 2 %
Specialist Watchmakers	+ 13 %	+ 9 %
Montblanc Maison	0 %	- 3 %
Other	+ 12 %	+ 6 %
<b>Total</b>	<b>+ 9 %</b>	<b>+ 4 %</b>

Divisiones como la relojería crecieron hasta 9 puntos en el semestre, mientras China aporta sólo un 1% de alza.

destinos turísticos más importantes del continente, incluida España.

### Ventas globales positivas

En el resto de áreas, como América, Japón y Oriente medio también se han mostrado rentables

para el conglomerado, así como en las zonas más comerciales del continente asiático, como Shanghai o Hong Kong. En Estados Unidos, la firma recoge ahora los frutos de la compra de Peter Millar, una conocida marca de ropa en aquél país. Por el lado contrario,

la China continental ha sido el mercado más débil en esta primera parte del año. La razón, según explican desde la empresa, es la ligera desaceleración de la economía del 'dragón', después de todos estos años de intenso crecimiento.



Stand que la firma Diamonfire expuso durante la pasada edición de Iberjoya, celebrada a primeros de septiembre.

## Diamonfire, presente de nuevo en su cita con Iberjoya

La firma alicantina especializada en la comercialización de joyería con circonitas de alta calidad regresó nuevamente a su cita con Iberjoya, tras haber inaugurado presencia en la pasada edición de febrero. Esta vez con su propio stand, un amplio y abierto escaparate donde mostraron las novedades que trae la marca, tanto de fabricación propia como importa-

das, principalmente de Alemania, su principal mercado. Según explicó el gerente de Diamonfire a este Periódico, Enrique Montenegro, la primera impresión de la feria «ha sido positiva», con un gran interés por esta nueva joyería directamente desde el Mediterráneo. A pesar de la crisis, la compañía apuesta por este evento como canal de comercialización.



Interior de las oficinas de la compañía en Madrid.

Imagen: Jose. A. Rojo.

## La firma de compraventa de joyas Circa estrena sede en la capital

Circa, empresa especializada en la compra de joyas, diamantes y relojes, acerca su servicio a Madrid, con la apertura de una oficina situada en plena 'Milla de oro' (Ortega y Gasset, 19). Esta apertura consolida la expansión de la compañía norteamericana en Europa, tras las de Barcelona y Ginebra, y refuerza su apuesta por España.

Al frente de la esta nueva sede madrileña se encuentra Marta Eizaguirre, gemóloga especializada en diamantes y con una dilatada experiencia de más de 25 años en el ámbito del lujo y la joyería, en firmas como Bulgari, Hermès, o la joyería Suárez. Como el resto de los directores y compradores de Circa, Eizaguirre ha completado un pro-

grama de formación especializada en la central de la compañía, situada en Nueva York.

«Para nosotros, ninguna pieza es demasiado grande o demasiado pequeña», asegura Eizaguirre. «Todo el mundo que quiera vender una joya que ya no disfruta puede venir. Ponemos el mismo interés y atención a un particular que nos desea vender un anillo de compromiso de 150 euros como a un coleccionista que desea vender una colección de piezas raras valorada en más de un millón». Eizaguirre afirma que su objetivo es ofrecer un servicio a nuestros clientes y que la experiencia de desprenderse de una pieza está a la altura de la experiencia que vivieron en la compra.



# ~ *El Turismo y el Arte*

~ Museo Casa de la Moneda ~ Madrid, 3 de Octubre a 3 de Noviembre 2013

~ Foro **NEXOTUR** ~ 25 años de NEXO

~ Auditorio de la Real Casa de la Moneda ~ Jueves, 3 de Octubre 2013



~ El Turismo tiene su más noble expresión en las Artes: Literatura, Pintura, Escultura, Arquitectura... Destacan los motivos turísticos en el grabado de monedas o medallas y el diseño de sellos de Correos, billetes del Banco de España y décimos de la Lotería Nacional, acuñados y estampados por la Real Casa de la Moneda y Fábrica Nacional de Moneda y Timbre (RCM-FNMT), que atesora el fondo del Museo Casa de la Moneda. ~ Desde la literatura o el periodismo de viajes hasta la fotografía, el cartelismo o el diseño de publicaciones, pasando por la arquitectura hotelera, el diseño de los modos de transporte o la Cultura como atributo turístico de los destinos, el Turismo se nutre del Arte y pone en valor nuestros recursos artísticos y culturales: Museos, monumentos, escultura, gastronomía, naturaleza, etc. ~ Expresiones de las Artes que incluyen desde el alojamiento en edificios históricos al transporte, sin olvidar el uso tan intensivo como creativo de las artes gráficas por parte de operadores turísticos, con España y el mundo como motivo y escenario. ~ La Exposición 'El Turismo y el Arte' rinde homenaje a la principal actividad económica de España y al Sector Turístico en su conjunto, logrando que, por vez primera, el Turismo entre en los Museos. **GRUPO Nexo**

Eugenio de Quesada | Comisario de la Exposición 'El Turismo en el Arte'

## Piezas del Mes



De izquierda a derecha, dos anillos con una turmalina, ónix y diamantes; un brazalete con aguamarinas talla esmeralda, diamantes y ónix. En la imagen derecha, tres modelos de brazaletes con turquesas, lapislázuli, perlas y diamantes montados sobre oro de 18 quilates.

## Tiffany escoge el azul como eje central de su colección 2013

Los tonos intensos, saturados, de Tiffany&Co son los protagonistas de la colección que acaba de lanzar este verano. Y sobre todos los colores destaca el azul profundo, como el mar en el que se han inspirado los diseñadores de la casa joyera este año. Un color que se busca —y se consigue— transmitir a los diamantes que acompañan a las piezas. La nueva colección es obra del maestro Jean Schlumberger, un aclamado diseñador especializado en motivos que tienen que ver con la naturaleza. Este saber hacer se transmite, por ejemplo, a los brazaletes que mostramos en la im-

gen derecha, elaborados en intensos tonos verdes y azules, del lapislázuli y

la turquesa, a los que añade también perlas para recrear el ambiente marino de su 'retiro' en el Caribe, donde ha pasado largos periodos. Con **'Beyond the Blue'** Tiffany ha vuelto a conseguir una colección visualmente muy potente.

[www.tiffany.es](http://www.tiffany.es)



## El arte de la geometría y el movimiento, aplicado a la joyería contemporánea

Tras graduarse en el Real Colegio de Arte de Londres y ampliar sus nociones de joyería en Florencia, la japonesa Momoko Kumai nos sorprende con su poderoso estilo contemporáneo, geométrico, basado en el ritmo, el movimiento y la fluidez... procedentes del ancestral arte japonés del papel.

Kumai experimenta en esta colección con el oro. Utiliza metales de diferentes quilates; desde 9 a 22, también con diferentes gamas de color: blanco, rosa, y amarillo. De esta forma consigue una sutil gradación que aumenta la sensación de 'vida' y movimiento en sus piezas.

Sus piezas forman parte de la colección permanente del Victoria and Albert Museum, en Londres, y se venden en galerías del Reino Unido, Francia y EE.UU. [www.thegoldsmiths.co.uk](http://www.thegoldsmiths.co.uk)



Joyería

## Numismática y joyería se aunan con la holandesa *Mi Moneda*

Mi Moneda es una marca que surge como un nuevo concepto de joyería que te permite crear un collar personalizado, perfecto para cada look y ocasión; el primer colgante que está diseñado por el propio usuario: elige la cadena, el soporte y la moneda.

Desde el antiguo Egipto y a lo largo de la historia las monedas han sido utilizadas como amuletos pensados para ser llevados cerca del corazón como reflejo de espiritualidad y misticismo. En 2009 los holandeses Michelle Mentrop y Joery

Tol decidieron plasmar su pasión por las monedas a través de unas innovadoras piezas de joyería. Hoy en día la marca cuenta ya con 550 puntos de venta en todo el mundo.

Una de las novedades que presenta la firma este año son los anillos. Se trata de una colección de anillos disponibles en tres colores que se pueden combinar con una amplia variedad de monedas. Los anillos se venden en varias tallas y pueden adquirirse en su versión normal o con cristales. [www.mi-moneda.com](http://www.mi-moneda.com)



## Barín trae a Iberjoya nuevas piezas para su colección *Pedidas*, en oro blanco

La firma especializada en joyería de oro y piedras preciosas fundada en 1967 por Emilio Bajo, en Madrid, asistió nuevamente a su cita anual con Iberjoya y, entre las colecciones presentadas para esta temporada destaca su línea 'Pedidas'.

Esta colección, dirigida al segmento matrimonial, se caracteriza por el uso de oro blanco y diamantes, con la particularidad del

amplio abanico de tallas que utiliza en la lapidación de las gemas, como la esmeralda, brillante o bagueette. Como pequeño ejemplo podemos ver los dos anillos de la imagen superior. A la derecha, un cintillo con 1,26 quilates de diamantes en talla marquise, junto a otro anillo con 1,18 quilates de diamantes en talla Asscher.

[www.barinjoyas.com](http://www.barinjoyas.com)



## El ornamento cotidiano como forma de vida, según *Handwerk*

Los juegos de palabras y el juego constructivo de joyas poco habituales son las señas de identidad del grupo austriaco 'Handwerk und Munwerk' compuesto por tres diseñadoras de carácter que diseñan joyas poco convencionales, en materiales 'poco nobles' para la joyería, podríamos decir, como el plástico, la madera o las resinas.

Hoy traemos un ejemplo de la iconografía de Lilli Pulkrab. Un colgante elaborado con cuentas en madera tintada y que sostiene un kayak con remos, en plata. Como en buena parte de sus obras, la autora recoge la inspiración de su infancia, pero también de la cotidianeidad, a la que da forma en unas piezas evidentes, pero de marcado carácter personal. [www.handwerk-und-mundwerk.at](http://www.handwerk-und-mundwerk.at)

## GEMOLOGÍA | Corrosión aparecida en un collar de perlas



Figura 1: Collar de perlas naturales, con perlas cultivadas y diamantes briolettes. Parte de las perlas naturales muestran alteraciones superficiales blanquecinas distintas debido a la corrosión química. © M.S. Krzemnicki, SSEF.

## El misterio del collar de perlas naturales guardado en caja fuerte

- Un laboratorio suizo alerta sobre un nuevo revestimiento en la superficie de algunas perlas naturales, que provoca su corrosión

El Instituto Gemológico Suizo (SSEF) ha identificado un tratamiento desconocido hasta ahora sobre las perlas naturales (por ejemplo, *Strombus gigas*), que corroe seriamente y daña la superficie de esas perlas. El SSEF ha detectado el tratamiento después de ejecutar una amplia serie de pruebas en un collar que contiene superficie corroída perlas naturales. La investigación mostró que las perlas naturales han sido dañadas tras un tratamiento nuevo e inestable (revestimiento) que se aplicó en la superficie. A priori, los daños observados en el collar son irreversibles.

El director del Instituto suizo, Michael S. Krzemnicki, explica que un cliente les había traído un collar de perlas de concha para determinar qué había causado esta completa corrosión en la superficie de algunas de las perlas en la joya. "El dueño del collar nos aseguró que, desde que compró el collar hace unos meses, estas perlas habían estado guardadas la mayor parte del tiempo en su caja fuerte, y se habían llevado sólo ocasionalmente. También dijo que las perlas se habían manejado siempre con cuidado y que les ha dado la atención que se recomienda para las perlas".

"Obviamente, el proceso de corrosión y el consiguiente daño causado a algunas de las perlas en el collar se produjeron mientras las perlas estaban en la caja fuerte", continúa Krzemnicki. "Cuando el dueño fue a retirarlas, se encontró con que buena parte de su collar mostraba una evidente corrosión en la superficie de algunas perlas. Concretamente las naturales (ver Figura 1), que afecta profundamente

a su brillo, color y a su belleza", explica el experto.

Curiosamente, después de una primera ojeada, el examen visual parecía indicar que no todas las perlas de concha en el collar estaban afectadas por esta alteración de la superficie. Un estudio microscópico detallado de este collar reveló que incluso las perlas naturales que a primera vista parecían no verse afectadas, estaban de hecho en una etapa muy temprana de la alteración de su superficie y se convertirían igualmente en piezas dañadas con el transcurso del tiempo.

Porque entre las perlas que muestran visiblemente corrosión superficial, podemos distinguir varias etapas de cambios: desde un brillo superficial ligeramente opa-

co, hasta una superficie claramente alterada (blanqueada). Estas manifestaciones externas se muestran claramente en las imágenes 1 y 2. Curiosamente, las pequeñas perlas de cultivo que se alternan con las perlas naturales dañadas no muestran ninguna alteración en su superficie nacarada (véase también la fig. 2). Esto descarta daños accidentales, que "podrían haber ocurrido debido al contacto con ácidos (como perfumes) durante su uso", añade Krzemnicki.

Los análisis de microscopía electrónica de barrido (SEM) de las perlas naturales revelaron que fueron recubiertas (véase la Figura 3) por una capa rica en carbono (es decir, una resina artificial). "Partimos de que la corrosión de la superficie de

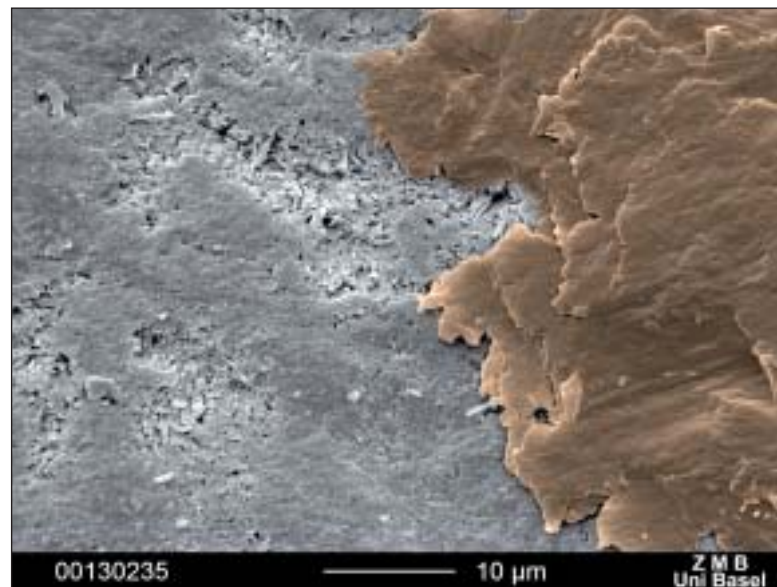


Figura 3: Micrografía electrónica de barrido (2000x aumentos) de la superficie corroída de una perla. El revestimiento se ve en el lado derecho (marrón), que cubre la superficie. © Mathys D. Universidad. de Basilea.

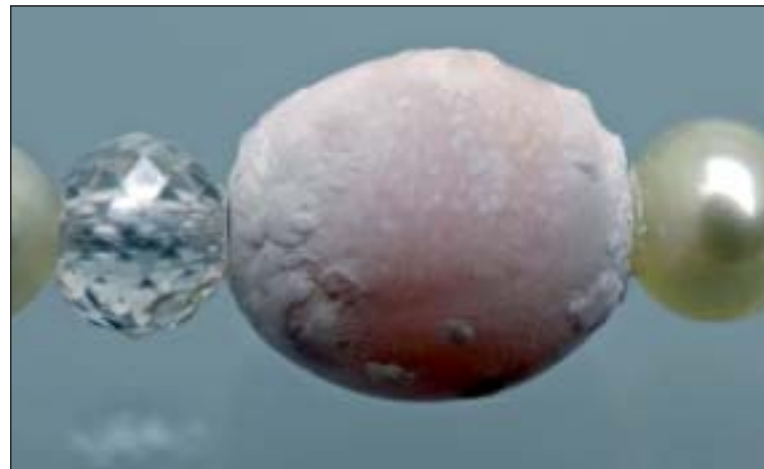


Figura 2: Detalle de una de las perlas de concha que muestra una superficie completamente corroída y blanquecina. © M.S. Krzemnicki. SSEF

la concha subyacente es una consecuencia de la desgasificación de la capa. Aún con todo, después de los análisis, el gemólogo asegura que con una profunda remodelación y un pulido se puede eliminar el daño en la perla.

Las perlas naturales que ya muestran una superficie corroída se pueden identificar fácilmente, a primera vista. Pero en el caso de las perlas recubiertas que todavía tienen un aspecto visual presumiblemente "perfecto" esta corrosión existe, aunque apenas perceptible, incluso con el microscopio. De vez en cuando, el revestimiento puede mostrar algunas muy pequeñas protuberancias (pegamento) como en la superficie.

Por añadidura, las manchas granulares de color parduzco que aparecen debajo de la superficie son una indicación adicional de este tratamiento inestable. Estas manchas representan, de hecho, una etapa temprana de la corrosión en la interfase entre el recubrimiento y la superficie de la concha subyacente. El método de identificación más fiable para detectar este tipo de tratamiento en las perlas de concha es la espectrometría Raman.

### ¿Cómo indentificarlas?

Bajo este análisis, las perlas naturales muestran una banda ancha de luminiscencia muy fuerte y característica en comparación con las perlas naturales no tratadas. Así que la pregunta que surge es cómo

puede protegerse el comercio y al consumidor contra estas perlas naturales tratadas? "En el SSEF ahora hemos añadido el protocolo de pruebas de tratamientos de perlas de concha en nuestros procedimientos analíticos estándar", señala Krzemnicki. "En nuestros informes de ensayo SSEF, estamos describiendo las perlas naturales recubiertas como: *Treated Conch Pearl*, con un comentario adicional que dice: «Indicaciones de revestimiento de la superficie. Este recubrimiento no es estable y se

*"Entre las perlas que muestran corrosión, podemos ver varias etapas de cambios"*

puede deteriorar la superficie de la concha con el tiempo».

Krzemnicki recuerda que el peligro de este nuevo e inestable tratamiento de las perlas es que la alteración de la superficie descrita a menudo puede ocurrir al poco tiempo desde que el cliente haya adquirido esta costosa pieza en su joyería. "Y esto puede dañar en gran medida la confianza del comprador hacia su establecimiento y, por ende, la de todo el Sector".

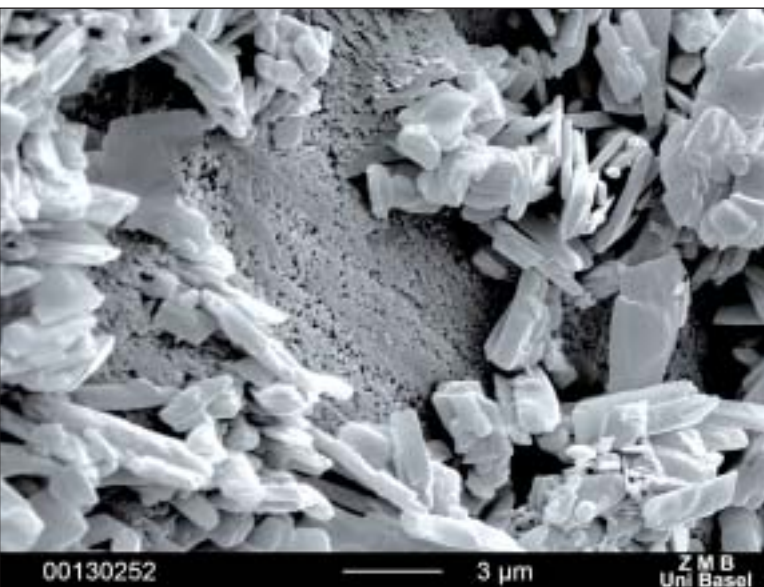


Figura 4: Micrografía electrónica de barrido (5000x aumentos) que muestra la superficie corroída cubierto por precipitados formando una incrustación blanquecina densa en la superficie. © Mathys D, U.de Basilea.

La exportación de estas gemas supone más del 70% del PIB para el país africano, según la ONU

## La Unión Europea ha levantado el bloqueo en la importación de diamantes de Zimbabwe



Con el respaldo de Amberes, cuya circulación de diamantes supone más del 80% mundial la UE, por unanimidad, decidió el pasado día 25 de septiembre levantar el embargo que pesaba sobre el régimen dictatorial del presidente de Zimbabwe, Robert Mugabe. Aunque Europa ya había 'destensado' las relaciones con este país a principios de año, las pasadas elecciones de agosto, tildadas de fraude, volvieron a estrechar el lazo sobre el régimen pero finalmente, todo parece haber retomado la normalidad.

## Creación de certificados para joyería 'Made in Spain'

El gemólogo y director del Laboratorio Manuel Llopis, nos trae en su columna de opinión de este mes un interesante artículo acerca de la expedición de certificados gemológicos para joyas. Tras su asistencia a ProDiam, donde pudimos actualizarnos acerca de los tipos de certificaciones que emite el HRD de Amberes, Llopis recuerda que en nuestro país hace ya años que se vienen realizando este tipo de documentos con el mismo obje-



tivo, eso sí, que es el de aumentar la tranquilidad de comerciantes y la confianza del cliente.

## COMERCIO EXTERIOR JOYERIA. FEBRERO 2013

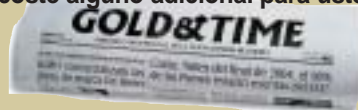
Producto	IMPORTACION			EXPORTACION			Saldo	% Cob.
	2012	2013	▲ %	2012	2013	▲ %		
Perlas	7.740.910	6.488.379	-16,18	5.986.823	2.051.967	-65,73	-4.436.411,79	31,63
Diamantes	32.190.905	38.079.569	12,77	5.330.229	7.798.873	46,31	-20.280.695,21	27,77
P.Preciosas en bruto	410.728	320.165	-22,05	26.880	23.554	-12,37	-296.611,05	7,36
Rubí, Zafiro, Esmeralda	792.857	1.329.095	67,63	575.046	749.556	48,22	-979.538,99	26,30
Otras P.Preciosas	3.387.816	5.364.529	58,35	12.159.250	459.479	-96,22	-4.905.049,49	8,57
P. Sintéticas	1.624.278	1.342.033	-17,38	3.352.200	705.331	-78,96	-636.701,41	52,56
Polvero de gemas	2.882.490	2.613.222	-9,34	2.431.642	112.838	-95,36	-2.500.384,24	4,32
Plata	31.572.516	54.968.580	74,10	52.579.951	75.222.609	25,03	254.028,73	100,6
Chapados plata	937.299	1.658.717	76,97	133.868	137.166	2,46	-1.521.551,08	8,27
Oro	90.336.170	121.468.858	34,46	254.429.613	559.569.355	120,93	438.100.497,89	460,6
Chapados oro	181.134	30.547	-83,14	16.564	21.440	29,44	-9.106,42	70,19
Platino	10.223.943	26.591.385	160,09	8.632.909	29.727.133	244,35	3.135.747,45	111,79
Paladio	5.715.846	10.034.383	75,55	617.461	1.290.061	108,93	-8.744.322,31	12,86
Rodio	248.985	1.521.427	511,05	25.923	520.768	—	-1.000.658,98	34,23
Chapados platino	0	0	—	0	0	—	0,00	—
Chatarra M.P.	24.911.375	68.586.394	175,32	28.515.123	478.735.561	1.578,88	410.149.166,93	698,0
<b>Mat. Primas</b>	<b>213.157.252</b>	<b>330.397.284</b>	<b>35,00</b>	<b>374.913.483</b>	<b>1.136.725.694</b>	<b>150,20</b>	<b>806.328.410,03</b>	<b>344,0</b>
Joyería en Plata	59.172.110	92.926.320	57,04	37.431.000	43.221.104	15,47	-49.705.215,77	46,51
Joyería en Oro	112.082.895	146.057.236	30,31	107.742.481	200.630.836	86,21	54.573.599,53	137,3
Joyería chapados	4.081.966	4.244.195	3,97	4.853.355	11.714.755	141,37	7.470.560,15	276,2
Orfebrería Plata	4.202.788	5.306.143	26,25	2.869.393	4.400.178	53,35	-905.964,81	82,93
Orfebrería Oro	696.924	585.584	-15,98	100.980	929.133	820,12	343.548,59	158,6
Orf. chapados	470.912	440.719	-6,41	3.849.907	6.206.881	61,22	5.766.161,84	1.408
Otras man. Met. Prec.	2.658.821	4.035.598	51,78	1.959.478	2.808.071	43,31	-1.227.527,25	69,56
Otras man. P. Prec.	4.295.805	9.865.692	129,66	5.846.185	3.608.102	-38,28	-6.257.590,71	36,57
Bisutería	153.286.622	177.226.942	15,62	58.081.350	66.615.668	14,69	-110.611.273,85	37,59
Monedas M.P.	16.887.996	210.590	-23,25	6.257.442	6.403.207	2,33	6.128.792,73	2.333,
<b>Prod. acabados</b>	<b>340.948.844</b>	<b>440.688.430</b>	<b>29,25</b>	<b>222.734.128</b>	<b>340.134.727</b>	<b>52,71</b>	<b>-100.553.702,28</b>	<b>77,18</b>
<b>TOTAL</b>	<b>554.106.096</b>	<b>771.085.713</b>	<b>49,16</b>	<b>597.647.611</b>	<b>1.476.860.421</b>	<b>187,11</b>	<b>705.774.707,75</b>	<b>191,5</b>



Suscríbase ahora al Periódico de la nueva Joyería y Relojería

... y disfrute de una oferta excepcional!

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



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

### BOLETIN DE SUSCRIPCION

Deseo suscribirme al Periódico GOLD&TIME durante un año, más la Revista indicada, por sólo 60 euros.

D./D<sup>a</sup>: .....

Empresa: .....

Dirección: .....

Ciudad: ..... Prov.: .....

C.Postal: ..... CIF: .....

Tel: (.....) ..... Fax: .....

Firma: .....

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

### GOLD&TIME

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

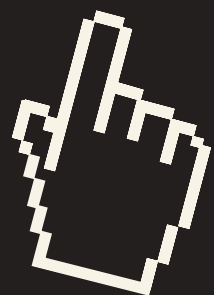
Entidad Oficina D.C. Número de Cuenta

Banco: .....

Titular: .....

CIF: .....

Firma: .....



## La Reserva Federal americana da marcha atrás en su plan de reducir las compras de oro para reactivar la economía

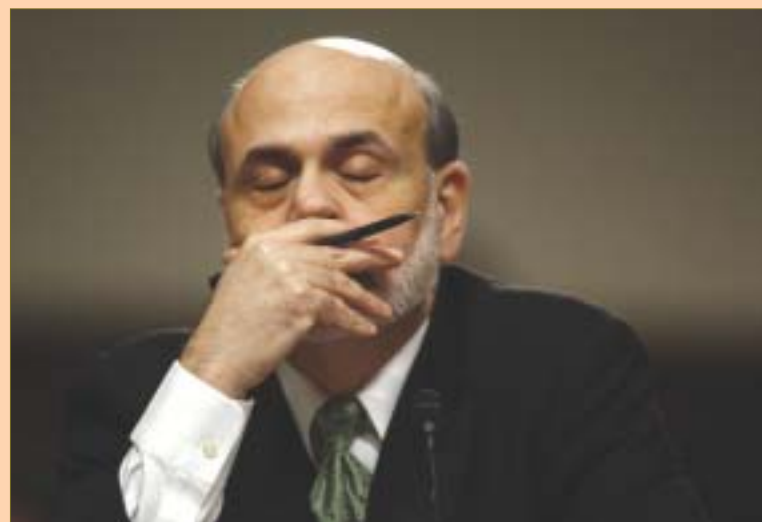
Tras el anuncio del presidente de la Fed, Ben Bernanke, el precio del oro se disparó cerca del 5%

Si la retirada de compras de oro para inyectar liquidez a la economía norteamericana ha venido provocando también que el país que preside Obama se haya resentido, a juzgar por las últimas cifras macroeconómicas publicadas, el anuncio de lo contrario; es decir, de que la Reserva Federal continuará (sin fecha anunciada), con las compras, esto debería provocar el efecto contrario en la dileitante economía del país anglosajón.

Por el momento, lo que ha provocado este anuncio, que se hizo público el pasado 17 de septiembre por el presidente de la

Fed, Ben Bernanke, es un importante incremento del precio del oro en el mercado, hasta el 4,95%, alcanzando los 1.372,30 dólares.

Y es que Bernanke dijo en junio que el banco podría comenzar a reducir su programa mensual de compra de activos de 85.000 millones de dólares a finales del 2013 y acabar con él completamente, a mediados del 2014 si la economía mejora como el banco espera. Como se puede apreciar, no ha sido así, aunque lo cierto es que tras este 'susto' la tendencia en el precio del oro ha ido a la baja.



El presidente de la Fed, Ben Bernanke.

Foto: silverunderground.com

### MERCADOS INTERNACIONALES DE METALES PRECIOSOS. SEPTIEMBRE 2013

Periodo	Oro		Plata		Platino	Paladio
	Londres €/oz	Madrid €/g	Londres €/oz	Madrid €/Kg	Madrid €/g	Madrid €/g
Septiembre 2-6	1.055,70	38,01	18,14	787,15	44,43	20,82
Septiembre 9-13	1.000,05	36,67	17,16	744,74	42,77	20,25
Septiembre 16-20	990,39	35,66	16,56	719,49	41,76	20,48
Septiembre 23-30	981,09	35,33	16,04	696,25	40,78	20,65
<b>Septiembre</b>	<b>1.006,38</b>	<b>36,40</b>	<b>16,97</b>	<b>736,78</b>	<b>42,44</b>	<b>20,54</b>

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

### Mercados diarios Internacionales de Metales Preciosos

Fecha	Oro		Plata		Platino	Paladio
	Londres €/oz	Madrid €/g	Londres €/oz	Madrid €/kg	Madrid €/g	Madrid €/g
02.09.2013	1.052,46	37,90	18,27	792,94	44,65	21,22
03.09.2013	1.056,06	38,03	18,40	798,62	44,78	21,09
04.09.2013	1.065,63	38,37	18,15	787,81	44,90	21,00
05.09.2013	1.054,60	37,98	17,81	772,89	43,91	20,32
06.09.2013	1.049,78	37,80	18,05	783,50	43,91	20,46
09.09.2013	1.050,56	37,83	18,03	782,66	43,87	20,44
10.09.2013	1.037,32	37,35	17,59	763,40	43,29	20,17
11.09.2013	1.028,98	37,05	17,45	757,30	43,24	20,44
12.09.2013	898,91	35,65	16,49	715,82	41,95	20,16
13.09.2013	984,46	35,45	16,23	704,50	41,49	20,03
16.09.2013	984,93	35,46	16,39	711,36	42,16	20,46
17.09.2013	985,74	35,50	16,39	714,57	41,78	20,44
18.09.2013	973,16	35,04	16,23	704,22	41,25	20,28
19.09.2013	1.005,92	36,22	16,98	736,79	42,07	20,47
20.09.2013	1.002,18	36,09	16,83	730,51	41,54	20,77
23.09.2013	976,84	35,18	16,03	695,71	40,77	20,44
24.09.2013	976,05	35,15	15,95	692,18	40,79	20,45
25.09.2013	977,67	35,21	16,00	694,57	40,91	20,66
26.09.2013	987,92	35,57	16,19	702,80	40,99	20,80
27.09.2013	978,45	35,23	15,98	693,50	40,46	20,65
30.09.2013	989,59	35,63	16,10	698,74	40,62	20,89

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



# GEMAS

## Circonitas en bruto simulan ser diamantes

Un aviso y noticia de interés que nos trae Manuel Llopis desde su laboratorio gemológico, donde han detectado imitaciones de diamantes en bruto fabricadas con circonita. "No habíamos visto esta imitación de bruto de diamante realizada en circonita hasta ahora", explica el gemólogo, después de analizar la muestra que trajo el cliente. "Por fortuna no han llegado a estafarme, pero estoy seguro que lo seguirán intentando". El precio que piden al comprador por el lote es de 1.500 euros/quilate. El peso de las tres piedras ofertadas alcanza los 35,04 quilates, con un precio de venta de 52.560 euros. No es mal negocio, teniendo en cuenta que el coste de estas circonitas no supera los 20 euros. Lo peligroso de todo esto es estas piedras han llegado a un nivel tal de perfección, que imitan hasta las estrías de crecimiento que presentan los octaedros de diamante, así como rugosidades y pequeñas cavidades superficiales.

## Europa levanta el embargo a los diamantes de Zimbabwe tras la acusación de financiar a Mugabe

La decisión, por unanimidad de los 28 representantes europeos, rescinde una medida que pesaba desde 2002

La Comisión Europea ha decidido levantar por completo el embargo sobre la minería de diamantes de Zimbabwe. Esta medida, vigente desde el año 2002, pretendía 'castigar' al régimen de Mugabe, en el poder desde hace 33 años y acusado de financiarse con diamantes 'de sangre'.

Acusado de sostener un régimen dictatorial desde hace más de tres décadas financiado por los llamados 'diamantes de sangre', el presidente Robert Mugabe ha conseguido, con el respaldo de Amberes, restaurar el flujo de estas gemas hacia la Unión Europea, con fecha de 25 de septiembre. El gobierno belga, principal valedor de la restitución del flujo de diamantes, ha sido quien ha hecho pública la decisión de la UE.

Según el comunicado del Ministerio de Asuntos Exteriores belga, "el deseo de la Unión Europea es que el producto de la venta de diamantes pueda servir al desarrollo del pueblo de Zimbabwe". Tras la suspensión de las sanciones al país



Mina de diamantes en el área de Marange, entre las más productivas del mundo. zimbabweelection.com

africano, la Corporación de Desarrollo Minero de Zimbabwe (ZMDC) podrá comerciar con la UE siempre que los envíos vengán acompañados de su correspondiente certificado Kimberley. La ZMDC también verá desbloquea-

dos los activos que se 'congelaron' tras la decisión tomada por la Unión hace ahora nueve años. La conocida web Wikileaks desvela un telegrama fechado en noviembre de 2008 y remitido desde la embajada norteamericana en Harare, capital

de Zimbabwe, en el que se advierte sobre la relación de los principales dirigentes políticos y militares del país con los abusos y matanzas en las minas de diamantes, principalmente en la de Marange; una de las más grandes del mundo

## OPINIÓN / GEMOLOGÍA

# Certificados de joyas, hechos en España



MANUEL LLOPIS

Cuando terminé mis estudios de gemología, por allá por 1984, intenté y sigo haciéndolo, el que tanto joyeros como clientes se acostumbren a vender y comprar con un informe gemológico de joya. Nunca nadie me dijo como se hacían, nunca nadie me enseñó a hacerlos y por supuesto nunca se los copie a nadie. Son informes acorde a nuestra filosofía como gemólogos y en cómo nos gustaría que la gente conozca las piezas a través de ellos.

Sigo opinando que ayudan a hacer una venta transparente, "saber lo que vendo", "saber lo que compro". Desde aquellos tiempos hasta la fecha y con ayuda de las nuevas tecnologías los he ido mejorando tanto en presencia como en contenido. Puedo presumir que desde entonces he realizado miles de ellos y que los que lo han utilizado para vender siguen pidiéndolos, siendo muchos los clientes que cuando van a comprar lo solicitan.

Me entristece ver circular documentos semejantes, realizados en imprenta con plantilla, en el que siempre los diamantes son de color Wesselton y de pureza VS, y para

Hace unos días tuve la ocasión de acudir a la presentación, por parte de un gran laboratorio gemológico, de sus nuevos "Certificados de Joyas". Posteriormente pude charlar con el ponente y comentar algunos de sus fallos, según mi opinión. Básicamente le daba mucha importancia al informe pero no al vínculo entre el informe y la pieza. Quiero decir que puedo hacer una pieza de similares características pero con piedras de peor calidad y podría acompañarla de ese informe y solo se darían cuenta cuando alguien, me refiero a un gemólogo, lo compruebe. Soy de la opinión de que ya que la pieza no va sellada, debe tener elementos de seguridad que la vinculen con el documento.



Ejemplo de informe gemológico de joya con valoración de M. LLOPIS.

colmo no los firma un gemólogo. Para nosotros cada informe es único, se hacen de forma individual, no utilizamos una plantilla, estudiamos cada pieza, e intentamos transmitir gráficamente todas sus cualidades.

Cuando recibimos una pieza, según sea joya nueva o de segunda mano, lo primero que hacemos es limpiarla con métodos acordes al tipo de joya y a las piedras que lleva. Después la fotografiamos de planta y perfil para que aparezca en el documento a tamaño real y con una escala comparativa. Posteriormente utilizando la piedra de toque y los ácidos comprobamos el tipo

de metal o metales de los que se compone, oro blanco, amarillo, rosa, ..., platino, plata, ..., etc. y si además lleva baños de rodio, rutenio, etc. Con la lupa 10x buscamos los punzones o marcas de contraste, el del fabricante y el del laboratorio de análisis de metal o similar, que posteriormente fotografiamos con la ayuda de un microscopio para que se vean en el documento. Los clientes se sorprenden gratamente cuando entienden su significado. Si son de marcas reconocidas le dan un valor especial a la joya. Nos fijamos en el tipo de hechura, de como se ha realizado la joya, de microfusión, mecanizada, manual,

electroforming, mixta, etc. de sus acabados, fino, elegante, basto, descuidado, ..., de sus engastados, granos, carril, pavé, garras, chatón, ..., y del acabado del mismo. Ya es el momento de describir la pedrería que lleva. Separamos por orden de importancia las piedras. Por ejemplo el diamante central, con su talla, medidas hasta la centésima de milímetro, color aproximado debido a que está montada, pureza según estándares, peso aproximado, y lo más importante, su mapa de inclusiones, que es lo que vincula el documento a la joya junto con la micrografía de los punzones.

Lo que intentaba decirle al ponente del laboratorio famoso europeo, es que ellos le dan mucha importancia al documento: sello seco, papel con aguas, holografía, etc. pero no tiene nada que vincule el documento a la pieza, solo la foto de la joya. Sin embargo en los que venimos haciendo aquí en España sí tenemos en cuenta estos detalles. La gente aplaudió la ponencia y la iniciativa de este laboratorio, creo que sin darse cuenta de que aquí en España ya llevo años haciéndolos. Pero ya saben ustedes que a los españoles siempre les parece mejor lo de fuera que lo que hacemos en casa. Compáren y juzguen ustedes mismos.

M. Llopis es gemólogo y director del Laboratorio Gemológico M. LLOPIS de Valencia. [www.gemologiamllopis.com](http://www.gemologiamllopis.com)

# 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

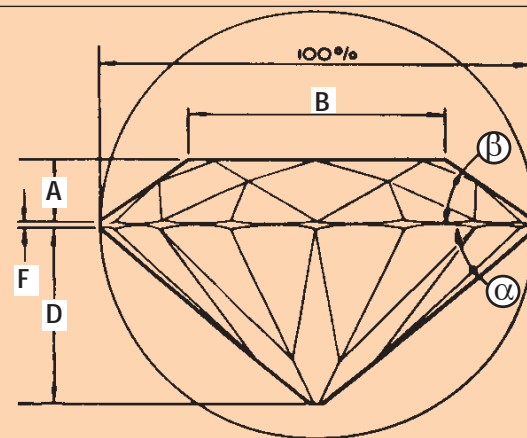
CIBJO/HRD	GIA/HRD	Scan. D.N	Británica
BLANCO EXCEPCIONAL+	D	RIVER	FINEST WHITE
BLANCO EXCEPCIONAL	E	RIVER	FINEST WHITE
BLANCO EXTRA+	F	TOPWESSELTON	FINE WHITE
BLANCO EXTRA	G	TOPWESSELTON	FINE WHITE
BLANCO	H	WESSELTON	WHITE
BLANCO CON LIGERO COLOR 1	I	TOPCRYSTAL	COMM. WHITE
BLANCO CON LIGERO COLOR 2	J	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)	<b>FL-IF</b>	FLAWLESS-INTERNAL FLAWLESS (LOUPE CLEAN)
INCLUSIONES MUY DIFÍCILES DE VER CON LUPA 10x	<b>VVS1</b> <b>VVS2</b>	VERY VERY SMALL INCLUSIONS
INCLUSIONES DIFÍCILES DE VER CON LUPA 10x	<b>VS1</b> <b>VS2</b>	VERY SMALL INCLUSIONS
INCLUSIONES VISIBLES CON LUPA 10x	<b>S11</b> <b>S12</b>	SMALL INCLUSIONS
INCLUSIONES VISIBLES SIN LUPA	<b>P1 (I1)</b>	PIQUE (INCLUDED) 1
INCLUSIONES DESTACADAS SIN LUPA	<b>P2 (I2)</b>	PIQUE (INCLUDED) 2
INCLUSIONES MUY DESTACADAS	<b>P3 (I3)</b>	PIQUE (INCLUDED) 3

## TALLA BRILLANTE



### MEDIDAS CON RESPECTO AL DIAMETRO DEL FILETÍN

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

**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 Cinco 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 Medio quilate	0,40 ct - 4,8 mm 0,42 ct - 4,9 mm 0,45 ct - 5,0 mm				
Mèle	0,07 ct - 2,7 mm 0,08 ct - 2,9 mm 0,09 ct - 3,0 mm 0,10 ct - 3,0 mm 0,12 ct - 3,2 mm	Cuatro por quilate Tres 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.					

## 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: OCTUBRE 2013**  
**BASE: 19.053 euros**

%	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	P1	P2	P3
<b>D</b>	100	71	66	50	39	27	23	15	11	5
<b>E</b>	66	63	48	46	32	24	22	14	9	5
<b>F</b>	60	49	41	40	28	23	21	14	8	4
<b>G</b>	44	39	37	33	26	22	20	13	8	4
<b>H</b>	34	33	30	27	24	21	19	12	8	8
<b>I</b>	29	27	23	23	22	19	17	12	7	3
<b>J</b>	23	22	21	19	20	16	15	9	7	3
<b>K</b>	18	17	16	15	14	14	12	9	6	3
<b>L</b>	15	14	14	12	12	10	10	8	6	3
<b>M</b>	14	13	11	10	10	10	9	7	5	3

DIAMANTES TALLA BRILLANTE

Precios en *Euros/quilate*

1€ = 1,36 \$

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
0,30-0,36 CT.	D	2.750	2.321	2.042	1.901	1.699	1.415	1.173	890	728	566
	E	2.184	2.063	1.860	1.719	1.537	1.335	1.149	849	688	546
	F	2.063	1.941	1.779	1.597	1.456	1.294	1.092	809	647	506
	G	1.941	1.860	1.739	1.496	1.375	1.213	1.051	785	607	485
	H	1.779	1.699	1.618	1.415	1.335	1.149	1.027	744	566	445
	I	1.577	1.537	1.537	1.375	1.132	1.108	930	728	526	404
	J	1.415	1.294	1.213	1.051	979	950	829	627	485	364
	K	1.153	1.132	971	906	890	829	760	566	445	344
	L	950	890	849	809	785	728	647	526	404	324
	M	809	768	744	720	667	647	623	485	364	283

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
0,37-0,43 CT.	D	3.169	2.745	2.503	2.261	1.938	1.453	1.292	989	747	646
	E	2.583	2.422	2.317	2.139	1.776	1.413	1.211	864	706	565
	F	2.422	2.261	2.099	1.938	1.655	1.364	1.171	848	646	525
	G	2.317	2.220	1.994	1.817	1.590	1.332	1.130	799	626	464
	H	2.059	2.018	1.913	1.695	1.453	1.292	1.070	767	585	444
	I	1.857	1.857	1.615	1.534	1.372	1.231	1.050	743	545	404
	J	1.594	1.534	1.393	1.292	1.187	1.025	969	702	525	383
	K	1.453	1.372	1.211	1.130	1.050	908	828	606	484	363
	L	1.389	1.203	1.187	1.050	888	828	727	565	464	343
	M	1.050	989	945	848	807	747	686	525	424	303

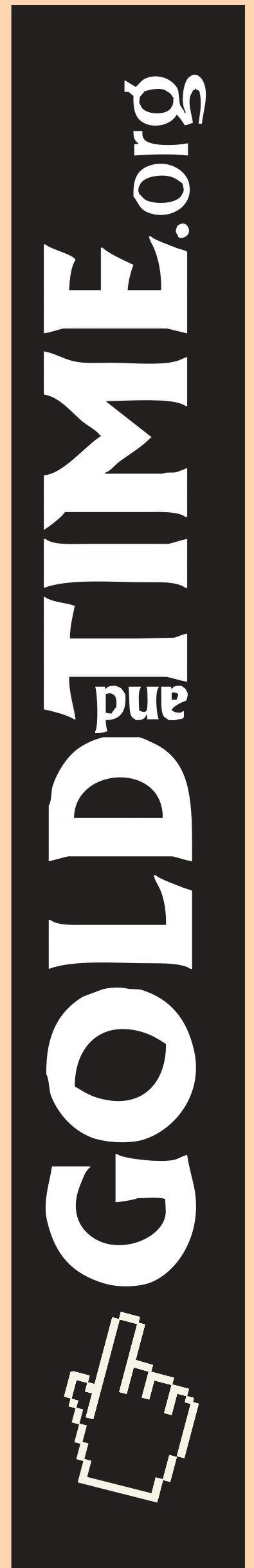
	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
0,44-0,49 CT.	D	3.431	3.003	2.818	2.583	2.156	1.716	1.534	1.150	807	666
	E	3.068	2.826	2.583	2.261	1.897	1.615	1.393	1.070	727	585
	F	2.745	2.664	2.341	2.099	1.857	1.534	1.292	1.009	686	545
	G	2.583	2.422	2.261	1.938	1.695	1.494	1.268	928	646	484
	H	2.341	2.180	1.857	1.776	1.494	1.372	1.191	848	606	464
	I	1.938	1.817	1.615	1.574	1.393	1.332	1.130	807	606	484
	J	1.716	1.615	1.494	1.332	1.251	1.150	1.050	767	545	404
	K	1.473	1.372	1.268	1.171	1.070	1.025	989	706	525	383
	L	1.413	1.227	1.211	1.090	969	888	848	686	484	363
	M	1.090	1.009	969	888	828	807	767	606	464	323

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
0,50-0,69 CT.	D	5.990	4.763	4.037	3.552	3.205	2.583	2.099	1.615	1.413	686
	E	4.521	3.956	3.714	3.286	2.866	2.422	2.018	1.473	1.211	606
	F	3.996	3.593	3.391	3.229	2.801	2.156	1.897	1.413	1.187	565
	G	3.633	3.391	3.149	2.906	2.503	2.018	1.615	1.312	1.050	525
	H	3.391	3.310	2.987	2.559	2.220	1.817	1.550	1.251	1.025	484
	I	2.906	2.745	2.422	2.099	1.938	1.590	1.453	1.187	807	464
	J	2.301	2.261	2.018	1.817	1.615	1.433	1.352	1.090	787	444
	K	1.857	1.776	1.716	1.534	1.393	1.251	1.187	989	686	424
	L	1.736	1.453	1.372	1.348	1.211	1.066	1.009	888	666	404
	M	1.550	1.292	1.211	1.146	1.130	1.050	848	807	545	363

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
0,70-0,89 CT.	D	6.741	5.748	5.119	4.666	4.037	3.391	2.987	2.018	1.534	888
	E	5.086	4.844	4.440	3.996	3.617	3.310	2.785	1.938	1.372	848
	F	4.844	4.521	4.037	3.940	3.419	3.229	2.664	1.857	1.308	727
	G	4.319	3.956	3.681	3.451	3.052	2.785	2.543	1.833	1.292	686
	H	4.222	3.916	3.391	3.068	2.866	2.624	2.341	1.736	1.066	646
	I	3.250	3.028	3.149	2.826	2.648	2.422	2.018	1.615	1.009	606
	J	2.664	2.583	2.422	2.018	1.938	2.002	1.776	1.453	888	565
	K	2.261	1.978	1.897	1.804	1.695	1.615	1.372	1.090	666	525
	L	1.776	1.615	1.574	1.510	1.413	1.372	1.251	1.009	646	484
	M	1.615	1.534	1.473	1.332	1.251	1.211	1.090	848	638	444

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
0,90-0,99 CT.	D	11.323	7.993	7.767	5.732	4.884	4.521	4.117	2.906	1.938	1.050
	E	8.461	7.771	6.697	5.450	4.844	4.263	3.714	2.745	1.857	969
	F	7.710	7.080	6.136	5.345	4.796	3.972	3.681	2.721	1.736	888
	G	6.176	5.462	4.973	4.691	4.271	3.908	3.359	2.583	1.615	848
	H	5.692	4.925	4.634	4.069	3.899	3.552	3.229	2.503	1.534	807
	I	4.965	4.158	4.037	3.681	3.508	3.391	3.149	2.422	1.453	767
	J	4.198	3.617	3.359	3.165	3.104	2.866	2.906	1.938	1.372	727
	K	3.472	3.019	2.927	2.648	2.519	2.196	2.341	1.534	1.364	686
	L	2.785	2.664	2.583	2.422	2.180	1.857	1.695	1.372	1.211	626
	M	2.261	2.180	1.938	1.857	1.776	1.671	1.469	1.251	1.009	565

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



## DIAMANTES TALLA BRILLANTE

Precios en *Euros/quilate*

1€ = 1,62 \$

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
1,00-1,49 CT.	D	19.053	13.499	12.506	9.539	7.339	5.138	4.330	2.771	2.147	925
	E	12.655	12.029	9.062	8.752	6.106	4.572	4.161	2.659	1.717	859
	F	11.505	9.284	7.750	7.613	5.343	4.330	3.960	2.589	1.453	793
	G	8.477	7.363	7.105	6.305	4.991	4.286	3.853	2.556	1.585	727
	H	6.517	6.194	5.761	5.053	4.624	4.015	3.670	2.302	1.519	694
	I	5.578	5.229	4.411	4.323	4.117	3.640	3.310	2.200	1.321	661
	J	4.330	4.169	3.971	3.662	3.787	3.009	2.936	1.783	1.255	628
	K	3.435	3.303	3.118	2.774	2.728	2.692	2.312	1.651	1.189	594
	L	2.774	2.741	2.589	2.378	2.259	1.982	1.902	1.585	1.123	545
	M	2.609	2.437	2.107	1.968	1.902	1.850	1.717	1.374	991	528

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

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
1,50-1,99 CT.	D	23.263	17.358	14.774	12.514	9.270	7.207	5.725	3.963	1.651	991
	E	15.905	15.057	12.142	10.592	8.587	6.708	5.358	3.633	1.519	925
	F	14.532	11.840	10.721	9.716	8.257	6.606	5.053	3.171	1.453	859
	G	10.899	9.688	9.607	8.073	7.050	6.004	4.866	3.078	1.387	793
	H	8.081	7.413	7.101	6.422	6.092	5.615	4.617	2.576	1.321	760
	I	7.266	6.495	6.426	5.468	5.057	4.624	3.927	2.477	1.123	727
	J	5.754	5.321	5.053	4.639	4.257	3.927	3.589	2.378	1.057	661
	K	3.963	3.897	3.607	3.237	3.369	3.039	2.873	2.292	1.024	628
	L	3.501	3.276	3.237	2.959	2.774	2.378	2.239	2.114	991	594
	M	2.840	2.807	2.708	2.378	2.246	2.048	1.982	1.916	925	561

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

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
2,00-2,99 CT.	D	38.510	26.561	24.995	20.103	14.070	9.670	7.684	4.095	2.246	1.255
	E	25.686	24.995	21.072	17.293	11.883	9.578	7.112	3.950	2.180	1.123
	F	22.606	19.836	16.599	14.080	11.156	8.881	7.075	3.831	2.114	991
	G	16.793	15.097	13.999	12.005	9.453	7.824	6.532	3.765	1.982	958
	H	11.376	11.890	11.046	9.328	7.927	7.303	6.239	3.567	1.850	925
	I	9.453	8.807	8.727	7.281	6.738	6.385	5.483	3.303	1.783	859
	J	7.251	6.972	6.826	6.363	5.431	5.358	4.734	3.039	1.651	826
	K	5.932	5.681	5.549	4.690	4.492	4.379	3.445	2.708	1.519	727
	L	4.954	4.558	4.161	3.963	3.732	2.972	2.906	2.576	1.453	694
	M	4.756	4.459	3.831	3.699	3.171	2.774	2.510	2.180	1.321	661

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

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
3,00-3,99 CT.	D	80.572	50.055	45.211	38.349	26.128	16.734	11.156	5.020	2.378	1.519
	E	52.477	44.888	38.106	31.002	24.073	14.899	10.128	4.756	2.312	1.387
	F	40.367	37.945	32.939	27.450	21.431	13.725	9.688	4.426	2.246	1.255
	G	30.760	29.872	25.431	21.879	16.661	12.550	9.174	4.161	2.180	1.189
	H	22.385	21.358	18.422	16.807	13.725	9.908	8.367	3.963	2.114	1.123
	I	17.394	16.661	14.752	13.798	11.083	8.294	7.119	3.897	2.048	1.057
	J	13.211	12.257	11.596	10.349	9.174	7.119	6.606	3.369	1.982	991
	K	9.182	8.983	8.719	7.993	6.738	5.681	4.756	2.972	1.850	925
	L	6.539	5.945	5.615	5.417	5.350	4.228	3.633	2.721	1.783	859
	M	5.945	5.615	5.417	5.218	4.954	3.699	2.972	2.180	1.651	793

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

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
4,00-4,99 CT.	D	81.703	59.017	51.387	44.565	30.679	16.954	12.404	4.690	3.435	1.783
	E	57.483	50.055	43.031	39.156	26.569	15.339	11.817	4.756	2.972	1.651
	F	51.670	44.807	38.994	33.505	25.394	15.127	11.596	4.624	2.840	1.519
	G	37.138	33.908	33.101	27.853	19.963	13.945	10.716	4.360	2.774	1.453
	H	27.376	25.211	22.972	20.110	16.807	11.963	9.761	4.161	2.708	1.387
	I	19.156	17.688	16.220	14.202	12.789	10.172	7.919	4.029	2.642	1.255
	J	16.220	15.339	14.165	12.294	10.349	8.807	7.413	3.699	2.576	1.189
	K	10.635	10.172	9.578	9.314	7.993	6.407	5.945	3.435	2.510	1.123
	L	7.993	7.464	6.804	6.407	6.077	5.350	4.624	3.237	2.444	1.057
	M	6.672	6.143	5.747	5.549	5.152	4.558	3.501	3.105	2.312	925

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

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
5,00-5,99 CT.	D	128.367	80.007	67.817	58.532	44.037	25.101	16.418	5.417	3.105	1.717
	E	77.157	69.076	58.128	54.253	39.780	23.486	16.037	4.756	2.972	1.651
	F	70.642	62.569	53.688	50.459	31.046	21.651	15.339	4.690	2.840	1.585
	G	47.956	44.565	43.193	38.106	27.046	17.761	13.541	4.558	2.708	1.519
	H	35.149	32.367	29.505	26.789	21.798	14.752	11.538	4.360	2.642	1.453
	I	31.486	28.183	26.716	22.385	17.982	12.037	10.936	3.633	2.510	1.387
	J	22.826	21.872	20.477	18.202	14.092	11.083	7.853	3.435	2.378	1.321
	K	15.127	12.550	11.824	11.163	9.974	8.719	5.945	3.303	2.246	1.255
	L	9.974	9.710	9.314	8.917	8.521	7.596	5.681	3.171	2.048	1.189
	M	9.446	8.653	7.927	7.279	7.200	6.870	5.350	3.039	1.916	1.123

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



## PEQUEÑOS DIAMANTES TALLA BRILLANTE

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
0,23-0,29 CT.	D	1.998	1.779	1.699	1.513	1.448	1.173	971	728	607	425
	E	1.860	1.699	1.618	1.472	1.415	1.108	890	704	566	404
	F	1.820	1.618	1.553	1.456	1.375	1.051	865	639	526	384
	G	1.537	1.456	1.415	1.335	1.294	1.011	849	607	485	364
	H	1.432	1.415	1.375	1.294	1.213	971	809	566	445	344
	I	1.335	1.294	1.254	1.213	971	829	785	558	425	324
	J	1.213	1.189	1.072	971	882	801	768	542	404	303
	K	1.031	910	865	744	704	663	647	506	384	283
	L	768	728	688	671	663	639	607	485	344	263
	M	647	607	566	526	485	465	445	404	324	243

### DIAMANTES TALLA SIMPLE. MELÉES

Precios en Euros/quilate

	IF-VVS	VS	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,01-0,03 ct	D-F	667	586	514	445	364	283
	G-H	582	526	465	404	344	267
	I-J	485	445	384	344	283	202
	K-M	344	324	283	263	222	162

### DIAMANTES TALLA BRILLANTE. MELÉES

Precios en Euros/quilate

	IF-VVS	VS	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,05-0,17 ct	D-F	930	829	728	647	485	344
	G-H	849	728	667	566	445	324
	I-J	688	627	546	465	384	263
	K-M	526	485	425	364	303	243

### DIAMANTES TALLA BRILLANTE. MELÉES

Precios en Euros/quilate

	IF-VVS	VS	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,04-0,07 ct	D-F	667	594	526	485	404	315
	G-H	659	526	465	404	364	263
	I-J	526	465	404	364	303	222
	K-M	376	344	303	283	243	182

### DIAMANTES TALLA BRILLANTE. MELÉES

Precios en Euros/quilate

	IF-VVS	VS	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,08-0,22 ct	D-F	1.112	991	789	728	586	425
	G-H	930	849	728	708	526	384
	I-J	789	708	607	546	425	303
	K-M	546	465	445	364	324	263

### DIAMANTES TALLA BRILLANTE. MELÉES

Precios en Euros/quilate

	IF-VVS	VS	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,08-0,14 ct	D-F	728	659	586	546	421	324
	G-H	655	607	546	465	384	303
	I-J	546	586	445	425	340	243
	K-M	445	485	344	324	263	222

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

## DIAMANTES FANCY

	IF-VVS	VS	SI	I1
Top Light Brown	Melee	n.d.	606	454
	0,25 ct	n.d.	686	606
	0,50 ct	n.d.	1.251	949
	0,75 ct	n.d.	1.514	1.130
	1,00 ct	n.d.	2.341	1.917
	2,00 ct	n.d.	2.341	2.220
	3,00 ct	n.d.	3.028	2.826
	4,00 ct	n.d.	3.835	3.431
	5,00 ct	n.d.	5.046	4.763

	IF-VVS	VS	SI	I1
Light- Fancy Brown	Melee	n.d.	646	484
	0,25 ct	n.d.	747	706
	0,50 ct	n.d.	1.594	1.050
	0,75 ct	n.d.	1.817	1.231
	1,00 ct	n.d.	2.018	2.059
	2,00 ct	n.d.	2.826	2.321
	3,00 ct	n.d.	3.633	3.108
	4,00 ct	n.d.	4.077	3.714
	5,00 ct	n.d.	5.450	5.046

	IF-VVS	VS	SI	I1
Light Yellow	Melee	373	343	313
	0,25 ct	828	686	585
	0,50 ct	1.776	1.413	1.251
	0,75 ct	1.938	1.736	1.413
	1,00 ct	2.987	2.422	1.817
	2,00 ct	4.037	3.028	2.866
	3,00 ct	4.239	3.633	3.068
	4,00 ct	4.561	4.037	3.593
	5,00 ct	5.651	5.248	4.844

	IF-VVS	VS	SI	I1
Fancy Yellow	Melee	767	686	537
	0,25 ct	1.534	1.393	1.231
	0,50 ct	2.826	2.462	1.857
	0,75 ct	3.149	2.826	2.261
	1,00 ct	4.440	3.633	3.431
	2,00 ct	7.064	6.257	5.046
	3,00 ct	7.670	6.661	6.136
	4,00 ct	9.284	8.255	6.862
	5,00 ct	12.110	9.890	8.073

	IF-VVS	VS	SI	I1
Intense Yellow	Melee	n.d.	n.d.	n.d.
	0,25 ct	n.d.	n.d.	n.d.
	0,50 ct	3.189	2.886	2.624
	0,75 ct	4.763	4.360	3.714
	1,00 ct	6.257	5.974	5.046
	2,00 ct	9.890	8.881	7.266
	3,00 ct	12.110	10.818	8.800
	4,00 ct	12.716	11.908	8.881
	5,00 ct	15.945	13.725	10.738

	IF-VVS	VS	SI	I1
Light Pink	Melee	1.312	1.090	969
	0,25 ct	3.391	3.068	2.826
	0,50 ct	7.185	6.499	5.328
	0,75 ct	15.339	12.917	10.092
	1,00 ct	18.569	17.358	15.945
	2,00 ct	54.495	46.422	33.505
	3,00 ct	64.991	64.587	53.284
	4,00 ct	96.881	86.789	63.376
	5,00 ct	117.064	101.725	86.789

	IF-VVS	VS	SI	I1
Fancy Pink	Melee	n.d.	n.d.	n.d.
	0,25 ct	20.183	16.349	14.532
	0,50 ct	37.743	33.303	28.459
	0,75 ct	42.587	41.982	32.294
	1,00 ct	70.642	56.514	50.459
	2,00 ct	121.101	86.789	64.587
	3,00 ct	179.633	144.312	96.477
	4,00 ct	187.706	173.578	119.083
	5,00 ct	258.349	220.000	197.798

	IF-VVS	VS	SI	I1
Fancy Blue	Melee	n.d.	n.d.	n.d.
	0,25 ct	n.d.	n.d.	n.d.
	0,50 ct	54.495	43.394	31.284
	0,75 ct	64.587	54.495	39.963
	1,00 ct	113.028	96.881	80.734
	2,00 ct	173.578	155.413	133.211
	3,00 ct	272.477	246.239	209.908
	4,00 ct	302.752	282.569	232.110
	5,00 ct	413.761	383.486	310.826

### DIAMANTES TALLA BAGUETTE

	IF-VVS	VS	SI1
3 mm	DEF	764	594
	GH	722	679
	IJ	594	552
	KLM	446	382
		340	
4 mm	DEF	891	679
	GH	807	764
	IJ	764	671
	KLM	509	467
		382	
5 mm	DEF	1.061	730
	GH	951	917
	IJ	828	743
	KLM	615	526
		433	
6 mm	DEF	1.613	1.189
	GH	1.443	1.401
	IJ	1.146	1.040
	KLM	891	764
		637	
7 mm	DEF	1.868	1.380
	GH	1.698	1.528
	IJ	1.358	1.104
	KLM	934	785
		722	

	I1	I2	I3
3 mm	DEF	403	127
	GH	361	106
	IJ	340	85
	KLM	255	64
4 mm	DEF	446	170
	GH	382	149
	IJ	361	127
	KLM	297	85
5 mm	DEF	552	276
	GH	526	233
	IJ	361	212
	KLM	340	170
6 mm	DEF	764	340
	GH	679	276
	IJ	531	255
	KLM	424	233
7 mm	DEF	934	382
	GH	700	361
	IJ	573	340
	KLM	446	297

### DIAMANTES TALLA ANTIGUA (OLD EUROPEAN)

	IF-VVS	VS	SI1
0,01-0,07 ct	DEF	552	340
	GH	509	306
	IJ	424	255
	KLM	382	233
0,08-0,17 ct	DEF	696	424
	GH	615	399
	IJ	509	306
	KLM	424	293
0,18-0,29 ct	DEF	891	509
	GH	828	441
	IJ	764	424
	KLM	658	382
0,30-0,49 ct	DEF	1.825	785
	GH	1.401	722
	IJ	1.019	594
	KLM	849	509
0,50-0,69 ct	DEF	2.717	1.189
	GH	2.207	1.019
	IJ	1.698	849
	KLM	1.358	722
0,70-0,99 ct	DEF	3.566	1.825
	GH	3.311	1.571
	IJ	2.971	1.401
	KLM	2.038	1.104
1,00-1,49 ct	DEF	5.094	1.868
	GH	4.117	2.292
	IJ	3.269	1.698
	KLM	2.122	1.104
1,50-1,99 ct	DEF	6.367	2.377
	GH	5.348	2.122
	IJ	3.651	1.868
	KLM	2.504	1.443

Otros pesos y tallas en [www.diamantesoro.org](http://www.diamantesoro.org)

## DIAMANTES TALLA PERILLA

Precios en *Euros/quilate*

1€ = 1,36 \$

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,30-0,36 CT.	D	2.018	1.938	1.776	1.615	1.372	1.211	1.050	807	606	484
	E	1.938	1.857	1.695	1.453	1.211	1.130	1.029	727	585	444
	F	1.857	1.615	1.453	1.292	1.130	1.050	989	646	545	404
	G	1.615	1.534	1.292	1.211	1.050	1.009	969	606	484	383
	H	1.372	1.292	1.130	1.050	1.009	969	848	585	444	343
	I	1.130	1.050	969	928	888	848	807	545	404	323
	J	969	848	807	787	747	727	646	444	343	303
	K	807	767	727	686	646	606	565	424	303	283
	L	686	646	585	565	545	505	464	404	283	262
	M	606	525	505	464	444	424	383	323	262	242

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,37-0,44 CT.	D	2.341	2.180	2.099	1.857	1.615	1.453	1.292	888	706	565
	E	2.180	2.099	1.938	1.776	1.534	1.372	1.211	807	646	484
	F	2.099	1.938	1.776	1.615	1.453	1.292	1.130	727	606	444
	G	1.938	1.776	1.695	1.534	1.372	1.211	1.050	646	585	424
	H	1.776	1.534	1.453	1.372	1.292	1.130	969	626	545	404
	I	1.372	1.292	1.211	1.130	1.050	969	888	565	505	383
	J	1.211	1.130	1.050	969	888	807	767	525	464	363
	K	969	888	807	787	767	747	666	484	363	303
	L	807	727	686	646	626	545	505	444	283	283
	M	606	565	545	525	505	464	404	323	262	262

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,45-0,49 CT.	D	2.583	2.341	2.261	2.099	1.938	1.776	1.453	1.050	807	686
	E	2.341	2.261	2.099	1.938	1.857	1.695	1.372	1.009	767	646
	F	2.180	2.099	1.938	1.857	1.776	1.615	1.332	969	727	626
	G	2.099	1.938	1.857	1.776	1.695	1.453	1.211	888	666	565
	H	1.857	1.776	1.695	1.615	1.534	1.372	1.130	807	646	545
	I	1.534	1.494	1.453	1.372	1.292	1.211	1.050	767	606	484
	J	1.372	1.292	1.211	1.130	1.050	969	888	686	545	464
	K	1.130	1.050	1.009	969	928	848	747	646	484	404
	L	969	888	848	807	727	686	646	525	404	323
	M	686	646	626	606	565	484	424	363	323	283

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,50-0,69 CT.	D	3.673	2.785	2.664	2.422	2.180	1.938	1.857	1.292	969	727
	E	2.906	2.664	2.422	2.301	2.099	1.857	1.776	1.211	888	686
	F	2.543	2.341	2.180	2.099	2.018	1.695	1.615	1.130	807	646
	G	2.301	2.018	2.018	1.897	1.776	1.534	1.494	1.050	767	606
	H	2.099	1.938	1.857	1.776	1.615	1.453	1.372	969	747	565
	I	1.776	1.736	1.615	1.574	1.494	1.372	1.292	888	727	525
	J	1.453	1.372	1.332	1.292	1.211	1.171	1.130	807	646	505
	K	1.292	1.211	1.130	1.090	1.050	1.009	969	727	565	464
	L	1.050	969	888	848	807	787	727	565	484	363
	M	767	727	706	646	626	606	525	404	363	303

		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,70-0,89 CT.	D	4.457	3.472	3.391	3.028	2.745	2.503	1.978	1.413	1.050	807
	E	3.367	3.197	2.987	2.826	2.503	2.018	1.776	1.332	888	767
	F	3.229	3.149	2.906	2.664	2.483	1.857	1.695	1.292	848	727
	G	2.987	2.745	2.664	2.422	2.180	1.776	1.615	1.211	807	686
	H	2.705	2.503	2.422	2.261	1.938	1.695	1.534	1.171	787	666
	I	2.664	2.220	2.099	2.059	1.897	1.615	1.453	1.130	767	606
	J	2.261	1.938	1.897	1.857	1.817	1.534	1.372	1.050	747	585
	K	1.978	1.695	1.655	1.615	1.534	1.453	1.332	969	727	565
	L	1.534	1.372	1.332	1.292	1.211	1.171	1.130	848	606	444
	M	1.050	1.009	969	928	888	848	807	646	525	404

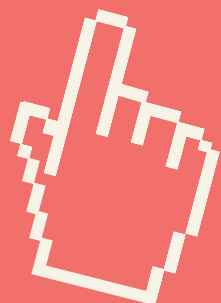
		IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3
0,90-0,99 CT.	D	5.651	4.844	4.198	3.875	3.310	3.028	2.664	1.695	1.332	888
	E	5.328	4.602	3.754	3.572	3.116	2.826	2.370	1.615	1.211	848
	F	4.198	3.835	3.552	3.391	2.995	2.785	2.261	1.534	1.130	807
	G	3.754	3.593	3.391	2.987	2.906	2.333	2.131	1.453	1.050	767
	H	3.270	2.866	2.713	2.523	2.341	2.180	2.099	1.372	1.009	727
	I	2.906	2.745	2.503	2.422	2.261	2.099	1.938	1.332	969	666
	J	2.664	2.422	2.341	2.261	2.180	2.018	1.615	1.090	928	646
	K	2.018	1.938	1.857	1.776	1.695	1.615	1.453	1.050	807	606
	L	1.695	1.615	1.534	1.453	1.372	1.292	1.211	888	727	525
	M	1.292	1.211	1.130	1.090	1.050	969	888	767	606	444

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

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

PRECIOS DE TALLA ESMERALDA EN PÁGINA 24

GOLD&TIME.org



**NOTAS A LOS PRECIOS G&T**

**1.- Perlas:**

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

Los precios se establecen en **EUROS**.

**2.- Piedras de color:**

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

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

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

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

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

**DIAMANTES TALLA PERILLA**

Precios en **Euros/quilate**

**1€ = 1,36\$**

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
<b>1,00-1,49 CT.</b>	D	9.890	8.154	6.701	5.268	4.183	3.229	2.734	1.651	1.321	793
	E	7.121	7.549	6.539	5.046	3.956	3.193	2.642	1.585	1.255	727
	F	6.782	6.217	4.820	4.658	3.692	3.138	2.547	1.519	1.189	661
	G	5.006	4.783	4.642	4.271	3.545	2.958	2.396	1.453	1.057	628
	H	4.037	3.310	3.248	3.083	2.936	2.466	2.202	1.387	991	594
	I	3.303	3.101	3.009	2.517	2.349	2.312	2.121	1.255	925	561
	J	2.569	2.495	2.349	2.202	1.982	1.908	1.615	1.189	826	528
	K	1.850	1.783	1.717	1.668	1.387	1.321	1.189	1.057	793	495
	L	1.717	1.519	1.453	1.321	1.255	1.189	1.123	859	661	462
	M	1.321	1.255	1.189	1.123	1.057	991	925	727	528	396

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

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
<b>1,50-1,99 CT.</b>	D	12.272	9.042	8.073	6.983	5.725	4.624	3.817	2.114	1.453	859
	E	9.284	7.912	6.975	6.741	4.991	4.477	3.743	1.982	1.387	793
	F	7.831	7.266	6.418	5.651	4.881	4.330	3.596	1.850	1.321	727
	G	6.297	6.620	5.651	5.328	4.477	4.110	3.303	1.783	1.156	694
	H	4.771	4.550	4.367	4.257	3.890	3.354	2.899	1.585	1.090	661
	I	4.183	3.633	3.596	3.450	3.229	3.009	2.657	1.519	1.024	628
	J	3.229	3.024	2.936	2.804	2.642	2.422	2.275	1.387	925	594
	K	2.180	2.114	2.048	1.982	1.916	1.783	1.717	1.189	859	561
	L	1.850	1.783	1.717	1.651	1.585	1.519	1.387	925	727	512
	M	1.453	1.321	1.255	1.189	1.123	1.057	991	793	594	429

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

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
<b>2,00-2,99 CT.</b>	D	20.385	15.622	15.259	12.191	8.807	6.752	4.917	2.642	1.387	925
	E	15.501	14.411	10.697	10.334	7.523	6.217	4.771	2.444	1.321	859
	F	13.563	11.464	10.092	9.688	7.119	5.945	4.624	2.312	1.255	793
	G	10.980	9.801	9.083	8.800	6.532	5.394	4.330	2.180	1.222	727
	H	7.596	7.156	5.872	5.651	5.431	4.550	3.670	2.048	1.189	661
	I	6.290	6.055	5.607	4.954	4.624	3.963	3.229	1.916	1.156	628
	J	4.477	4.345	4.037	3.743	3.450	3.229	2.862	1.783	1.123	594
	K	3.435	3.270	3.105	2.807	2.642	2.444	2.180	1.651	991	561
	L	2.906	2.708	2.444	2.246	2.114	1.982	1.850	1.453	925	528
	M	2.180	2.048	1.916	1.783	1.651	1.585	1.387	1.255	793	495

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

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
<b>3,00-3,99 CT.</b>	D	44.447	31.182	27.112	21.247	15.179	10.322	8.273	4.986	2.049	1.230
	E	32.559	30.055	25.776	19.510	14.420	9.942	7.438	4.508	1.844	1.161
	F	24.211	23.543	20.203	17.845	14.344	9.639	7.119	4.303	1.776	1.093
	G	24.190	22.541	19.160	14.965	12.845	8.675	6.694	4.030	1.708	1.025
	H	17.266	14.800	14.230	11.612	9.290	7.468	6.148	3.893	1.639	956
	I	12.219	11.612	10.929	9.677	7.677	6.258	4.728	3.757	1.503	888
	J	7.741	7.552	6.906	6.641	5.996	5.161	4.554	3.484	1.298	820
	K	6.148	5.669	5.464	5.191	4.713	3.893	3.415	3.210	1.230	751
	L	4.235	4.030	3.893	3.620	3.484	3.279	3.142	3.005	1.093	683
	M	3.757	3.620	3.484	3.347	3.210	3.074	2.937	2.664	956	615

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

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
<b>4,00-4,99 CT.</b>	D	49.340	40.507	39.655	32.058	26.639	14.344	10.018	5.123	2.391	1.298
	E	37.318	34.897	33.895	29.136	21.478	12.902	9.639	4.577	2.049	1.230
	F	31.975	30.889	28.385	22.624	19.050	12.348	9.070	4.440	1.913	1.161
	G	27.049	23.376	21.790	20.036	17.532	11.612	8.538	4.303	1.844	1.093
	H	22.769	17.911	16.697	17.077	14.192	10.322	7.931	4.167	1.776	1.025
	I	15.103	14.496	13.813	12.705	12.219	8.576	6.982	4.030	1.639	956
	J	10.322	9.935	9.548	9.032	8.804	7.969	6.337	3.825	1.503	888
	K	6.899	6.489	6.284	5.943	5.806	5.464	5.328	3.552	1.366	820
	L	5.943	5.738	5.464	5.260	5.055	4.303	3.415	3.415	1.230	751
	M	4.781	4.440	4.167	3.893	3.620	3.347	3.142	3.074	1.093	683

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

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	SI1	SI2	I1	I2	I3	
<b>5,00-5,99 CT.</b>	D	74.302	58.607	53.597	47.503	35.443	21.099	13.965	5.669	2.732	1.366
	E	56.770	51.093	47.169	42.494	32.104	20.568	13.054	5.464	2.596	1.298
	F	52.763	49.256	44.665	38.821	28.916	18.898	12.826	5.260	2.459	1.230
	G	40.156	35.314	31.808	29.136	22.086	18.139	12.067	5.055	2.254	1.161
	H	28.764	26.867	25.197	21.554	18.443	17.228	9.942	4.918	2.186	1.093
	I	18.443	17.532	16.773	16.318	15.103	14.344	9.715	4.577	1.981	1.025
	J	13.737	12.978	12.826	12.675	12.371	9.259	7.514	4.372	1.776	956
	K	10.041	9.563	9.358	8.811	8.238	6.421	5.669	4.167	1.639	888
	L	7.104	6.694	6.489	6.352	6.079	5.874	5.396	3.893	1.366	820
	M	5.806	5.601	5.396	5.123	4.986	4.235	4.030	3.689	1.161	751

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

**PESOS SUPERIORES EN [www.diamantesoro.org](http://www.diamantesoro.org)**

## DIAMANTES TALLA ESMERALDA

Precios en *Euros/quilate*

1€ = 1,36 \$

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
0,90-0,99 CT.	D	4.917	4.117	3.342	3.254	2.939	2.583	2.422	1.542	1.130	807
	E	4.117	3.754	3.229	2.987	2.906	2.341	2.261	1.494	1.050	727
	F	3.572	3.431	3.068	2.963	2.676	2.281	2.119	1.453	969	686
	G	3.149	2.963	2.801	2.906	2.636	2.261	2.018	1.389	904	646
	H	2.745	2.624	2.640	2.422	2.341	2.180	1.938	1.332	848	622
	I	2.470	2.341	2.261	2.228	2.099	2.018	1.695	1.251	807	565
	J	2.196	1.970	1.938	1.897	1.873	1.712	1.514	1.130	783	541
	K	1.756	1.647	1.615	1.590	1.494	1.389	1.364	1.050	767	525
	L	1.441	1.372	1.292	1.251	1.171	1.090	1.029	783	727	460
	M	1.098	1.029	961	928	864	823	767	727	573	379

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

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
1,00-1,49 CT.	D	10.314	6.297	5.328	4.723	3.936	2.987	2.543	1.716	1.372	823
	E	6.612	5.764	4.602	4.198	3.633	2.810	2.374	1.647	1.304	755
	F	5.595	4.985	4.360	3.883	3.463	2.745	2.341	1.578	1.235	686
	G	4.255	4.004	3.673	3.342	3.149	2.729	2.317	1.510	1.098	646
	H	3.512	3.229	3.149	2.939	2.826	2.535	2.018	1.441	1.029	618
	I	2.842	2.705	2.583	2.519	2.333	2.220	1.897	1.364	969	585
	J	2.745	2.527	2.418	2.252	2.143	1.946	1.615	1.235	860	549
	K	1.954	2.099	2.018	1.792	1.695	1.615	1.550	1.122	823	517
	L	2.018	1.954	1.857	1.695	1.534	1.445	1.211	969	727	480
	M	1.615	1.534	1.372	1.292	1.211	1.066	1.534	755	549	412

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

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
1,50-1,99 CT.	D	13.563	9.042	8.235	6.499	6.055	4.747	3.641	2.252	1.510	892
	E	9.083	7.105	6.782	6.217	5.312	4.303	3.609	2.059	1.441	823
	F	8.154	6.782	5.894	5.248	4.925	3.891	3.472	1.921	1.372	767
	G	6.378	5.934	4.925	4.965	4.521	3.778	3.157	1.853	1.199	755
	H	5.248	4.683	4.440	4.037	3.875	3.201	2.995	1.695	1.134	727
	I	5.006	4.602	4.352	3.512	3.391	2.882	2.402	1.578	1.066	702
	J	3.512	3.326	3.149	2.826	2.470	2.265	2.127	1.441	961	694
	K	2.826	2.600	2.543	2.422	2.099	1.934	1.784	1.235	892	686
	L	2.422	2.277	2.252	2.018	1.776	1.578	1.441	961	807	646
	M	1.776	1.695	1.615	1.550	1.219	1.098	1.029	823	727	581

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

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
2,00-2,99 CT.	D	19.053	15.695	12.594	11.081	9.264	6.479	5.086	3.068	1.776	1.009
	E	14.322	12.191	11.081	9.474	8.356	6.386	4.804	2.826	1.574	969
	F	11.020	10.576	9.212	8.356	7.750	6.176	4.763	2.725	1.461	928
	G	9.777	8.840	7.799	7.750	7.145	5.934	4.683	2.543	1.429	888
	H	7.516	6.862	6.366	6.237	5.894	5.167	4.666	2.333	1.372	807
	I	5.571	5.147	5.450	4.864	4.723	4.642	4.198	2.180	1.332	767
	J	4.255	3.883	4.299	3.956	3.940	3.451	3.149	1.978	1.284	727
	K	4.117	3.310	3.229	3.189	2.987	2.826	2.745	1.857	1.211	702
	L	3.609	2.906	2.745	2.664	2.583	2.422	1.938	1.615	1.090	662
	M	2.705	2.341	2.099	2.503	1.857	1.647	1.534	1.453	969	606

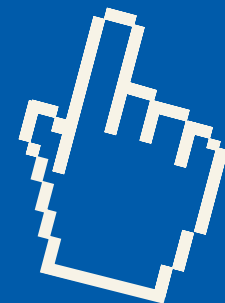
Para las piedras cercanas al limite superior, deberá considerarse un probable incremento de precio del 8-10 %.

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
3,00-3,99 CT.	D	36.633	24.123	20.926	19.699	15.743	11.283	7.670	5.086	2.341	1.550
	E	22.783	22.283	19.679	16.651	15.226	10.334	6.983	4.771	2.099	1.486
	F	21.475	18.625	17.947	15.440	12.207	9.850	6.620	4.521	2.018	1.453
	G	16.498	15.372	14.613	13.886	11.283	7.896	5.934	4.255	1.897	1.389
	H	12.594	13.886	12.393	10.899	8.719	6.782	5.692	4.012	1.776	1.332
	I	10.253	10.140	9.688	9.301	7.686	6.192	5.127	3.774	1.615	1.211
	J	8.800	8.154	7.266	6.479	5.873	5.409	4.844	3.633	1.534	1.179
	K	7.347	6.539	6.297	5.651	4.763	4.457	4.335	3.391	1.469	969
	L	4.602	4.440	4.198	4.037	3.633	3.528	3.229	3.019	1.211	727
	M	3.770	3.552	3.472	3.310	3.149	3.068	2.963	2.729	1.041	686

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

	IF	VVS1	VVS2	VS1	VS2	S11	S12	I1	I2	I3	
4,00-4,99 CT.	D	47.028	35.119	32.596	27.127	23.574	14.815	12.352	5.304	2.826	1.857
	E	34.958	30.275	28.418	24.866	21.960	12.796	9.769	5.086	2.503	1.550
	F	27.853	26.642	26.965	23.453	17.358	11.585	9.365	4.925	2.341	1.494
	G	24.139	21.394	18.569	17.975	16.712	10.253	7.831	4.618	2.180	1.469
	H	20.587	16.954	16.228	15.440	14.694	9.042	7.266	4.400	2.018	1.405
	I	14.532	13.644	12.433	11.787	11.505	7.750	6.782	4.037	1.938	1.372
	J	10.092	9.123	9.018	8.235	8.154	7.185	5.651	3.875	1.615	1.292
	K	8.477	6.701	6.539	5.401	5.086	4.683	4.440	3.552	1.534	1.211
	L	5.894	5.732	5.490	5.248	4.925	4.602	3.794	3.391	1.316	807
	M	4.844	4.521	4.198	3.875	3.633	3.391	3.229	3.149	1.050	727

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





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](http://www.ige.org), apartado **GRADUACIÓN DE PIEDRA DE COLOR**.

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

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

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

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

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

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

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

**ZAFIROS AZULES** (Todos los orígenes excepto Burma)

1€ = 1,36 \$

Euros/quilate

	0,02-0,09 ct	0,10-0,29 ct	0,30-0,49	Cab. 1-5ct	Cab. 5-8ct
Extra	324	382	453	1.121	1.550
Alta joyería	157	217	219	534	799
Comercial A+	76	124	105	258	406
Comercial A	52	79	74	167	243
Comercial B	29	33	43	76	81
Comercial C	19	21	29	45	50
Comercial D	10	10	14	14	19

	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct	3-4 ct	4-5 ct
Extra	1.865	3.566	4.883	5.486	5.486
Alta joyería	1.298	2.791	3.793	4.532	5.009
Comercial A+	832	2.147	3.006	3.673	4.389
Comercial A	620	1.383	2.028	2.672	2.958
Comercial B	406	763	1.121	1.741	1.920
Comercial C	224	453	716	1.002	1.157
Comercial D	117	250	453	596	644
Comercial E	52	131	231	310	382
Comercial F	27	69	95	153	215
Comercial G	18	33	50	55	72

	5-6 ct	6-8 ct	8-10 ct	10-20 ct
Extra	7.681	9.491	9.875	14.264
Alta joyería	6.202	7.228	7.490	10.495
Comercial A+	5.486	6.059	6.202	7.514
Comercial A	4.007	4.532	4.866	5.820
Comercial B	2.285	2.624	3.172	3.983
Comercial C	1.498	1.741	2.266	2.338
Comercial D	847	1.073	1.383	1.431
Comercial E	441	584	668	728
Comercial F	250	274	322	346
Comercial G	83	95	110	129

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

**RUBIES** (Todos los orígenes excepto Burma)

1€ = 1,36 \$

Euros/quilate

	0,02-0,09ct	0,1-0,29ct	0,3-0,49ct	Cab.1-5ct	Cab.5-8ct
Extra	209	329	823	1.861	4.294
Alta joyería	155	310	561	596	2.242
Comercial A+	129	239	406	334	1.169
Comercial A	91	188	291	191	453
Comercial B	52	138	177	48	191
Comercial C	34	98	141	31	114
Comercial D	10	35	60	14	38

	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct	3-4 ct	4-5 ct
Excepcional	3.482	8.504	14.813	21.945	28.748
Extra	2.523	5.606	10.734	16.101	20.657
Alta joyería	1.716	3.149	7.156	9.899	12.928
Comercial A+	1.239	2.290	4.580	6.202	8.349
Comercial A	916	1.670	2.624	4.532	5.606
Comercial B	606	930	1.372	2.433	2.982
Comercial C	299	472	704	1.112	1.431
Comercial D	105	270	398	572	749
Comercial E	42	138	224	301	379
Comercial F	22	45	83	105	146
Comercial G	16	29	38	57	76

**ESMERALDAS** (Todos los orígenes)

1€ = 1,36 \$

Euros/quilate

	0,02-0,09 ct	0,1-0,24 ct	0,25-0,49 ct	Cab. <5ct	Cab.5-10ct
Extra	854	1.207	1.671	1.312	2.624
Alta joyería	601	828	1.231	686	1.312
Comercial A+	341	474	706	363	606
Comercial A	127	220	283	222	404
Comercial B	32	97	161	81	202
Comercial C	20	54	91	48	117
Comercial D	8	12	20	16	32

	0,5-1 ct	1-1,5 ct	1,5-2 ct	2-3 ct	3-4 ct
Excepcional	3.899	6.464	7.777	8.913	9.582
Extra	3.250	5.387	6.481	7.428	7.985
Alta joyería	2.422	4.144	4.985	5.813	6.418
Comercial A+	1.817	3.250	3.835	4.884	5.328
Comercial A	1.211	2.277	3.068	3.714	3.895
Comercial B	626	1.330	1.841	2.220	2.442
Comercial C	363	663	1.035	1.211	1.352
Comercial D	192	301	422	585	686
Comercial E	77	142	230	248	371
Comercial F	42	56	84	95	143
Comercial G	22	24	38	40	48

	4-5 ct	5-6 ct	6-8 ct	8-10 ct
Excepcional	9.693	10.027	11.698	15.041
Extra	8.077	8.356	9.749	12.534
Alta joyería	6.539	6.761	7.468	9.486
Comercial A+	5.450	6.035	6.136	7.185
Comercial A	3.976	4.723	5.127	5.369
Comercial B	2.644	3.169	3.633	3.835
Comercial C	1.635	1.958	2.139	2.422
Comercial D	868	949	1.130	1.292
Comercial E	474	515	626	737
Comercial F	192	226	283	343
Comercial G	57	73	81	121

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

**ZAFIROS AZULES** (Burma)

1€ = 1,36 \$

Euros/quilate

	1-2 ct	2-3 ct	3-4 ct
Excepcional	6.126	8.444	9.847
Extra	5.105	7.037	8.206
Alta joyería	3.578	5.248	6.273
Comercial A+	2.433	3.459	4.532
Comercial A	1.646	2.099	3.125
Comercial B	930	1.157	1.706
Comercial C	401	570	644
Comercial D	167	284	346
Comercial E	76	119	162
Comercial F	36	60	72

	4-6 ct	6-10 ct	10-20ct
Excepcional	14.999	18.033	25.475
Extra	12.499	15.028	21.229
Alta joyería	8.826	11.688	15.743
Comercial A+	6.536	8.706	10.972
Comercial A	4.628	5.749	8.110
Comercial B	2.385	3.483	4.842
Comercial C	735	1.717	1.894
Comercial D	425	787	904
Comercial E	227	382	382
Comercial F	91	153	143

**ZAFIROS PADPARADSCHA**

1€ = 1,36 \$

Euros/quilate

	1-2 ct	2-3 ct	3-5 ct	5-7 ct
Colección	3.692	7.099	9.961	15.743
Alta joyería	3.077	5.916	8.301	13.119
Comercial A+	1.670	2.803	4.985	6.583
Comercial A	656	866	2.254	2.681
Comercial B	193	250	470	708
Comercial C	76	81	105	157

**RUBÍES** (Burma)

Euros/quilate

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

**RUBIES** (Sin Tratamientos)

1€ = 1,36 \$

Euros/quilate

	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct	2-3 qt	4-5 ct
Excepcional	3.482	8.504	14.813	21.945	28.748
Extra	2.523	5.606	10.734	16.101	20.657
Alta joyería	1.716	3.149	7.156	9.899	12.928
Comercial A+	1.239	2.290	4.580	6.202	8.349
Comercial A	916	1.670	2.624	4.532	5.606
Comercial B	606	930	1.372	2.433	2.982
Comercial C	299	472	704	1.112	1.431
Comercial D	105	270	398	572	749
Comercial E	42	138	224	301	379
Comercial F	22	45	83	105	146
Comercial G	16	29	38	57	76

**NOTAS A LOS PRECIOS DE RUBÍES**

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

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

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

**NOTAS A LOS PRECIOS DE ESMERALDAS**

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

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

## CROMOTURMALINA

1€ = 1,36 \$

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct	3-5 ct	5-10 ct
Extra	242	313	414	444	686
Alta joyería	161	242	343	363	565
Comercial A+	131	202	303	323	484
Comercial A	101	161	262	283	404
Comercial B	79	121	192	242	323
Comercial C	57	81	121	202	242
Comercial D	40	59	81	125	153
Comercial E	24	36	40	48	65

## TURMALINA VERDE

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct	3-5 ct	5-10 ct
Extra	40	139	192	202	230
Alta joyería	32	57	141	161	178
Comercial A+	26	48	111	131	149
Comercial A	20	40	81	101	121
Comercial B	14	28	57	81	93
Comercial C	8	16	32	61	65
Comercial D	6	12	24	46	52
Comercial E	4	8	14	32	40

## TURMALINA ROJA

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct	3-5 ct	5-10 ct
Extra	83	178	252	283	383
Alta joyería	65	137	202	242	283
Comercial A+	52	105	161	194	222
Comercial A	40	73	121	145	161
Comercial B	30	57	87	103	129
Comercial C	20	40	52	61	97
Comercial D	14	30	42	48	77
Comercial E	8	20	32	36	57

## TURMALINA ROSA

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct	3-5 ct	5-10 ct
Extra	83	159	242	252	317
Alta joyería	73	137	182	242	283
Comercial A+	52	95	121	157	202
Comercial A	32	52	61	73	121
Comercial B	23	34	44	54	89
Comercial C	13	16	28	36	57
Comercial D	10	14	22	28	48
Comercial E	6	12	16	20	40

## TURMALINA BICOLOR

Euros/quilate	1-3ct	3-5ct	5-10ct	10-20ct	>20ct
Extra	141	192	222	293	n.d.
Alta joyería	121	182	202	222	n.d.
Comercial A+	87	127	141	166	n.d.
Comercial A	52	73	81	109	n.d.
Comercial B	38	50	61	89	n.d.
Comercial C	24	28	40	69	n.d.
Comercial D	16	20	28	46	n.d.
Comercial E	8	12	16	24	n.d.

## CUPROTURMALINA

Euros/quilate	1-2ct	2-3 ct	3-5 ct	5-8 ct	8-10 ct
Extra	1.211	1.635	2.745	4.117	4.622
Alta joyería	969	1.453	2.261	2.987	3.754
Comercial A+	787	1.130	1.817	2.604	3.209
Comercial A	606	807	1.372	2.220	2.664
Comercial B	444	646	1.090	1.716	2.220
Comercial C	283	484	807	1.211	1.776
Comercial D	155	272	454	696	1.090
Comercial E	28	61	101	182	404

## TURMALINA AZUL

Euros/quilate	1-3ct	3-5ct	5-10ct	10-20ct	>20ct
Extra	202	323	414	464	n.d.
Alta joyería	161	262	343	363	n.d.
Comercial A+	135	192	252	262	n.d.
Comercial A	109	121	161	161	n.d.
Comercial B	81	97	109	109	n.d.
Comercial C	52	52	57	57	n.d.
Comercial D	30	36	57	44	n.d.
Comercial E	8	20	44	32	n.d.

## TURMALINA OJO DE GATO

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-3ct	3-5ct	5-10ct	10-20ct
Extra	n.d.	111	182	313	464
Alta joyería	n.d.	81	141	222	363
Comercial A+	n.d.	63	103	161	303
Comercial A	n.d.	44	65	101	242
Comercial B	n.d.	34	48	71	182
Comercial C	n.d.	24	32	40	121
Comercial D	n.d.	15	20	26	79
Comercial E	n.d.	5	8	12	36

## TURMALINA PARAÍBA

1€ = 1,36 \$

Euros/quilate	0,2-0,5 ct	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct
Extra	1.544	4.592	9.684	16.071
Alta joyería	1.002	3.339	6.011	12.523
Comercial A+	751	2.713	4.884	9.183
Comercial A	501	2.087	3.757	5.844
Comercial B	376	1.252	2.505	3.757
Comercial C	250	417	1.252	1.670
Comercial D	167	292	835	1.169
Comercial E	83	167	417	668

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

## GRANATE DEMANTOIDE (ANDRADITA)

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-2 ct	2-3 ct
Extra	868	1.938	3.028
Alta joyería	727	1.453	2.018
Comercial A+	585	1.090	1.615
Comercial A	444	727	1.211
Comercial B	333	545	868
Comercial C	222	363	525
Comercial D	172	254	383
Comercial E	121	145	242

## GRANATE TSAVORITA

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-3 ct	3-5 c	5-10 ct
Extra	545	1.272	1.958	2.543
Alta joyería	484	1.009	1.615	2.220
Comercial A+	404	787	1.372	1.857
Comercial A	323	565	1.130	1.494
Comercial B	242	404	747	1.009
Comercial C	161	242	363	525
Comercial D	111	161	279	424
Comercial E	61	81	194	323

## GRANATE ALMANDINO

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-5 ct	5-10 c	10-30 ct
Extra	8	16	26	48
Alta joyería	6	12	20	32
Comercial A+	6	11	16	24
Comercial A	5	10	12	16
Comercial B	4	7	9	12
Comercial C	2	4	6	8
Comercial D	2	2	4	6
Comercial E	1	1	2	3

## GRANATE PIROPO

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-5 ct	5-10 c	10-20 ct
Extra	26	34	38	44
Alta joyería	16	24	28	32
Comercial A+	12	17	20	22
Comercial A	8	10	12	12
Comercial B	5	7	9	10
Comercial C	2	4	6	8
Comercial D	2	2	4	6
Comercial E	1	1	2	3

## GRANATE GROSSULARIA VERDE

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-3 ct	3-5 c	5-10 ct
Extra	30	172	363	484
Alta joyería	24	121	242	363
Comercial A+	22	89	161	242
Comercial A	20	57	81	121
Comercial B	16	36	54	81
Comercial C	12	16	28	40
Comercial D	7	10	18	26
Comercial E	2	4	8	12

## GRANATE GROSSULARIA NARANJA

Euros/quilate	0,5-1 ct	1-3 ct	3-5 c	5-10 ct
Extra	26	42	71	151
Alta joyería	24	36	61	121
Comercial A+	22	32	50	97
Comercial A	20	28	40	73
Comercial B	16	22	34	57
Comercial C	12	16	28	40
Comercial D	7	10	18	26
Comercial E	2	4	8	12

OTROS VARIEDADES, COLORES Y GEMAS:  
[WWW.GOLDANDTIME.ORG/DIAMANTESORO](http://WWW.GOLDANDTIME.ORG/DIAMANTESORO)

## ZAFIRO ESTRELLA

Euros/quilate

	0,5 - 1 ct	1 - 3 ct	3 - 5 ct	5 - 10 ct	10 - 20 ct
Extra	262	167	572	1.288	716
Alta joyería	191	95	572	1.145	572
Comercial A+	143	95	286	859	572
Comercial A	95	48	286	572	286
Comercial B	60	48	72	358	286
Comercial C	24	12	72	143	72
Comercial D	17	12	12	83	72

1€ = 1,36

## RUBI ESTRELLA

Euros/quilate

	0,5 - 1 ct	1 - 3 ct	3 - 5 ct	5 - 10 ct	10 - 20 ct
Extra	1.632	1.097	692	2.123	1.431
Alta joyería	1.069	534	692	1.383	692
Comercial A+	701	534	465	1.157	692
Comercial A	334	167	465	930	465
Comercial B	272	167	157	623	465
Comercial C	210	105	157	315	157
Comercial D	124	105	24	181	157

## AGUAMARINA

Euros/quilate

	0,5 - 1 ct	1 - 3 ct	3 - 5 ct	5 - 10 ct	10 - 25 ct
Extra	151	343	373	444	333
Alta joyería	121	242	262	323	303
Comercial A+	89	153	186	242	252
Comercial A	57	65	109	161	202
Comercial B	36	44	71	105	131
Comercial C	16	24	32	48	61
Comercial D	10	14	20	36	44
Comercial E	4	4	8	24	28

## ALEJANDRITA

Euros/quilate

	<0,5 ct	0,5 - 1 ct	1 - 2 ct	2 - 3 ct	3 - 5 ct
Extra	2.826	4.037	5.450	6.257	8.376
Alta joyería	2.422	3.229	4.440	5.248	6.055
Comercial A+	2.018	2.503	3.350	3.956	4.844
Comercial A	1.615	1.776	2.261	2.664	3.633
Comercial B	979	1.120	1.453	1.938	2.826
Comercial C	343	464	646	1.211	2.018
Comercial D	212	293	404	767	1.251
Comercial E	81	121	161	323	484

## TANZANITA

Euros/quilate

	0,5 - 1 ct	1 - 2 ct	2 - 3 ct	3 - 10 ct	10 - 20 ct
Extra	303	353	394	444	458
Alta joyería	262	303	363	424	432
Comercial A+	212	272	343	394	408
Comercial A	161	242	323	363	383
Comercial B	121	182	242	272	293
Comercial C	81	121	161	182	202
Comercial D	61	87	111	131	137
Comercial E	40	52	61	81	73

## PERIDOTO

Euros/quilate

	0,5 - 1 ct	1 - 2 ct	2 - 3 ct	3 - 5 ct	5 - 10 ct
Extra	25	83	143	174	182
Alta joyería	15	65	101	153	161
Comercial A+	12	48	79	109	121
Comercial A	10	32	57	65	81
Comercial B	8	23	38	48	59
Comercial C	6	13	19	32	36
Comercial D	4	8	13	23	30
Comercial E	2	2	6	13	24

## TOPACIO AMARILLO - DORADO

Euros/quilate

	0,5 - 1 ct	1 - 2 ct	3-5 ct	5 - 10 ct	10 - 20 ct
Extra	52	222	327	343	353
Alta joyería	44	182	190	202	222
Comercial A+	36	121	135	161	172
Comercial A	28	61	81	121	121
Comercial B	20	44	63	85	91
Comercial C	12	28	44	48	61
Comercial D	8	18	28	32	38
Comercial E	4	8	12	16	16

## TOPACIO IMPERIAL

Euros/quilate

	0,5 - 1 ct	1 - 2 ct	3-5 ct	5 - 10 ct	10 - 20 ct
Extra	121	561	696	828	874
Alta joyería	81	396	505	606	618
Comercial A+	65	252	388	444	456
Comercial A	48	109	270	283	295
Comercial B	40	73	176	192	204
Comercial C	32	36	81	101	113
Comercial D	20	24	50	67	77
Comercial E	8	12	20	32	40

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

## PERLAS CULTIVADAS (Euros)

1€ = 1,36 \$

	Extra	Alta Joy.	Joyería	Comerc.	Comerc.-
Akoya-Perlas sueltas					
Diámetro máximo					
2,0-2,5mm	2,50	2,09	1,67	0,83	0,28
2,5-3,0mm	2,92	2,30	2,09	1,25	0,42
3,0-3,5mm	3,76	2,92	2,30	1,46	0,49
3,5-4,0mm	4,17	3,34	2,50	1,88	0,63
4,0-4,5mm	5,01	3,97	2,71	2,09	0,70
4,5-5,0mm	5,43	4,17	2,92	2,30	0,77
5,0-5,5mm	8,77	6,68	5,01	3,34	1,11
5,5-6,0mm	12,94	9,60	6,68	3,76	1,25
6,0-6,5mm	15,44	10,44	7,10	4,59	1,53
6,5-7,0mm	22,54	16,28	10,44	6,68	2,23
7,0-7,5mm	31,31	21,71	15,03	9,18	3,06
7,5-8,0mm	68,88	45,92	29,22	15,44	5,15
8,0-8,5mm	146,10	93,92	52,18	31,31	10,44
8,5-9,0mm	187,84	135,66	79,31	39,66	13,22
9,0-9,5mm	542,65	333,94	181,58	85,57	28,52
9,5-10,0mm	667,88	417,43	250,46	118,97	39,66

### Akoya-Hilos de 16/18"

Diámetro máximo

2,0-2,5 mm	282	240	157	104	35
2,5-3,0 mm	282	240	167	104	35
3,0-3,5 mm	288	240	167	104	35
3,5-4,0 mm	313	250	167	104	35
4,0-4,5 mm	365	271	184	111	37
4,5-5,0 mm	417	292	202	119	40
5,0-5,5 mm	657	470	271	125	42
5,5-6,0 mm	814	532	344	188	63
6,0-6,5 mm	897	595	344	167	56
6,5-7,0 mm	1.200	814	470	198	66
7,0-7,5 mm	1.482	929	532	250	83
7,5-8,0 mm	1.983	1.169	647	334	111
8,0-8,5 mm	2.379	1.461	856	459	153
8,5-9,0 mm	3.298	2.296	1.378	668	223
9,0-9,5 mm	5.635	3.757	2.379	1.378	459
9,5-10,0 mm	8.349	5.427	3.339	1.795	598

### China aguadulce-Hilos. Blancas

Diámetro máximo

3-4 mm	n.d.	21	10	3	1
4-5 mm	n.d.	63	21	6	2
5-6 mm	n.d.	81	35	13	4
6-7 mm	n.d.	148	48	18	6
7-9 mm	n.d.	288	98	24	8
8-9 mm	n.d.	1.023	417	167	56
9-10 mm	n.d.	1.586	584	209	70
10-11 mm	n.d.	2.630	1.002	334	111

### China aguadulce-Hilos. Color

Diámetro máximo

3-4 mm	n.d.	63	38	10	3
4-5 mm	n.d.	75	46	13	4
5-6 mm	n.d.	209	104	29	10
6-7 mm	n.d.	417	209	63	21
7-9 mm	n.d.	814	261	100	33
8-9 mm	n.d.	1.231	376	121	40
9-10 mm	n.d.	1.211	522	188	63
10-11 mm	n.d.	2.797	1.044	376	125

### Mares del Sur- Hilos de 16". Barrocas.

Otros largos, multiplicar por factor de longitud. Diámetro máximo

10-11 mm	376	250	175	109	36
11-12 mm	543	344	240	125	42
12-13 mm	710	470	282	167	56
13-14 mm	1.127	626	397	250	83
14-14,5 mm	1.670	1.002	584	334	111
14,5-15 mm	2.505	1.586	835	313	104
15-15,5 mm	2.922	1.920	1.002	543	181

### Mares del Sur. Perlas sueltas. Blancas. Hilos

Diámetro máximo

10-12,5 mm	10.436	7.514	5.009	3.548	1.183
12,5-15 mm	25.880	14.610	8.766	5.844	1.948

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

Diámetro máximo

8,0-8,5 mm	146	100	58	31	10
8,5-9,0 mm	165	115	65	33	11
9,0-9,5 mm	219	146	81	42	14
9,5-10,0 mm	234	157	90	46	15
10-10,5 mm	267	188	119	54	18
10,5-11 mm	286	202	125	58	19
11-11,5 mm	311	227	150	81	27
11,5-12 mm	353	265	161	90	30
12-12,5 mm	415	284	184	100	33
12,5-13 mm	580	355	225	113	38
13-13,5 mm	622	405	255	129	43
13,5-14 mm	814	474	296	161	54

# INFORME

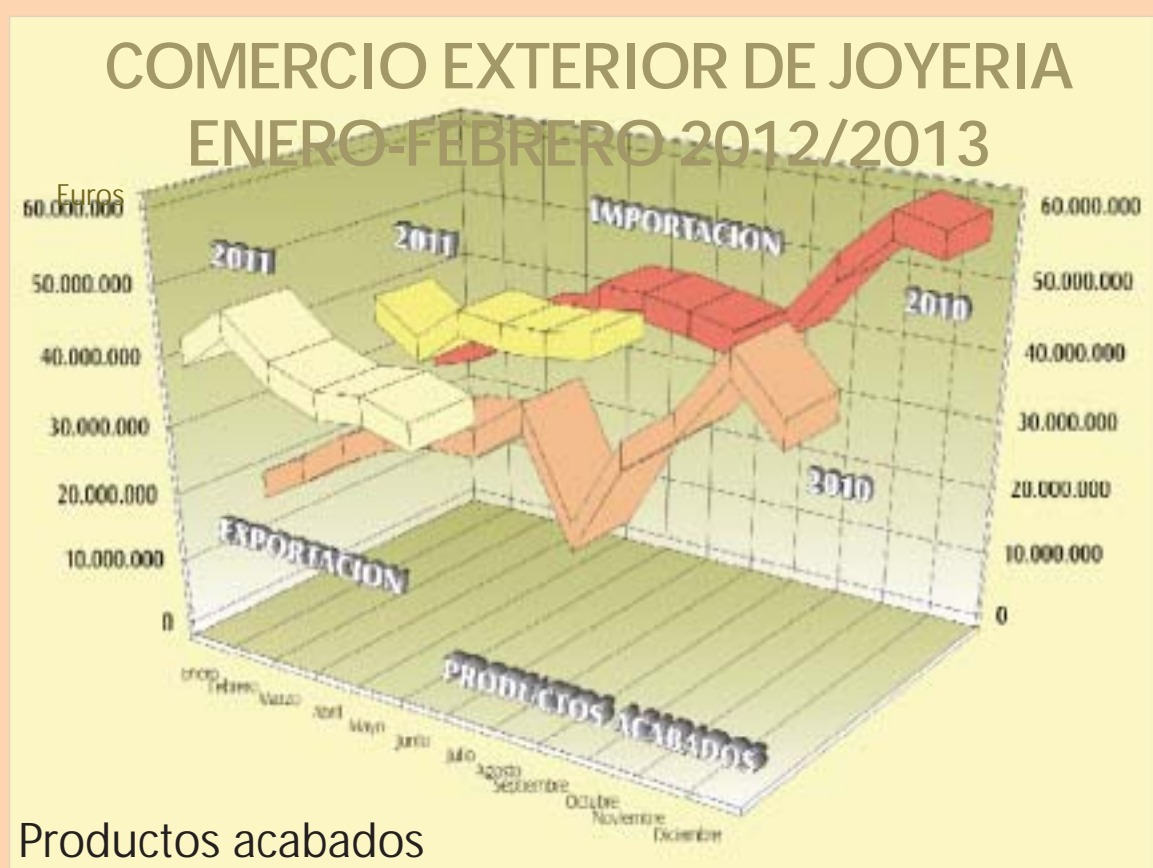
## El precio del oro condiciona el mercado joyero aunque las importaciones siguen al alza

Los primeros datos del año vuelven a registrar un notable incremento en la importación de joyería en plata, más moderado en la de oro, ambas condicionadas por los precios de los respectivos metales. Con un mercado del oro muy inestable

y, como siempre al alza, la importación se resiente ligeramente durante este mes, pero se compensa por un buen comportamiento de la exportación de joyería, única tabla de salvación en un momento de consumo interno muy débil. No obs-

tante, en el conjunto de los productos manufacturados, los resultados ya prácticamente del año completo (2012), que publicaremos en la próxima edición de este Periódico apuntan ya a un ligero crecimiento sobre el año anterior.

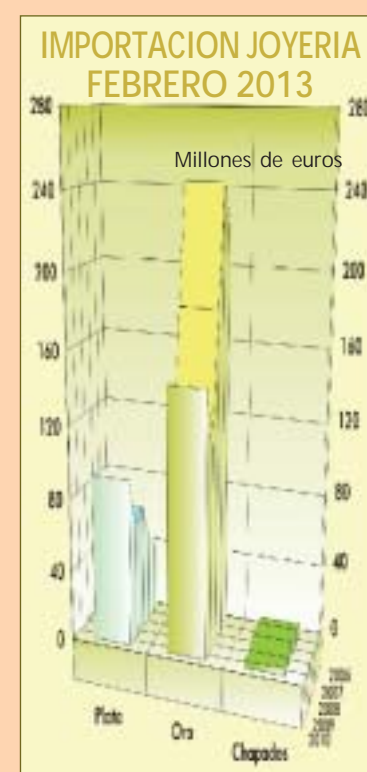
De nuevo la situación internacional del mercado de metales preciosos arroja resultados engañosos en la balanza comercial exterior del Sector. En efecto, algunas partidas presentan incrementos voluminosos que vistos en detalle se observa que no pertenecen al Sector. Tal es el caso del oro semielaborado, cuyas importaciones crecieron un 44% hasta superar los 13 millones de euros, pero con unas exportaciones de casi 62 millones que crecieron un 51%, todo ello referido a noviembre. En el conjunto del año, las alzas fueron del 34 y el 120% respectivamente, poniendo en evidencia que se trata en realidad de transformaciones y manufacturas del metal, en realidad 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 ésta sin duda influye también pero aún así, se sigue registrando un notable incremento de la joyería terminada realizada en este metal, que mantiene su tasa de crecimiento en términos similares a la del conjunto del año. Por otro lado, la exportación de joyería en oro presenta un sospechoso sesgo hacia Suiza.



Productos acabados

Fuente: Dirección General de Aduanas.

© GOLD TIME



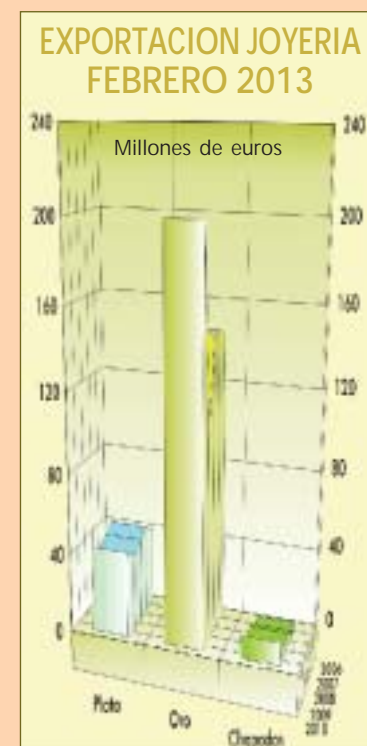
Fuente: AEAT - DGA © GOLD TIME

Las importaciones de joyería en plata siguen manteniendo un buen ritmo de crecimiento, de modo que superan ampliamente, no ya las de 2012 sino incluso las de 2011. Las de oro, por el contrario, a pesar de que también suben, en buena parte debido al precio del metal.

### COMERCIO EXTERIOR JOYERIA. FEBRERO 2013

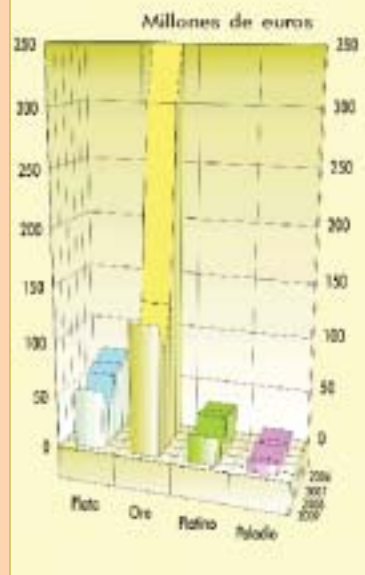
Producto	IMPORTACION			EXPORTACION			Saldo 2013	% Cob. 2013
	2012	2013	▲ %	2012	2013	▲ %		
Perlas	7.740.910	6.488.379	-16,18	5.986.823	2.051.967	-65,73	-4.436.411,79	31,63
Diamantes	32.190.905	38.079.569	12,77	5.330.229	7.798.873	46,31	-20.280.695,21	27,77
P.Preciosas en bruto	410.728	320.165	-22,05	26.880	23.554	-12,37	-296.611,05	7,36
Rubí , Zafiro, Esmeralda	792.857	1.329.095	67,63	575.046	749.556	48,22	-979.538,99	26,30
Otras P.Preciosas	3.387.816	5.364.529	58,35	12.159.250	459.479	-96,22	-4.905.049,49	8,57
P. Sintéticas	1.624.278	1.342.033	-17,38	3.352.200	705.331	-78,96	-636.701,41	52,56
Polvo de gemas	2.882.490	2.613.222	-9,34	2.431.642	112.838	-95,36	-2.500.384,24	4,32
Plata	31.572.516	54.968.580	74,10	52.579.951	75.222.609	25,03	254.028,73	100,46
Chapados plata	937.299	1.658.717	76,97	133.868	137.166	2,46	-1.521.551,08	8,27
Oro	90.336.170	121.468.858	34,46	254.429.613	559.569.355	120,93	438.100.497,89	460,67
Chapados oro	181.134	30.547	-83,14	16.564	21.440	29,44	-9.106,42	70,19
Platino	10.223.943	26.591.385	160,09	8.632.909	29.727.133	244,35	3.135.747,45	111,79
Paladio	5.715.846	10.034.383	75,55	617.461	1.290.061	108,93	-8.744.322,31	12,86
Rodio	248.985	1.521.427	511,05	25.923	520.768	—	-1.000.658,98	34,23
Chapados platino	0	0	—	0	0	—	0,00	—
Chatarra M.P.	24.911.375	68.586.394	175,32	28.515.123	478.735.561	1.578,88	410.149.166,93	698,00
<b>Mat. Primas</b>	<b>213.157.252</b>	<b>330.397.284</b>	<b>35,00</b>	<b>374.913.483</b>	<b>1.136.725.694</b>	<b>150,20</b>	<b>806.328.410,03</b>	<b>344,05</b>
Joyería en Plata	59.172.110	92.926.320	57,04	37.431.000	43.221.104	15,47	-49.705.215,77	46,51
Joyería en Oro	112.082.895	146.057.236	30,31	107.742.481	200.630.836	86,21	54.573.599,53	137,36
Joyería chapados	4.081.966	4.244.195	3,97	4.853.355	11.714.755	141,37	7.470.560,15	276,02
Orfebrería Plata	4.202.788	5.306.143	26,25	2.869.393	4.400.178	53,35	-905.964,81	82,93
Orfebrería Oro	696.924	585.584	-15,98	100.980	929.133	820,12	343.548,59	158,67
Orf. chapados	470.912	440.719	-6,41	3.849.907	6.206.881	61,22	5.766.161,84	1.408,35
Otras man. Met. Prec.	2.658.821	4.035.598	51,78	1.959.478	2.808.071	43,31	-1.227.527,25	69,58
Otras man. P. Prec.	4.295.805	9.865.692	129,66	5.846.185	3.608.102	-38,28	-6.257.590,71	36,57
Bisutería	153.286.622	177.226.942	15,62	58.081.350	66.615.668	14,69	-110.611.273,85	37,59
Monedas M.P.	16.887.996	210.590	-23,25	6.257.442	6.403.207	2,33	6.128.792,73	2.333,41
<b>Prod. acabados</b>	<b>340.948.844</b>	<b>440.688.430</b>	<b>29,25</b>	<b>222.734.128</b>	<b>340.134.727</b>	<b>52,71</b>	<b>-100.553.702,28</b>	<b>77,18</b>
<b>TOTAL</b>	<b>554.106.096</b>	<b>771.085.713</b>	<b>49,16</b>	<b>597.647.611</b>	<b>1.476.860.421</b>	<b>187,11</b>	<b>705.774.707,75</b>	<b>191,53</b>

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



Fuente: AEAT - DGA © GOLD TIME

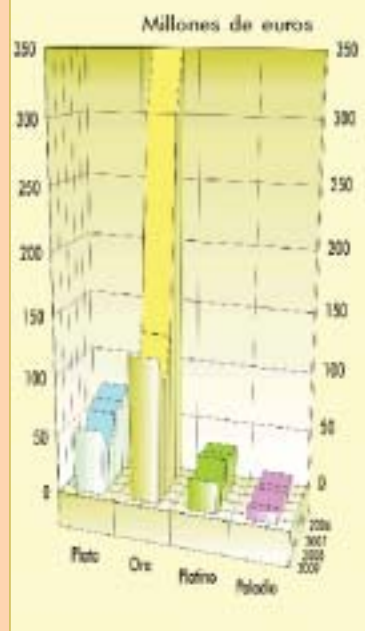
**IMPORTACION METALES FEBRERO 2013**



Fuente: AEAT - DGA © GOLD TIME

Los altibajos en los resultados de los últimos meses están impidiendo que las importaciones de gemas se recuperen. Incluso las piedras de color que al partir de bases muy bajas iban registrando incrementos considerables, comienzan a perderlos al volver a la tendencia descendente en los últimos meses. Diamantes y perlas también siguen cayendo de forma acelerada, y ya se sitúan con pérdidas del 13 y el 16% respectivamente con el año prácticamente empezado.

**IMPORTACION METALES FEBRERO 2013**



Fuente: AEAT - DGA © GOLD TIME

Siguen creciendo las importaciones de metales preciosos, con las de todos ellos ya acercándose a las registradas allá por 2011, aunque habría que tener en cuenta el fuerte incremento de precio registrado en los últimos años. No obstante, en buena parte se deben a entradas destinadas a la transformación y re-exportación de los mismos metales, especialmente el oro y el platino, sobre todo el primero cuyo valor de exportación casi quintuplica el de importación, y más que dobla el registrado el año anterior en el mismo periodo del año en curso.

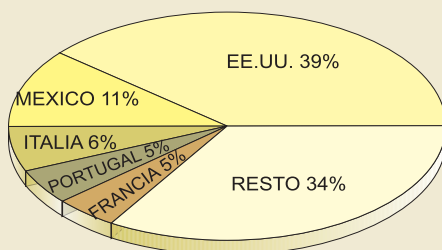
**COMERCIO EXTERIOR DE JOYERIA FEBRERO 2013**

**EXPORTACION**

Joyería en plata: 43.220.273 euros

PAIS	Euros	%
TOTAL	43.220.273	100,00
EE.UU.	21.411.962	49,54
MEXICO	4.466.430	10,33
PORTUGAL	2.857.694	6,61
FRANCIA	1.748.654	4,05
ANDORRA	1.496.540	3,46
RESTO	11.238.994	26,00

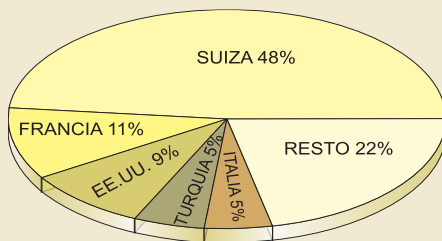
- EE.UU
- MÉXICO
- PORTUGAL
- FRANCIA
- ANDORRA
- RESTO



Joyería en oro: 200.956.758 euros

PAIS	Euros	%
TOTAL	200.956.758	100,00
SUIZA	82.566.482	41,09
FRANCIA	27.039.640	13,46
EE.UU.	20.109.074	10,01
ITALIA	13.659.033	6,80
PORTUGAL	5.310.285	2,64
RESTO	52.272.244	26,01

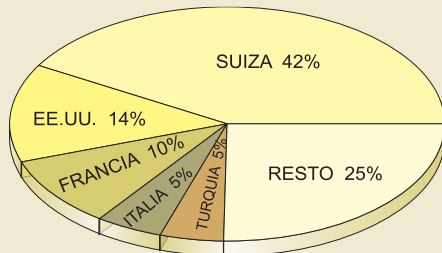
- SUIZA
- FRANCIA
- EEUU
- ITALIA
- MÉXICO
- RESTO



Total joyería: 244.177.031 euros

PAIS	Euros	%
TOTAL	244.177.031	100,00
SUIZA	82.712.706	33,87
EE.UU.	41.521.036	17,00
FRANCIA	28.788.294	11,79
ITALIA	14.818.938	6,07
MEXICO	9.753.462	3,99
RESTO	66.582.595	27,27

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



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

JOYERIA EN ORO	EUROS	%
UNION EUROPEA	63.837.497	31,77
RESTO EUROPA	93.167.427	46,36
AMERICA NORTE	20.862.604	10,38
AMERICA CENTRO Y SUR	7.702.075	3,83
ORIENTE MEDIO	4.795.852	2,39
ASIA Y OCEANIA	9.480.514	4,72
AFRICA Y VARIOS	1.110.789	0,55
TOTAL	200.956.758	100,00

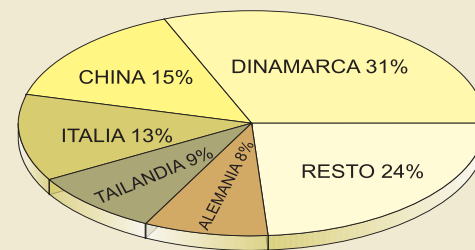
JOYERIA EN PLATA	EUROS	%
UNION EUROPEA	8.978.113	20,77
RESTO EUROPA	3.047.179	7,05
AMERICA NORTE	21.641.734	50,07
AMERICA CENTRO Y SUR	6.383.500	14,77
ORIENTE MEDIO	184.590	0,43
ASIA Y OCEANIA	2.284.850	5,29
AFRICA Y VARIOS	700.307	1,62
TOTAL	43.220.273	100,00

**IMPORTACION**

Joyería en plata: 54.968.580 euros

PAIS	Euros	%
TOTAL	54.968.580	100,00
DINAMARCA	21.648.882	34,06
ITALIA	11.671.692	16,86
CHINA	7.819.007	12,72
TAILANDIA	8.125.399	9,82
ALEMANIA	7.411.848	7,98
RESTO	12.249.491	18,56

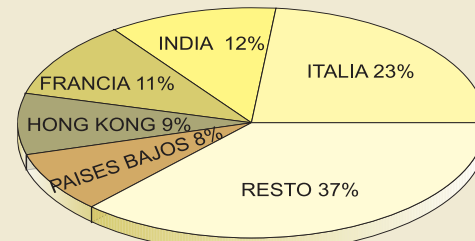
- DINAMARCA
- ITALIA
- CHINA
- TAILANDIA
- ALEMANIA
- RESTO



Joyería en oro: 145.324.119 euros

PAIS	Euros	%
TOTAL	145.324.119	100,00
ITALIA	44.684.998	30,75
FRANCIA	18.279.028	12,58
INDIA	16.499.304	11,35
TURQUIA	11.531.340	7,93
HONGKONG	11.315.690	7,79
RESTO	43.013.758	29,60

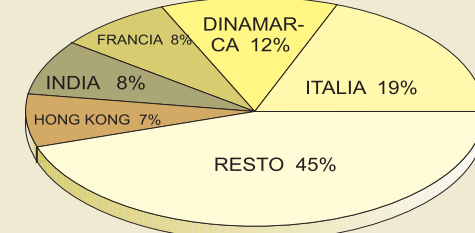
- ITALIA
- INDIA
- HONG KONG
- TURQUIA
- FRANCIA
- RESTO



Total joyería: 238.250.439 euros

PAIS	Euros	%
TOTAL	238.250.439	100,00
ITALIA	60.356.690	25,33
DINAMARCA	31.830.905	13,36
FRANCIA	19.900.819	8,35
INDIA	18.135.384	7,61
CHINA	16.084.757	6,75
RESTO	91.941.883	38,59

- ITALIA
- DINAMARCA
- INDIA
- TAILANDIA
- CHINA
- RESTO



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

JOYERIA EN ORO	EUROS	%
UNION EUROPEA	82.866.400	57,02
RESTO EUROPA	17.003.439	11,70
AMERICA NORTE	4.158.447	2,86
AMERICA CENTRO Y SUR	176.049	0,12
ORIENTE MEDIO	352.474	0,24
ASIA Y OCEANIA	40.766.964	28,05
AFRICA Y VARIOS	347	0,00
TOTAL	145.324.119	100,00

JOYERIA EN PLATA	EUROS	%
UNION EUROPEA	59.719.526	64,27
RESTO EUROPA	1.364.796	1,47
AMERICA NORTE	1.113.332	1,20
AMERICA CENTRO Y SUR	510.722	0,55
ORIENTE MEDIO	737.106	0,79
ASIA Y OCEANIA	29.465.678	31,71
AFRICA Y VARIOS	15.160	0,02
TOTAL	92.926.320	100,00

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

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



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



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



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



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

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





**NEXO**  
 editores s.a.

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

# Instrumentos de Trabajo

## Nuestras Publicaciones no están en las salas de espera



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



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



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



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

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



RELOJERIA

**ACTION** ☎ 91-5315242  
**ELMERFOR** FAX 91-5233562

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

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

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

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

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

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

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

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

**CASIO** ☎ 934 858 406  
 CASIO ESPAÑA FAX 934 858 440

**CELTIUM** ☎ 981 138 042  
 INKA TIME FAX 981 130 421

**CERTINA** ☎ 91-3346300  
 SWATCH GROUP FAX 91-3580075

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

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

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

**DIESEL** ☎ 93-3633870  
 FOSSIL ESPAÑA FAX 93-4109354

**DISTROLLER** ☎ 917 080 389  
 ALL SWISS FAX 917 080 400

**E B E L** ☎ 616 750 866  
 IBE LUJO ☎ CGASTINE@IBELUJO.COM

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

**EILUX** ☎ 917 080 389  
 ALL SWISS FAX 917 080 400

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

**EUROCHRON** ☎ 91-4990580  
 RELOJERIA ALEMANA FAX 91-4990363

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

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

**FOSSIL** ☎ 93-3633870  
 FOSSIL ESPAÑA FAX 93-4109354

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

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

**GIROD** ☎ 91-5221194  
 GIROD FAX 91-5217831

**GIOVINE** ☎ 914 032 262  
 GRUPO AYSERCO FAX 914 047 846

**INGERSOLL** ☎ 917 080 389  
 ALL SWISS FAX 917 080 400

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

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

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

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

**KRIZIA** ☎ 914 032 262  
 GRUPO AYSERCO FAX 914 047 846

**KRONOS** ☎ 93-2184455  
 UNION SUIZA FAX 93-2184516

**LANCASTER** ☎ 914 032 262  
 GRUPO AYSERCO FAX 914 047 846

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

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

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

**LUBER** ☎ 93-3589143  
 LUBER IBERICA FAX 93-3589143

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

**MICRO** ☎ 91-3772197  
 RELOJES MICRO FAX 91-3671408

**MONDAINE** ☎ 91-3270330  
 MEYMONT FAX 91-3273753

**NADIR- REL.Y ARMS** ☎ 93-4517374  
 RELOJES NADIR FAX 93-4517374

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

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

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

**ORIENT** ☎ 91-5621104  
 IBERSA FAX 91-5626685

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

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

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

**POTENS** ☎ 93-412262

**IND. MARTI RELOJERIA** FAX 93-3183138

**RACER** ☎ 91-5621104  
 IBERSA FAX 91-5626685

**RELOJERIAS CONDAL** ☎ 93-3183739  
 BARCELONA FAX 93-3176998

**ROGER DUBUIS** ☎ 93-2184455  
 QUANTIEM FAX 93-2184516

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

**ROSKOPF PATENT** ☎ 91-5221194  
 GIROD FAX 91-5217831

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

**SANDOZ** ☎ 91-4848000  
 GRUPO MUNRECO FAX 91-4848001

**SARS** ☎ 93-3835304  
 SARS RELOJEROS FAX 93-4601113

**SEIKO** ☎ 93-4195888  
 GERESA FAX 93-4052075

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

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

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

**TAHER** ☎ 91-5312348  
 THERMIDOR FAX 91-5218162

**THERMIDOR** ☎ 91-5312348  
 THERMIDOR FAX 91-5218162

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

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

**TISSOT** ☎ 91-3346300  
 SWATCH GROUP FAX 91-3580075

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

**TRIUMPH** ☎ 914 032 262  
 GRUPO AYSERCO FAX 914 047 846

**VENDOUX** ☎ 96-3615106  
**DANICCI TEMPO SL** FAX 96-3617208

**VICEROY** ☎ 91-4848000  
 GRUPO MUNRECO FAX 91-4848001

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

**WALWOOD** ☎ 917 080 389  
 ALL SWISS FAX 917 080 400

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

FERIAS

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

**IBERJOYA** ☎ 91-7225000  
**MADRID** FAX 91-7225792

**JOYACOR** ☎ 957-476185  
**CORDOBA** FAX 957-475239

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

**AMBIENTE-TENDENCE** ☎ 91-5337645  
**FRANKFURT** FAX 91-5538393

**INHORGENTA** ☎ 93-4881720  
**MUNICH** FAX 93-4881583

**OROAREZZO** ☎ 003905759361  
**AREZZO** FAX 00390575383028

**MACEF** ☎ 00390248550238  
 MILAN FAX 00390243995259

**VICENZA ORO-OROGEMMA** ☎ 00390444969111  
 VICENZA FAX 00390444563954

**BASELWORLD** ☎ 0041616862075  
**BASILEA** FAX 0041616862136

**PORTOJOIA** ☎ 0035129981400  
 OPORTO FAX 0035129981310

**INTERGEM** ☎ 0049678141015  
 IDAR- OBERSTEIN FAX 0049678142418

**GLDA** ☎ 00 1 520 743 8180  
**LAS VEGAS** FAX 00 1 520 743 8184

MAQUINARIA

**AMELIA GONZALEZ** ☎ 968-355609  
**MURCIA** FAX 968-211337

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

**COMERCIAL KIRMAN** ☎ 954-563712  
**SEVILLA** FAX 954-211810

**FORHER** ☎ 91-4756594  
**MADRID** FAX 91-4753069

**GESTEX IBERICA** ☎ 93-2804746  
**BARCELONA** FAX 93-2805955

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

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

**SUMES** ☎ 91-4459412  
**MADRID** FAX 91-4479590

INTERNACIONAL

**AGTA** ☎ 00121475342-0643  
 DALLAS FAX 0012147427334

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

**CIBJO** ☎ 00441716134243  
 LONDRES FAX 00441717295792

**CSO** ☎ 0044171404444  
 LONDRES FAX 00441714057020

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

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

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

**GIA** ☎ 0017606034044  
 CARLSBAD-EE.UU. FAX 0017606034080

**HONG KONG TDC** ☎ 934158382  
 BARCELONA FAX 934160148

**HRD** ☎ 003232220511  
**AMBERES** FAX 003232220724

**ICA** ☎ 91-4462227  
**MADRID** FAX 91-4470238

**ITO. ISRAELI DIAMANTE** ☎ 0097237515388  
 RAMAT GAN FAX 0097237526675

**PLATIN Gilde INTNAL.** ☎ 0049617151002  
 OBERURSEL-ALEMANIA FAX 0049617153850

ENSEÑANZA

**JORGC-GEMMOLOGIA** ☎ 93-2924712  
 BARCELONA FAX 93-2924350

**AULA LAB. M.LLOPIS** ☎ 96-3749078  
**VALENCIA** FAX 96-3749078

**DIP. ESP. GEMOL. DIAMANTE** ☎ 96-1625585

**UNIVERSITAT VALENCIA** FAX 96-3544372

**CENTRO FORM. ENGASTADORES** ☎ 91-433 1466  
**ELIT MADRID** FAX 91-433 3811

**ESCOLA MASSANA** ☎ 93-4422000  
 BARCELONA FAX 93-4417844

**ESCOLA INDUSTRIAL** ☎ 93-4304207  
 BARCELONA FAX 93-4192601

**ESCOLA LLOTJA** ☎ 93-4181720  
 BARCELONA FAX 93-4188608

**E. T. J. ATLÁNTICO** ☎ 986-266058  
**VIGO** ☎ atlanticnews@escuelatlantico.com

**ESC. OF. JOYEROS** ☎ 96-3527950  
 VALENCIA FAX 96-3944550

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

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

**ITTO. POLITEC. V. MERCE** ☎ 93-2232566  
 BARCELONA FAX 93-2231371

**JOLBA C.F. ENGASTADORES** ☎ 91-5219707  
**MADRID**

SEGURIDAD

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

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

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

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

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

AQUÍ PUEDEN ESTAR LOS DATOS DE SU EMPRESA

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

FORNITURAS RELOJERIA

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

**COMERCIAL KIRMAN** ☎ 954-563712  
**SEVILLA** FAX 954-211810

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

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

**GRAN ESFERAS** ☎ 93-4592170  
**BARCELONA** FAX 93-4592158

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

**IBÁÑEZ** ☎ 943-552436  
 HERNANI FAX 943-331588

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

ASOCIACIONES

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

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

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

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

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

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

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

**FEDERACION VASCA** ☎ 94-4159098  
 BILBAO FAX 94-4156162

**FEDERACION GALLEGA** ☎ 981-597500  
 SANTIAGO FAX 981-598620

**FED. CASTILLA Y LEON** ☎ 987-246452  
 LEON E-MAIL: priolite@infonegocios.com

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

**JOYEX** ☎ 93-4161210  
 BARCELONA FAX 93-4152350

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

ESTUCHERIA Y DECORACION

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

**CONDE VERA** ☎ 957-325536  
 CORDOBA FAX 957-325465

**FORKLING** ☎ 96-3574163  
 VALENCIA FAX 96-3578251

**FRUA ESTUCHES** ☎ 96-3702369  
**VALENCIA** FAX 96-3833520

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

SERVICIOS RELOJERIA

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

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

**VALEMPA** ☎ 91-5547249  
 MADRID FAX 91-5547075

SOFTWARE

**GEMARUN** ☎ 93-2641790  
**BARCELONA** FAX 93-2641791

**TEINOR** ☎ 93-3303900  
**BARCELONA** FAX 93-3001919

LABORATORIOS Y TALLERES

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

**GEMACYT** ☎ 91-7000935  
**MADRID** FAX 91-3194000

**GEMIOR** ☎ 963 517 311  
**VALENCIA** FAX 963 517 311

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

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

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

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

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

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

## JOYERIA - ORFEBRERIA

<b>18 K GOLD STOCK LA CORUÑA</b> ☎ 981-267344 FAX 981-265110	<b>CO-COM. FORSA MADRID</b> ☎ 91-522 9242 FAX 91-5312105
ARMANDO MARTINEZ VALENCIA ☎ 96-3534070 FAX 96-3534260	DALUMI BARCELONA ☎ 93-3114380 FAX 93-3456236
<b>ARNALDO BIETE BARCELONA</b> ☎ 93-3571912 FAX 93-4070444	<b>DIAMOND JOYERIAS ALGORTA (VIZCAYA)</b> ☎ 94-4911116 FAX 94-4601323
ASENSI FERRER SL VALENCIA ☎ 96-3400555 FAX 96-3481676	<b>DIAMOND JOYERIAS CÓRDOBA</b> ☎ 957-294275 FAX 957-299455
<b>AURYGEM MADRID</b> ☎ 91-5230435 FAX 91-5231224	FUSION MADRID ☎ 91-3690705 FAX 91-5224850
BARIN MADRID ☎ 91-5313795 FAX 91-5224312	<b>GUZMAN Y CORDOBA CORDOBA</b> ☎ 957-438268 FAX 957-438372
CARLOS GOMEZ TABOADA LA CORUÑA ☎ 981-201954 FAX 981-210876	<b>HOPEMAN VALENCIA</b> ☎ 96-3960305 FAX 96-3960305
<b>CARRERA Y CARRERA MADRID</b> ☎ 91-8435193 FAX 91-8435825	<b>HURTADO JOYEROS MADRID</b> ☎ 91-4717293 FAX 91-4717560

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

## PIEDRAS PRECIOSAS - PERLAS

A.I. INDOGEM MADRID ☎ 91-5777056 FAX 91-5756957	<b>HIPERSTONE MARBELLA</b> ☎ 952-766202 FAX 952-766714
<b>ANTONIO NEGUERUELA MADRID</b> ☎ 91-4462227 FAX 91-4470238	<b>JACINTO ALCAZAR SIMON MADRID</b> ☎ 91-5215642 FAX 91-5215642
COLAY BARCELONA ☎ 93-2684132 FAX 93-2681701	<b>J. ADRADOS-LAPIDACION MADRID</b> ☎ 91-5329738 FAX 91-6459771
DIANEL SA MADRID ☎ 91-5216925 FAX 91-5316210	JOSE LATRE DAVID VALENCIA ☎ 96-3856679 FAX 96-3855200
<b>FOKKELMAN -LAPIDARIOS MADRID</b> ☎ 91-5224595 E-MAIL: INFO@FOKKELMANGEMS.COM	<b>KUYPERS DMND BARCELONA</b> ☎ 93-2122821 MÓVIL 670090257
<b>GEMSTONE-FERMOL MADRID</b> ☎ 91-5701476 FAX 91-5700296	<b>NEGUERUELA MADRID</b> ☎ 91-4462227 FAX 91-4470238
GOLAY PEARLS BARCELONA ☎ 93-3103514 FAX 93-3198036	<b>VANESSMARK CORDOBA</b> ☎ 957-404175 FAX 957-404175
<b>HIPERIMPORT SL MADRID</b> ☎ 902-300 444 FAX 91-3652240	<b>WHITE PINE TRADING BARCELONA</b> ☎ 93-6111555 TIM@WHITEPINEDIAMONDS.COM

## NUEVOS DETALLISTAS Y TALLERES

**DATA RESOURCES SYSTEM CORPORATION**  
Objeto: Venta por mayor y por menor metales preciosos elaborados y semielaborados.  
Administrador:  
Vito-Luigi Abatianni  
Balandro, 39  
28042 MADRID  
(Madrid)

**AQUARIUS SOLUCIONES, S.L.**  
Objeto: Fabricación, exportación e importación bisutería, forniture, plata, oro cuero, piedras semipreciosas.  
Administrador único:  
Natalya Zalogina  
Pl. Mariano Benlliure, 8  
46002 VALENCIA  
(Valencia)

**PLANETA DE JOYAS, S.L.**  
Objeto: Comercio al por menor y por mayor de joyería.  
Administrador:  
Rajesh Sadarangani  
Galicia, 5- Ptal. 8-L.1- Urb. La Pineda  
38660 ADEJE  
(Tenerife)

**CADENAS SUREDA SERRA, S.L.**  
Objeto: Fabricación, compra y venta de artículos de joyería y bisutería.  
Administrador:  
Antonio Sureda Capo  
Pº. San Nicolás, 42  
07760 CIUTADELLADEMENORCA  
(Baleares)

**JANOR 2013, S.L.**  
Objeto: Compra-venta, al mayor y menor, de todo tipo de artículos de joyería, relojería, oro y piedras preciosas.  
Administrador:  
Elisa Fernández Vioque  
Doctor Trueta, 1  
08240 MANRESA  
(Barcelona)

**CASITODO 2000, S.L.**  
Objeto: Comercio de joyería.  
Compraventa de metales preciosos.  
Paula Mª. López Vivacqua  
Pza. de las Angustias, 2- Dupl.  
11402 JEREZ DE LA FRONTERA  
(Cádiz)

**ART JEWELLER BCN, S.L.**  
Objeto: Comercio por mayor y por menor joyería femenina.  
Administrador:  
Svetlana Potapenko y  
Anastasia Potapenko  
Rambla Modolell, 3  
08960 SANT JUST DESVERN  
(Barcelona)

**ATREO DISEÑO, S.L.**  
Objeto: Fabricación producción, compra y venta de artículos de joyería y relojería.  
Administrador:  
Mª. Natividad Palomo Mena  
Estrella Canopus, Manzana 1, L. 13  
41015 SEVILLA  
(Sevilla)

**VMTGEM INTERNATIONAL, S.L.**  
Objeto: Adquisición, transformación, tallado, engarce y fabricación de todo tipo de joyas, metales preciosos y condecoraciones.  
Administrador:  
Miguel Pedro Ramos Vergano  
Pº. Gral. Mtnz. Campos, 42- Bj. 1  
28010 MADRID  
(Madrid)

## NUEVAS EMPRESAS

**MDe U JOYAS, S.L.**  
Objeto: Comercio mayor y menor, distribución comercial e importación y exportación artículos de relojería y joyería.  
Administrador:  
Miriam López de Ungría  
Azalea, 227  
28109 ALCOBENDAS  
(Madrid)

**ORO CID, S.L.**  
Objeto: Comercio de oro y artículos de joyería.  
Administrador:  
Rubén Pascual Prats  
Castan Tobeñas, 11- Bajo  
46018 VALENCIA  
(Valencia)

**CHOCRON 1948, S.L.**  
Objeto: Comercio de artículos de joyería, relojería, platería y bisutería.  
Moisés Chocron Macias  
González de la Vega, 3  
51001 CEUTA  
(Ceuta)

**REPRESENTACIONES ISART, S.L.**  
Objeto: Comercio al por menor de artículos de platería, relojería y bisutería.  
Administrador:  
Arturo Soler Guitart  
Cno. dels Carlins, s/n-C.C. Espai  
17190 SALT  
(Girona)

**MUÑOZ Y GARCÍA JOYAS, S.L.**  
Objeto: Diseño y elaboración de joyería y bisutería. Compraventa de joyería y bisutería.  
Administrador:  
Ángel José García Ramírez  
Obispo, 9- Bajo  
22700 JACA  
(Huesca)

**AUBRIL 2013, S.L.**  
Objeto: Comercio de joyería, oro, piedras preciosas y relojería.  
Administrador:  
Ramón Serrano Jiménez  
Sant Pere, 23  
08850 GAVA (Barcelona)

**GOLD&TIME** INSCRIBA A SU EMPRESA EN EL DIRECTORIO G&T  
SOLICITE CONDICIONES EN EL DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD

☎ 91 369 41 00  
☎ 91 369 18 39

Suscríbase ahora al Periódico de la nueva Joyería-Relojería

¡Y aproveche una oferta excepcional

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

## BOLETIN DE SUSCRIPCION GOLD&amp;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**

15.10.2013 - La representación y simbolismo de las gemas en la arquitectura, por Benito Rodríguez Arbeteta.  
 22.10.2013 - Diseñadoras de Joyas con nombre propio, por Carmen Nogales Romeo.  
 29.10.2013 - "BYLCARI", por Margarita Pérez Grande

Las grabaciones estarán disponibles en el canal de YouTube del IGE!

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

**LABORATORIO GEMOLÓGICO CERTIFICADOS**

**GRADUACIÓN DEL DIAMANTE**  
 Conforme a normativa CIBJO

**CERTIFICADOS GEMOLÓGICOS**  
 Certificado de la naturaleza de gemas y de tratamientos.

**DICTÁMENES DE GEMAS MONTADAS**  
 Para fabricantes y minoristas

**APLICACIÓN DE TÉCNICAS AVANZADAS**  
 GEM, EDX, LIBS, LA-ICP-MS, PL, FTIR, UV-VIS-NIR, XRF, etc.  
 Informes gemológicos y mineralógicos.

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



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

**FRANQUICIAS GEMOLÓGICAS EN ESPAÑA**

**SERVICIOS DE:**  
 LABORATORIO GEMOLÓGICO  
 ESCUELA DE GEMOLOGÍA  
 TASACIONES

**APLICABLE EN TU CIUDAD A:**

NOTARÍAS  
 TESTAMENTARIAS  
 INFORMES POLICIALES  
 TASACIONES  
 PERITACIONES  
 ADUANAS

En el constante esfuerzo que venimos realizando por acercar el IGE al sector de la joyería, lanzamos como complemento al anterior servicio de Centros Asociados La franquicia gemológica.

Dedido a gemólogos y tasadores que deseen ejercer su profesión según los protocolos y garantías del IGE.

**Infórmate en**  
[info@ige.org](mailto:info@ige.org)



# IGE&Minas celebra su Día de Puertas Abiertas y la entrega de Diplomas del Curso 2012/13

El Instituto Gemológico Español e IGE&Minas tienen el placer de invitar a todos los interesados a la tradicional jornada de puertas abiertas y el acto de entrega de Diplomas que se va a celebrar el próximo día 30 de octubre de 2013 en la Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Minas de Madrid. Se ruega confirmar la asistencia rellenando un formulario en la web del IGE.

## Programa de la jornada

- Talleres y actividades de: laboratorio gemológico, tasación de joyas, corte y pulido de gemas, fotomicrografía de inclusiones y fotografía técnica de joyas, perlas e imitaciones, reconocimiento directo de gemas, explicación de los cursos online del IGE.
- Visitas guiadas a la colección de gemas del IGE y la colección de gemas privada de Antonio Negueruela expuestas en el museo de la Escuela de Minas.
- Exposición y venta de artículos de artesanía y joyería creados por los alumnos, ex alumnos y socios del IGE (todos los interesados pueden ponerse en contacto con nosotros para exponer).
- Sorteo de una gema muy especial, patrocinado por el Colegio Oficial de Ingenieros de Minas del centro de España, entre todos los asistentes a la jornada
- Conferencia magistral
- Acto de entrega de diplomas
- Vino español

## Concurso de Diseño de Joyas IGE 2014 y IV entrega de premios AN Gem Awards

El Instituto Gemológico Español (IGE) en colaboración con la empresa Antonio Negueruela convocan el concurso de Diseño de Joyas. Los Premios Antonio Negueruela —AN GEM AWARDS— son un homenaje a la figura de Antonio Negueruela Fernández de Velasco, pionero en la comercialización y difusión de las gemas de color en España del siglo XX.

El concurso pretende favorecer la renovación del diseño de joyas y la difusión del conocimiento y el encanto de las piedras de color. Ver la convocatoria en la web del Instituto Gemológico:  
[www.ige.org/premios](http://www.ige.org/premios)

**PREMIOS**

Cada categoría estará dotada con los siguientes premios en metálico:

- CLASSIC:** 2.000 euros.
- MADNESS:** 2.000 euros.
- SPARKLE:** 1.000 euros.



# próximos cursos

CURSOS 2013-2014 - ABIERTA LA MATRÍCULA !!! PLAZAS LIMITADAS !!!		HISTORIA DE JOYERÍA	FABRICACIÓN DE JOYERÍA CAD-CAM	EXPERTO EN GRADUACIÓN DE DIAMANTE
<b>DIPLOMADO EN GEMOLOGÍA</b>	Curso presencial más completo para la formación gemológica, impartido por el IGE desde hace más de 40 años. Acceso al título de Gemólogo Europeo.	<b>60 h</b> 2 horas semanales, Jueves, 18-20 h	<b>363 h</b> Un fin de semana al mes (semipresencial)	<b>60 h</b> Dos semanas, 10-14 y 15:30-17:30 h
<b>TASACIÓN DE JOYAS</b>	Éxito de las convocatorias anteriores, curso presencial renovado y orientado completamente a la práctica de tasación, utilizando el Protocolo de Tasación del IGE.	Historia de la joyería en Occidente, del Renacimiento al siglo XX. Para tasadores, anticuarios, diseñadores de joyas y aficionados al arte.	Formación de profesionales capaces de crear prototipos de joyería para producción en serie mediante técnicas de joyería moderna.	Graduación de calidad de diamantes según CIBJO, GIA y HRD, tratamientos, síntesis e imitaciones. Piedras individuales y lotes.
<b>CORTE Y PULIDO DE GEMAS</b>	Curso-taller para aprender a dar forma y pulir las gemas. Tallado de piedras ornamentales y facetado de gemas transparentes.			
... Y MUCHOS MÁS ... - <a href="http://www.ige.org">www.ige.org</a> , apartado "Cursos"		17/10/2013-19/06/2014	18/10/2013-11/07/2014	20-31/01/2014

## ENTIDADES COLABORADORAS



# “BAHNE NONNIKSEN El inventor del Karrusel”

**La historia de un genio que  
revolucionó el ciclo de la relojería**



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

**INFORMACIÓN Y COMPRA DIRECTA:**

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

# JOYAS DE AUTOR

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

## Joyas de Autor, presente en la XV Edición del Foro ProDiam

Una representación de la Asociación de diseñadores de Joyas de Autor participó nuevamente en el encuentro, en Ifema

Como viene siendo habitual, los representantes de la Asociación Española de Joyas de Autor volvieron a su cita anual con el sector joyero en la XV edición de ProDiam. Organizado por el Grupo NEXO y convocado por el laboratorio Gemacyt y el Periódico GOLDTIME, ProDiam sirvió nuevamente a los intereses de este sector aportando los puntos de vista y opinión de sus profesionales. Este año se repasaron las certificaciones del diamante, así como el 'tobogán' del mercado del oro, pasando por la seguridad en los establecimientos y, como no, las últimas tendencias en diseño joyero, nacional e internacional.



Marian Jaén y Mariano Cano, con la galerista, diseñadora, gemóloga y presidenta de Honor de 'Joyas de Autor', Laura Márquez (dcha.).



En las imágenes superiores, de izquierda a derecha, la Presidenta de la Asociación Joyas de Autor, Diseñadora, Joyera Creativa y escultora, Liane Katsuki, junto al Diseñador Mariano Cano y la Diseñadora, Joyera Creativa, gemóloga, Tasadora y experta en Diamantes, Marian Jaén. Al lado, el Director de la Escuela Técnica de Joyería del Atlántico, Diseñador y Joyero Creativo, Carlos Pereira.

### Apreciaciones de dos diseñadores en ProDiam...

#### Jaime Moreno

La ponencia de Julián Sardá estuvo muy bien presentada y documentada. Creo que interesó a todos. La pena es que hablar de la evolución del precio del oro en el futuro es casi ciencia ficción, porque influyen tantas variables que es imposible manejarlas. Como en economía, se dice todo lo que ha ocurrido en el pasado pero no se puede prever el futuro. A pesar de ello, estuvo muy bien presentada, analizó la demanda de oro en distintos países y definió su relación con la situación financiera y económica del mundo en general y en particular con la evolución del déficit de EEUU. En resumen, muy interesante y amena. Seguro que gustó a todos los asistentes.

El diseñador Jorge Rojas enfatizó sobre la evolución positiva de la joyería contemporánea, abriéndose cada vez más Galerías especializadas en este tipo de joyas y creándose fondos en los grandes museos, como el MOMA de Nueva York. Laura González disertó sobre la joyería contemporánea, los nuevos diseñadores y las ferias especializadas. También muy interesante.

#### Mariano Cano

Asistí a la segunda parte de las ponencias y me pareció muy interesante la ponencia de Laura González sobre la Joyería creativa o de Autor, que según comentaba Laura ahora en el mundo internacional viene siendo conocida como JOYERIA DE GALERIA, JOYERIA ARTISTICA, etc. Esta ponencia la vi muy cercana al estilo de la joyería que realizamos los miembros de Asociación "JOYAS DE AUTOR" y viene a corroborar el escaso marco de comercialización y de apoyo a este tipo de joyería en nuestro país, en relación a otros países como Alemania y Holanda. Me recordó que contamos con pocas galerías donde comercializar nuestras obras como la de nuestra Presidenta de Honor LAURA MARQUEZ.

También fue muy interesante el debate surgido en esta ponencia sobre los precios de mercado y de cómo realizar la valoración de este tipo de obras, más cercanas al mundo artístico escultórico y pictórico, en relación a la tasación y valoración de piezas de joyería convencional, basadas más en los precios de los metales y gemas utilizados en su fabricación.

La ponencia del Sr. Yandiola aunque árida por su profundidad legal, también me pareció muy aclaratoria de las nuevas modificaciones en el marco legislativo para tratar de proteger al joyero en su labor comercial, intentando mejorar su seguridad cara a la delincuencia que últimamente asola al sector.



### Abraham Vázquez explora el lado íntimo de la personalidad

La joyería plástica y sensual del diseñador y joyero catalán se renueva con una nueva colección geométrica, entendida como "esencia y el espacio como joya" Se trata de piezas formadas por estructuras Flexibles con movimiento, presentando un cuidado especial por el diseño más puro.

Las piezas, nutridas de piedras con tallas únicas, están lapidadas en Alemania, como nos explica el autor. El objeto de esta colección, continúa Vázquez, es "fo-

mentar la idea mágica del enigma que encierra cada pieza en si misma. "La Colección Enigma está basada en el autoconocimiento, porque que dice lo que posees..." expresa Vázquez.

La nueva pieza que presenta el autor es un anillo articulado, elaborado en oro blanco con diferentes texturas y coronado por una tanzanita, en la imagen.

93 662 94 55  
 ady@ady.es  
[www.ady.es/gallery.html](http://www.ady.es/gallery.html)



Actualidad y Opinión de la Asociación de Engastadores de Joyería

Número 200

Quieres  
comprar  
¿o vender?  
alg.

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

**ASOCIACIÓN DE ENGASTADORES DE JOYERÍA**  
Tel. y Fax: 91 474 62 41  
engastadoresdejoyeria@gmail.com

## TABLÓN DE ANUNCIOS

■ Se compra equipo de rodio pequeño, en buen estado y económico  
Zona Madrid. Teléfono: 91 474 62 41

+++++

■ Se vende Trefiladora de hilo muy económica y en muy buen estado.  
Zona Madrid. Jesús. Teléfono: 654 389 235

+++++

## NOTA DE LA ASOCIACIÓN

Tras haber disfrutado de las vacaciones --quien haya podido, habida cuenta las circunstancias actuales-- y en espera que colaboréis un poco en la página a partir de este mes, que os deseamos un gran comienzo de 'curso'.

**Roberto Gómez**  
Secretario de la Asociación de Engastadores



# Asociación de Engastadores de Joyería

### ¿Qué es la Asociación de Engastadores de Joyería?

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

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

### ¿Quién puede pertenecer a la Asociación?

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

### ¿Cuánto cuesta pertenecer a la Asociación?

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

### ¿Qué derechos tienen los socios?

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

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

### ¿Qué hay que hacer para ingresar en la Asociación?

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

**Hasta nuevo aviso no se pueden incorporar nuevos socios**

# ART & VALUE

## WIDE JEWELLERY WORLD

CON PINZAS Y LUPA

### LA VIDA ES BELLA

**S**ervidor pertenece a la generación de españolitos que cursó el bachillerato en los sesenta. Por razones que se me escapan, el idioma extranjero que se estudiaba, sobre todo en colegios de religiosos, era el francés. El método de enseñanza era el típico de la época: vocabulario, gramática, traducciones, escasa comprensión auditiva y nulo nivel de conversación. Con esos mimbres fuimos a la Universidad, donde era obligatorio durante un solo curso asistir a clases de inglés a razón de una hora a la semana. Era lo que se denominaba una asignatura *María*, que había que ser muy torpe para suspender.

Cando caí en la cuenta de que para mi profesión necesitaba manejar en inglés ya tenía encima una familia, un trabajo y una hipoteca. Ahí empezó la peregrinación de academias, profesores particulares, escuela oficial de idiomas, cursos por correspondencia, etc. Mucho tiempo, esfuerzo y dinero para lograr un nivel básico que me permite al menos comunicarme con clientes y proveedores. Soy consciente de los puntos que calzo; que me cuesta Dios y ayuda entenderme por teléfono y que unos meses sin practicar suponen un retroceso importante, por eso cuando veo anuncios del tipo: *el inglés en mil palabras; inglés sin esfuerzo...*, y similares me da la risa floja.

Y no pasa sólo con los idiomas. Encontramos ofertas educativas de lo más variopinta. La fiebre alcanzó a la gemología hace tiempo y ahora a las tasaciones, con el señuelo añadido de encontrar trabajo como perito judicial y "on line", sin mover el trasero del sillón. Los esquemas publicitarios se repiten haciendo hincapié en "el método". Con nuestro método usted hablará inglés desde el primer día, de manera natural, igual que los nativos. Con nuestro método usted realizará tasaciones de joyas desde el primer día, con el puntero del ratón convertido en varita mágica.

¡Apúntese hombre! La vida es bella y qué bonito es el amor visto desde un aeroplano.

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

## Fernando Gervilla recibe el Premio Nicolau

En junio de 2005 se aprobó en la Asamblea General de A.E.T.A. la propuesta de crear un premio "José Nicolau". Nuestro propósito era mantener viva su memoria y al mis-

mo tiempo premiar a una persona, entidad o trabajo (literario, fotográfico, investigativo, bibliográfico, etc.) relacionado con nuestro sector.

El premio es una escultura realizada por el escultor belga Peter Bostoen, que sujeta una piedra que varía de año en año.

En el 2006 se entregó el primer galardón y aunque en ningún momento fue pensado como premio anual, finalmente se convirtió en tradición ligarlo a los eventos periódicos de ProDiam, aprovechando así la asistencia masiva de nuestros socios a dicha jornada.

El premio de este año se destinó a una persona que ha dedicado su vida a la enseñanza, buscando nuevos caminos para acercar la Gemología a aficionados y profesionales con un método novedoso. Discípulo de Puri Fenoll, se dejó contagiar por su afición a las piedras preciosas y con su bagaje de conocimientos como geólogo ha ido ampliando sus competencias, hasta hacerse auténtico experto en el sector, pero al mismo tiempo teniendo cuidado de no convertirlo en una mate-



Fernando Gervilla recibe el premio de manos de la hija de José Nicolau, en ProDiam.

ria demasiado técnica, y sin olvidar su destino final, que es la joyería.

Don Fernando Gervilla, Doctor en Geología, Catedrático de Cristalografía y Mineralogía de la

Universidad de Granada, ejerce como docente de estas materias. Se hizo Gemólogo "FGA" en el 1987 por la "Gemmological Association" de Gran Bretaña y por la Universidad de Barcelona. Es experto en el desarrollo metodológico de la docencia de Gemología, tanto a nivel presencial como no presencial, en la UGR y en el Campus Andaluz Virtual.

No contento con esto, se pro-

puso y finalmente lo consiguió con ímpetu y tesón, aunar los caminos burocráticos de una Universidad pública con una empresa con empuje internacional, como es el HRD y una Asociación no lucrativa a nivel nacional con espíritu de colegio profesional como es AETA. De esta forma el galardón ofrece un aprendizaje perfecto y novedoso de gemología, que comprime los habituales dos años de estudios en medio año, utilizando la herramienta on-line y las prácticas intensivas y de altísimo nivel del HRD. Vamos por la quinta promoción con un alto grado de satisfacción de los alumnos.

Enhorabuena Fernando, buen amigo y compañero de trabajo. Esperamos poder contar con tu compañía muchos años más para formar así nuevas promociones de alumnos y también a la hora de festejarlo en una buena mesa durante la entrega de diplomas

Erika Junglewitz Presidenta y toda la Junta Directiva de A.E.T.A

### CURSO TASACIÓN ALHAJAS 2013/14

¡últimas plazas!

#### TASACIÓN DE ALHAJAS 2013-2014

Desde Octubre 2013 hasta Junio 2014 (152 horas)

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

Impartido por los creadores de esta enseñanza en España. Clases intensivas y presenciales, impartidas en 8 módulos a 18 horas en fines de semana desde Octubre de 2013 hasta Junio 2014

**Lugar:** C/ Altamirano, 17 – 1ºA. 28008, Madrid.  
**Información e inscripción:** +34 915 596 866  
**Email:** aetaconsulting@gmail.com

### ESTUDIO INTEGRAL DE LA GEMOLOGÍA

UNIVERSIDAD DE GRANADA – HRD – AETA

Hace posible compaginar la mejor enseñanza teórica con la mejor enseñanza práctica y según las necesidades del alumno utilizando en parte para ello la formación *online*.

MATRÍCULA

ABIERTA

**Fechas**  
**Teoría online:** 13/01/2014 **Fin:** 08/06/2014  
**Prácticas:** 09/06 al 27/06/2014  
**Último día de inscripción:** 19/12/2013



[www.asoatasadoresjoyas.com](http://www.asoatasadoresjoyas.com)

[informa@asoatasadoresjoyas.com](mailto:informa@asoatasadoresjoyas.com)

<http://aetainterest.blogspot.com>

<https://www.facebook.com/AsociacionEspanolaDeTasadoresDeAlhajas>

<https://twitter.com/TasacionAlhajas>

### MONOGRÁFICOS / Sólo para gemólogos

#### GEMAS ORGÁNICAS Y SU VALOR COMERCIAL EN EL MERCADO

**Lugar:** C/ Altamirano, 17 – 1ºA. 28008, Madrid.  
**Información e inscripción:** +34 915 596 866  
**Email:** aetaconsulting@gmail.com

## Alertas de Delincuencia / Agosto-Septiembre 2013

### El joyero que mató a un atracador en Niza recibe más de un millón de apoyos en las redes sociales

Stephan Turk, el joyero de Niza que mató de un disparo a uno de los atracadores que acababan de asaltar su joyería a punta de pistola, ha cosechado más de un millón de apoyos y comentarios en la página de Facebook 'Soutien au bijoutier de Nice' (apoya al joyero de Niza), creada el mismo día del incidente por una persona que se mantiene en el anonimato.

Las redes sociales han aglutinado el hartazgo del sector y de la sociedad francesa ante la oleada de asaltos a joyerías en el país vecino.

Los hechos ocurrieron el pasado miércoles 11 cuando dos jóvenes entraron a punta de pistola y cubiertos con cascos en el establecimiento que regenta en Niza el joyero Stephan Turk, de origen libanés. Tras

intimidarle, los dos asaltantes salieron huyendo en una motocicleta y en ese momento, Turk aprovechó para coger un revólver de guardaba y sin pensárselo dos veces disparó por la espalda a los cacos mientras huían. Uno de ellos, de 19 años, cayó muerto en el acto. Turk ha quedado en libertad provisional, con una 'pulsera' de control, a la espera de juicio.



Fachada de la joyería asaltada en Niza el mes pasado.

**Córdoba, 1 de septiembre.** Los autores, tras realizar dos butrones los cuales dan acceso uno al recibidor de la nave y el otro al taller de joyería, acceden al interior del local y tras abrir la caja fuerte sustraen una bandeja con joyas.

**El Ferrol, A Coruña, 2 de septiembre.** El encargado de la joyería denuncia que un varón, tras solicitarle que le mostrase varias cadenas de oro y colgantes, se puso un cordón de oro con un colgante manifestando que se lo llevaba puesto y mientras le pedía que le mostrase unas sortijas, se dio a la fuga, siendo alcanzado por otros clientes del establecimiento.

**Santander, Cantabria, 2 de septiembre.** Dos jóvenes, con capuchas en la cabeza, acceden al interior de joyería y uno de ellos se dirige al responsable, portando un cuchillo de grandes dimensiones, obligándole a tumbarse en el suelo donde le atan las manos a la espalda. Se apoderan de un reloj de oro, efectivo y anillos de oro.

**Pallejá, Barcelona, 4 de septiembre.** Tentativa de robo en joyería, cuyos autores, de origen sudamericano, se dieron a la fuga en un vehículo todo terreno, intentando atropellar a la dotación de la Policía Local cuando se disponían a identificarlos.

**Renedo de Pliegos, Cantabria, 4 de septiembre.** El propietario de una joyería denuncia que al descuido un varón ha sustraído un reloj marca "Jaguar".

**Sabadell, Barcelona, 5 de septiembre.** Tentativa de robo en joyería mediante butrón. La joyería se encuentra en el interior del recinto de un mercado, saltando la alarma del mercado y del establecimiento, no llegando a entrar los autores dentro.

**Barcelona, 5 de septiembre.** Los autores lanzaron una motocicleta contra la puerta de entrada de la joyería y en el interior han efectuado un disparo para intimidar a la empleada, abriendo la caja fuerte y sustrayendo colgantes de oro. Posteriormente han sido detenidos por los Mossos d'Esquadra después de un enfrentamiento armado, presentando uno de los detenidos una herida de bala en el cuello de pronóstico grave.

**Madrid, 6 de septiembre.** Dos individuos accedieron al interior de la joyería y en un descuido sustrajeron un par de pendientes.

**Madrid, 6 de septiembre.** Dos sujetos se personan en el establecimiento

to identificándose como policías y con sendas armas de fuego intimidan a las víctimas que consiguen que los autores abandonen el lugar sin sustraer efecto alguno.

**Madrid, 6 de septiembre.** Una mujer sustrae al descuido dos anillos y una pulsera en joyería.

**Barcelona, 6 de septiembre.** Detención "in fraganti" de los autores del robo con fuerza en una joyería que fueron vistos por el conductor de un autobús dando aviso telefónico a los Mossos d'Esquadra, acudiendo al lugar dotaciones de paisano que realizaron la detención cuando intentaban entrar el interior del establecimiento.

**Madrid, 7 de septiembre.** Los autores que iban encapuchados, accedieron al interior de la joyería y tras intimidar a las empleadas uno de ellos con una pistola, sustrajeron las joyas que se encontraban en dos cajones y tres cajas expositoras que se encontraban completas de pendientes, sortijas, etc. Posteriormente se dieron a la fuga en un vehículo.

**Hospitalet de Llobregat, Barcelona, 9 de septiembre.** Hechos ocurridos en una joyería a la que accedieron mediante un butrón en la pared que separa al establecimiento de un trastero del edificio del mismo número, accediendo a la joyería por el lavabo de la misma, sustrayendo todas las joyas que se encontraban en el aparador.

**Getafe, Madrid, 10 de septiembre.** Un individuo se persona en la joyería con el pretexto de vender un cordón de oro, seguidamente saca del bolsillo del pantalón una arma de fuego apuntando a las propietarias, salta el mostrador, se dirige a la caja fuerte que se encontraba abierta y sustrae diversas joyas guardándolas en una bolsa y huyendo a continuación.

**Hospitalet de Llobregat, Barcelona, 10 de septiembre.** Hechos ocurridos en joyería, entrando los autores directamente al taller donde han intimidado a los empleados con un arma de fuego, maniatándoles posteriormente, obligando a una trabajadora a abrir la caja fuerte, de donde sustrajeron todo el dinero y joyas que había en su interior.

**La Coruña, 12 de septiembre.** Un representante de joyería se dirige al garaje donde tenía estacionado su vehículo, en cuyo maletero tenía tres maletas con joyas de plata, observando como salen del mismo, a pie, dos individuos y acto seguido un vehículo de la marca Seat, modelo Altea o Toledo, color gris. Cuando el denunciante accede al interior del garaje, comprueba como han tratado de forzar el maletero de su vehículo, no



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



## Alertas de Delincuencia / Agosto-Septiembre 2013

logrando abrirlo, siendo el único automóvil que trataron de violentar en todo el garaje.

**Pola de Gordón, Asturias, 12 de septiembre.** Los autores del robo accedieron a la joyería, tras forzar el cierre de la persiana metálica y vitrina, sustrayendo las joyas y relojes que se encontraban en el escaparate.

**Motril, Granada, 16 de septiembre.** Un vendedor ambulante de joyería denuncia la sustracción de joyas de plata, rodío y acero quirúrgico, del interior de su vehículo.

**Torrejón de Ardoz, Madrid, 16 de septiembre.** Cuando una empleada se disponía a abrir la joyería en la que trabaja, ha sido abordada por un individuo que portaba un arma blanca, produciéndose un forcejeo con esta persona por lo que empezó a gritar, siendo auxiliada por dos policías locales los cuales procedieron a la detención del atracador.

**Madrid, 17 de septiembre.** En joyería, un sujeto ha sustraído al descuido un rulo con seis anillos del interior de una cúpula de cristal.

**Salamanca, 17 de septiembre.** Detenidos dos varones como autores de robo con fuerza joyería, tras fracturar la luna del escaparate con la tapa de una arqueta del alumbrado público.

**Oviedo, Asturias, 18 de septiembre.** Cuando la víctima se disponía a visitar a un cliente, un individuo le dio un violento tirón a la maleta en la que portaba un muestrario de joyería, saliendo a la carrera hacía un vehículo Seat-Ibiza donde le esperaba otro varón, dándose a la fuga.

## Agosto

**Móstoles, Madrid, 1 de agosto.** Un individuo haciéndose pasar por ciego accede al establecimiento con la excusa de vender un anillo, simula que se le cae y cuando la dependienta sale en su auxilio saca un cuchillo le intimida e intenta hacerla pasar al interior, procediendo la víctima a pedir socorro, lo cual provoca la huída del autor sin consumir el robo.

**Tudela, Navarra, 1 agosto.** Sustracción al descuido de tres cajones de pulseras de oro de la caja fuerte de la joyería, por parte de un hombre y dos mujeres que acceden al establecimiento y un cuarto hombre (que arribó a bordo de un vehículo oscuro) la entretiene preguntándole una dirección.

**Lérida, 4 agosto.** Tentativa de robo con fuerza en joyería forzando una reja. Una patrulla de los Mossos d'Esquadra localizó y detuvo al presunto autor de los hechos.

**Madrid, 5 agosto.** Indicativos de la Comisaría de Hortaleza, dan cuenta de atraco en joyería por parte de entre seis y ocho individuos encapuchados y armados con pistola, cuchillo y hacha, que tras intimidar al propietario se apoderan de varias joyas, algunas de las cuales pierden en su huida y son recuperadas por funcionarios de policía. Para cometer el delito han usado dos vehículos: uno de color gris marengo y otro que dejan abandonado tras prenderle fuego en la calle, tratándose de un Seat Toledo que figuraba como sustraído.

**Patraix, Valencia, 6 de agosto.** El denunciante realiza dos recogidas de oro en tiendas y se dirige a su domicilio para coger el coche y marcharse a Zaragoza. En el garaje de su domicilio es abordado por un individuo que saca un martillo y le golpea en cabeza y costado, sustrayéndole un bolso de piel negro con el oro que contenía.

**Lugo, 6 de agosto.** Hurto de joyas de oro en joyería por parte de una mujer y un hombre. La mujer entregó un reloj para reparar al dependiente y mientras éste se dirigió a la parte posterior del local, el hombre entró posteriormente y sustrajo las joyas de una vitrina.

**Madrid, 4 de agosto.** Los autores sustraen al descuido joyas de una urna expositora en joyería.

**Almería, 6 de agosto.** Dos individuos entran en la joyería y solicitan a la empleada que les muestre cadenas de oro. Tras probarse uno de ellos varias cadenas, el acompañante se apodera de una de ellas marchándose del establecimiento.

**Santiago de Compostela, La Coruña, 6 agosto.** Forzamiento de un vehículo Mercedes C250 propiedad de un viajante de joyería. El turismo se encontraba en un parking conteniendo en su interior dos maletas con joyas. Los autores del hecho, tres hombres y una mujer, acceden al vehículo tras retirar un piloto trasero y forzar el sistema de cierre que funciona por aire.

**Madrid, 3 de agosto.** El autor de los hechos acude a una joyería en varias ocasiones interesándose por pulseras de caballero para ganarse la confianza de la empleada y una de las veces le intimida con matarla, procediendo a llevarse una batea de joyería conteniendo varias pulseras de caballero, no cuantificando su valor hasta el momento.

**Barcelona, 10 de agosto.** Tentativa de robo con fuerza en joyería mediante un butrón desde un local contiguo.

**Sagunto, Valencia, 10 agosto.** Hurto al descuido realizado por un hombre y una mujer, al parecer de países de Europa del Este, aunque dijeron que eran portugueses. Mientras el hombre pide que le muestre a la dueña cadenas y pulseras, la mujer sustrae varias joyas.

**Madrid, Villa Vallecas, 10 agosto.** El administrador único de la joyería denuncia el robo de joyas sufrido en su joyería. Tiene sobrados motivos para pensar que el autor del robo ha sido su padre, ya que conocía las claves de la alarma y de la caja fuerte y mantienen una mala relación personal entre ellos desde hace un tiempo.

**Madrid, 12 de agosto.** Robo con fuerza en un taller de joyería mediante un butrón practicado en la pared de los domicilios colindantes, que también sufrieron robos. Se observó dos cajas fuertes abiertas, una de ellas forzada con lanza térmica.

**San Fernando de Henares, Madrid, 15 de agosto.** Personas desconocidas fuerzan el cierre del establecimiento y sustraen efectivo y el contenido de la caja fuerte, no haciéndose valoración de lo sustraído por la propiedad hasta realizar recuento.

**Málaga, 16 de agosto.** La víctima, cuando se disponía a cerrar el taller de joyería, fue abordada por dos varones los cuales le golpean con la culata de un arma con la intención de que abriera la caja fuerte, cosa que no consiguen, dándose a la fuga.

**Fuengirola, Málaga, 19 de agosto.** Un cliente al que le son mostrados dos relojes de alto valor, en un descuido del dependiente se da a la fuga con los mismos, siendo perseguido y alcanzado por los hijos del propietario que consiguen retenerle hasta la llegada de la Policía Local.

**Santiago de Compostela, A Coruña, 20 de agosto.** Dos varones y una mujer sustraen al descuido cinco mantas de joyas de oro de bebé (cadenas, esclavas, pulseras), de joyería sita en centro comercial. Mientras uno de los varones entretiene a la dependienta, otro vigila la puerta y una mujer se introduce tras el mostrador y sustrae la mercancía.

**Logroño, La Rioja, 21 de agosto.** Dos mujeres acceden a la joyería solicitando que les enseñen diversos artículos. Se van sin comprar, levantando sospechas en el propietario que comprueba la falta de una manta de terciopelo conteniendo varias cadenas de oro de diversos tipos, de un peso aproximado de un kilo y medio.

**Javea, Alicante, 21 de agosto.** Tres mujeres en joyería sustraen 4 mantas con diversas cadenas de oro mientras entretienen la propietaria.

# ASESORÍA

EL ASESOR

## PRODIAM 2013

Se ha celebrado, como siempre con carácter de antelación inmediata al inicio de la Feria sectorial de IBERJOYA, una nueva edición del PRODIAM (*Encuentro en España de Profesionales del Diamante, la Gemología y la Joyería*), concretamente la XV Edición.

No deja de sorprender que, tras tantos años, y tantos temas tratados, se siga celebrando, año tras año, y edición tras edición, este tipo de certámenes. Y digo que no de ja de sorprender por varias razones:



FERNANDO YANDIOLA

En primer lugar, porque la actual situación económica no es la más adecuada para animar a los profesionales a asistir a este tipo de eventos, llamados a tratar cuestiones de índole general, máxime cuando la asistencia implica, por una parte, dejar de dedicar una mañana al montaje de los stands de la feria o a la atención de nuestros propios negocios. Y por otra, en cuanto a que hay que ser de una pasta especial para asistir a un congreso en el que se tratan los problemas generales del Sector, olvidando, siquiera sea por unas horas, los problemas particulares de los propios negocios de los asistentes.

Y en segundo lugar, porque la asistencia al PRODIAM revela una fidelidad por parte de la mayoría de los asistentes que es digna de encomio.

¿Que hay defecciones? obviamente, otra cosa sería impensable (pues algunos han desaparecido del Sector, bastantes han sentido el desánimo de estos tiempos, y muchos tienen que dedicarse, en cuerpo y alma, a la supervivencia de sus negocios. Pero la asistencia se ha mantenido y, vistos los asistentes, comprobamos que muchos de ellos son los que siempre han acudido, han participado activamente, y lo siguen haciendo llevados de su compromiso con la Joyería y Relojería.

Y estoy seguro de que, mientras siga existiendo gente así, los organizadores (el Grupo NEXO y GEMACYT), y la propia institución ferial (IFEMA) seguirán prestando su desinteresada colaboración para que la tribuna no falte y la voz del Sector no se apague.

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

## Contable y Fiscal

### Aplazamiento y Fraccionamiento



**Pregunta.-** Deseo consultarles respecto a la posibilidad de aplazar el pago de las cantidades

que me salen a pagar por el Impuesto sobre el Valor Añadido y las Retenciones correspondientes a los haberes de mi trabajador. Antes de nada, decirles que soy un Joyero de Madrid al que la crisis está poniendo, supongo que como a todos, al borde de la desaparición profesional y el cierre de mi tienda. En efecto, lo poco que se vende hoy en día a duras penas alcanza para pagar a los proveedores, pagar el alquiler del local, y llevar algo a casa todos los meses. Pero para lo que no llega es para hacer frente al pago de los impuestos, especialmente el IVA, ya que lo que es el colmo es tener que pagar el 21% de lo que vendo pero no me pagan. En resumen, que estamos a últimos de Septiembre y estoy viendo que no voy a poder pagar las Declaraciones del 20 de Octubre, ni la del IVA, ni la de las Retenciones. Teniendo en cuenta que, para mis pagos de la Seguridad Social de Autónomos, en alguna ocasión he solicitado un aplazamiento, y se me ha concedido, desearía saber si es posible hacer lo mismo con el pago de los impuestos (o si no es posible, si podría pagarlos a plazos, de manera que me fuera posible hacerlos frente con menos incomodidad).

**Respuesta.-** En efecto, no es usted el único que nos hace consultas de este tipo, por lo que trataremos de aclararle la duda.

Incidentalmente, sepa que a partir del 1 de Enero ya no tendrá que pagar el IVA de aquellas facturas que no le hayan sido pagadas todavía, hasta que se le abonen.

En cuanto al tema del aplazamiento y fraccionamiento (que ambas posibilidades caben), le diremos que, si bien anteriormente se denegaba siempre, respecto del IVA y las Retenciones (por considerar que se trata de cantidades que el Sujeto Pasivo ha recaudado por cuenta de la Agencia Tributaria, es decir, que corresponden a la Hacienda Pública, y nunca han sido del obligado, por lo que este no debería haber dispuesto de ellas) lo cierto es que, en los últimos tiempos Hacienda, consciente de que estrangular las economías de los pequeños empresarios sería matar la gallina de los huevos de

oro, ha optado por dulcificar esa postura, y está concediendo Aplazamientos y Fraccionamientos de pago (ambos) para el IVA y las Retenciones. Eso sí, a partir de determinados importes, exige que se constituya una garantía. Así que, solicítelo y que haya suerte.

## Jurídico y Legal



### ¿Qué hacer tras un atraco o un robo



**Pregunta.-** Recientemente he sufrido un atraco en mi Joyería, y pensando, a posteriori, creo que hay varias cosas que no he hecho en forma correcta (por ejemplo, no tenía un listado de existencias que me permitiera saber, con exactitud, qué genero me faltaba, lo que me ha dado grandes problemas con la Aseguradora) A la vista de esto, desearía saber si hay algún "listado" de consejos por los que guiarnos, en caso de sufrir una experiencia tan desagradable como la mía.

**Respuesta.-** Una vez producido el ataque, la primera recomendación es la de NO TOCAR LA ESCENA DEL CRIMEN, para evitar alterar o destruir posibles pruebas tales como restos orgánicos, huellas digitales, etc. Ha de obtenerse una completa serie de fotografías del estado de la escena del crimen, de la situación de los cierres, escaparates, puertas, vitrinas, cajas y cualquier otro elemento violentado.

En segundo lugar, y por obvio que parezca: siempre hay que denunciar los hechos a la autoridad policial. Siempre, aunque lo robado haya sido poco o nada, aunque "no haya ocurrido nada grave", o aunque se hayan frustrado los propósitos de los delincuentes. La razón es doble: por un lado, el hecho de que en esta ocasión no haya ocurrido lo peor, o incluso que hayan tenido que abandonar sus

propósitos, no excluye que puedan volver a intentarlo, mejor preparados, y con un mayor grado de conocimiento del establecimiento, las medidas de seguridad del mismo y los procedimientos de actuación del personal del local). Y por otra parte, un delincuente identificado o perseguido por las fuerzas y Cuerpos de Seguridad es, potencialmente, menos peligroso para nosotros o los demás profesionales.

Cuanto antes se efectúe la denuncia, mejor, ya que los detalles estarán más frescos y será más fácil reconstruir lo ocurrido, lo que facilitará la labor policial. En caso de que, con posterioridad a la denuncia se recuerden hechos no incluidos en la misma, no ha de dudarse en comparecer ante la Policía para ampliar la denuncia, por molesto que ello pueda resultarnos. Debe informarse a la Policía, lo más claramente posible, de los detalles de identificación de los delincuentes a los que antes hemos hecho mención. Se trata de profesionales bien formados, que dirigirán el interrogatorio de la mejor manera para lograr la identificación de los asaltantes, por lo que es muy conveniente seguir sus indicaciones. Incidentalmente, tampoco es mala política la de avisar, con independencia de la denuncia, a los compañeros de vecindad sobre las circunstancias de lo ocurrido y las de las personas intervinientes, dado que los delincuentes tienden a estandarizar sus modos de operar.

Y es igualmente importante recopilar la DOCUMENTACIÓN TRAS EL SINIESTRO. Debe elaborarse un listado, lo más completo posible, de los bienes sustraídos, con sus valores y copia de las Facturas de compra, y acompañarlo de las fotografías de las piezas robadas, si se dispone de ellas, para una mejor identificación y recuperación de las mismas. Igualmente, han de relacionarse los daños causados a las personas y a las instalaciones del establecimiento. Ambas actuaciones tendrán gran importancia para facilitar la labor de la Policía y de los Peritos de las Compañías Aseguradoras. Debe guardarse copia de toda esa documentación, antes de entregar los originales a las compañías de seguros o a su corredor interme-

diario. Si posteriormente a la entrega de esa documentación a la Policía se recordara algo más, o aparecieran nuevos objetos como sustraídos, o algunos de los denunciados aparecieran tirados en algún lugar del local (resulta sorprendente el desorden y caos que queda en la tienda tras el asalto), valga lo dicho sobre la denuncia, siendo de desear que se ponga en conocimiento de la Policía a la mayor brevedad posible, mediante la correspondiente ampliación de denuncia. Si el ataque ha quedado registrado en los medios de filmación y grabación, hágase una copia de la grabación del suceso, de ser posible, y entreguese el original a la Policía y copia al perito de la compañía. En el supuesto de que seamos llamados a la Comisaría o al Juzgado, para identificar a los posibles delincuentes, participando en ruedas de reconocimiento, ratificar la Denuncia, o para identificar las posibles piezas recuperadas, ha de acudir siempre. Un asalto impune a nuestro establecimiento tiene muchas posibilidades de repetirse, sobre todo si ha sido productivo para los delincuentes.

## Laboral y Social

### Excedencia Voluntaria de trabajador



**Pregunta.-** Soy trabajador de una empresa de Relojería. Como quiera que mi mujer

ha caído gravemente enferma, desearía coger una excedencia para cuidarla. ¿Puedo hacerlo, sin perder mi trabajo?

**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 un período no menor de cuatro meses, ni mayor de cinco años. Una vez disfrutada, no podrá volver a solicitarla hasta transcurridos cuatro años desde la finalización de la excedencia. Ud. conservará el derecho preferente al reingreso en una vacante de igual o similar categoría profesional que se produjera en la empresa. Ahora bien, no se trata de un derecho al puesto de trabajo que ahora tiene, sino solo a un derecho preferente cuando se produzca una vacante, pudiendo no obstante, aceptar Ud. un puesto de categoría inferior, si bien con la remuneración de su puesto actual.

Durante la Excedencia quedan en suspenso los derechos laborales y obligaciones, dejando de percibir su remuneración y no siendo computable el tiempo de excedencia a ningún efecto.

## 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

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

Así pues, comenzaremos a estudiar el tratamiento que la anunciada reforma de la ya vetusta y cien veces parcheada legislación española referente a los delitos cometidos contra la propiedad, no sin advertir que, en innumerables ocasiones, la comisión de tales actividades delictivas coincide en la ocasión con delitos de mayor gravedad, pues se cometen contra las personas; dicho de otro modo, los delitos contra la propiedad no son un *númerus clausus* que excluye otro tipo de conductas delictuales, sino que el atentado contra nuestros bienes y haciendas conlleva, en muchas ocasiones, un ataque directo contra nuestra integridad o la de las personas que conviven o trabajan con y para nosotros.

El análisis de los delitos contra la propiedad parte de la distin-

ción entre el Hurto y el Robo (dejando aparte otro tipo de conductas que se mueven en la frontera de los ataques a la propiedad, como puede ser el caso de la receptación, a que hemos también, una breve referencia).

La conceptualización entre el Hurto y el Robo parte de un tronco común, pues ambos nacen de la idea de *apropiarse de bienes ajenos contra la voluntad de su dueño*. Sin embargo, la diferencia nace de los medios empleados para lograr esa finalidad: en el caso del Hurto, la apropiación tiene lugar aprovechando el descuido, el engaño, o cualquier medio que no implique el uso de la fuerza; en cambio, el Robo se caracteriza, precisamente, por el empleo de la fuerza, dando lugar a un doble concepto, en función de que

su comisión se lleve a cabo aplicando esa fuerza sobre las cosas (así ocurre cuando se violentan los cierres de los establecimientos, las vitrinas o escaparates, o se inhabilitan los sistemas de alarma o los controles de acceso e incluso, como se dirá, aun cuando para acceder se empleen ganchos o llaves falsas, o hasta auténticas obtenidas de forma ilícita), o bien aplicando violencia o intimidación sobre las personas (calificándose como violencia sobre las personas los casos de agresión física, en el transcurso del robo, o para facilitar la huida de los delincuentes, o para impedir a otras personas auxiliar a la víctima, y como intimidación la amenaza eficaz de sufrir un mal o perjuicio que deje a la víctima a merced del delincuente).

## Análisis de la nueva Reforma Laboral (XV)

Hemos de referirnos, ahora, sin abandonar el Capítulo III, a la cuestión relativa a la regulación del "descuelgue" en materia de convenios colectivos. Se trata del hecho de que, anteriormente, la regulación venía encomendada, clara y básicamente, a los Convenios sectoriales de ámbito estatal o autonómico; sin embargo, la volatilidad de la situación actual hace más difícil que los convenios de ámbito más general puedan abarcar las múltiples especificidades que la situación particular de cada empresa, y la posibilidad de primar los acuerdos puntuales que, en el ámbito empresarial pacte cada empresario con sus trabajadores, en aras a afrontar los concretos problemas de la empresa y sus trabajadores, aconsejan que se permita,

y por ello, regule, la posibilidad de que en cada caso particular se alcancen soluciones diferenciadas, pactadas en el seno de cada centro empresarial, que se aparten de la normativa convencional dirigida a regular el Sector, con carácter general o, lo que es lo mismo, que en cada empresa se pueda negociar un convenio "ad hoc", para dar cabida a las peculiaridades de las relaciones entre la empresa y sus trabajadores. Dicho de otra manera, con esta priorización del ámbito empresarial frente al sectorial o territorial, se pretende facilitar la obtención de acuerdos y convenios de rango empresarial, de manera que la negociación colectiva sea una solución, y no un obstáculo, para la adaptación de las condiciones laborales..

# CALENDARIO FISCAL / Octubre

### OCTUBRE 2013

L	M	X	J	V	S	D
					5	6
	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23				27
			31			*

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

**PLAZO HASTA EL DÍA 22 DE OCTUBRE**

#### RENTA Y SOCIEDADES

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

● Septiembre 2013. Grandes Empresas. Impresos 111,115,117,123,124,126,128

● Tercer Trimestre 2013. Impresos 110,115,117,123,124,126,128

Pagos Fraccionados I.R.P.F. Tercer Trimestre 2013.

Estimación Directa Impreso 130

Estimación Objetiva Impreso 131

Pagos Fraccs. Sociedades y Est. Permanentes

!Ejercicio en curso.

Régimen General. Impreso 202

Régimen de Consolidación (Grupos Fiscales). Impreso 222

#### IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

● Septiembre 2013. Reg. Gral. Autoliquid. Impreso 303

● Tercer Trimestre 2013. Reg. Gral. Autoliquidación Impreso 303

● Septbre. 2013. Grupo Entes. mod. Indiv. Impreso 322

● Septiembre 2013. Decl. op. incl. Libros Registro IVA e IGIC Impreso 340

● Septiembre 2013. Decl. recap. op. intracomunitarias Impreso 349

● Tercer Trimestre 2013. Decl. recap. op. intracomun. Impreso 349

● Septiembre 2013 y Tercer Trimestre 2013. Oper. asimil. a Importaciones Impreso 380

● Tercer Trimestre 2013. Decl. Liq. No Periodica Impreso 309

● Tercer Trimestre 2013. Reg. Simplificado Impreso 310

● Tercer Trimestre 2013. Regs. General y Simplif. Impreso 370

#### IMPUESTOS ESPECIALES FABRICACIÓN

● Julio 2013. Grandes Empresas. Impresos 561,562,563

● Julio 2013. Grandes Empresas Impresos 553,554,555,556,557,558

● Septiembre 2011. Impresos 566,581

● Tercer Trimestre 2013 Impresos 521,522

● Septiembre 2013. Impresos 570,580

● Septbre. 2013. Grandes Empresas y Tercer Trimestre 2013, excepto Grandes Empresas Impreso 560

#### IMPUESTO SOBRE PRIMAS SEGUROS

● Septiembre 2013. Impreso 430

#### PLAZO HASTA EL DÍA 31 DE OCTUBRE

#### CUENTA CORRIENTE TRIBUTARIA

!Solicitud de inclusión para el año 2014 Impreso CCT

### 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. YRAE no se responsabiliza de cambios por modificación legislativa o de otro tipo.



## YANDIOLA & RODRIGUEZ ASESORES EMPRESARIALES, S.L.

AL SERVICIO DE LOS PROFESIONALES  
DE LA RELOJERIA Y LA JOYERIA

E-mail: asesoria@yrae.es

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

## La firma MR&Tools comercializa una nueva impresora en 3D para facilitar el trabajo joyero

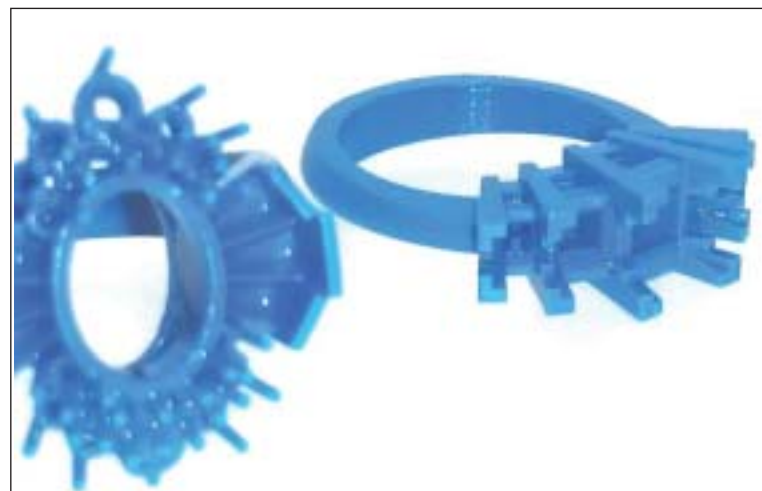
La firma madrileña MR Tools ya cuenta en su stock con una nueva impresora en tres dimensiones con la que materializar de una forma efectiva y precisa los modelos diseñados en el ordenador. Se trata de la **SolidScape 3ZMAX**, conocida en el mercado como la impresora de cera 3D más rápida y de mayor rendimiento, con un aumento significativo en la producción al crear diseños más voluminosos y

precisos para la fabricación de joyas, industrial, medicina y otros campos.

La máquina es además de muy fácil manejo, con una sola pulsación. Incluye una pantalla táctil y utiliza iconos intuitivos con una serie de funciones comprensibles y muy accesibles. Las nuevas capacidades de la 3ZMAX hacen que el trabajo sea un proceso extremadamente eficiente, proporcionando

un alto rendimiento de fundición y bajo coste por modelo. Los materiales de modelo y soporte 3Z pueden crear modelos de cera para joyería de gran calidad que reproducen con exactitud las geometrías más complejas sin la necesidad de un acabado manual. Estos materiales ofrecen propiedades superiores de fundición, sin ceniza ni residuo y sin expansión térmica.

[pedidos@mrtools.es](mailto:pedidos@mrtools.es)



## Clásicos modernos de Amelia González

Vuelven los collares y pulseras finas con piedras y piezas de plata, y por ello hay que ponerse al día de nuevo en los materiales disponibles para enlazar y sacar el mayor partido a estas piezas.

Desde Amelia González nos proponen los clásicos hilos de seda o poliéster para anudar, en gran variedad de colores y tallas, pero también una amplia gama de cables finos de acero forrados en nylon para conseguir acabados más fuertes. Y eso, sin olvidar soluciones como el hilo de silicona elástica en varios grosores y acabados, o el fuerte y tenso hilo de nylon transparente.

Como no puede ser de otra forma, cada material requiere su técnica de uso y es apropiado para diversos usos y aplicaciones. Además muchos de ellos, como el cable de acero se presentan en diversos acabados de trenzado, grosor y color, por lo que siempre hay una opción disponible adecuada para dar las más amplias posibilidades a cada diseño.

Para cualquier duda o consejo, se puede consultar en la propia página web de la marca o también llamar al teléfono 968 355609.

[www.ameliagonzalez.com](http://www.ameliagonzalez.com)

## Nueva generación de telas luminosas

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.

## Más de medio siglo con la Filatelia y la Numismática

pero siempre renovados

La revista de mayor tirada en castellano



Solicite información gratuita

**EL ECO FILATÉLICO Y NUMISMÁTICO**

Apartado 108 • 31080 Pamplona • [eco@elementosmagneticos.com](mailto:eco@elementosmagneticos.com) • Tfn.: 948 22 00 73 • Fax: 948 21 01 75

## PUBLICIDAD



## La Semana de la Joya de Barcelona ultima la agenda de actividades paralelas a Joia y EspaiJoia

Durante cuatro días en Barcelona la moda y la joyería convierten la ciudad en el escaparate de todas las miradas. Creatividad, técnica, diseño y profesionalidad será lo que destaque en esta semana, además de una agenda de actividades paralelas tanto para profesionales como para el público en general.

Conferencias, exposiciones, talleres infantiles, premios, demostraciones de nuevos productos y servicios con lo último en tecnología, y cómo no, algún evento nocturno y de carácter más informal, forman parte de la amplia variedad de actividades programadas a lo largo de la semana.

En la tercera edición de Espaijoia se otorgará el II Premio José Arquero, en el que participan jóvenes diseñadores de las escuelas más relevantes del Sector y con el que se rinde cumplido homenaje al desaparecido director de GOLD&TIME y uno de los mayores expertos del periodismo joyero y relojero de nuestro país.

Joya alcanza su quinta edición presentado una cuidada selección de artistas internacionales y un amplio panorama de tendencias a través de galerías y creadores que transforman la joyería en arte. En la presente edición participan 40 artistas individuales de 22 países.

## El Museo Casa de la Moneda acoge desde el 3 de octubre al próximo 3 de noviembre la Exposición 'El Turismo y el Arte', organizada por el Grupo NEXO

El 3 de octubre abrió sus puertas la Exposición 'El Turismo y el Arte' en el Museo Casa de la Moneda. Inaugurada por la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, ofrece "una visión global de todas las facetas en las que puede contemplarse el Turismo", explica el director del Museo.

El Museo Casa de la Moneda acogerá del 3 de octubre al 3 de noviembre 'El Turismo y el Arte',

la primera gran exposición que un museo español dedica al Turismo. Literatura, pintura, escultura y arquitectura tendrán presencia en el museo, destacando los motivos turísticos en el grabado de monedas y medallas, así como el diseño de sellos de correos, billetes del Banco de España y décimos de la Lotería Nacional.

La exposición, cuya inauguración correrá a cargo de la secreta-

ria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, también prestará especial atención a la literatura y el periodismo de viajes, gracias a la aportación del Centro de Documentación Turística (CDT). Sin olvidar el cartelismo, la fotografía o las publicaciones. Según explica a GOLD&TIME el director del Museo Casa de la Moneda, Juan Teodoro Vidal, "la exposición ofrecerá una visión global de las dis-

tintas facetas en las que sociológicamente puede contemplarse el Turismo, teniendo en cuenta la especial clasificación que se puede realizar desde la óptica nacional, y considerando la componente histórica". "Así, permitirá contemplar históricamente cómo ha evolucionado la presentación de los destinos y de los objetos turísticos", señala. En este sentido, Teodoro Vidal revela que "la enor-

pujanza del Turismo y la riqueza de nuestros fondos nos ha llevado a organizar una exposición en la que salga a relucir esta relación entre el Turismo y el arte".

Precediendo a la inauguración de la exposición tendrá lugar el Foro '25 años de NEXO', con el que el Grupo NEXO conmemora su 25º aniversario. El evento reúne a más de 200 empresarios y directivos del Sector

## Córdoba expone más de un centenar de piezas joyeras

La directora de los Museos Municipales de Córdoba y comisaria de las exposiciones de joyería que se realizarán en el marco del Encuentro Internacional de Joyería en Córdoba, Mercedes Valverde Candil, desvela algunos de los detalles de estas magníficas muestras que se podrán visitar de forma gratuita del 14 al 20 de octubre en el Palacio de Viana y el entorno de la Mezquita de Córdoba.

Según la comisaria, estas exposiciones están basadas en aspectos histórico-artísticos así como también didácticos y pedagógicos y surgen de la necesidad de la recuperación de la memoria histórica de la ciudad de Córdoba y para dar a conocer el glorioso pasado de la orfebrería cordobesa, testigo y fundamento necesario para poder interpretar el presente de una tradición artística que se ha perpetuado hasta hoy, gracias a unos siglos.

## II Congreso de Joyería en Madrid

El Museo del Traje-Cipe de Madrid ultima los preparativos para ser la sede del II Congreso Europeo de joyería Madrid durante los días 20 y 21 de Noviembre cuyo lema: Vestir las joyas. Modas y modelos nos deleitará durante el próximo otoño madrileño.

Ya se han empezado a difundir la llamada a comunicaciones para los asistentes que quieran presentar un estudio cuyo tema será libre, aunque la organización anima a los congresistas a que indaguen especialmente en el mundo de las joyas en España. Serán seleccionadas y aceptadas por el Comité Científico compuesto en su mayoría por doctores españoles y portugueses siendo relevante la participación en este Comité de una de nuestros socios, Christine Vasseur, vocal cultural de AETA y Vice-Presidente de la Asociación de Amigos del Museo del Traje.



~ «Enhorabuena a NEXO por sus 25 años desarrollando información profesional de calidad. Por eso, en nuestras oficinas se reciben GOLD&TIME y NEXOTIME y se lee Goldandtime.org».

**Miguel Rodríguez | Presidente | LOTUS-FESTINA**

## Iberjoya remonta ligeramente la crisis tras aumentar el 5% la asistencia y alcanzar más de 15.000 visitas

Como ya explicaba en su entrevista a este Periódico la directora de, Iberjoya, María José Sánchez, tras el trabajo de organizadores y expositores la respuesta estaba en manos de los asistentes. Y ese trabajo parece haber dado sus frutos ya que, aunque tímidamente, las visitas de profesionales alcanzaron las 15.133, lo que se traduce en un 5% más que en la edición del año pasado. El 'speaker corner', lugar de

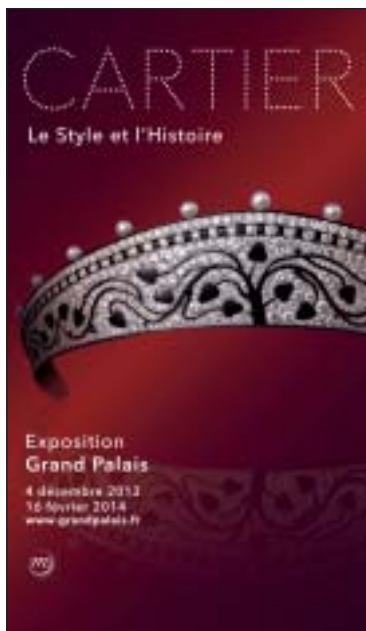
encuentro para conferencias y talleres, ha sido una de las iniciativas más aplaudidas por expositores y visitantes.

Los participantes han valorado positivamente su presencia en esta edición, en la que, en general, se ha mantenido el volumen de negocio y se ha observado un mayor interés del visitante por los productos novedosos. Giftrends Madrid contó también con la presencia de ope-

radores procedentes de países del entorno como Portugal, Francia e Italia, así como de otros visitantes internacionales. Así lo ha revelado el aumento de visitantes de Rusia y los resultados del Programa de Compradores Internacionales que organiza IFEMA y que en esta ocasión, ha invitado a más de 200 profesionales de 37 países. La presencia internacional total registrada este año se cifra en 2.080 personas.



La feria dedicada a la bisutería, Bisutex, continúa sumando visitantes.



## Cartier regresa a su 'casa' con la muestra Le Style et l'Histoire

La Réunion des Musées Nationaux organiza en el Grand Palais de París la exposición más amplia hasta la fecha sobre la Maison francesa: Cartier, le Style et l'Histoire. Los visitantes podrán admirar desde el 4 de Diciembre de 2013 y hasta el 16 de Febrero de 2014 cerca de 600 piezas de joyería, objetos preciosos y relojes que se exhibirán junto a vestidos, abrigos y accesorios, muebles, pinturas, visuales de publicidad, grabados y revistas de moda para dar una idea del arte y el gusto de la época.

La exposición pretende exponer los diferentes estilos de Cartier en perspectiva. Más de 200 dibujos preparatorios y numerosos documentos de archivo (registros de clientes, libros de ideas, dibujos relacionados con la joyería de la rue de la Paix, vaciados de yeso, fotografías...) llevarán a los visitantes detrás de cada escena.

Todas las piezas expuestas proceden principalmente de la Cartier Collection, completada con cincuenta préstamos de Instituciones públicas (Museo de Artes Decorativas, Museo Galliera, Biblioteca Nacional de Francia, Museo de la Ópera...) y colecciones privadas. La colección del Príncipe de Mónaco ha enriquecido la exposición con veinte piezas, de carácter oficial y algunas muy personales, que revelan el gusto de la elegante Princesa Gracia.



~ «Sois la única publicación del Sector que dais información fidedigna de los resultados de los grupos y empresas que operan en nuestro país, esta información es altamente apreciada por todos nosotros. Gracias y adelante!»

**Ángel Iborra** |  
Director General |  
**CORUM**

## Joyería

OCTUBRE

VENTAS

Buenas: 36%



Regular: 20%



Malas: 49%



RESPECTO A OCTUBRE '12



Mejores: 30%



Iguales: 33%



Peores: 43%

## COYUNTURA

EN PUNTO

### Lo que deparan las Navidades

LA 5ª EDICIÓN DE IBERJOYA ha servido, como es habitual en estos años, como escaparate de tendencias y de expectativas de cara a la próxima campaña de invierno y Navidades. Después de un verano 'muy flojo', a tenor de los comentarios que el empresariado del Sector ha hecho llegar a esta Redacción —con la excepción de algunas zonas turísticas donde el cliente ruso y chino

ha 'salvado la temporada—, la expectativa para los próximos meses (o semanas) está siendo máxima. La feria concluyó, no vamos a decir ya más con 'brotes verdes', pero sí con una ligeramente optimista visión de lo que ocurrirá. Una participación del público un poco mayor que la del año pasado, y la entrada de más visitantes internacionales dan al menos ciertas esperanzas a la maltrecha economía del 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: 36%



Iguales: 34%



Peores: 50%



EXPECTATIVAS

Mejores: 40%



Iguales: 56%



Peores: 16%



## Relojes

OCTUBRE

VENTAS

Buenas: 28%



Regular: 22%



Malas: 50%



RESPECTO A OCTUBRE '12



Mejores: 30%



Iguales: 22%



Peores: 68%

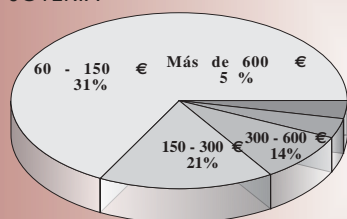
RANGOS DE PRECIOS

SEPTIEMBRE

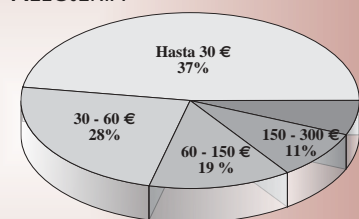
TIPO DE PIEZA MÁS VENDIDA

SEPTIEMBRE

JOYERÍA

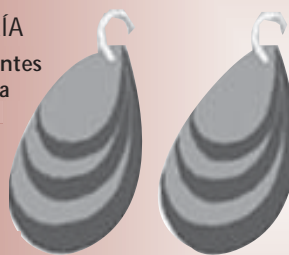


RELOJERÍA



JOYERÍA

Pendientes en plata



RELOJERÍA

Gama baja



### EN HORA BUENA

▲ **Álvarez Manzano**



«No tendremos los Juegos Olímpicos, pero tenemos ProDiam». El presidente de la Junta Rectora de Ifema, José María Álvarez del Manzano se refirió así en la presentación del Foro Gemológico y Joyero, tras la vuelta de Argentina sin que la capital haya podido, por tercera vez, ser la organizadora de las Olimpiadas de 2020.

▲ **L. Eduardo Cortés**



El presidente de Ifema y antiguo responsable del Instituto Gemológico Español, cerró con su discurso la XV Edición de ProDiam. Cortés felicitó a los Organizadores por su constancia a lo largo de estos años, especialmente en época de crisis, para tratar de aglutinar al Sector y, sobre todo, ejercer de 'correa de transmisión' del conocimiento entre los profesionales.

▲ **Fernando Gervilla**



El catedrático de Minerología y Geología de la Universidad de Granada recibió el Premio José Nicolau de manos de la presidenta de AETA, Erika Junglewitz, en el marco del pasado ProDiam. Gervilla es el director de los cursos de gemología de la Universidad y fue el séptimo premiado en estos años por unanimidad de toda la Junta Directiva.




Suscríbete a [www.goldandtime.org](http://www.goldandtime.org)

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

...y recíbelo cada mañana en tu email