

JOYAS Y BISUTERÍA EN JAPÓN

Clasificación de la industria	5
Descripción del sector	6
Producción	6
Tendencias de consumo	9
Balanza comercial	10
Exportaciones	11
Importaciones	15
Acceso al mercado	19
Envase	20
Etiquetado y embalaje	21
Normativa	23
Documentos de exportación	25
Canales de distribución y comercialización	25
Importadores y distribuidores de joyas y bisutería en Japón	27
Marcas	27
Ferias	28
Precios	28

TABLAS

Tabla 1: Clasificación arancelaria de las joyas y bisutería en Japón	5
Tabla 2: Clasificación industrial de las joyas y bisutería en Japón	5
Tabla 3: Número de establecimientos del sector de joyería y bisutería en Japón	8
Tabla 4: Balanza comercial de joyería y bisutería en Japón, 2014	10
Tabla 5: Exportaciones de joyas y bisutería por posición arancelaria	13
Tabla 6: Importaciones de joyas y bisutería de Japón por posición arancelaria, 2014	17
Tabla 7: Tarifas arancelarias por posición	23
Tabla 8: Principales importadores y distribuidores de joyas y artículos de bisutería en Japón	27
Tabla 9: Marcas de joyas y artículos de bisutería presentes en Japón	27
Tabla 10: Exposiciones y ferias del sector joyero en Japón	28
Tabla 11: Precios de joyas y artículos e bisutería en Japón	29

GRÁFICAS

Gráfica 1: Total de producción de joyas y artículos de bisutería en Japón, 2010 - 2014*	7
Gráfica 2: Principales productos de joyería y bisutería elaborados en Japón, 2014*	8
Gráfica 3: Evolución de las exportaciones de joyería y bisutería en Japón, 2011 - 2015*	12
Gráfica 4: Evolución de las exportaciones de joyería y bisutería en Japón, en kilogramos	13
Gráfica 5: Principales destinos de las exportaciones de joyas y bisutería de Japón, 2014	15
Gráfica 6: Evolución de las importaciones de joyería y bisutería de Japón, 2011 - 2015*	16
Gráfica 7: Evolución de las importaciones de joyería y bisutería en Japón, en kilogramos	17
Gráfica 8: Principales proveedores de joyería y bisutería de Japón, 2014	19

ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Envase de los productos Tiffany _____	21
Ilustración 2: Logos de materiales usados _____	21
Ilustración 3: Etiqueta Hallmark para el platino (Platino 1000) _____	22
Ilustración 4: Etiqueta Quality Marking _____	22
Ilustración 5: Etiqueta de la "tarjetas de aviso" _____	23
Ilustración 6: Modelo de comercialización de la joyería en Japón _____	26

Joyas y bisutería en Japón /Inteligencia de mercados

El precio y el diseño, factores determinantes a la hora de elegir joyas por los consumidores japoneses

Por: Legiscomex.com

Mayo 5 del 2015

En el 2014, la balanza comercial de joyas y artículos de bisutería en el mercado japonés fue deficitaria en JPY72.542 millones (USD687 millones), debido a que las importaciones fueron superiores y totalizaron JPY223.023 millones (USD2.113 millones) y las exportaciones registraron un menor valor y sumaron JPY150.481 millones (USD1.426 millones).

Las joyas y artículos de bisutería en Japón son productos muy demandados, especialmente por las mujeres modernas que se encuentran vinculadas a las labores de oficina y que buscan lucir sofisticadas. Sin embargo, en la actualidad no se destina tanto presupuesto para la adquisición de estos bienes como se hacía en el pasado, como consecuencia de las crisis económicas que ha enfrentado el país nipón.

A pesar de que la situación económica de los consumidores japoneses no es la más próspera, ellos no dejan de ser muy exigentes a la hora de escoger los productos que les interesan, es por esto que los bienes que adquieren deben contar con diseños novedosos, precios llamativos y altos estándares de calidad.

Cabe recordar que este último criterio es fundamental e implica que haya una estrecha relación de colaboración entre la empresa y sus proveedores, para de esta forma tener una gran flexibilidad en la producción, la cual es necesaria para cumplir con tres elementos indispensables en el proceso: cero defectos, cero existencias y cero demoras.

Este sector está compuesto en su gran mayoría por pequeñas y medianas empresas, las cuales han forjado alianzas para no verse perjudicadas por las condiciones económicas del mercado, lograr suplir las diferentes exigencias que tienen los clientes japoneses y poder enfrentar la competencia que representan otras compañías, que gozan de prestigio a nivel internacional, cuentan con productos de alta gama y lideran el mercado, entre estas se encuentran Cartier, Tiffany y Bvlgari.

Es importante que las empresas interesadas en ingresar al mercado nipón se caractericen por la eficacia y profesionalismo, alta calidad en sus productos y excelentes relaciones con sus clientes o socios nativos.

En cuanto a la normativa que regula la comercialización de las joyas y artículos de bisutería, esta no es muy exigente ni tiene parámetros complicados de entender. No obstante, es necesario colocarle una marca en la etiqueta dependiendo del material con que se elaboró el producto. Adicionalmente, existen otros reglamentos establecidos por los mismos gremios, los cuales buscan tener un mayor control en los artículos que se le ofrecen a los consumidores japoneses.

Además, este sector cuenta con un sistema de canales de distribución complejo compuesto por fabricantes, mayoristas y minoristas, quienes buscan disminuir el número de intermediarios para así ofrecer bienes con precios más económicos.

Inteligencia de Mercados – Estudio de joyas y bisutería en Japón

En la actualidad, las ventas en línea han tomado mucha fuerza, debido a que la población casi no tiene tiempo para ir de compras, los clientes han aumentado su confianza en los medios de pago virtual y en algunos casos los productos tienen precios más baratos que los que se adquieren en las tiendas. El rango de valor de los bienes ofrecidos en sitios web alcanza alrededor de los JPY10.000.

En cuanto a los medios de promoción, las ferias especializadas son una buena herramienta para dar a conocer los productos y las tendencias que se están usando. Adicionalmente, las campañas publicitarias son usadas para promover la compra y el uso de las joyas. Recientemente, en Japón se realizó la "Campaña de Caridad Día Joyería", en la que se regalaron algunos artículos del sector.

Material
de consulta
LEGISCOMEX.com

Clasificación de la industria

De acuerdo con el Sistema de Clasificación Comercial de Japón, publicado por la Organización de Comercio Exterior de Japón (Jetro, por su sigla en inglés) las joyas y bisutería se clasifican bajo el capítulo 71, que hace referencia a las perlas finas o cultivadas; piedras preciosas o semipreciosas; metales preciosos; chapados de metales preciosos y manufacturas de estas materias y bisutería. Para efectos de este estudio, se tendrán en cuenta las siguientes partidas arancelarias:

Tabla 1: Clasificación arancelaria de las joyas y bisutería en Japón

Posición arancelaria	Descripción arancelaria
711311	Artículos de joyería y sus partes de plata, o no revestidos o chapados de otros metales preciosos
711319	Artículos de joyería y sus partes de los demás metales preciosos, incluso revestidos o no o chapado de metal precioso
711320	Artículos de joyería y sus partes de metales comunes chapados de metales preciosos
711610	Manufacturas de perlas finas o cultivadas
711620	Manufacturas de piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstituidas)
711711	Gemelos y pasadores
711719	Los demás de bisutería de metal común, sea o no chapado de metal precioso
711790	Los demás de bisutería

Fuente: Jetro

Legiscomex.com identificó que la clasificación industrial del sector de joyería y de bisutería en Japón se encuentra bajo los siguientes códigos, según el Ministerio de Economía, Comercio e Industria de este país (METI):

Tabla 2: Clasificación industrial de las joyas y bisutería en Japón

Código	Clasificación industrial
3211	Productos de joyería de metales y piedras preciosas
3212	Hallazgos y materiales de joyería
3229	Bisutería y accesorios de vestuario

Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información del METI

Descripción del sector

La industria de joyería y bisutería de Japón ha tenido que adaptarse a diferentes crisis y perspectivas económicas negativas que se dieron a nivel mundial en años anteriores, ejemplo de ello son: la crisis de los 90's, cuando el sector redujo su tamaño a la mitad, y la última recesión, donde la capacidad de gasto y demanda de los artículos de este sector se vieron afectadas considerablemente. A pesar de lo ya mencionado, esta industria se caracteriza por ser una de las más grandes del mundo.

En la actualidad, esta industria es muy dependiente de las importaciones de materias primas, como las piedras y los metales preciosos, no obstante, cuenta con otros insumos como las perlas de Akoya, el cuarzo y el ónice como materias originarias del país nipón.

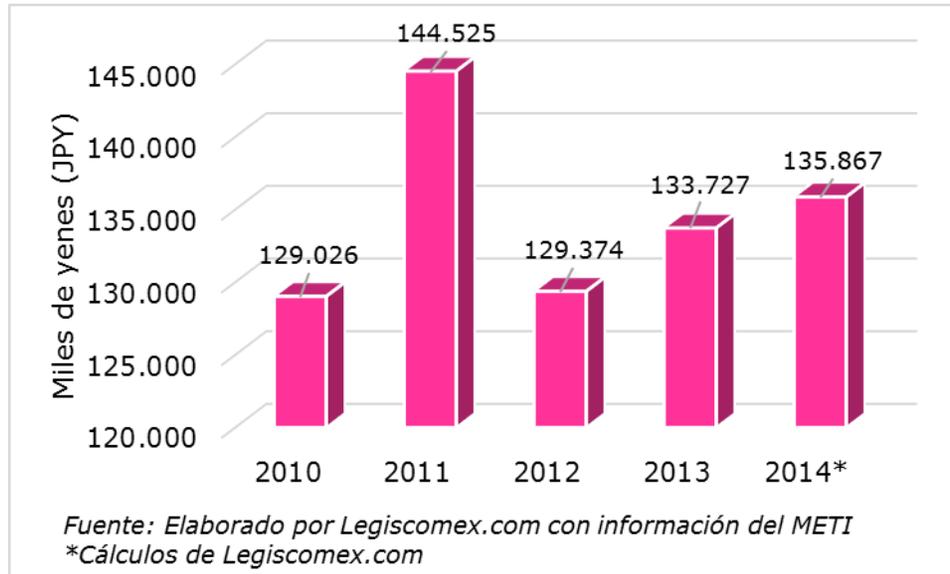
Adicionalmente, este mercado se ha vuelto mucho más competitivo debido a las importaciones de productos del sector, especialmente provenientes de otros países asiáticos, que han generado una gama mucho más amplia de artículos para ser elegidos por los consumidores.

Las empresas de joyería japonesas se encuentran en una delicada situación, debido a que deben competir con los bajos precios y la buena calidad de los productos importados. Igualmente, los nuevos hábitos de consumo y el prestigio de las marcas europeas de lujo han generado que las compañías busquen alianzas para consolidarse y mantenerse en el mercado, sin embargo, algunas pequeñas empresas han tenido que cerrar sus puertas.

Producción

En el 2014, según cálculos realizados por **Legiscomex.com**, la producción nacional de joyería y bisutería en Japón fue de 135,8 millones de yenes (JPY), es decir USD1,2 millones (al realizar la conversión con la tasa promedio de 0,009475 JPY/USD para este año). La producción de este sector registró un crecimiento promedio anual del 1,6% en los últimos cinco años, al pasar de JPY129 millones en el 2010 (USD1,4 millones, con una tasa de cambio promedio de 0,0114) a JPY135,8 millones (USD1,2 millones), este análisis se realizó con base a las cifras del Censo de Productores del METI realizado en el 2013 y publicado en el presente 2015.

Gráfica 1: Total de producción de joyas y artículos de bisutería en Japón, 2010 – 2014*

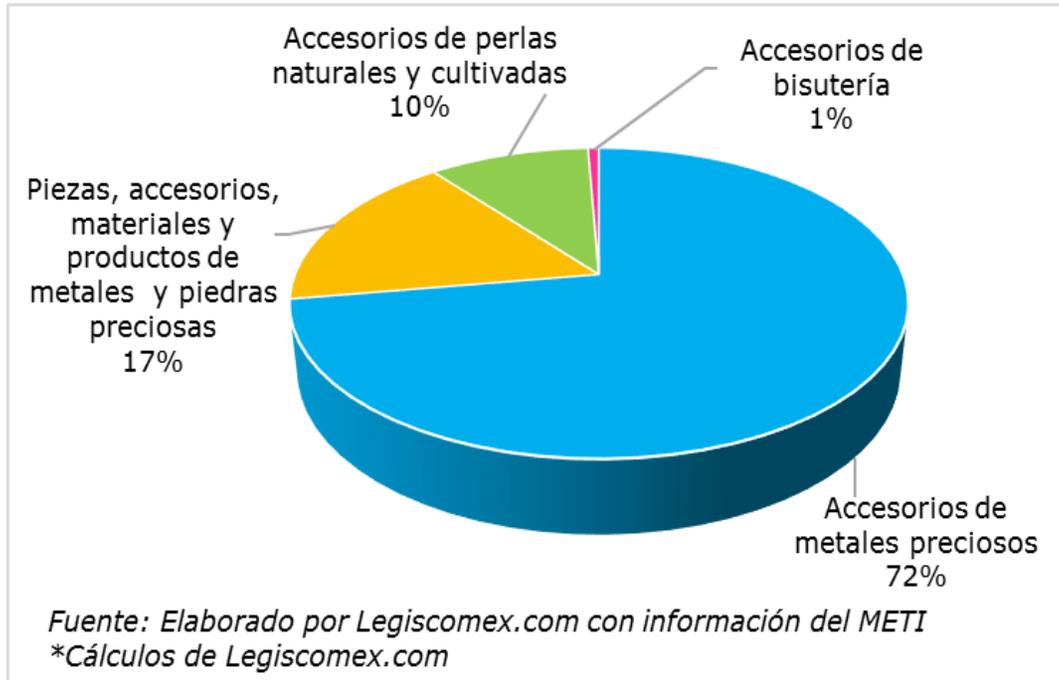


Como se mencionó anteriormente, la producción de joyas y bisutería en Japón cuenta con algunos materiales nacionales que sirven como insumos para la elaboración de los productos pertenecientes a este sector y recurre a las importaciones de piedras y de metales preciosos para abastecer el mercado y fabricar artículos que tengan un alto nivel de demanda. Se debe tener en cuenta que la producción y la estandarización de los productos fabricados en este sector son difíciles.

Cabe resaltar que los productores japoneses suelen hacer joyas y accesorios de bisutería de alta gama empleando materias primas como el platino y el oro blanco, mientras que para los artículos más económicos usan plata y oro de 18 quilates.

Los artículos más producidos en Japón son los accesorios de metales preciosos, incluyendo joyas de marfil y productos de tortugas, al concentrar el 72,5% de la fabricación, lo que representó JPY98,4 millones (USD932.741). Le siguieron las piezas, accesorios, materiales y productos de metales y piedras preciosas, con JPY22,8 millones (USD216.781); los accesorios de perlas naturales y cultivadas, con USD13,6 millones (USD129.073) y los accesorios de bisutería, con JPY922.528 (USD8.741), según el Censo de Productores del METI.

Gráfica 2: Principales productos de joyería y bisutería elaborados en Japón, 2014*



En el 2014, el número de establecimientos inscritos y dedicados a la producción de bienes pertenecientes a este sector era de 328, lo que significó una disminución de 1,7% con relación a la cantidad de empresas que se registraron en el 2013, cuando totalizaron 334, según cálculos de **Legiscomex.com**.

La tendencia de establecimientos dedicados a la fabricación de joyas y artículos de bisutería es decreciente, la razón de este comportamiento es la alta competencia que hay en el mercado, lo que generó que varias empresas pequeñas cerraran sus puertas.

Tabla 3: Número de establecimientos del sector de joyería y bisutería en Japón

Productos	2010	2011	2012	2013	2014*
Accesorios de metales preciosos	261	322	250	238	234
Piezas, accesorios, materiales y productos de metales y piedras preciosas	54	65	41	37	36
Accesorios de perlas naturales y cultivadas	47	57	48	43	42
Accesorios de bisutería	11	21	18	16	16
Total	373	465	357	334	328

Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información del METI

Tendencias de consumo

En la actualidad, el consumidor japonés ya no destina un presupuesto para la compra de joyas y de bisutería debido a las crisis económicas que ha enfrentado la población, por lo tanto, los artículos que se demandan en el país nipón deben tener precios atractivos, que reflejen su calidad, característica indispensable para la adquisición del producto, pero sobre todo que tenga en cuenta los cambios en las tendencias de la moda. Ya que si hoy se incorpora una nueva joya, puede que esta quede obsoleta en la siguiente temporada.

Para aquellas empresas que deseen participar en este mercado es muy importante tener en cuenta que se deben ajustarse a las nuevas y cambiantes necesidades que tienen los consumidores, en donde la innovación y las tendencias de la moda son un factor clave.

Ejemplo de ello, son las grandes cadenas de joyería Miki y Tsutsumi, las cuales diseñan sus propias colecciones y las enfocan a un público adolescente y de jóvenes profesionales, a quienes les gusta lucir joyas en su vida cotidiana.

En cuanto a los bienes de este sector más comprados en el mercado nipón son: los anillos, que representan alrededor del 60% del mercado, seguidos por los collares y los pendientes, según el estudio publicado por la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica - Comunidad de Madrid. Cabe resaltar que las piedras semipreciosas y de colores han ganado peso en este segmento de la joyería.

Las zonas metropolitanas son los centros de ventas más importantes para este sector, especialmente porque tienen mayor concentración de la riqueza, por lo que la población que permanece en estos lugares posee ingresos disponibles para gastar en bienes lujosos. Las principales ciudades son: Tokio, Osaka, Yokohama, Nagoya, Kobe, Fukuoka, Sendai y Sapporo, entre otros.

Temporadas de mayor demanda

Japón decretó el 11 de noviembre como el "Día de la Joyería", haciendo conmemoración a la fecha en que se estableció la unidad de "quilates" en este país asiático. Otras fechas en las que los japoneses tienen la tendencia de comprar más y que son importantes para la industria son:

- Día de los enamorados: Se celebra el 14 de febrero
- White Day: Día de los enamorados de la mujer al hombre, este se celebra solo en Corea y Japón el 14 de marzo.
- Navidad: Se festeja el 25 de mayo.

De igual forma, en Japón hay otros eventos por los que los consumidores adquieren joyas: la celebración del compromiso el matrimonio, el aniversario del matrimonio, la el ingreso y egreso de la universidad y los cumpleaños a la edad de 20 años, entre otros.

Balanza comercial

En el 2014, según el análisis de **Legiscomex.com** con información publicada por el Ministerio de Finanzas de Japón, las exportaciones japonesas de joyas y artículos de bisutería sumaron JPY150.481 millones (USD1.426 millones, con una tasa de cambio de 0,009475JPY/USD), mientras que las importaciones en este mismo año totalizaron JPY223.023 millones (USD2,113 millones), lo que dio como resultado una balanza comercial deficitaria de JPY72.542 millones (USD687 millones).

Cabe resaltar que las manufacturas de perlas finas o cultivadas son las únicas del sector que presentaron una balanza superavitaria. El resto de productos de joyería y bisutería tuvieron una balanza deficitaria.

Tabla 4: Balanza comercial de joyería y bisutería en Japón, 2014

Partida arancelaria	Descripción	Exportaciones		Importaciones		Balanza Comercial	
		Millones de yenes (JPY)	Millones de USD	Millones de yenes (JPY)	Millones de USD	Millones de yenes (JPY)	Millones de USD
711319	Artículos de joyería y sus partes de los demás metales preciosos, incluso revestidos o no o chapado de metal precioso	144.354	1.368	166.981	1.582	-22.628	-214
711719	Los demás de bisutería de metal común, sea o no chapado de metal precioso	545	5	22.005	208	-21.460	-203
711311	Artículos de joyería y sus partes de plata, o no revestidos o chapados de otros metales preciosos	1.183	11	17.358	164	-16.175	-153
711790	Los demás de bisutería	650	6	10.414	99	-9.764	-93

Partida arancelaria	Descripción	Exportaciones		Importaciones		Balanza Comercial	
		Millones de yenes (JPY)	Millones de USD	Millones de yenes (JPY)	Millones de USD	Millones de yenes (JPY)	Millones de USD
711620	Manufacturas de piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstituidas)	2.568	24	4.731	45	-2.163	-20
711610	Manufacturas de perlas finas o cultivadas	1.166	11	1.027	10	138	1
711711	Gemelos y pasadores	12	0,11	347	3	-335	-3
711320	Artículos de joyería y sus partes de metales comunes chapados de metales preciosos	3	0,03	159	2	-155	-1
Total		150.481	1.426	223.023	2.113	-72.542	-687

Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información del Ministerio de Finanzas de Japón

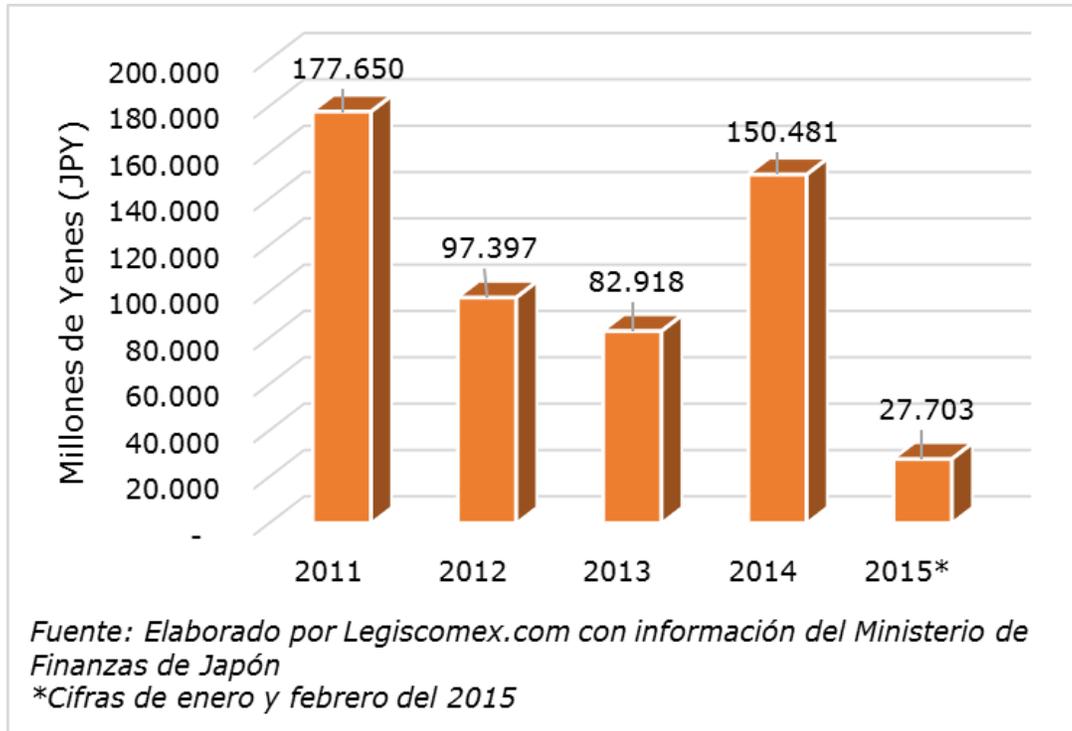
Exportaciones

De acuerdo con las cifras del Ministerio de Finanzas de Japón, en los dos primeros meses del 2015 las exportaciones de joyas y artículos de bisutería de este país asiático fueron de 27.703 millones de yenes (JPY) (USD234,3 millones, con una tasa de cambio de 0,00845714 JPY/USD), según análisis de **Legiscomex.com**.

Para el 2014, las ventas al exterior de artículos de joyería y bisutería totalizaron en JPY150.481 millones (USD1.425,8) y presentaron un crecimiento del 81,5% en comparación con el año anterior, cuando se registraron ventas por JPY82.918 millones (USD852 millones, con una tasa de cambio promedio de 0,010275 JPY/USD para el 2013).

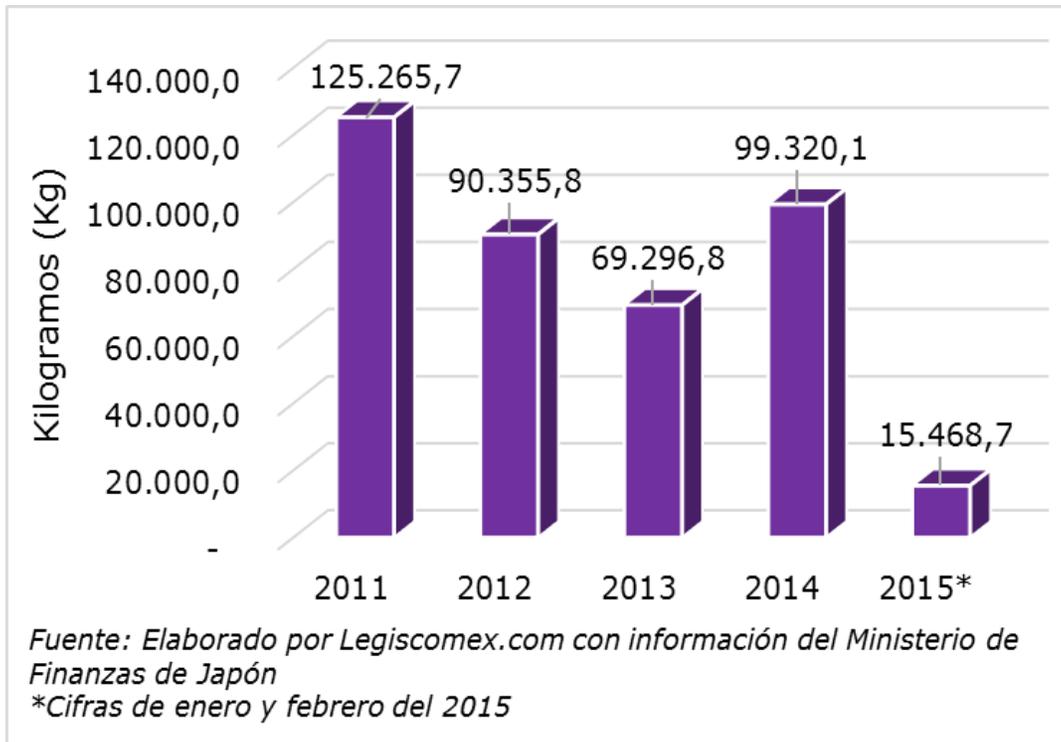
De igual forma, las exportaciones presentaron un crecimiento promedio anual del 7,1%, entre el 2011 y el 2014.

Gráfica 3: Evolución de las exportaciones de joyería y bisutería en Japón, 2011 – 2015*



En volumen, en el primer bimestre del 2015, Japón exportó un total de 15.468,7 kilogramos (Kg) de productos pertenecientes al sector de joyería y bisutería. Para el 2014, las ventas externas fueron de 99.320,1 Kg (JPY27.703 millones), lo que significó un incremento del 43,3% en comparación con el volumen vendido durante el 2013. Así mismo, según la cantidad de mercancía exportada, el sector presentó un decrecimiento promedio anual del 2,6% durante los cuatro últimos años, según análisis de **Legiscomex.com**.

Gráfica 4: Evolución de las exportaciones de joyería y bisutería en Japón, en kilogramos



Para el 2014, los artículos de joyería y sus partes de los demás metales preciosos fueron los productos más comercializados en el exterior, con JPY144.354 millones (USD1.368 millones), lo que representó el 95,9% del total de los bienes vendidos.

Le siguieron las manufacturas de piedras preciosas o semipreciosas, con JPY2.568 millones (USD24,3 millones); artículos de joyería y sus partes de plata, con JPY1.183 millones (USD11,2 millones); manufacturas de perlas finas o cultivadas, con JPY1.166 millones (USD11,04 millones) y los demás de bisutería, con JPY650 millones (USD6,16 millones).

Tabla 5: Exportaciones de joyas y bisutería por posición arancelaria

Posición arancelaria	Descripción de la posición arancelaria	Millones de yenes (JPY)	Millones de USD	Participación en yenes (%)
711319	Artículos de joyería y sus partes de los demás metales preciosos, incluso revestidos o no o chapado de metal precioso	144.354	1.368	95,9%

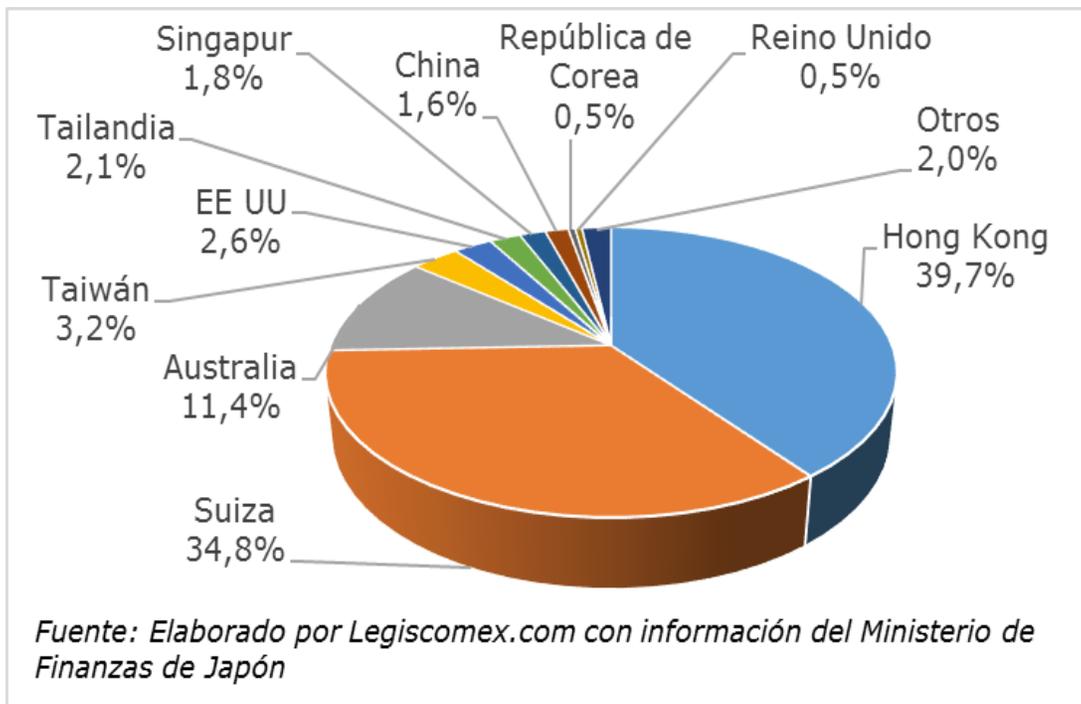
Inteligencia de Mercados – Estudio de joyas y bisutería en Japón

Posición arancelaria	Descripción de la posición arancelaria	Millones de yenes (JPY)	Millones de USD	Participación en yenes (%)
711620	Manufacturas de piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstituídas)	2.568	24	1,7%
711311	Artículos de joyería y sus partes de plata, o no revestidos o chapados de otros metales preciosos	1.183	11	0,8%
711610	Manufacturas de perlas finas o cultivadas	1.166	11	0,8%
711790	Los demás de bisutería	650	6	0,4%
711719	Los demás de bisutería de metal común, sea o no chapado de metal precioso	545	5	0,4%
711711	Gemelos y pasadores	12	0,1	0,01%
711320	Artículos de joyería y sus partes de metales comunes chapados de metales preciosos	3	0,03	0,002%
Total		150.481	1.425,8	100%

Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información del Ministerio de Finanzas de Japón

Entre enero y diciembre del 2014, Hong Kong fue el principal destino de las ventas externas de joyas y bisutería japonesas, al concentrar el 39,7% del mercado, lo que representó JPY59.682 millones (USD565,49 millones). Le siguieron Suiza, con JPY52.314 millones (USD495,6 millones); Australia, con JPY17.158 millones (USD162,5 millones); Taiwán, con JPY4.858 millones (USD46 millones) y EE UU, con JPY3.934 millones (USD37,2 millones), según las estimaciones de **Legiscomex.com**.

Gráfica 5: Principales destinos de las exportaciones de joyas y bisutería de Japón, 2014



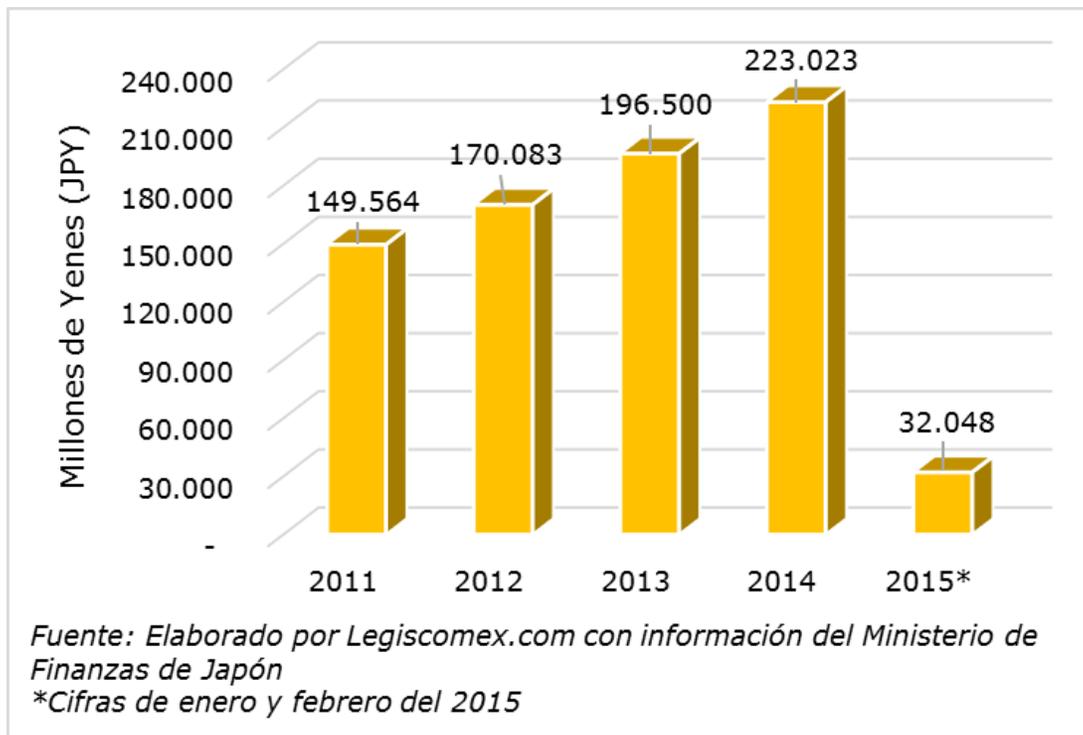
Importaciones

De acuerdo con las cifras publicadas por el Ministerio de Finanzas de Japón, en los dos primeros meses del 2015 las importaciones de joyas y artículos de bisutería de este país asiático sumaron 32.048 millones de yenes (JPY), es decir USD217 millones, según la conversión con una tasa promedio de 0,00845714 JPY/USD para el 2015, según cálculos de Legiscomex.com.

Para el 2014, las compras en el exterior de artículos de joyería y bisutería totalizaron en JPY223.023 millones (USD2.113,1 millones, con una tasa de cambio promedio de 0,009475 JPY/USD para ese año). Las importaciones presentaron un crecimiento del 13,5%, en comparación con el año anterior, cuando se registraron compras por JPY196.500 millones (USD2.019 millones, con una tasa de cambio promedio de 0,010275 JPY/USD para el 2013).

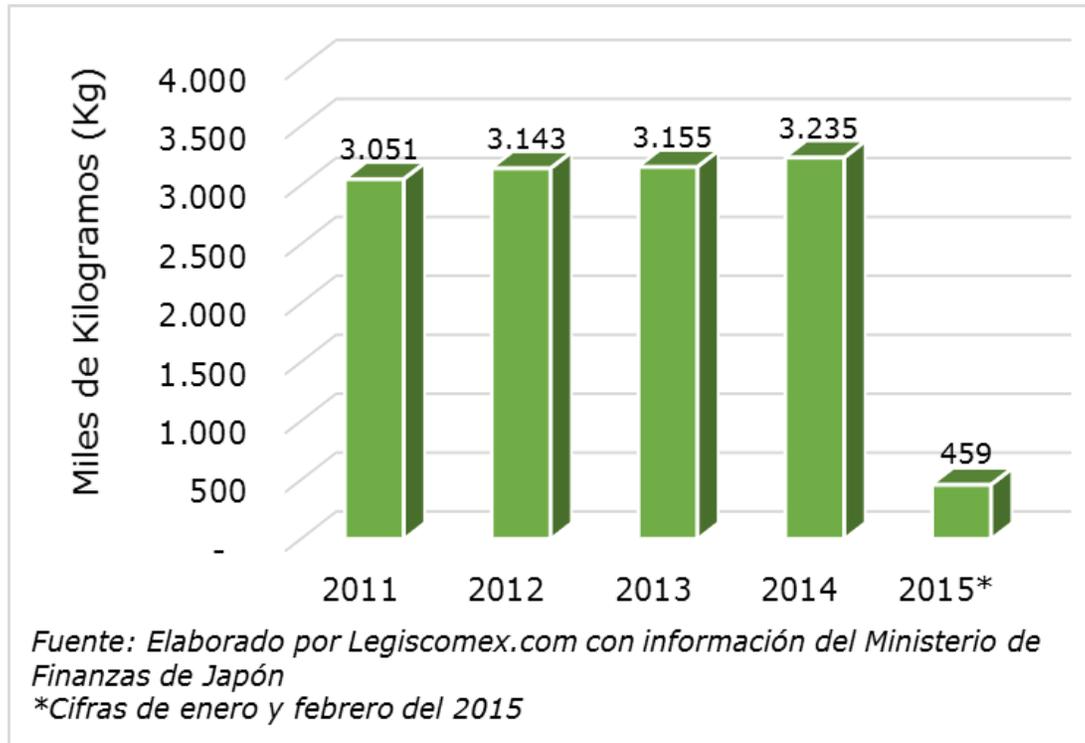
De igual forma, las importaciones registraron un crecimiento promedio anual del 14,2%, entre el 2011 y 2014.

Gráfica 6: Evolución de las importaciones de joyería y bisutería de Japón, 2011 – 2015*



En los dos primeros meses del 2015, Japón importó un total de 459.305 kilogramos (Kg) de productos pertenecientes al sector de joyería y bisutería. Para el 2014, el país nipón obtuvo compras externas por 3,23 millones de kilogramos (JPY223.023 millones) de productos de este sector, lo que significó un crecimiento del 2,5% en comparación con el volumen adquirido en el exterior durante el 2013. Así mismo, las compras en volumen presentaron un crecimiento promedio anual del 2%, durante los cuatro últimos años, según cálculos de **Legiscomex.com**.

Gráfica 7: Evolución de las importaciones de joyería y bisutería en Japón, en kilogramos



En el 2014, los artículos de joyería y sus partes de los demás metales preciosos fueron los productos más comprados en el exterior, con JPY166.981 millones (USD1.582 millones), lo que representó el 74,9% del total de las importaciones de este sector..

Le siguieron los demás de bisutería de metal común, con JPY22.005 millones (USD208,5 millones); artículos de joyería y sus partes de plata, con JPY17.358 millones (USD164,5 millones); los demás de bisutería, con JPY10.414 millones (USD98,7 millones) y las manufacturas de piedras preciosas o semipreciosas, con JPY4.731 millones (USD44,8 millones).

Tabla 6: Importaciones de joyas y bisutería de Japón por posición arancelaria, 2014

Partida arancelaria	Descripción de la posición arancelaria	Millones de yenes (JPY)	Millones de USD	Participación en yenes (%)
7113.19	Artículos de joyería y sus partes de los demás metales preciosos, incluso revestidos o no o chapado de metal precioso	166.981	1.582,1	74,9%

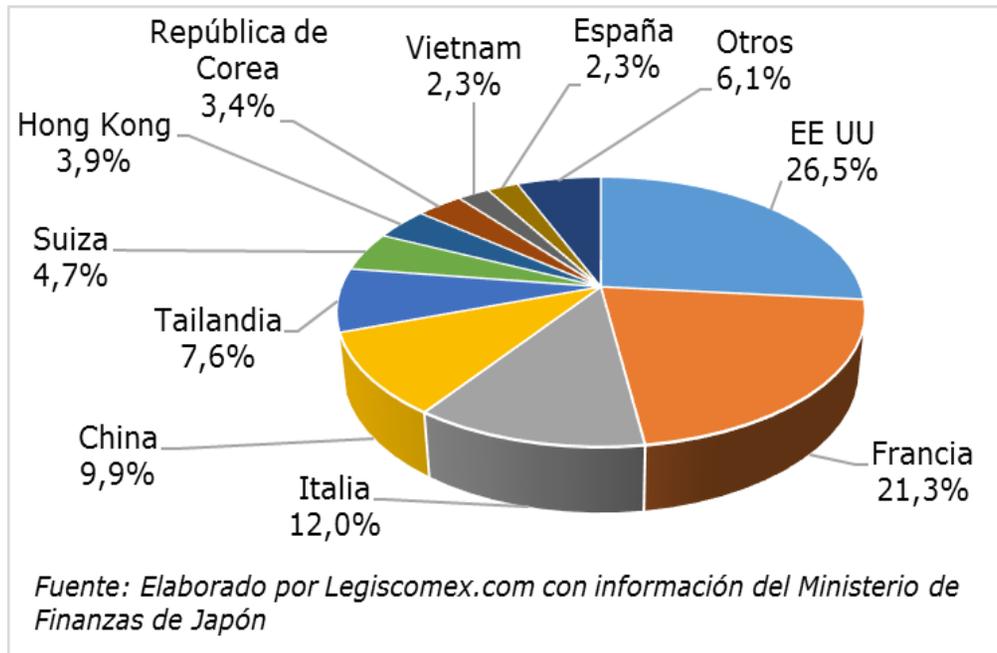
Inteligencia de Mercados – Estudio de joyas y bisutería en Japón

Partida arancelaria	Descripción de la posición arancelaria	Millones de yenes (JPY)	Millones de USD	Participación en yenes (%)
7117.19	Los demás de bisutería de metal común, sea o no chapado de metal precioso	22.005	208,5	9,9%
7113.11	Artículos de joyería y sus partes de plata, o no revestidos o chapados de otros metales preciosos	17.358	164,5	7,8%
7117.90	Los demás de bisutería	10.414	98,7	4,7%
7116.20	Manufacturas de piedras preciosas o semipreciosas (naturales, sintéticas o reconstituidas)	4.731	44,8	2,1%
7116.10	Manufacturas de perlas finas o cultivadas	1.027	9,7	0,5%
7117.11	Gemelos y pasadores	347	3,3	0,16%
7113.20	Artículos de joyería y sus partes de metales comunes chapados de metales preciosos	159	1,5	0,071%
Total		223.023	2.113,1	100%

Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información del Ministerio de Finanzas de Japón

Para el 2014, EE UU fue el principal proveedor de joyería y bisutería de Japón al concentrar el 26,5% del total del mercado, equivalente a JPY59.132 millones (USD560,2 millones). Le siguieron Francia, con JPY47.425 millones (USD449,3 millones); Italia, con JPY26.739 millones (USD253,3 millones); China, con JPY22.033 millones (USD208,7 millones) y Tailandia, con JPY16.973 millones (USD160,8 millones). Este grupo de países concentró el 77,3% de las ventas al país nipón.

Gráfica 8: Principales proveedores de joyería y bisutería de Japón, 2014



Acceso al mercado

Para acceder al mercado japonés, es indispensable considerar las barreras no arancelarias que impone el Gobierno nipón, estas hacen referencia a las normas que deben cumplir los productos para poder comercializarse en el mercado.

Estos requisitos son supervisados por el Ministerio de Economía, Comercio e Industria de Japón (METI), el cual se encarga de establecer las normas de homologación y algunos requisitos técnicos que deben tener las mercancías, en este caso las joyas y artículos de bisutería.

Existen dos tipos de normas de homologación:

- **Homologación voluntaria:** No es obligatorio tenerla para realizar el proceso de importación, pero se usa como herramienta para garantizar el nivel de calidad ante el cliente. En este punto es indispensable entender la importancia que se le da a la calidad en el mercado japonés, ya que tanto los demandantes como los oferentes suelen exigirla al momento de adquirir los bienes.

Por este motivo, las empresas nacionales tienen incluidos dentro de sus organigramas métodos de control, que deben conocer y cumplir las compañías interesadas en ingresar al país asiático.

Adicionalmente, cabe resaltar que la calidad para la población japonesa implica tres elementos fundamentales:

- **Cero defectos:** El índice de defectos debe ser del 0% en todas las etapas del proceso de fabricación, embalaje, etiquetado y en la presentación final de los

bienes, esto se debe a que si se acepta un margen de error en alguna de las fases, al final del proceso se sumarían y el índice de error total sería un porcentaje que no toleraría el cliente.

- Cero existencias: Este elemento está relacionado con el interés de las empresas por reducir al mínimo los stocks en las etapas de producción y distribución, por lo cual está estrechamente vinculado con el criterio "cero demoras".
- Cero demoras: Este criterio tiene que ver con el principio "*Just in Time*", en el que las entregas de las mercancías se deben realizar en el momento justo en que los bienes van a ser utilizados por la empresa compradora.

Las Normas Industriales de Japón (JIS, por su sigla en inglés), establecidas por el Comité de Normas Industriales son usadas para acreditar y certificar los productos industriales, exceptuando los que se encuentren regulados por leyes nacionales específicas, esta es la normativa voluntaria más conocida y que se puede aplicar a la joyería y bisutería. .

Si bien el cumplimiento de estas disposiciones es voluntario, pueden ser determinante al momento de la decisión de compra de los consumidores, por lo que la compañía que desee entrar al mercado japonés debe analizar las ventajas comerciales que se obtienen con su implementación y compararlas con el costo de su obtención.

- Homologación obligatoria: Las regulaciones de carácter obligatorio establecen algunos requisitos especiales que se deben tener sobre la seguridad de las mercancías, materias primas, funcionamiento y dimensiones. Estas se aplican a productos que están relacionados con los sectores como metales, maquinaria, cristales y productos químicos, entre otros.

En cuanto a los requisitos técnicos, estos hacen referencia a las leyes sanitarias que deben cumplir los productos, estos son supervisados principalmente por las aduanas, las cuales son muy estrictas al momento de realizar las inspecciones.

Envase

Para los consumidores japoneses es de vital importancia que aquellas empresas que venden productos de joyería y bisutería tengan en cuenta que la forma en cómo se presenta cada uno de los artículos al cliente es contundente al momento de la adquisición de los bienes. Por este motivo, no solo la mercancía debe estar a la vanguardia con la moda sino también su envase, teniendo diseños creativos, llamativos y de buena calidad.

Por ejemplo, todos los empaques de productos Cartier son de color rojo y negro, tiene diseños sofisticados y van acorde con los productos que se están ofreciendo. En cuanto a los envases de Tiffany, esta empresa no solo se fija en las cajas en donde se guarda el producto sino en las bolsas donde el consumidor se lleva el artículo adquirido.

Ilustración 1: Envase de los productos Tiffany



Fuente: Tiffany Japan

Etiquetado y embalaje

Específicamente, para las joyas y artículos de bisutería no hay requisitos obligatorios en etiquetado. Sin embargo, en busca de generar una estandarización en el mercado se han establecidos algunas exigencias que regulan estos parámetros y se relacionan con lo señalado en normas con cuidado del medio del medio ambiente: “*Containers and Packaging Recycling Law*” y “*Law for Promotion Effective Utilization of Resources*”, en los casos en que se usa papel o plástico como componente para realizar las etiquetas exteriores, es obligatorio mostrar el logo del material utilizado.

Ilustración 2: Logos de materiales usados



External packaging



Individual packaging

Fuente: Jetro

Adicionalmente, algunos países tienen un distintivo en el que se muestra el contenido del metal precioso usado en los productos de joyería, este se llama “Hallmark” o sello de contraste. Si bien

Inteligencia de Mercados – Estudio de joyas y bisutería en Japón
 el indicar la cantidad del metal es voluntario, el uso de este sello es usual en el mercado de joyería en Japón.

Ilustración 3: Etiqueta Hallmark para el platino (Platino 1000)



Fuente: Jetro

De igual forma, la Asociación Japonesa de Joyería (Japan Jewellery Association) con el objetivo de instaurar un sistema de marcado para controlar la calidad estableció la Ley "Quality Marking". Este sello es revisado por la etiquetadora, la cual debe pertenecer a la asociación.

Ilustración 4: Etiqueta Quality Marking

【打刻の仕方】
 ご覧のように、材質品位・制度マーク・識別記号の順が一般的ですが、材質品位だけは左端、右端どちら側かに打刻されます。また、識別記号に代えて自社の登録されたロゴなどを打刻する場合があります。
 ※制度マークと識別記号の順は変更できません。

<例> 750 JA 9Wf

<p>【材質品位について】 表示者が打刻する「Pt900」「750」等の材質（貴金属の含有率）品位は、制度マークと識別番号からなる「品位マーク」によって保証され、品位責任の対象も明確になります。</p>	<p>【制度マーク】 識別記号は、数字・ローマ字（2文字）の3文字で構成されています。基本的には申請の際に自由に識別記号を設定できますが、重複している場合は、抽選などの方法を探る場合もあります。</p>
--	--

Fuente: Jetro

Adicionalmente, la Asociación de Joyería diseñó una "tarjeta de aviso" en donde se informa a los clientes cuáles son las posibles alergias que pueden generar los productos que se están vendiendo. Esta etiqueta tiene como objetivo crear una contramedida para la Ley de Responsabilidad de Producto (PL, por su sigla en inglés), la que se promulgó con el fin de estipular la obligación de los fabricantes para indemnizar a los consumidores, si estos se ven afectados por las joyas.

Ilustración 5: Etiqueta de la “tarjetas de aviso”



- Depending on your health conditions, you may experience itchiness or rashes. If you find any abnormality with your skin, please stop using the product and contact a medical specialist.
- Please take off your jewelry when engaging in physical labor, active sports, or when sleeping, taking care of infants since it may cause harm to the human body.
- Please do not wear jewelry such as earrings at places of high temperature such as a sauna, or of extremely low temperature such as a ski resort, since it may cause a burn injury or frostbite.

Fuente: Jetro

Normativa

La compra en el exterior de joyería y bisutería no tiene ningún tipo de restricción legal, sin embargo, algunas materias primas como el coral o el marfil, usadas para la elaboración de estos productos, pueden tener restricciones al momento de ser importadas a causa de las normas establecidas en la Convención de Washington (Convención sobre Comercio Internacional de Especies de Flora y Fauna Salvaje en Peligro de Extinción, conocidas como CITES).

Adicionalmente, existe la Ley de Tarifas Arancelarias japonesa (Customs Tariff Law) publicada por la Aduana de este país, la cual prohíbe la compra en el exterior de piezas falsificadas que violan los derechos de propiedad intelectual como marca o diseño.

El arancel que se le fija a cada una de las posiciones manejadas en este estudio puede tener dos tasas diferentes, una es la “General” que se aplica a todos los países que no integran la Organización Mundial de Comercio (OMC) y la otra es la “WTO” la cual se implementa para aquellas naciones que se encuentran regidos bajo las normas de la OMC, estas tarifas se encuentran a continuación:

Tabla 7: Tarifas arancelarias por posición

Posición arancelaria	Descripción de la posición	Arancel	
		General	WTO
711311000	Artículos de joyería y sus partes de plata, o no revestidos o chapados de otros metales preciosos	6.2%	5.2%
711319010	Artículos de joyería y sus partes de los demás metales preciosos de platino, o no chapado o revestido de otro metal precioso	6.2%	5.2%

Inteligencia de Mercados – Estudio de joyas y bisutería en Japón

Posición arancelaria	Descripción de la posición	Arancel	
		General	WTO
	Los demás artículos de joyería y sus partes de los demás metales preciosos incluso revestidos o no o chapado o revestido de otro metal precioso	6.6%	5.4%
711320000	Artículos de joyería y sus partes de metales comunes chapados de metales preciosos	6.6%	5.4%
711610000	Manufacturas de perlas finas o cultivadas	6.2%	5.2%
711620100	Manufacturas de piedras preciosas o semipreciosas para los propósitos de laboratorio o industriales	3%	2.5%
	Las demás manufacturas de piedras preciosas o semipreciosas	6.2%	5.2%
711711010	Gemelos y pasadores hechos de metal plateado o combinado con metal o coral	6.6%	5.4%
711711020	Los demás gemelos y pasadores	6.4%	5.3%
711719010	Los demás de bisutería de metal común, chapado de metal precioso	5.6%	3.7%
711719090	Los demás de bisutería de metal común, no chapado de metal precioso	5.6%	3.7%
711790010	Los demás de bisutería por lo menos con dos materiales	12.5%	10%
711790021	Los demás de bisutería por lo menos con dos materiales de las maderas	3.2%	2.7%
711790022	Los demás de bisutería por lo menos con dos materiales, de marfil, de hueso, de concha de tortuga, cuerno, de cuernos, de coral, de la madre-de-perla o de las demás materias animales para tallar	5.5%	5%
	Los demás de los demás de bisutería por lo menos con dos materiales	5.5%	5%

Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información la Aduana de Japón

En cuanto a la normativa que se vincula con la venta de joyería, no existe una en específica, exceptuando la que tiene que ver con los materiales de las etiquetas que se mencionó anteriormente. Adicionalmente, en Japón cualquier producto que se comercialice está sujeto al Impuesto sobre las Ventas (IVA); según el primer ministro nipón, Shinzo Abe, el IVA se mantendrá a una tasa del 8%, hasta abril del 2017.

Documentos de exportación

Según la Guía para Exportar a Japón publicada por Jetro, los documentos que son necesarios para vender joyas y bisutería al país asiático son los siguientes:

- Factura comercial: Debe redactarse en inglés o japonés, expedir el número de copias que solicite el importador y dejar un original para la aduana. Además de la información básica dentro de este documento se debe incluir el país de origen, el peso neto y bruto, el número de paquetes, el número y fecha de pedido.
- Conocimiento de embarque o carta de porte aéreo
- Lista de embarque
- Certificado de póliza de seguro: En el caso en que el exportador sea el responsable.
- Documentos bancarios
- Certificado de origen: Solo se expide si es necesario, el que se le presenta a la aduana japonesa debe ser el original ya que esta entidad no acepta fotocopias.
- Documento que certifica el cumplimiento de la Convención de Washington: Este también debe ser el original.

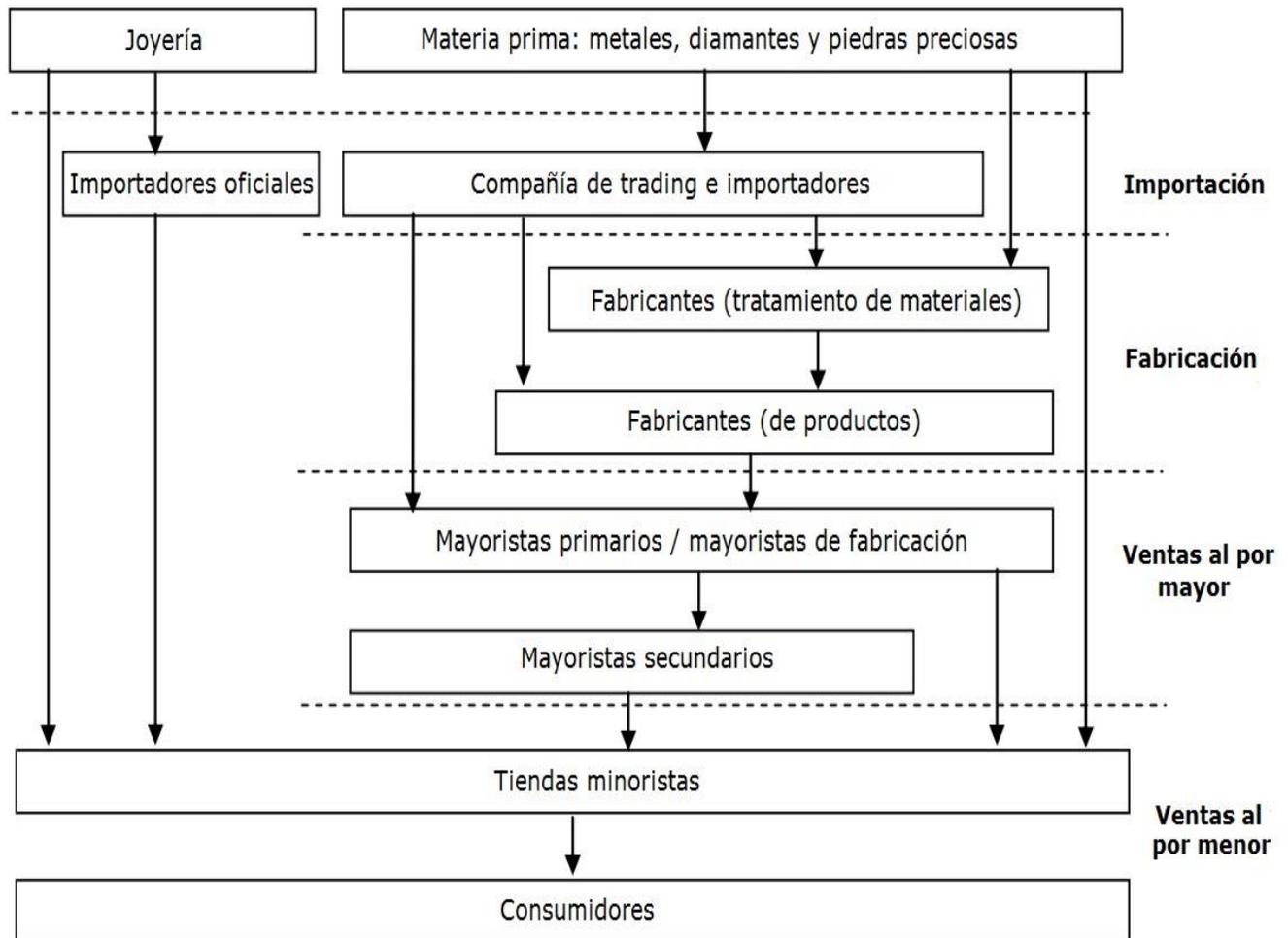
Se recomienda siempre enviar una copia de todos los documentos por vía correo al importador o agente de aduana según corresponda. Adicionalmente, se debe tener en cuenta que la comunicación, tanto oral como escrita, es un ítem importante para tener éxito o fracaso en el proceso de exportación al país nipón.

Canales de distribución y comercialización

La cadena de suministro de joyas y bisutería en el país nipón está compuesta por fabricantes, mayoristas y minoristas, quienes en su mayoría están constituidos por pequeñas y medianas empresas. Debido a que ninguno de los participantes anteriormente mencionados domina el mercado, "la estructura de distribución es compleja como consecuencia de que no hay una empresa líder", según lo publicado por Organización de Comercio Exterior de Japón (Jetro) en la Guía de mercado de Joyas.

Japón cuenta con alrededor de 30.000 tiendas minoristas que se dedican a la comercialización de joyería y bisutería, estas se encuentran divididas en cuatro tipos de negocios: almacenes independientes, centros comerciales, fabricantes y mayoristas y otros tipos de negocios como empresas de venta por catálogo, cosmética y tiendas de ropa.

Ilustración 6: Modelo de comercialización de la joyería en Japón



Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información de la (Jetro)

En la actualidad, las ventas en grandes almacenes se encuentran estancadas, por este motivo los grandes almacenes ahora compran las joyas directamente de los proveedores extranjeros, evitando la intervención de los mayoristas y buscando ofrecer productos con costos inferiores.

Mientras que las ventas por catálogo presentaron un crecimiento, especialmente aquellas que se dan a través de Internet, esto es resultado de que los consumidores están más abiertos a las compras en línea y que las mujeres que tienen entre 30 y 40 años, cada vez están más integradas en el mundo laboral y tienen menos tiempo para dedicar a las compras.

Importadores y distribuidores de joyas y bisutería en Japón

Legiscomex.com relaciona los principales importadores y distribuidores de joyas y artículos de bisutería, según la Organización de Comercio Exterior de Japón (Jetro).

Tabla 8: Principales importadores y distribuidores de joyas y artículos de bisutería en Japón

Empresa	Teléfono	Sitio Web
Japan Jewellery Association	+81-3-3835-8567	http://www.jja.ne.jp
Association of Gemmological Laboratories Japan	+81-3-3835-8267	http://www.agl.jp
Platinum Guild International	+81-3-3597-0254	http://www.preciousplatinum.com
JTC, Inc. (Jewelry Trade Center)	+81-3-3862-5600	http://www.jtc-japan.co.jp
Japan Re-jewelry Council	+81-3-6806-0013	http://www.re-jewelry.net

Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información de Jetro

Marcas

Legiscomex.com identificó algunas de las marcas que se encuentran presentes en el mercado japonés de joyas y artículos de bisutería.

Tabla 9: Marcas de joyas y artículos de bisutería presentes en Japón

Nombre de empresa	Sitio Web	Origen
Cartier	http://www.cartier.jp/	Francia
Tiffany	http://www.tiffany.co.jp/	EE UU
Bulgari	http://www.bulgari.com/es-br/	Italia
Jewelry Tsutsumi	http://www.tsutsumi.co.jp/	Japón
SuJapón Joyería	http://www.joyeriasujapon.es/	Japón

Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información de Jetro

Ferías

Durante el año en Japón se celebran varias ferias que tienen como objetivo promocionar las joyas y bisutería y brindar un espacio para que se den las reuniones de negocios.

Legiscomex.com te presenta las principales ferias que se dan de este sector en el país nipón:

Tabla 10: Exposiciones y ferias del sector joyero en Japón

Feria	Ciudad	Fecha	Periodicidad	Sitio Web
International Jewellery Tokyo	Tokyo	Enero	Anual	www.ijt.jp
Japan Jewellery Fair	Tokyo	Septiembre	Anual	www.japanjewelleryfair.com
Kofu Jewelry Fair	Kofu, Yamanashi	Abril	Anual	www.kjf.jp
Tokyo International Gift Show	Tokyo	Febrero y Septiembre	Semestral	www.giftshow.co.jp
International Jewellery Kobe	Kobe, Hyogo	Mayo	Anual	www.ijk-fair.jp
JFW International Fashion Fair	Tokyo	Enero y Julio	Semestral	www.senken-ex.com/iff/index.php

Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información de Jetro

Precios

Para establecer el precio de los productos se deben tener en cuenta algunos elementos como:

- El número de intermediarios que participan en el canal de comercialización, ya que entre más simple y corto sea este proceso, los márgenes de intermediarios pueden disminuir en mayor cantidad y de esta forma reducir el precio de venta final.
- No existe un sistema estándar de fijación de precios, debido a que los márgenes se establecen según el tipo de contrato, el valor de este y el tipo de relación que hay entre las partes.

Cabe resaltar que el valor añadido puede variar según los participantes que intervienen en el sistema de distribución:

- Entre 15-35%: es el margen común y se establece cuando el bien pasa del importador al mayorista y de éste último a otro intermediario en el proceso de distribución.
- Entre el 10-20%: se da para las operaciones horizontales, es decir que los productos pasan de un distribuidor a su competidor.
- El 30%: se establece cuando el vendedor debe pagar un porcentaje de las ventas como garantía. Por este motivo, en algunos casos los minoristas establecen el valor añadido en un 40%, con el objetivo de que las ventas sean rentables.

Tabla 11: Precios de joyas y artículos e bisutería en Japón

Anillo de diamantes Oro blanco 18 quilates	Disco pequeño Oro 18 quilates	Gemelos de avión Plata de ley -
		
<p>JPY329.400 - USD3.211,1</p>	<p>JPY77.760 - USD758,05</p>	<p>JPY44.820 - USD436,9</p>
Colgante de diamantes Oro amarillo 18 quilates	Anillo de diamantes Oro rosa - Armonía 18 quilates	Pulsera de perla Oro 18 quilates
		
<p>JPY356.400 - USD3.474,4</p>	<p>JPY270.000 - USD2.632,1</p>	<p>JPY63.720 - USD621,1</p>
Pendientes de hoja de oliva de diamantes Oro 18 quilates	Colgante Amar Corazón Entrelazado Plata esterlina 18 quilates	Pendientes hoja de olivo gota Topacio azul 18 quilates
		
<p>JPY126.360 - USD1.231,8</p>	<p>JPY37.260 - USD363,2</p>	<p>JPY112.320 - USD1.094,9</p>

Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información de Tiffany & Co