

2. Caracterización do sector da xoiería I

I 2. CONCLUSIÓNS DA CARACTERIZACIÓN DO SECTOR DA XOIERÍA

Este aspecto xa está recollido no estudo anterior: “Aproximación ó sector da xoiería en Galicia”, polo que únicamente esbozaremos unhas someras conclusións.

No anterior estudo: “Aproximación ó sector da xoiería en Galicia”, desenvólviase dun xeito pormenorizado o epígrafe presente. A pesar diso, introducimos unhas conclusións ampliadas ao respecto no xa mencionado estudo.

S
N
Ó
I
S
U
L
C
N
O
C

CARACTERIZACIÓN DO SECTOR

- O sector da xoiería e bixutería está integrado, en España, por unhas 20.000 empresas, nas que se inclúen fabricantes, comerciantes polo miúdo, comerciantes por xunto e exportadores. As empresas fabricantes acadan un total de 3.222.
- Cataluña, cun 28% das empresas, seguida por Madrid e Valencia, cun 18% e un 13 % respectivamente, son as comunidades que contan cun maior número de empresas do sector. Os factores explicativos desta distribución son os elevados niveis de renda que posúen, así como a gran concentración de poboación que teñen.
- En canto ao número de empresas produtoras, a zona de Andalucía destaca sobre o resto, cun 32%, motivado pola tradición deste sector, sobre todo na provincia de Córdoba. Cataluña (21%) e Madrid (15%) sitúanse en segundo e terceiro lugar, respectivamente, en canto ao número de empresas produtoras. Galicia, en termos xerais, non conta cunha elevada representación en número de empresas (4%), aínda que destaca significativamente no número de empresas dedicadas á alta xoiería, así como o recoñecido prestixio que teñen tanto a nivel nacional como internacional.
- O sector xera un volume de emprego directo de 200.000 persoas e indirecto de 175.000.

CARACTERIZACIÓN DO SECTOR

- O valor da produción nacional no último ano situouse en 1.615 millóns de euros, mentres que o consumo acadou un valor de 3.000 millóns de euros. A nivel nacional, estase a producir unha recuperación tanto da produción como do consumo, motivado sobre todo pola apertura cara a mercados exteriores, onde a evolución das vendas no último ano experimentou un crecemento próximo ao 5%. A xoiaría en Galicia, pola contra, continúa nun proceso de crise, motivado principalmente pola baixa taxa de innovación das empresas produtoras, así como pola súa reducida presenza en mercados internacionais.
- O tecido empresarial xoieiro en Galicia mostra certo descontento coa situación actual ao ser considerado como un sector dentro do sector das industrias manufactureiras diversas.
- O gremio xoieiro pretende ser considerado como un sector de pleno dereito, e desta forma poder negociar un convenio colectivo propio, xa que na actualidade comparte convenio coa industria do metal; igualmente, facilitaríase o proceso de colexiación dos integrantes do gremio, como xa está ocorrendo noutras comunidades autónomas (Cataluña).

SITUACIÓN DO SECTOR NA UE E POSICIÓN ESPAÑOLA

- O principal país produtor da UE é Italia cun 75% do total da produción, seguido de lonxe por Alemaña 7%, Francia e España cun 5%.
- Os principais provedores da UE son EEUU e Suíza.
- As vendas aos países da UE mantiveron un comportamento dinámico nos últimos anos, aínda que se constata a tendencia a realizar importacións doutros países para a súa posterior venda.

A capacidade comercial española débese a varios factores:

- Valor engadido das pezas de xoiería (deseño).
- Calidade e acabado.
- Relacións calidade-prezo coherente e equilibrada cos diferentes mercados internacionais .

FORZAS COMPETITIVAS RELEVANTES E FACTORES CLAVES DE ÉXITO

- O sector da xoiería español e galego continúa a se caracterizar pola reducida dimensión media do seu tecido empresarial, existindo aínda un elevado número de centros produtivos de carácter artesanal, ao que se engade a considerable incidencia da economía somerxida.
- Seguindo coa produción do sector, cabe destacar que os procedementos que este segue son tradicionais, de maneira que o 74% dos fabricantes realizan pezas por procedementos semiautomatizados e manuais. Así mesmo, o 70% dos fabricantes utilizan a microfusión e un 43% utiliza outros procedementos mecanizados (pulido, acabados, etc.).
- En canto á especialización destas empresas, a gran maioría enfoca a súa actividade na fabricación de produtos rematados, concretamente o 70%. Mentres que o 28% realiza tarefas de montaxe e terminación de produtos semielaborados, por último, o 2% dedícase ao produto semiacabado (engaste, gravados, etc.).
- Crecente penetración de artigos importados moi competitivos e a baixa diferenciación de produtos.
- No ámbito da alta xoiería a rivalidade entre os operadores seguiu manifestando no desenvolvemento de estratexias de marketing tendentes a reforzar a imaxe de calidade e marca dos produtos, e ampliar as redes propias de puntos de venda, poñendo tamén especial interese na apertura de mercados exteriores.

FORZAS COMPETITIVAS RELEVANTES E FACTORES CLAVES DE ÉXITO

- Progresiva introdución de novas marcas importadas, sobre todo de economías emerxentes do sureste asiático no caso de artigos de gama baixa, e de países da UE, no caso de produtos de gama media e alta.
- Crecente ameaza de produtos substitutivos que provén de artigos elaborados con materiais alternativos coma o plástico, madeira ou vidro.
- Nos segmentos de xoiaría media e alta a existencia de redes de tendas propias dos fabricantes limita notablemente a capacidade negociadora dos clientes, mentres que nos segmentos de xoiaría comercial e bixutería a amplitude da oferta de artigos pouco diferenciados e o elevado peso das grandes superficies como puntos de venda sitúan os fabricantes nunha posición de maior desvantaxe respecto ás canles de distribución.
- En canto aos provedores, a maior parte das vendas de ouro, prata e platino no mercado nacional canalízase a través da Sociedad Española de Metales Preciosos (SEPMSA), oscilando o custo de adquisición da materia prima en función da cotización dos metais nos mercados internacionais.
- Os resultados do comercio exterior de materias primas no ano 2001 mostran un claro descenso das exportacións e estabilidade nas importacións. Desta forma, as exportacións, cun valor de 164.923 mil euros, diminuíron nun 17,3% con respecto ao ano 2000. Por outro lado, as importacións de materias primas experimentaron un descenso lixeiramente inferior ao das exportacións do 4%, pasando de 815.124 a 783.729 mil euros.
- En canto aos países clientes e provedores de España de materias primas, cabe destacar a elevada concentración que existe, sobre todo no caso das exportacións, acadando o 97,5% para os 10 primeiros países clientes. Os

países que concentran as exportacións españolas son, nesta orde, Portugal, Francia, Italia e Suíza. Así mesmo, obsérvase unha concentración similar no caso de países importadores, xa que os 10 primeiros países concentran o 94,4%, destacando Suíza, Reino Unido e Alemaña.

- Nos últimos anos intensificáronse os procesos de asociación a grupos de compra por parte dos fabricantes, co fin de obter mellores condicións comerciais nos seus aprovisionamentos.
- A xoiería galega presenta unha falta de dinamismo e innovación, así como de adaptación de maquinaria e novas tecnoloxías, o que orixina a crise pola que actualmente está a pasar o sector.

AVALIACIÓN DA ACTIVIDADE E CICLO DE VIDA DOS PRODUTOS

- As exportacións de xoiería no ano 2001 acadaron a cifra de 226.450 mil euros, o que significa un aumento do 4,6% respecto ao ano anterior. A xoiería en ouro é o produto que maior nivel de vendas tivo no exterior, cun 72,3%; estas vendas foron acompañadas dunha evolución positiva do 6,1% con respecto ao ano anterior. Porén, é a ourivería a que presenta un maior aumento no nivel de vendas con respecto ao ano anterior, cun incremento do 25,4%.
- As importacións totais da xoiería no ano 2001 acadaron un valor de 221.575 mil euros, o que supón un aumento próximo ao 1%. Por produtos, a xoiería en ouro segue a ser o principal produto español en canto ás importacións, cun 77%, acadando unha taxa de incremento do 1,6% respecto ao ano anterior, pero é a xoiería de chapados (xoiería automatizada), cun 13,1% de incremento, a tipoloxía de xoiería cun maior incremento nas importacións, seguida da xoiería en prata, cun 6,1%.

AVALIACIÓN DA ACTIVIDADE E CICLO DE VIDA DOS PRODUTOS

- Os principais mercados da xoiaría española son os países da UE (Francia, Portugal, Reino Unido, etc.), así como EEUU, Suíza e Xapón.
- Os principais provedores de España son os italianos, cunha cota do 54,7% (en descenso fronte a anos anteriores), seguidos por Francia (13,6%) e Tailandia (4,7%).
- O produto máis fabricado a nivel nacional é a xoiaría en ouro, con ou sen pedras, cun peso sobre as vendas dun 89%.
- Practicamente todos os produtos ofrecidos polo sector encóntranse na etapa de madurez ou declive; o resto están nunha fase de rehabilitación. Destaca a relativa falta de innovación de novos produtos.

ANÁLISE DA COMERCIALIZACIÓN DA XOIERÍA

- A distribución de xoiaría realízase a través de medios tradicionais (comerciantes polo miúdo, comerciantes por xunto e axentes comerciais).
- Hai que destacar que os tres axentes principais aos que os fabricantes fan chegar os seus produtos son, cun 49%, os comerciantes por xunto e almacenistas, mentres que o 43% fano a través de establecementos vinculados a eles mesmos, ben sexa por propiedade, franquía ou por acordos preferentes. Por último, o 41% vende a comerciantes polo miúdo a través de axentes comerciais.
- As empresas organizan as súas redes de vendas baseándose en axentes comerciais ou viaxantes.
- Este sector acode de forma xeneralizada a feiras, ben sexa como expositor ou como visitante.
- Na actualidade, a distribución polo miúdo de xoiaría está representada por cerca de 14.000 establecementos. Estes comercios sitúanse, maioritariamente a pé de rúa (un

96%), mentres que o resto están en centros e galerías comerciais. A distribución polo miúdo xera un volume de emprego próximo ás 28.000 persoas, resultando unha media de 2 persoas por local; ademais, a superficie media dos establecementos é duns 40 m². O 95,5% dos establecementos son independentes, mentres que un 1,8% son franquías e o 1,7% restante son sucursais.

- Os comercios especializados na alta xoiería son os que presentan uns niveis de facturación maiores (360 mil euros), seguidos da xoiería media (180 mil euros) e a xoiería comercial e bixutería (120 mil euros).
- As pezas máis vendidas son as de ouro, con ou sen pedras, cun nivel próximo ao 90%.

PERSPECTIVAS: ANÁLISE DAS AMEAZAS-OPORTUNIDADES E PREVISIÓNS

- As previsións de evolución do mercado de xoiería e bixutería apuntan cara á obtención dun crecemento de entre o 3% e o 5% nos próximos anos.
- Favorecerase a xoiería media-alta, fronte á comercial e bixutería.
- Ameaza pola tendencia á alza no prezo do ouro iniciada en 1999.

