

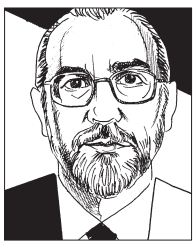
ART & VALUE

WIDE JEWELLERY WORLD

CON PINZAS Y LUPA

NEGOCIO

Anadie se le escapa el auge que la industria de la hostelería ha experimentado en España en los últimos años. Programas y concursos de televisión



ENRIQUE OROZCO

promocionando la cocina, famosos en sus casas mostrando sus vanguardistas fogones y la maña que se dan y lo bien que se lo pasan preparando exquisiteces, escuelas de hostelería a tope de alumnos, locales nuevos con todo tipo de oferta gastronómica... En verano, sobre todo, se hace notar si tenemos la intención de cenar o tomar unas copas en una terraza o local de moda al fresquito.

La cosa se complica aún más si se trata de un lugar costero. Se puede recorrer un paseo marítimo de arriba abajo sin encontrar una mesa libre, y mira que hay bares. No es difícil ver discusiones por la posesión de una silla o la prioridad en el servicio de un plato de calamares mientras nuestros oídos soportan los sonidos de un desafinado acordeón y nos asaltan vendedores ambulantes invitándonos a regatear precios sobre su variada mercancía.

El populismo de algunos ayuntamientos ha propiciado el auge del top manta haciendo omisión de la competencia desleal que supone frente al comercio legal fritito a impuestos y el caldo gordo a las mafias que explotan a los pobres desgraciados que se buscan la vida como pueden.

Y qué pasa con la joyería? Pues que nos daríamos con un canto en los dientes si algunas migajas de este volumen de negocio fuese a parar a nuestros sufridos establecimientos. Cuando el sol sale lo hace para todos y si mejora la economía del ciudadano medio se hace notar en todos los sectores. En uno más que en otros y desgraciadamente en el nuestro es poca la repercusión. Mientras tanto, los que seguimos en la brecha soñamos con ver a las puertas de nuestras tiendas gente haciendo cola y entre los clientes que están dentro discusiones sobre quien pidió primero esa sortija con un brillante o ese reloj de oro del que solo queda un ejemplar.

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

Pongámonos manos a la obra

Descubrimos con tristeza que no sólo las principales potencias nos aventajan en compra de joyas, sino también nuestros vecinos mediterráneos. ¿Qué hacemos para invertir la tendencia?

En el mes de junio apareció en este Periódico un artículo que se titulaba: "Cada español gasta diez veces menos en joyería que un norteamericano". Este titular me llamó enormemente la atención. Lo leí con detenimiento y cuál sería mi sorpresa -o no- que no solamente Estados Unidos, China, India, Japón y Rusia nos ganan con creces en gasto joyero, sino que nos aventajan hasta nuestros vecinos mediterráneos, los italianos en adquisición de joyas, los franceses y ¡ajo! los holandeses en la compra de relojes.

¿Qué nos ha pasado? ¿Por qué no hemos sabido hacer buen marketing para crear, ya no la necesidad, sino al menos despertar el apetito para comprar una joya? Y no me sirve la excusa de que se gasta el dinero en viajes, porque me consta que los italianos viajan también y mucho.

Tampoco me sirve el argumento del miedo a los robos porque un bolso de Vuitton o de Loewe se roba todavía con más facilidad que una joya. ¿Por qué aceptamos sin más que desde el papel *cuché* prediquen con insistencia que la verdadera elegancia consiste en no llevar una joya? ¿Por qué no hacemos nada para cambiar esa tendencia?

Los tasadores comprobamos una y otra vez -con pena- que las personas quieren tasar sus joyas heredadas, no para conservarlas, sino simplemente para deshacer-



VISITANOS EN NUESTRO STAND DE MADRIDJOYA (10H17) Y EN LA FERIA IBERJOYA FOREVER

se de ellas. Podrían restaurarlas o modernizarlas y llevar con orgullo y cariño ese recuerdo de la tía o de la abuela. Pero no, nos explican que ellos no están acostumbrados a llevar joyas y quieren convertirlas en dinero y no siempre movidos por un imperativo económico.

¿Por qué no somos capaces de dar con un eslogan como el famoso "Un diamante es para siempre" de De Beers, que convirtió a todo un país como Japón en fieles compradores de alianzas sin haber existido jamás esta tradición entre ellos?

¿No sería posible recuperar este mercado perdido por desidia o por falta de unidad y comunicación?

Expliquémosle al consumidor la belleza y elegancia de una joya, apoyemos las joyas de autor, diseños contemporáneos que ante todo interesan al público joven. Expliquemos la diferencia entre joya y bisutería, sin caer en la tentación de venderla como una inversión pura y dura, pero sí haciendo hincapié en el hecho de que siempre les quedará un valor residual, que ninguna bisutería, ningún bolso y ningún zapato les aportará.

Descubramos nuevamente el mensaje de una joya, su valor emocional.

Soy por naturaleza optimista y creo que tenemos la capacidad, si no de ponernos por delante, al menos de competir en igualdad de condiciones con el mercado italiano. Al fin y al cabo compartimos una civilización y una idiosincrasia similares.

Despertemos y pongámonos manos a la obra antes de que otros lo hagan por nosotros.

Erika Junglewitz es la presidenta de la AETA.

● Curso HRD / Diamante Tallado

Del 26-09 al 09-10-2016 **¡ÚLTIMAS PLAZAS!**

12 días de clases intensivas aprendiendo a identificar y clasificar diamantes con teoría y práctica. Aprenderán a evaluar las cuatro Cs de un diamante con microscopio y Lupa 10X, adquiriendo conocimientos sobre sus imitaciones más comunes y como detectarlas, además de estudiar los síntesis y los tratamientos. Tras completar el curso y una vez haber realizado y aprobado un examen teórico y práctico el estudiante recibe el diploma:

HRD Antwerp CERTIFIED DIAMOND GRADER

● Jornada sobre Diamante Sintético

11.10.2016 / Impartida por el HRD

CURSOS AETA

● Tasación de Alhajas 2016/2017

150 horas / Matrícula abierta

Impartido por los creadores de esta enseñanza en España. Clases intensivas y presenciales, Impartidas en 8 módulos a 18/20 horas en fines de semana **desde Octubre 2016 hasta Junio 2017**. Titulación propia de la Asociación Española de Tasadores de Alhajas.

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

Información: +34 915 596 866 | Email: informa@asoctasadoresjoyas.com