



PAINEL SETORIAL - INMETRO

Teor de Cádmio e Chumbo em Joias e Bijuterias

HÉCLITON SANTINI HENRIQUES

PRESIDENTE DO IBGM

Xerém, 01/10/2014

O que é e qual a Missão do IBGM

O Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos é uma entidade nacional, de direito privado, sem fins lucrativos, criada em 1977 com o objetivo de representar toda a cadeia produtiva do Setor de Gemas, Joias e Bijuterias. Em sua estrutura básica, o Instituto conta com os Conselhos de Administração e Fiscal, composto por empresários do Setor, uma Diretoria Executiva Profissional e com cerca de 30 colaboradores, entre São Paulo e a sede em Brasília. Funciona como uma verdadeira Confederação, ao reunir 18 entidades de classe estaduais e nacionais, ligadas à sua cadeia produtiva.

Representar, mobilizar, integrar, desenvolver e promover todos os segmentos da Cadeia Produtiva de Gemas, Joias, Bijuterias e Relógios, harmonizando seus interesses e promovendo a transferência de conhecimento, a confiança e a apreciação de seus produtos pelos consumidores.

CONCEITUAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA DE GEMAS, JÓIAS E BIJUTERIAS

Os elos da Cadeia compreendem desde a extração mineral, a indústria de lapidação, artefatos de pedras, a indústria joalheira e de folheados, bijuterias, insumos, matérias primas e as máquinas e equipamentos usados no processo de produção, além das estratégias de marketing e a incorporação do design nos produtos.

“da mina ao consumidor final”

ÁREAS ESTRATÉGICAS de ATUAÇÃO do BGM

Ambiente interno às empresas: capacitação e melhoria da competitividade das unidades da indústria e do comércio que compõem os segmentos da Cadeia Produtiva.

Ambiente externo às empresas: promoção e melhoria das condições para a abertura e desenvolvimento dos negócios (legal, fiscal, tributário, administrativo, mercado/consumidor) e para obter tratamento adequado às especificidades dos segmentos da Cadeia Produtiva representada.

Acesso aos mercados: promoção e facilitação do acesso das empresas aos diversos canais de comercialização, no Brasil e no exterior, e na satisfação do consumidor.

MECANISMOS DE INTERVENÇÃO

Político-Institucional: defesa dos interesses dos segmentos representados

Informacional: estudos, pesquisas, estatísticas, respostas técnicas e difusão de informações.

Técnico: capacitação técnica e gerencial (cursos, consultorias, oficinas, workshops, palestras) e serviços técnicos (laboratório gemológico).

Promocional: promoção/execução ou apoio a feiras e eventos setoriais, no Brasil e no exterior, de imagem e posicionamento, e apoio à promoção direta junto ao consumidor.

BRASIL - PARTICIPAÇÃO DO SETOR NO MUNDO - 2013

11º produtor primário de ouro (80 t).

12º fabricante mundial de joias de ouro (30t);

12º país consumidor de joias de ouro (37t);

15º país fabricante de joias de prata (52 t)

2º maior fabricante de joias folheadas (11 t ouro consumidas no folheamento)

Um dos três maiores países produtores de pedras coradas, em volume.

BRASIL - MERCADO DE JOIAS DE OURO

A indústria de joalheria de ouro, de uma forma geral, tem apresentado crescente competitividade, com produtos de melhor qualidade e preços bastante competitivos, principalmente para produtos de design, incorporando a diversidade das pedras brasileiras.

O Parque Industrial é bastante diversificado. Embora os dados sejam imprecisos, estima-se que existam, atualmente, aproximadamente, 4.000 empresas. Elas estão localizadas, principalmente, em São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro.

O varejo de joias, bijuterias e relógios está presente em todas as unidades da Federação, com predominância para as micro empresas. O número de estabelecimentos comerciais está estimado em 18.000.

BRASIL - MERCADO de FOLHEADOS e BIJUTERIA

Esses segmentos têm crescido bastante nos últimos anos, devido basicamente ao aumento expressivo do preço do ouro, da forte ampliação do consumo brasileiro da classe média, à melhoria de qualidade e produtividade da indústria, da utilização de design mais ligado à moda e também como uma opção de consumo mais acessível.

As poucas estatísticas internacionais indicam que a **indústria de folheados** no Brasil alcançou o 2º lugar em 2013, ultrapassando a Coreia, ficando atrás da China. Suas exportações alcançam cerca de 10% do total mundial. A indústria possui forte concentração nos Estados de São Paulo (Limeira) e Rio Grande do Sul (Guaporé).

Embora o segmento de **Bijuterias** apresente um forte consumo, não apresenta o mesmo significado internacional do folheado, tanto na produção quanto nas exportações. É o único segmento da cadeia produtiva que apresenta balanço comercial negativo. Sua produção é bastante pulverizada, embora também apresente concentração nos estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro.

Evolução Número Estabelecimento da Cadeia Produtiva Gemas, Joias, Bijuterias e Relógios

SEGMENTOS	2010	2011	2012	2013	2013/10
Extração de Minério Metais Preciosos	597	640	594	631	6%
Extração de Gemas	376	397	385	376	-
Sub Total	973	1.037	979	1.007	3%
Metalurgia de Metais Preciosos	124	134	122	115	-7%
Lapidação e fabricação de joias	2.129	2.142	2.145	2.175	2%
Fabricação de Bijuterias e Semelhantes	1.056	1.211	1.327	1.450	37%
Sub Total	3.309	3.487	3.594	3.740	13%
Fabricação de Cronômetros e Relógios	78	76	72	66	-15%
Total da Industria	4.360	4.600	4.645	4.813	10%
Comércio Varejista Joias e Relógios	16.506	16.977	17.436	18.109	10%

Fonte: Rais / MTE - Elaboração: IBGM

Evolução Número Empregos da Cadeia Produtiva Gemmas, Joias, Bijuterias e Relógios

SEGMENTOS	2010	2011	2012	2013	2013/10
Extração de Minério Metais Preciosos	12.086	14.325	14.834	14.655	21%
Extração de Gemas	733	684	786	1.162	58%
Sub Total	12.819	15.009	15.620	15.817	23%
Metalurgia de Metais Preciosos	1.056	1.031	1.082	982	-7%
Lapidação e fabricação de joias	12.741	12.812	13.767	13.202	4%
Fabricação de Bijuterias e Semelhantes	6.701	7.292	7.975	8.395	25%
Sub Total	20.498	21.135	22.824	22.579	10%
Fabricação de Cronômetros e Relógios	2.870	3.564	3.608	3.132	9%
Total da Industria	23.368	24.699	26.432	25.711	10%
Comércio Varejista Joias e Relógios	33.091	34.994	37.011	39.340	19%
Total Geral	56.459	59.693	63.443	65.051	15%

Fonte: Rais/MTE - Elaboração: IBGM

BALANÇA COMERCIAL CADEIA PRODUTIVA

CAPÍTULO 71 NCM

US\$ milhões

PRINCIPAIS ITENS	Exportação (*)			Importação			Saldo		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Pedras em Bruto	51	48	52	6	9	9	45	39	43
Pedras Lapidadas/Artefatos de Pedras	131	133	170	17	20	21	114	113	149
Metais Preciosos	2.444	2.780	2.741	596	517	402	1.848	2.263	2.339
Joalheria	116	111	99	20	32	35	96	79	64
Folheados	75	68	58	3	4	3	72	64	55
Bijuterias	17	12	13	34	45	52	-17	-33	-39
Outros Produtos	208	172	149	21	22	19	187	150	130
TOTAL	3.042	3.324	3.282	697	649	542	2.345	2.675	2.740

Fonte: MDIC/SECEX/DECEX

Elaboração: IBGM

(*) Inclui exportação a não residentes (via DEE)

PRINCIPAIS TENDÊNCIAS DO MERCADO BRASILEIRO

Mantém-se a tendência de relativa instabilidade dos canais de distribuição, face à contínua mudança de papéis no processo produtivo e na comercialização, e maior poder do consumidor.

Cresce a participação de joias folheadas e bijuterias, inclusive com pedras naturais, e de peças de ouro mais leves.

Joias de prata mantêm tendência de pequeno decréscimo.

Joias de ouro, high e lower end, com indicativos de crescimento.

Crescente participação do produto importado, particularmente bijuterias e joias de ouro.

Forte concorrência produtos eletrônicos e lazer na renda do consumidor.

PRINCIPAIS TENDÊNCIAS DO MERCADO BRASILEIRO

- Crescimento participação no mercado das redes de lojas.
- Crescimento produção própria/terceirizada do varejo, de ourives/designers e importação.
- Crescimento menor das vendas por canais alternativos, como e-commerce, lojas de departamento e varejo de massa.
- Maior participação de marcas internacionais.
- Crescimento menor das vendas por canais alternativos, como e-commerce, lojas de departamento e varejo de massa.
- Maior participação de marcas internacionais.
- Os preços do ouro devem se manter em torno de US\$ 1.300 a onça troy e o dólar a R\$ 2,40, com forte pressão nos custos de produção/comercialização.

A BUSCA DA CRESCENTE COMPETITIVIDADE DEVE CONSIDERAR

Fazer o básico: conhecer seu consumidor, definição produtos, seu posicionamento e canais de distribuição; capacitação de pessoal, atualização tecnológica e implantação de sistemas e procedimentos operacionais, gerenciais e promocionais.

Atitude de abertura, flexibilidade e agilidade para se adaptar e tirar proveito das mudanças.

Mudança no perfil do consumidor e nos seus canais de informação, promoção e vendas.

Concorrência globalizada, nos produtos e na renda. Diferenciação por conceito/estória, design e serviços.

Busca por integração e cooperação na cadeia, facilitada pelo uso de novas tecnologias.

Sustentabilidade: ambientalmente correto, socialmente justo e economicamente viável.

Aumento da formalização : Fora da legalidade não há salvação.

ORIGENS DAS IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE BIJUTERIAS

Principais Origens	2011			2012			2013		
	FOB US\$	Peso KG	Preço Médio	FOB US\$	Peso KG	Preço Médio	FOB US\$	Peso KG	Preço Médio
China	18.246.766	5.227.203	3,49	23.869.043	5.865.025	4,07	28.197.703	3.582.026	7,87
Tailândia	1.815.702	16.494	110,08	1.488.313	8.007	185,88	1.956.999	8.392	233,20
Hong Kong	842.971	252.303	3,34	1.835.352	513.518	3,57	1.592.813	245.647	6,48
Coréia do Sul	498.643	118.892	4,19	854.604	128.018	6,68	1.069.420	139.319	7,68
Índia	602.170	42.933	14,03	880.025	53.354	16,49	670.137	19.878	33,71
França	155.578	428	363,50	269.046	641	419,73	530.291	583	909,59
Estados Unidos	256.170	9.388	27,29	253.607	19.348	13,11	421.823	14.086	29,95
Áustria	306.302	1.954	156,76	297.145	1.311	226,66	332.525	849	391,67
Itália	165.124	3.278	50,37	324.294	3.949	82,12	325.166	3.916	83,04
Taiwan	241.284	43.590	5,54	160.010	44.610	3,59	279.542	62.707	4,46
Outros	591.755	15.718	37,65	554.984	24.253	22,88	929.552	32.312	28,77
Total	23.722.465	5.732.181	4,14	30.786.423	6.662.034	4,62	36.305.971	4.109.715	8,83

EXPORTAÇÕES CHINESAS DE BIJUTERIAS PARA O BRASIL

2013

Cidade da Alfândega	Quantidade	%	Valor Total FOB US\$	%	Preço Médio
HANGZHOU	1.448.396	80,92	5.111.711	45,33	3,53
SHANGHAI	86.340	4,82	1.736.844	15,40	20,12
GUANGZHOU	18.133	1,01	1.622.965	14,39	89,50
QINGDAO	85.804	4,79	1.463.437	12,98	17,06
NINGBO	104.370	5,83	834.994	7,40	8,00
TIANJIN	37.522	2,10	362.449	3,21	9,66
SHENZHEN	9.302	0,52	144.423	1,28	15,53
HUANGPU	135	0,01	203	0,00	1,50
Total Geral:	1.790.002	100,00	11.277.026	100,00	6,30

COMPARAÇÃO DE PREÇOS POR PRINCIPAIS PAÍSES IMPORTADORES BIJUTERIAS – SH 71.17.19

PAÍSES IMPORTADORES	2009			2010			2011			2012			2013	
	FOB US\$	Peso KG	Preço Médio	FOB US\$	Peso KG	Preço Médio	FOB US\$	Peso KG	Preço Médio	FOB US\$	Peso KG	Preço Médio	FOB US\$	Peso
Estados Unidos	969.932.259	9.883.189	98,14	1.137.269.925	0	0	1.269.549.732	0	0,00	1.370.891.895	0	0,00	1.312.535.451	0
França	358.221.934	5.712.294	62,71	395.078.150	5.591.870	70,65	408.937.198	4.240.105	96,45	465.456.624	4.816.222	96,64	493.418.211	5.028.
Alemanha	363.658.000	5.516.913	65,92	420.738.615	5.991.628	70,22	439.469.174	5.144.892	85,42	436.177.827	5.182.892	84,16	463.263.593	5.487.
Reino Unido	271.436.326	7.199.119	37,70	307.389.105	7.795.638	39,43	272.264.862	5.625.549	48,40	248.264.812	4.976.105	49,89	290.783.697	6.587.
Japão	137.120.950	1.236.693	110,88	165.367.591	1.147.658	144,09	177.923.673	1.232.932	144,31	202.009.861	1.452.969	139,03	198.162.611	1.497.
Brasil	17.171.615	5.978.649	2,87	23.705.184	6.761.741	3,51	23.722.465	5.732.181	4,14	30.786.423	6.662.034	4,62	36.305.971	4.109.

Fonte: COMTRADE | Elaboração: Unidade de Inteligência - Assintecal

COMPARAÇÃO DE PREÇOS POR PRINCIPAIS PAISES IMPORTADORES

BIJUTERIAS – SH 71.17.19

ASIA



Origem	2009	2010	2011	2012	2013
China	2,37	3,11	3,49	4,07	7,87
Tailândia	70,55	84,87	110,08	185,88	233,20
Hong Kong	4,45	4,30	3,34	3,57	6,48
Coréia do Sul	2,88	2,70	4,19	6,68	7,68
Outros	6,70	15,65	19,77	18,57	25,97
Total	2,87	3,51	4,14	4,62	8,83

ALEMANHA



Origem	2009	2010	2011	2012
China	46,01	50,96	57,72	59,42
Áustria	371,00	422,92	492,83	574,62
Tailândia	187,31	184,81	387,07	327,71
Brasil	81,60	78,61	165,33	303,06
Outros	64,73	80,28	108,10	109,77
Total	65,92	70,22	85,42	84,16

EUROPA



Origem	2009	2010	2011	2012	2013
China	35,67	41,00	44,40	46,54	53,59
Alemanha	238,25	210,11	278,83	159,40	171,40
Tailândia	340,78	268,19	557,66	482,38	583,26
Brasil	179,46	218,70	192,81	85,97	140,82
Outros	72,49	105,40	144,72	157,15	151,41
Total	62,71	70,65	96,45	96,64	98,13

REINO UNIDO



Origem	2009	2010	2011	2012
China	33,40	33,11	37,57	40,63
Áustria	72,72	75,47	91,81	100,66
Índia	34,31	35,81	47,73	43,17
Brasil	113,16	40,46	1.238,74	1.773,91
Outros	39,29	48,91	61,99	55,25
Total	37,70	39,43	48,40	49,89