

## **Efectos del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, en el sector joyero colombiano, período 2019-2020**

**Valeria Fernández Casallas**

Universitaria Agustiniiana, Negocios Internacionales, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Bogotá D.C., valeria.fernandez@uniagustiniana.edu.co

**Leidy C. Paiba Oviedo**

Universitaria Agustiniiana, Negocios Internacionales, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Bogotá D.C., leidy.paiba@uniagustiniana.edu.co

**Johan S Herrera Agudelo**

Universitaria Agustiniiana, Negocios Internacionales, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Bogotá D.C., johan.herrera@uniagustiniana.edu.co

**Grace Angulo Pico**

Tutor del Semillero SINI- Semillero de Investigación de Negocios Internacionales, Universitaria Agustiniiana, Negocios Internacionales, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Bogotá D.C., grace.angulop@uniagustiniana.edu.co

**Recibido:** 04/08/2022 - **Aceptado:** 11/08//2022 - **Publicado:** 15/09/2022

### **RESUMEN**

La presente investigación presenta un análisis de la dinámica del sector joyero colombiano luego de la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos. Para ello se describió el sector; se caracterizó la demanda de joyas de Estados Unidos; se presentó la tendencia del comercio joyero entre ambos países; y se sugirieron estrategias para fortalecer el efecto del acuerdo comercial en el sector estudiado. Metodológicamente, se empleó un enfoque cuantitativo y un alcance descriptivo a partir de variables como: Producto interno bruto (PIB) del sector joyero colombiano, participación en el mercado internacional, y crecimiento a lo largo del período. Entre los resultados, se destaca que la joyería colombiana es apetecida a nivel mundial por sus distintivos y características; resaltando también, el potencial exportador nacional de materias primas de excelente calidad (piedras preciosas). Respecto del TLC, se evidenció su efecto positivo en la modernización y mejora de los índices de internacionalización del sector. No obstante, como conclusión general, se plantea la necesidad de que el sector se enfoque en un *ítem* diferenciador, con objeto de aumentar las exportaciones (tanto en volumen, como en valor); logrando así reducir el déficit de la balanza joyera con Estados Unidos.

**Palabras clave:** joyas; acuerdo bilateral; balanza comercial; Colombia; Estados Unidos de América.

### **ABSTRACT**

This research presents an analysis of the dynamics of the Colombian jewelry sector after the signing of the Free Trade Agreement (FTA) with the United States. For this, the sector was described; the demand for jewelry from the United States was characterized; the jewelry trade

trend between both countries was presented; and strategies were suggested to strengthen the effect of the trade agreement in the sector studied. Methodologically, a quantitative approach and a descriptive scope were used based on variables such as: Gross Domestic Product (GDP) of the Colombian jewelry sector, participation in the international market, and growth throughout the period. Among the results, it stands out that Colombian jewelry is desired worldwide for its distinctive and characteristics; also highlighting the national export potential of excellent quality raw materials (precious stones). Regarding the FTA, its positive effect on the modernization and improvement of the internationalization indexes of the sector was evidenced. However, as a general conclusion, there is a need for the sector to focus on a differentiating item, in order to increase exports (both in volume and value); thus managing to reduce the deficit of the jewelry balance with the United States.

**Keywords:** jewels; bilateral agreements; balance of trade; Colombia; United States of America.

## 1. INTRODUCCIÓN

La joyería colombiana ha tenido gran crecimiento en los últimos años. Al respecto, luego de la firma del acuerdo comercial con Estados Unidos, se ha logrado incrementar el ritmo exportador, viéndose también beneficiadas las importaciones por la baja de aranceles; lo que, ponderado conjuntamente, representa una mejora en los índices de internacionalización del sector. Sin embargo, para consolidar una oportunidad real de comercio con Estados Unidos, se necesita conocer la demanda potencial del país del norte, teniendo en cuenta variables culturales, sociales, económicas y políticas. Fundamentalmente, se debe analizar la reacción de los compradores para poder avanzar con un proceso ambicioso y de gran riesgo (Aldana, 2015).

Estados Unidos es un país diverso, con oportunidades únicas. Cuenta con 50 Estados, cada uno con una legislación distinta. El potencial de las joyas colombianas ante este público se basa en la riqueza de sus piedras preciosas y en la capacidad para tallarlas con gran calidad, siendo atractivas para los grandes adinerados que suelen usar joyería (consumidores de clase alta, con grandes exigencias). Las empresas que dominan el mercado son las italianas y las mismas americanas, teniendo gran recordación; gracias a la calidad y diseños étnicos, inspirados en Sudamérica y Asia. Los canales de distribución son las *boutiques* especializadas, y la venta por internet o a domicilio (Serrano & Amparo, 2018).

El trabajo *plan de exportación de joyería colombiana al mercado de los Estados Unidos*, plantea que las importaciones de joyería en ese país, aumentaron 45,4% durante 2008, ascendiendo a 626 millones de dólares en el primer trimestre del año (Carrascal, 2009). Esto evidencia que el tratado de libre comercio, tiene especiales oportunidades para el sector joyero colombiano.

La presente investigación se propone determinar el potencial exportable de la joyería colombiana hacia Estados Unidos después de la firma del TLC, aprovechando las ventajas que éste otorga. Se espera dar a conocer las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas a las que se enfrenta Colombia a la hora de incursionar en este mercado, en procura de buscar un efecto positivo sobre la balanza comercial sectorial. Teniendo en cuenta la información presentada y en orden con el tema de investigación, la pregunta problema es: ¿cuál ha sido la dinámica comercial del sector joyero colombiano después de la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos durante el período 2019-2020?

Para dar respuesta a la anterior pregunta se encuentran los siguientes apartados: marco teórico (antecedentes); metodología; y resultados (descripción de la dinámica del sector joyero colombiano; caracterización de la demanda joyera de Estados Unidos; estrategias de impulso al desarrollo internacional del sector joyero nacional (mercado objetivo Estados Unidos)); finalizando con las conclusiones y referencias.

## 2. MARCO TEÓRICO Y/O ANTECEDENTES

Como teorías de soporte se proponen: la *ventaja comparativa* propuesta por David Ricardo (1772-1823), la cual se refiere al concepto de productividad y eficiencia de los países, de acuerdo a lo que producen más barato y lo que reciben a cambio. Al respecto, Colombia tiene una ventaja comparativa en el sector joyero dada su explotación minera y producción de piedras preciosas, teniendo como principal producto la esmeralda (Castellanos & Guerrero, 2016).

Adicional a la ventaja comparativa, se propone la teoría de *dotación de factores* propuesta por Bertil Ohlin, a partir de la modificación del teorema inicial de Eli Heckscher (1919). Ésta estudia la especialización de los países de acuerdo a la dotación o disponibilidad de factores, considerando dos supuestos: existencia de dos sectores y dos factores de producción (tierra y trabajo). Cada país tiene una dotación diferente a partir de sus *stocks* de capital y mano de obra. Este enfoque visualiza el potencial de Colombia en materia prima y calidad de la mano de obra, lo que resulta determinante para la internacionalización joyera Castellanos & Guerrero, 2016).

Respecto de la revisión de literatura:

Serrano y Amparo (2018), argumentan que la industria joyera experimenta rápidos cambios en el contexto de clústeres industriales de fabricación, situados a lo largo de la cadena de valor internacional, la cual responde a las tendencias tecnológicas emergentes; extendiéndose en pocos países que se especializan en las actividades productivas (Botswana, Rusia, China, Estados Unidos, Sudáfrica, Angola, Canadá, República Democrática del Congo, Australia, Perú, Indonesia e Italia).

Por el lado del comercio internacional entre Colombia y Estados Unidos, Acero (2008), analiza la factibilidad de exportar joyas de plata colombiana hacia el país del norte, destacando que los usuarios de Nueva Jersey tienen como prioridad: calidad, durabilidad, elegancia y vida útil del producto. Análogamente, Carrascal (2009), expone que el comercio de joyería colombiana hacia Estados Unidos ha crecido en los últimos años, lo que sustenta el argumento de que, a pesar de ser un mercado maduro, no presenta síntomas de agotamiento, pues, aunque su oferta es importante, no es suficiente para satisfacer la demanda.

Por su parte, también en Estados Unidos, pero con origen Perú; Roque, Zúñiga y Piña (2016), desarrollan un plan de negocios orientado a la comercialización y exportación de joyas de plata peruana hacia Nueva York, destacando que las empresas demandantes, ponderan calidad y diseños innovadores. Igualmente, Morá y Santos (2018), analizan la viabilidad de las exportaciones peruanas de joyería de plata hacia el gigante del norte, utilizando variables como: competencia, nicho de mercado y perfil del consumidor. Entre las conclusiones destacaron que, las empresas peruanas deben mejorar sus procesos de internacionalización para estar al nivel de los mayores proveedores del mundo.

Desde otra arista, Castellanos y Guerrero (2016), observan el potencial exportable de la joyería con incrustación de esmeraldas colombianas, caracterizando el mercado, y visualizando su

fragilidad ante cambios exógenos. Metodológicamente, recurrieron al esquema de *ventaja comparativa revelada*, concluyendo que Colombia no tiene dicha ventaja en la comercialización de esmeraldas, pero sí en la explotación minera. Resaltaron también, la susceptibilidad frente al comportamiento de los precios internacionales de *commodities*, y la concentración en la producción y comercialización de bienes tradicionales sin valor agregado. Bajo los mismos argumentos, Rodríguez y Amórtegui (2018), analizan los riesgos frente a comportamientos exógenos, ilegalidad del sector y técnicas inapropiadas de minería, describiendo la política comercial y el marco legislativo nacional enfocado al comercio de esmeraldas, haciendo un análisis comparado con Brasil y Zambia considerados competidores. Su pregunta problema se refirió a: ¿por qué Colombia siendo el principal productor mundial de esmeraldas, no es el principal exportador? La respuesta indica que Colombia a pesar de tener las esmeraldas de mejor calidad mundial, no es un país competitivo en la exportación de las mismas, debido a que los conflictos entre el gobierno y el sector esmeraldero, generan altos costos de transacción que impiden desarrollar esta actividad de forma lícita.

Finalmente, Ardila (2021), propone un plan de mercadeo para el sector joyero colombiano resaltando la minería artesanal y el reconocimiento de las minorías étnicas, señalando las oportunidades y el camino que se debe recorrer, para dar a conocer el producto en los mercados internacionales. A su vez, Rodríguez-Aldana y Fong (2021), resaltan la necesidad de transferencia de conocimiento intergeneracional en el sector, para crear ventajas competitivas.

### 3. METODOLOGÍA O DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

#### Enfoque

La investigación posee un enfoque cuantitativo ya que plantea un problema delimitado y concreto, y las preguntas se correlacionan, bajo el orden: planteamiento del problema, objetivos, metodología, revisión de literatura; para posteriormente recolectar datos de los fenómenos a estudiar (Valencia, 2020).

#### Alcance

El alcance es descriptivo, ya que se tuvo como prioridad describir las variables que se pueden relacionar entre sí, haciendo que la idea de investigación tomara un rumbo específico, dada la combinación y jerarquización de las mismas.

**Tabla 1. Operacionalización de las variables**

Variable	Indicador	Período	Fuente
Movimiento comercial del sector joyero	Actividades comerciales del sector. Balanza comercial: registro donde se recogen las importaciones y exportaciones de mercancías.	2019-2020	Sectores y subsectores de Industrias Culturales y Creativas del Ministerio de Cultura
PIB del sector joyero	Valor monetario de la producción del sector.	2019-2020	DANE
Exportaciones del sector minero	Bienes y servicios vendidos por un país en territorio extranjero. A partir del sector minero se extraen materias primas como oro, carbón y esmeraldas.	2019-2020	Procolombia DANE Trademap Ministerio de Minas y Energía

Variable	Indicador	Período	Fuente
Aportes de las Industrias Culturales y Creativas (ICC) en el PIB	Producción aportada al PIB, del grupo de industrias que tienen por objetivo la producción, promoción, difusión y comercialización de bienes y servicios de contenido cultural o artístico.	2019-2020	Procolombia
Producción nacional de esmeraldas	Producción real de esmeraldas sector minero.	2019-2020	Servicio Geológico Colombiano
Costos de distribución e internacionalización	Costos de traslado de los productos desde la planta de fabricación, hasta el lugar donde son adquiridos.	2019-2020	Sectores y subsectores de Industrias Culturales y Creativas del Ministerio de Cultura
VARIABLES demográficas	Edad, género, ingresos, etc.	2019-2020	Procolombia
VARIABLES psicológicas	Sensaciones que puede generar un producto (en este caso accesorios de joyería y bisutería).	2019-2020	Procolombia

Fuente: elaboración propia.

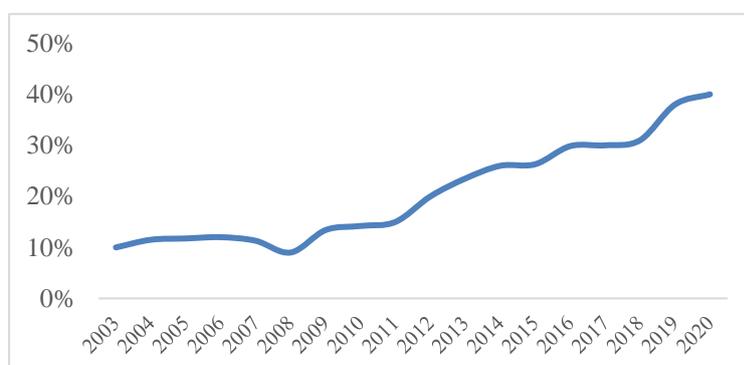
#### 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS O HALLAZGOS

##### Descripción de la dinámica del sector joyero colombiano a la luz del contexto mundial. 2019-2020

###### *Contexto mundial*

###### *Producción mundial de joyas*

Respecto a la tendencia de producción mundial de joyas, en las últimas tres décadas según un reporte hecho por McKinsey & Company, Inc. (consultora estratégica global), el sector joyero ha logrado un ritmo de crecimiento ascendente. La joyería de marca pasó del 10% al 40% de todo el mercado joyero entre 2003 y 2020 (Dauriz, Remy & Tochtermann, 2014).



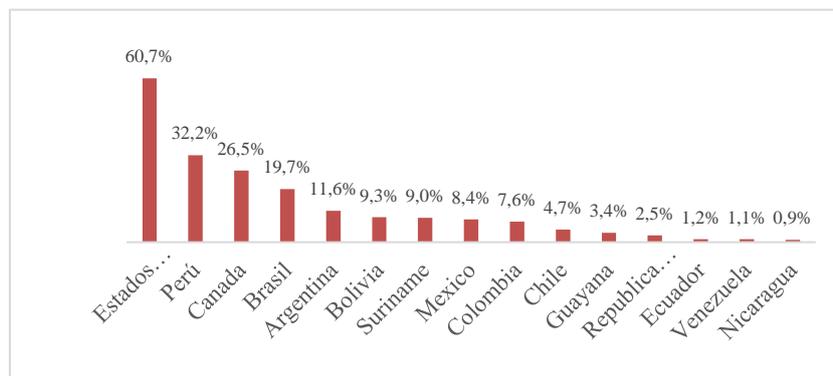
**Gráfica 1. Crecimiento de la joyería de marca a nivel mundial. 2003- 2020. Fuente: Dauriz et al. (2014).**

Las siguientes empresas han logrado desarrollar las mayores dinámicas: Cartier (fábrica francesa de relojes y joyas), Tiffany & Co. (fábrica estadounidense), Pandora (fábrica danesa) y David Yurman, (fábrica estadounidense), concretando alianzas con compañías como H & M, logrando gracias a estas alianzas, fortalecimiento en el mercado internacional (Dauriz et al., 2014).

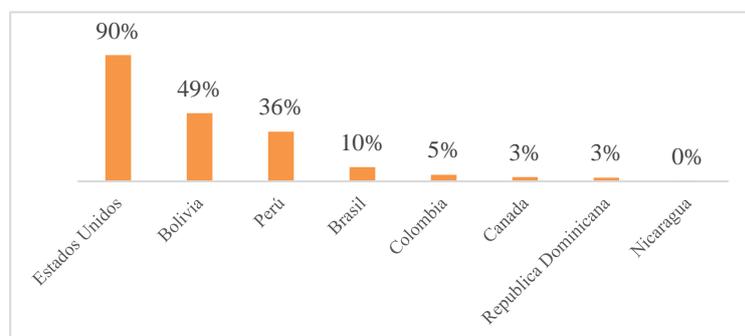
Respecto a la biodiversidad que genera insumos para la producción de joyas, en América Latina se destacan países como Brasil y Colombia. Colombia se encuentra beneficiada por su posición geográfica, la cual le permite obtener materias primas, escasas en otros territorios. Al respecto, la joyería con incrustación de esmeraldas, se convierte en un ítem diferenciador y llamativo ante los demás países. A nivel mundial se destacan: Zambia, Rusia, Etiopía, Tanzania, China, Pakistán y Australia.

### *Exportaciones mundiales de joyas y posicionamiento de Colombia*

Con relación a las exportaciones de piedras preciosas, China, Estados Unidos y Tailandia se posicionan en los primeros lugares. En América, los países que lideran las exportaciones de perlas, piedras preciosas, metales, monedas, etc. son: Estados Unidos (60,7%) y Perú (32,2%) (Con base en datos de 2019). Colombia ocupa el noveno lugar con una participación de (7,57%), pese a las características atractivas de la joyería nacional. Es por ello que el sector joyero colombiano, debe enfocar su especialización en un *ítem* diferenciador y con valor agregado, en búsqueda de aumentar sus exportaciones tanto en volumen, como monetariamente.



**Gráfica 2. Países exportadores de perlas, piedras preciosas, metales, monedas, etc. en América. 2019. Fuente: elaboración propia con base en The Observatory of Economic Complexity (OEC) (2021).**



**Gráfica 2. Exportaciones de joyas y sus partes, de metales preciosos distintos de la plata. América. 2019. Fuente: elaboración propia con base en The Observatory of Economic Complexity- OEC (2021).**

Análogamente, también en 2019, los principales exportadores de joyas y metales preciosos distintos de la plata en América fueron: Estados Unidos (90,2%) y Bolivia (48,7%). Colombia ocupó el quinto lugar (4,8%), destacándose por sus exportaciones de materias primas; sin embargo, para mejorar su posicionamiento internacional, debe producir joyería con valor agregado.

### ***Contexto nacional***

#### *Principales empresas que componen la oferta joyera*

Entre las principales empresas de la oferta joyera colombiana se encuentran las siguientes:

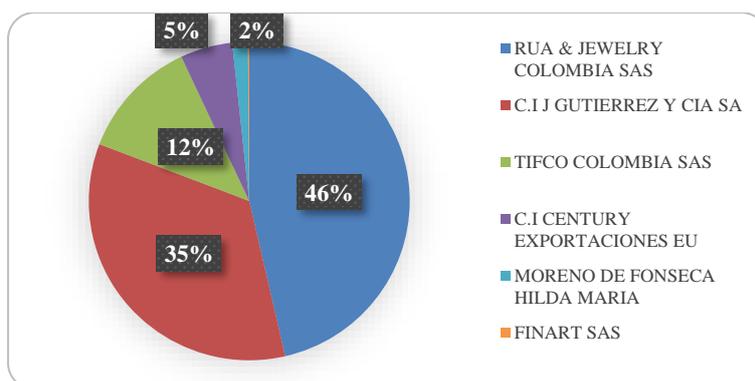
1. Rua & Jewelry Colombia S.A.S  
Ubicada en Bogotá; opera en el comercio al por mayor; y exporta a 55 países de América del Norte y Europa.
2. C.I. j. Gutiérrez y Cía S.A.  
Ubicada en Medellín; considerada una de las comercializadoras de oro más grandes del país; y exporta hacia Estados Unidos.
3. Tifco Colombia S.A.S.  
Ubicada en Bogotá; opera en el comercio al por menor de joyas de oro; y exporta en su mayoría a países suramericanos.
4. C.I. Century Exportaciones E.U.  
Ubicada en Bogotá; comercializa esmeraldas hacia Estados Unidos y Europa.
5. Moreno de Fonseca Hilda María  
Ubicada en Bogotá; exporta oro y plata a Estados Unidos, Australia, Italia, China y España.
6. Finart S.A.S.  
Ubicada en Bogotá; diseña, produce, distribuye y comercializa a más de 18 países de América del norte y Europa productos de bisutería y accesorios con plata, oro, rodio, cobre y bronce.

#### *Tipología de mercado predominante*

El oligopolio es la tipología de mercado predominante en el sector joyero colombiano, ya que son pocas las empresas que lo conforman, concentrándose el poder.

#### *Cuotas de mercado*

Rua & Jewelry Colombia S.A.S. concentra el 44,28% de las ventas internacionales; C.I. Century Exportaciones E.U. el 32,84%; y Tifco Colombia S.A.S; C.I. Century Exportaciones E.U.; Moreno de Fonseca Hilda María; Finart S.A.S, entre otras, representan el 23% restante.



**Gráfica 3. Principales empresas exportadoras del sector joyero colombiano. 2020.**  
Fuente: Legiscomex (s.f.).

**Tabla 2. Participación de las empresas joyeras colombianas en el mercado internacional. Año 2020**

Razón Social	Participación %	Cantidad	Valor COP	Valor Unitario FOB
Rua & Jewelry Colombia SAS	44,28	116,80	1,912,398,735	4,489.31
C.I J Gutiérrez y Cía SA	32,84	14,74	1,495,754,021	26,381.48
Tifco Colombia SAS	11,67	1,00	531,756,627	138,245.00
C.I Century Exportaciones Eu	5,02	0,22	210,317,041	270,436.35
Moreno De Fonseca Hilda María	1,50	0,68	65,361,442	27,269.23
Finart SAS	0,12	0,01	3,341,006	139,166.00

Fuente: Legiscomex (s.f.).

#### *Costos de distribución e internacionalización*

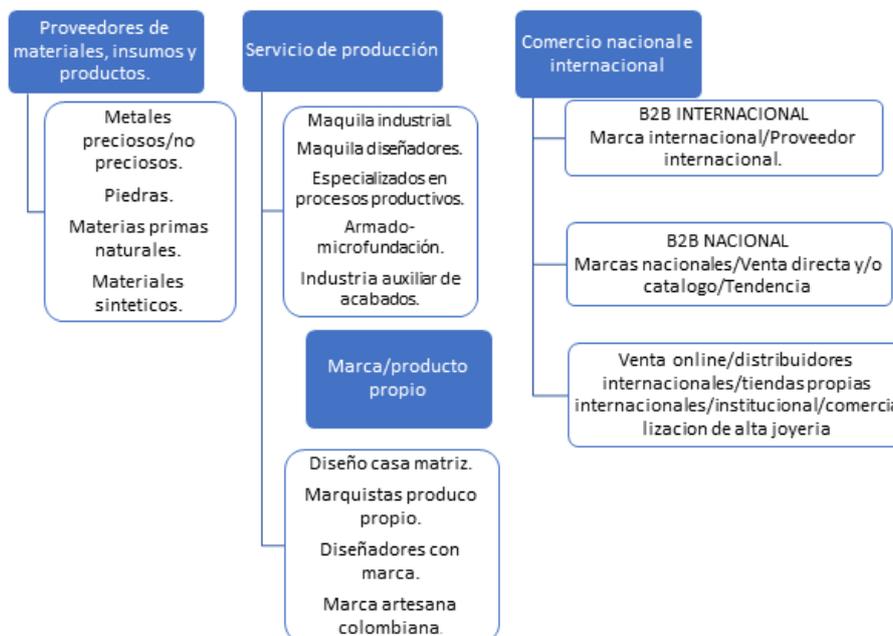
Según el instructivo de la Cámara de Comercio de Bogotá (2021): *¿cómo exportar tus joyas y artículos de bisutería?*, en 2020, se alcanzaron exportaciones de joyas y bisutería por 27,3 millones de dólares, siendo Estados Unidos el principal destino. Los servicios de exportación varían dependiendo de las tarifas de las agencias de aduanas, agencias de carga y aerolíneas contratadas; sumando a ello el término de negociación acordado entre importador y exportador (*Incoterm*). Las tarifas que ofrecen los diferentes actores van asociadas al valor CIF, peso y dimensiones de embalaje. Dentro de los costos de exportación de joyas se deben tener en cuenta los siguientes (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021):

1. Costos de producción: abarca el diseño, materiales directos, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación o elaboración, costos generales y administrativos.
2. Empaque y embalaje: bolsas plásticas, cajas de cartón y otros.
3. Costos internos: autorizaciones previas, certificaciones, inspecciones de otras entidades distintas a aduanas, transporte interno especializado.
4. Gastos de exportación: agenciamiento aduanero, pagos informales, flete internacional, seguro sobre el valor de la mercancía, otros costos adicionales.

#### *Sector joyero en el PIB nacional*

El producto interno bruto del sector descendió 6,8% en 2020 respecto de 2019, como consecuencia de la pandemia COVID-19. A su vez la actividad económica de explotación de minas y canteras decreció 15,7%. Sin embargo, es una de las actividades que más contribuye al producto interno bruto del país.

### Cadena productiva



**Gráfica 4. Cadena productiva del sector joyero colombiano. Fuente: Servicio Nacional de Aprendizaje- SENA (2005).**

La cadena productiva del sector joyero colombiano está conformada por los siguientes actores:

1. Proveedores: su lista de materias primas es diversa, enfocada en la minería y extracción de *commodities* como esmeraldas, oro, plata, platino etc., muchas veces importados por razones como: escasez, calidad, precio, etc.
2. Productores: se dedican a la transformación de las materias primas para darles valor agregado. En la mayoría de los casos son *mipymes* o productores informales. Utilizan diferentes técnicas como: armado, fundido y/o troquelado.
3. Comercialización: tiendas de joyería, pequeños comerciantes, encargados de poner a la venta el bien final.
4. Consumidores: último eslabón de la cadena. Pueden ser turistas, nacionales y/o internacionales. Permiten el crecimiento de todos los eslabones anteriores, siendo el determinante de sus ganancias.
5. Entidades: no pertenecen específicamente al proceso productivo, pero ofrecen incentivos para su comercialización e internacionalización (Ministerio de Cultura, Ministerio de Minas y Energía, Artesanías).

### Tipología de joyas producidas



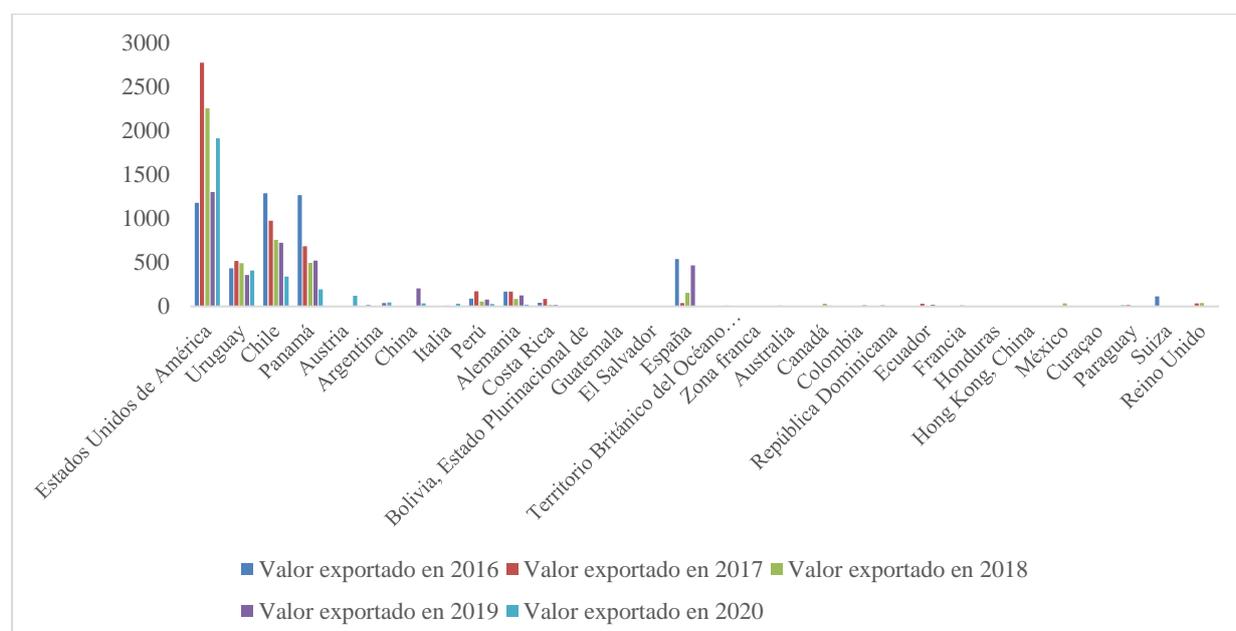
**Gráfica 5. Tipos de joyas producidas en Colombia. Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2021).**

### Principales socios comerciales

Colombia se ha caracterizado por ser un país abierto a la globalización. Actualmente, cuenta con 25 TLC, 14 de ellos vigentes. Para el caso puntual de la joyería:

Tiene preferencias arancelarias con 12 acuerdos comerciales, en mercados como Estados Unidos, Unión Europea, Brasil, México, Chile, Perú, Costa Rica y Corea del Sur. Próximamente el sector de joyería y bisutería podrá llegar con 0% de arancel a Israel y Japón (Procolombia, 2018).

A continuación, se presenta el valor exportado en miles de dólares de joyería colombiana a países de América con los cuales existen acuerdos:



**Gráfica 6. Países destino de la joyería colombiana: 7113 Artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o chapado de metal precioso plaqué. 2016-2020. Fuente: elaboración propia con base en Trademap (s.f.).**

Estados Unidos encabeza el listado de socios comerciales. Una de las razones de este liderazgo, descansa en el TLC, el cual brinda un *desgravamiento* al 0%. En 2019 se presentó una reducción de las importaciones estadounidenses, como consecuencia del inicio de la pandemia COVID-19. Uruguay, Chile y Panamá siguen en la lista, destacándose entre sus motivos de compra aspectos de oferta distintivos tales como: filigrana (técnica orfebre, realizada con hilos de oro o plata entrelazados). También es de resaltar que Colombia fue uno de los primeros países en exportar joyería en América Latina, dándole esto un papel representativo.

#### *Ventajas comparativas en la producción y exportación*

Tal y como se ha mencionado previamente, dentro de las ventajas comparativas se destacan las siguientes:

1. Producción de esmeraldas en comparación con otros productores del continente (Legiscomex, 2007): “Colombia es el mayor proveedor mundial de esmeraldas de alta calidad (60%)...”, si se le concibiera valor agregado, se podría sacar mayor provecho.
2. Posición geográfica privilegiada debido a las costas sobre los dos océanos, su gran variedad de climas, ecosistemas, flora y fauna; y acceso a rutas marítimas.
3. Esmeraldas y bisutería reconocidas por sus colores brillantes y exóticos, y por sus componentes físicos y químicos. Su proceso de formación, permite una composición interesante, ya que es expuesta a bajas temperaturas, baja presión, y baja cantidad de hierro; elementos que hacen que físicamente varíe respecto a la de otros países.

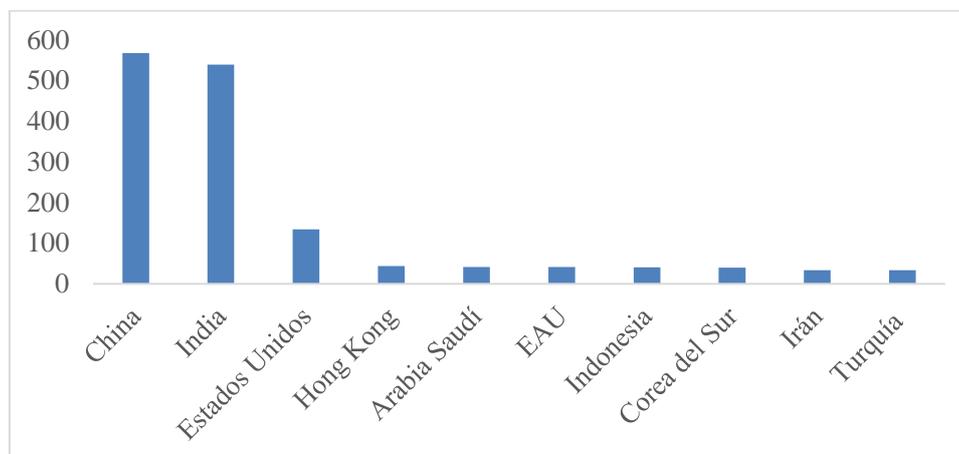
#### *Rol del Estado en la promoción y dinamismo del sector*

Es imprescindible la ayuda y promoción estatal para el fomento de sectores con falencias en su cadena productiva. Los últimos dos gobiernos nacionales, han buscado fomentar las industrias culturales y creativas por medio de diversos proyectos; el ex-presidente Juan Manuel Santos (2010-2018), las incentivó por medio de los ministerios de Cultura e Industria, Comercio y Turismo; y el gobierno del presidente Iván Duque (2018-2022), promulgó el plan *Pacto por Colombia, pacto por unidad*, a partir de dos líneas de desarrollo: *Todos somos cultura* (para generar condiciones de acceso a la cultura en los territorios y salvaguardar el patrimonio cultural); y *Colombia naranja*, para incentivar las ICC, por medio de la formalización de entornos culturales, integrando los mercados internacionales con los sectores productivos, y promocionando la propiedad intelectual. Adicional a esto, para contrarrestar el panorama de la informalidad e ilegalidad minera (Eslava, 2017; Arredondo, 2019), implementó el Registro Único de Comercialización de Minerales (RUCOM), con objeto de legalizar el proceso de minería a partir del registro ante la Agencia Nacional de Minería (ANI). Esto desató polémica por el tipo de condiciones y la falta de colaboración estatal. En la actualidad, se habla de ayudas para la formalización y actualización en el proceso de internacionalización; sin embargo, siguen existiendo inconsistencias que se hacen más notables con la coyuntura de la pandemia COVID-19.

### **Estados Unidos como demandante de joyas colombianas. Tendencias de comercio joyero: Colombia- Estados Unidos**

#### *Posición internacional de Estados Unidos como importador de joyas*

Estados Unidos es el tercer mayor demandante internacional de joyas (tendencia que se mantenido desde 2009).



**Gráfica 7. Mayores demandantes de joyas en el mundo. 2019. Cantidad en toneladas métricas. Fuente: Statista (2021).**

#### *Países de origen de la joyería demandada en Estados Unidos*

Los principales países de origen de la joyería demandada en Estados Unidos son: Emiratos Árabes Unidos, Hong Kong y Suiza. Colombia está en un puesto modesto, superado por 60 países. La joyería colombiana, representa 0,011% de las importaciones que hace Estados Unidos, con un valor de 261.501 dólares entre 2017 - 2020.

#### *Importaciones de joyas de Estados Unidos, origen Colombia*

Las importaciones se calculan en Valor CIF, suma del valor de la mercancía + flete + seguro.

**Tabla 3. Colombia. Importaciones mensuales según capítulos del arancel. 2017-2020**

Capítulos del arancel	Mes	CIF en USD			
		2017	2018	2019	2020
Perlas finas, piedras y metales preciosos (Capítulo 71)	Enero	3.260	3.448	3.298	4.110
	Febrero	2.526	4.511	5.327	5.024
	Marzo	3.711	5.360	3.870	2.984
	Abril	7.782	6.445	5.486	1.736
	Mayo	5.928	3.367	5.364	1.949
	Junio	11.030	4.259	3.334	1.648
	Julio	9.850	4.942	6.117	3.177
	Agosto	13.421	6.874	5.506	2.315
	Septiembre	4.916	4.315	7.832	5.429
	Octubre	4.021	4.857	10.978	6.050
	Noviembre	5.240	7.115	5.753	4.979
	Diciembre	7.948	8.973	7.664	7.476
<b>Total</b>		<b>79.631</b>	<b>64.465</b>	<b>70.529</b>	<b>46.876</b>

Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE (s.f.). Valor CIF es la suma del valor de la mercancía + flete + seguro.

### *Exportaciones de joyas colombianas hacia Estados Unidos*

Las exportaciones, se calculan en Valor FOB, valor de la mercancía netamente

**Tabla 4. Colombia. Exportaciones mensuales según capítulos del arancel (Perlas finas, piedras y metales preciosos - Capítulo 71) 2017-2020 de Colombia a Estados Unidos.**

Capítulos de arancel	FOB en USD				
	Mes	2017	2018	2019	2020
Perlas finas, piedras y metales preciosos (Capítulo 71)	Enero	\$ 1.318,93	\$ 678,45	\$ 1.287,47	\$ 1.165,20
	Febrero	\$ 1.941,48	\$ 1.563,21	\$ 1.420,45	\$ 1.912,58
	Marzo	\$ 2.017,51	\$ 1.243,44	\$ 1.669,04	\$ 2.032,19
	Abril	\$ 1.494,27	\$ 1.321,72	\$ 1.454,49	\$ 1.252,74
	Mayo	\$ 1.953,49	\$ 1.416,05	\$ 1.369,05	\$ 2.255,02
	Junio	\$ 1.907,40	\$ 1.409,19	\$ 1.143,24	\$ 2.475,69
	Julio	\$ 1.368,20	\$ 1.317,73	\$ 1.486,82	\$ 2.912,03
	Agosto	\$ 1.461,10	\$ 1.281,09	\$ 1.952,41	\$ 2.872,93
	Septiembre	\$ 1.434,19	\$ 1.330,82	\$ 1.933,13	\$ 2.985,29
	Octubre	\$ 1.623,13	\$ 1.531,99	\$ 1.703,32	\$ 3.784,52
	Noviembre	\$ 1.543,36	\$ 1.449,45	\$ 1.686,07	\$ 2.983,78
	Diciembre	\$ 1.605,15	\$ 1.783,21	\$ 2.512,90	\$ 3.317,67
	<b>FOB USD</b>	<b>\$ 19.668,19</b>	<b>\$ 16.326,36</b>	<b>\$ 19.618,41</b>	<b>\$ 29.949,64</b>

Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE (s.f.). Valor FOB es el valor de la mercancía netamente

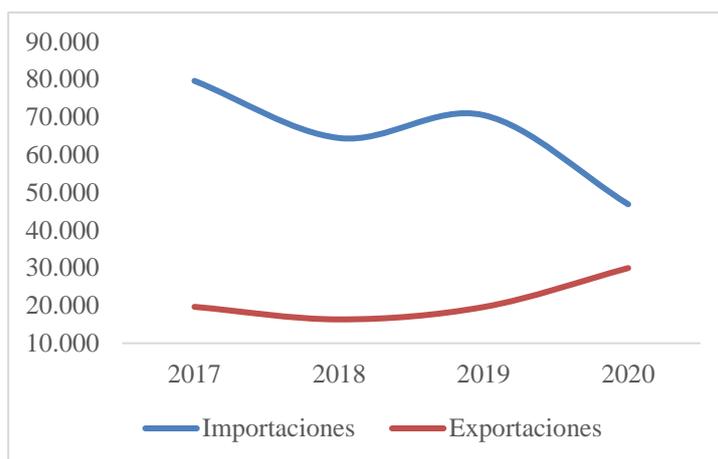
Las tablas 3 y 4, presentan las importaciones y exportaciones mensuales de joyería colombiana desde y hacia Estados Unidos entre 2017 a 2020. El mes que más concentra exportaciones es octubre, ello debido a la llegada de la época navideña. Respecto de las importaciones, la tendencia es variable, pues no se identifica un mes específico con mayor dinamismo.

### *Balanza comercial joyera Colombia- Estados Unidos*

**Tabla 5. Colombia. Balanza comercial Colombia vs Estados Unidos, mensual según capítulos del arancel. (Perlas finas, piedras y metales preciosos - Capítulo 71). 2017-2020**

Balanza Comercial - Valor CIF (Impo) Valor FOB (Expo) en USD				
Operación	2017	2018	2019	2020
Importaciones	\$ 79.631,44	\$ 64.465,21	\$ 70.528,97	\$ 46.876,43
Exportaciones	\$ 19.668,19	\$ 16.326,36	\$ 19.618,41	\$ 29.949,64

Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE (s.f.).



**Gráfica 8. Balanza comercial Colombia- Estados Unidos, de perlas finas, piedras y metales preciosos - Capítulo 71 del Arancel DIAN (Valor CIF USD). Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE (s.f.).**

Debido a que las exportaciones se calculan en valores FOB y las importaciones en valores CIF, se observa déficit comercial en la balanza joyera de Colombia con Estados Unidos, debido que se importa monetariamente más de lo que se exporta al país del norte. No obstante, las exportaciones mundiales del país han ido creciendo:

...a nivel mundial la venta de joyería creció entre un 5% y un 6% anual en 2019, 2020 y 2021. En Colombia, el negocio fue tan rentable que el alza trazada estuvo entre 7% y 9% interanual, a pesar de los retos sanitarios y sociales que sorprendieron al país (López, 2021).

#### ***Acuerdos de integración comercial de Estados Unidos en materia joyera (mundo y Colombia)***

Acuerdos comerciales de Estados Unidos con el resto del mundo

Estados Unidos es conocido mundialmente por ser uno de los países con más acuerdos comerciales vigentes. En el sector joyero se evidencia que el arancel fijado oscila entre 6% y 11% del valor del producto, lo cual garantiza mayor oferta, a mejores precios. Adicionalmente, los exportadores, podrán vender más productos sin pagar los impuestos de entrada que antes se exigían, pudiendo también comprar maquinaria y/o materias primas, sin pagar arancel, lo que impacta positivamente sobre la competitividad.

Acuerdos de libre comercio				
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción	Vigencia	Texto del acuerdo	Novedades
T-MEC (Canadá-Estados Unidos-México)	30 noviembre 2018	01 julio 2020	<a href="#">↗</a>	<a href="#">↗</a>
Corea	30 junio 2007	15 marzo 2012	<a href="#">Eng ↗</a>	<a href="#">↗</a>
Panamá	28 junio 2007	31 octubre 2012	<a href="#">↗</a>	<a href="#">↗</a>
Colombia	22 noviembre 2006	15 mayo 2012	<a href="#">↗</a>	<a href="#">↗</a>
Perú	12 abril 2006	01 febrero 2009	<a href="#">↗</a>	<a href="#">↗</a>
Omán	19 enero 2006	01 enero 2009	<a href="#">Eng ↗</a>	<a href="#">↗</a>
Bahrein	14 septiembre 2004	01 enero 2006	<a href="#">Eng ↗</a>	<a href="#">↗</a>
CAFTA-DR (Centroamérica - Estados Unidos - República Dominicana)	05 agosto 2004	<a href="#">↗</a>	<a href="#">↗</a>	<a href="#">↗</a>
Marruecos	15 junio 2004	01 enero 2006	<a href="#">Eng ↗</a>	<a href="#">↗</a>
Australia	18 mayo 2004	01 enero 2005	<a href="#">Eng ↗</a>	<a href="#">↗</a>
Chile	06 junio 2003	01 enero 2004	<a href="#">↗</a>	<a href="#">↗</a>
Singapur	06 mayo 2003	01 enero 2004	<a href="#">Eng ↗</a>	<a href="#">↗</a>
Jordania	24 octubre 2000	17 diciembre 2001	<a href="#">Eng ↗</a>	<a href="#">↗</a>
TLCAN (Canada - Estados Unidos - Mexico)	17 diciembre 1992	01 enero 1994	<a href="#">↗</a>	<a href="#">↗</a>
Israel	22 abril 1985	19 agosto 1985	<a href="#">Eng ↗</a>	<a href="#">↗</a>

**Gráfica 9. Acuerdos comerciales vigentes de EEUU con el resto del mundo. Fuente: Sistema de Información sobre Comercio Exterior [SICE] (2020).**

TLC: Colombia y Estados Unidos

Existe facilidad para exportar joyas colombianas hacia Estados Unidos, debido a las preferencias arancelarias (*desgravación*) acordadas en el TLC, que benefician a los empresarios colombianos ya que pueden colocar sus productos en condiciones preferenciales permanentes, en el mercado más grande del mundo. La principal diferencia entre el arancel general y el preferencial consiste en la liberación total arancelaria para los productos sensibles en el régimen especial de estímulos, frente a una rebaja parcial, para los mismos productos sensibles, en el régimen general.

**Tabla 6. Arancel aplicado a la joyería en el acuerdo del TLC**

Subpartida Arancelaria	Descripción	TLC	Arancel General	Arancel Preferencial
71.13.11	De plata incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaque)	TLC Colombia-Estados Unidos	6,30%	0%
71.13.19	De los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metal precioso (plaque)		7,00%	0%
71.17.19	De metal común, incluso plateado, dorado o platinado: las demás		11,00%	0%
71.17.90	Bisutería, las demás		11,00%	0%

Fuente: Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales -DIAN (s.f.).

### **Perfil demográfico de los demandantes de joyería en Estados Unidos: género, edad, estrato**

Con el paso de los años, la población de altos ingresos de Estados Unidos ha aumentado su consumo de bienes de lujo. Es precisamente este segmento el mayor demandante de joyería, siendo un grupo limitado y exigente.



**Gráfica 11. Perfil demográfico de los demandantes de joyería en Estados Unidos, 2018 - 2021. Fuente: elaboración propia con base en Procolombia (2018).**

### **Estrategias de impulso al desarrollo internacional del sector joyero colombiano. Mercado objetivo Estados Unidos**

#### ***Análisis institucional del TLC Colombia- Estados Unidos***

El TLC entre Colombia y Estados Unidos fue suscrito el 22 de noviembre de 2006 y entró en vigencia en 2012. Su implementación se dio para el *desgravamiento* de productos y la eliminación de las barreras arancelarias bilaterales. Tuvo como objetivo inicial la generación de empleo a partir de la inversión y el aumento de recursos para erradicar la pobreza (Cancillería de Colombia, 2012). “El TLC beneficia a los empresarios de Colombia y Estados Unidos, debido al acceso a maquinaria y/o materias primas que no se producen en el propio país, sin los costos de los aranceles” (Cancillería de Colombia, 2012, p. 2).

Colombia es uno de los pocos países de América Latina que ha entablado relaciones comerciales con una de las potencias mundiales. Sin embargo, esta integración requirió que en el país se impulsara la modernización, y se colocara más esfuerzo en la industria, generando compromisos en la mejora de sus procesos sanitarios y fitosanitarios para que los productos nacionales tuvieran visto bueno en Estados Unidos.

En la actualidad, se siguen ejerciendo acciones para obtener mayores beneficios en la reducción de aranceles en aproximadamente 990 productos nacionales, tanto agrícolas como industriales (Portafolio, 2022). El sector joyero ya cuenta con *desgravamiento* arancelario de 0%.

#### ***Beneficios del TLC Colombia- Estados Unidos hacia sectores relacionados con el joyero***

De acuerdo a lo establecido en el TLC, la joyería no tiene mayor protagonismo, ya que los productos más esperados por parte de los estadounidenses y los más exportados desde Colombia, son los agrícolas. No obstante, no deja de ser un sector interesante por el cual la clase alta de Estados Unidos se inclina a demandar, sintiéndose muy acogida hacia la joyería colombiana:

...gran parte producción de joyas colombianas, tiene características apropiadas para la exportación, porque posee estándares de calidad, que están reflejados en el gramaje, pureza y color del oro y de las piedras preciosas y semipreciosas que se montan en las estructuras de plata u otro metal precioso o semiprecioso (Carrascal, 2009, p. 5).

Análogamente, Colombia es un país rico en recursos naturales. El carbón representa el 54% de las exportaciones mineras, seguido del oro y otros metales preciosos (37%), el ferróníquel (6%), y las esmeraldas (1%). En 2020, las exportaciones mineras alcanzaron 7.700 millones de dólares, equivalentes al 25% de las exportaciones totales del país. Gracias a este potencial, es posible la diversificación de la matriz mineral nacional. El sector minero representa aproximadamente el 1,38% del PIB nacional, creando directamente 154.000 puestos de trabajo e indirectamente medio millón más, a través de sus cadenas de producción. El carbón ocupa actualmente el primer lugar, con 53%, mientras que el oro y los metales han aumentado su participación, con 31% del PIB minero nacional (Agencia Nacional de Minería, 2021a). "...La más reciente encuesta anual del Instituto Fraser (consultora de mercados), indica que el país ocupa el primer lugar en el índice de atracción de inversión y potencial minero de América Latina y el Caribe" (Agencia Nacional de Minería, 2021b).

Al respecto, los beneficios que representa el TLC en los sectores relacionados a la joyería, se resumen en: eliminación de barreras arancelarias para exportaciones de productos e importaciones de maquinaria y/o materias primas no producidas en el país, lo que permitirá aumentar la competitividad en ese renglón.

#### ***Matriz DOFA: efectos del TLC con Estados Unidos en el sector joyero colombiano***

La siguiente matriz DOFA identifica los factores internos y externos que afectan el desempeño del sector joyero colombiano, con el fin de entregar insumos para la toma de decisiones sectoriales.

**Tabla 7. Matriz DOFA: efectos del TLC con Estados Unidos en el sector joyero colombiano**

<b>Internas</b>	<b>Externas</b>
<p><b><i>Debilidades</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Falta de tecnología en los procesos de producción</li> <li>● Altos precios de productos terminados</li> <li>● Poca especialización del trabajo</li> <li>● Dificultades en la comercialización, por desconocimiento sobre la operación del mercado</li> <li>● Insuficiente integración a los mercados externos y falta de unión entre diseñadores, joyeros, artesanos y empresarios, reflejada en separación de sub-sectores y nichos de mercado</li> </ul>	<p><b><i>Oportunidades</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Tradición artesana joyera colombiana, como atractivo en los mercados internacionales</li> <li>● Bajos costos de la mano de obra</li> <li>● En Estados Unidos mujeres y hombres utilizan piezas de joyería preciosa en su <i>outfit</i> diario</li> </ul>
<p><b><i>Fortalezas</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Crecimiento del sector y de la oferta joyera</li> <li>● Calidad y diferenciación de las joyas</li> </ul>	<p><b><i>Amenazas</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Menor reputación de las empresas joyeras colombianas respecto de las italianas</li> </ul>

<b>Internas</b>	<b>Externas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Posicionamiento geográfico del país que permite producir en mayor cantidad, en comparación con otros países</li> <li>● Respaldo de entidades gubernamentales para obtener beneficios que ofrece el TLC con</li> <li>● Estados Unidos. (Cámara de Comercio de Bogotá, Procolombia)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Aumento del dólar estadounidense, lo que podría afectar la producción nacional, ya que las materias primas para fabricar joyas pueden encarecerse</li> <li>● Al ser Estados Unidos un territorio tan grande, el bajo porcentaje de participación del sector joyero colombiano, puede generar una lenta distribución</li> <li>● Falta de innovación. No es recomendable centrarse en un sólo tipo de producto</li> <li>● Cambio de gobierno en Colombia que puede el TLC con Estados Unidos</li> <li>● Atentados contra el sector minero-energético nacional, que dificultan la exploración</li> </ul>

Fuente: elaboración propia.

## 5. CONCLUSIONES

De acuerdo con el objetivo de la presente investigación y a partir de los referentes y método, se establecen las siguientes conclusiones:

Dentro de la descripción de la dinámica del sector joyero colombiano a la luz del contexto mundial durante el período 2019-2020, se evidenció un ritmo de crecimiento ascendente a nivel global, destacándose la joyería de marca (pasó del 10% al 40% de todo el mercado joyero entre 2003 y 2020). De otro lado en Colombia, la tipología de mercado del sector es el oligopolio, ya que son pocas las empresas grandes que lo conforman, concentrándose el poder, debido a la dificultad para conseguir materia prima y las trabas gubernamentales para la comercialización. También, se pudo evidenciar que el país se encuentra beneficiado por su posición geográfica, la cual le permite obtener materias primas escasas en otros países; ocupando el noveno lugar en América, en exportaciones de perlas, piedras preciosas y metales, con una participación de (7,57%). No obstante, el sector, debe enfocarse en un *ítem* diferenciador, con objeto de aumentar las exportaciones tanto en volumen, como en valor; debido a que existe un déficit en la balanza comercial joyera con Estados Unidos (las importaciones se registran en valores CIF (incluido flete y seguro); y las exportaciones en FOB (sólo el valor de la mercancía)).

Por otra parte, desde la entrada en vigor del TLC con Estados Unidos, Colombia goza de un *desgravamiento* de 0% en el sector joyero, lo que le permite disminuir costos, y ganar competitividad frente a procesos de inversión y desarrollo con el país del norte. No obstante, la demanda estadounidense estimulada por el TLC, está enfocada al sector agrícola; concentrándose la compra de joyas en la clase alta norteamericana, existiendo así, un nicho que mover, satisfacer y sorprender con innovaciones.

Para próximas investigaciones se deja abierta la pregunta respecto al contexto del TLC y el desarrollo de las actividades económicas del sector, desde la perspectiva del nuevo gobierno

de Colombia. Adicionalmente, también se puede analizar la trazabilidad del sector, frente a otros países a los cuáles no se ha llegado, para verificar su capacidad exportadora.

## 6. REFERENCIAS

Acero, J. (2008). Investigación de mercados para exportación de joyas en plata, a Estados Unidos. *Revista Inventum*, 3(4), 21-24. <https://doi.org/10.26620/uniminuto.inventum.3.4.2008.21-24>

Agencia Nacional de Minería. (2021a). “Colombia tiene un potencial de exportación ilimitado hacia los mercados internacionales”: presidente de la ANM. Recuperado de <https://www.anm.gov.co/?q=colombia-tiene-un-potencial-de-exportacion-ilimitado-hacia-los-mercados-internacionales>

Agencia Nacional de Minería. (2021b). Colombia es el primer país de América Latina en el Índice de Mejores Prácticas y Potencial Mineral, según encuesta del Instituto Fraser. Recuperado de <https://www.anm.gov.co/?q=colombia-primer-lugar-en-america-latina-en-atraccion-de-inversion-minera>

Aldana, W. (2015). *La competitividad y el ínfimo desarrollo tecnológico en la fabricación de joyas como agentes reductores de las exportaciones de joyería colombiana*. (Trabajo de especialización, Universidad Militar Nueva Granada). Recuperado de <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/14074>

Ardila, N. (2021). *Propuesta de Plan de mercadeo para el sector joyero colombiano, resaltando la minería artesanal y el reconocimiento de minorías*. (Trabajo de grado, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano). Recuperado de <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/handle/20.500.12010/22315>

Arredondo, V. (2019). *Propuesta de optimización del proceso de fabricación de joyería y bisutería en la empresa Precoarte S.A.S.* (Tesis de maestría, Universidad EAFIT). Recuperado de [https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/16051/VictorHugo\\_ArredondoMendez\\_2020.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/16051/VictorHugo_ArredondoMendez_2020.pdf?sequence=5&isAllowed=y)

Cámara de Comercio de Bogotá. (2021). Internacionalización ¿Cómo exportar tus joyas y artículos de bisutería? Recuperado de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/26626>

Cancillería de Colombia. (2012). TLC Colombia - Estados Unidos. Recuperado de <https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/DocEstrategicos/2014/tlc-colombia.pdf>

Carrascal, S. (2009). *Plan de exportación de joyería colombiana al mercado de Estados Unidos*. (Trabajo de grado, Pontificia Universidad Javeriana). Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9277/tesis362.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Castellanos, S., & Guerrero, C. (2016). *Potencial exportable de la joyería colombiana con incrustación de esmeraldas: a partir de la ventaja comparativa*. (Trabajo de grado, Universidad de la Salle). Recuperado de [https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas\\_comercio/108/](https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio/108/)

Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE. (s.f.). Estadísticas por tema comercial. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional>

Dauriz, L., Remy, N., & Tochtermann, T. (10 de Noviembre de 2014). A multifaceted future: The jewelry industry in 2020. Recuperado de <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/a-multifaceted-future-the-jewelry-industry-in-2020>

DIAN. (s.f.). Consultas Arancel servicios en línea Muisca. Recuperado de <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefMenuConsultas.faces>

Eslava, A. (2017). Análisis institucional de asuntos públicos. El problema de abastecimiento de oro para la joyería en Colombia. *Gestión y Política Pública*, 26(1), 253-268. Recuperado de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1405-10792017000100253&lng=pt&nrm=iso](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1405-10792017000100253&lng=pt&nrm=iso)

Legiscomex. (2007). Joyería y Bisutería En Colombia. Recuperado de [https://www.legiscomex.com/bancomedios/documentos%20pdf/estudio\\_joyeriacol.pdf](https://www.legiscomex.com/bancomedios/documentos%20pdf/estudio_joyeriacol.pdf)

Legiscomex. (s.f.). Acerca de Legiscomex. Recuperado de <https://www.legiscomex.com/ques-es-legiscomex>

López, A. (2021). *Colombia crece 3 puntos más que el resto del mundo en mercado de joyas*. Recuperado de <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/colombia-crece-3-puntos-mas-que-el-resto-del-mundo-en-mercado-de-joyas-559733>

Morán, M., & Santos, A.(2018). *Identificación de oportunidad de negocio para la exportación de joyas de plata ley 0,925 a Estados Unidos en el año 2018*. (Trabajo de grado, Universidad Privada del Norte). Recuperado de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/13647>

Portafolio. (16 de febrero de 2022). 179 productos importados reducirían sus aranceles. Recuperado de <https://www.portafolio.co/economia/impuestos/179-productos-importados-reducirian-sus-aranceles-561832>

Procolombia. (14 de 04 de 2018). Manual de joyería y bisutería 2018. Recuperado de [https://procolombia.co/sites/default/files/joyeriaybisuteria\\_26feb.pdf](https://procolombia.co/sites/default/files/joyeriaybisuteria_26feb.pdf)

Rodríguez, Y., & Amórtegui, R. (2018). *Propiedad intelectual en las esmeraldas colombianas para la competitividad en el mercado internacional*. (Trabajo de grado, Universidad de la Salle). Recuperado de [https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1263&context=finanzas\\_comercio](https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1263&context=finanzas_comercio)

Rodríguez-Aldana, M., & Fong, C. (2021). Factores críticos de éxito del sector joyero de la Zona Metropolitana de Guadalajara: un análisis comparativo entre la industria y la literatura. *Revista Academia & Negocios*, 7(2), 1-18. Recuperado de <https://revistas.udec.cl/index.php/ran/article/view/3110/4379>

Roque, S., Zúñiga, I., & Piña, N. (2016). *Exportación de joyas de plata a los Estados Unidos- Estado de New York*. (Trabajo de grado, Universidad Tecnológica del Perú). Recuperado de <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/526>

Serrano, D., & Amparo, D. (2018). Perspectivas de análisis sobre la producción y comercialización de la industria joyera. En Isaac, J. & Rózoga, R. (Coord.), *Dinámica económica y procesos de innovación en el desarrollo regional* (pp. 535-559). México: Universidad Nacional Autónoma de México- UNAM y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional- AMECIDER

Servicio Nacional de Aprendizaje –SENA. (2005). Caracterización Ocupacional. Cadena Productiva de la Joyería. Recuperado de <https://repositorio.sena.edu.co/handle/11404/2120>

SICE. (15 de enero de 2020). Información por País. Recuperado de [http://www.sice.oas.org/ctyindex/usa/usaagreements\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/ctyindex/usa/usaagreements_s.asp)

Statista. (30 de Septiembre de 2021). Ranking de los países con mayor consumo de joyería de oro en 2018. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/601106/demanda-de-joyeria-de-oro-por-paises/#:~:text=Esta%20estadística%20muestra%20un%20ranking,India%20y%20los%20Estados%20Unidos>

The Observatory of Economic Complexity- OEC. (2021). The best place to explore trade data. Recuperado de <https://oec.world/>

Trademap. (s.f.). List of exporters for the selected product Product: TOTAL All products. Recuperado de [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=)

Valencia, D. (2020). *Comportamiento de compra de joyería elaborada con piedras minerales en la ciudad de Santiago de Cali*. (Trabajo de grado, Universidad Autónoma de Occidente). Recuperado de <https://red.uao.edu.co/handle/10614/12481>