

Altos quilates se fusionan con materiales alternativos

< POR LILÍ TABERES >

Consecajewel es el primer consorcio de joyas que se crea en el país, con la intención de cimentar una marca exclusiva y representativa de la identidad ecuatoriana. El oro y la plata mantienen su distinción, pero también se combinan con otros elementos como la madera, el cuero, la lana, las semillas y el vidrio.

La joyería nacional va camino de una renovación a fondo para llegar a mercados distantes como Europa y exigentes como EEUU. En ese empeño participan productores y diseñadores de 15 empresas que, a finales del año pasado, crearon el Consorcio de Exportación de Joyería (Consecajewel), cuyo sello identificatorio es la marca Grial.

Las ventajas de la asociación se reflejan en los aspectos financiero, productivo, comercial y de recursos humanos. Es un espacio para unir fuerzas y presentar al mercado tanto cantidad

como calidad y variedad de productos, así como compartir información y experiencias, mejorar e intensificar la promoción en el exterior, y acceder a investigaciones, exploración de mercado y estrategias de desarrollo.

El posicionamiento de la marca Grial recién comienza y hay buenos augurios, ya que los socios de Consecajewel aportan con recursos técnicos, experiencia y reconocimiento en el mercado nacional e incluso varios de ellos en el internacional.

Llegar a ser una empresa líder en diseño y producción de joyas en meta-

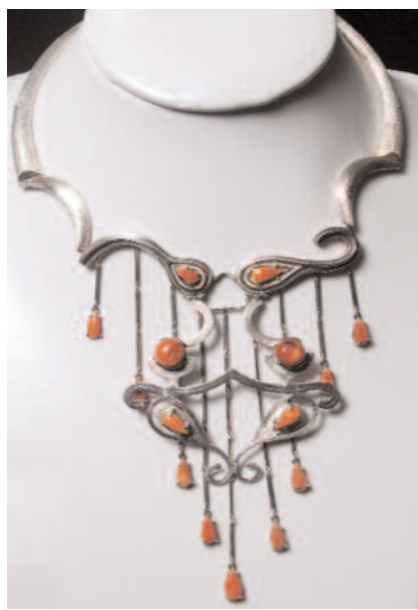
les preciosos y semipreciosos es uno de los propósitos del grupo empresarial. “El consorcio nos ayuda a superar los retos y las limitaciones económicas, productivas, tecnológicas y comerciales. Tenemos una mayor credibilidad y seriedad, con una oferta atractiva ante los clientes extranjeros”, expresa José Galarza, presidente de Consecajewel.

Por ejemplo, rescata la joyería de plata como una obra artesanal que res-



Fotos: J. Gutiérrez

Gisella Zambrano promueve el rescate de elementos naturales.



ponde a una expresión cultural y, como tal, se diferencia de productos de otros países. El trabajo artesanal —remarca— permite un alto grado de diferenciación, creatividad y flexibilidad (ventajas sobre productos industriales).

“Con este tipo de joyería, hay grandes posibilidades de ingresar a los

mercados internacionales, ya que es un rubro relativamente de fácil colocación, de bajo costo de transportación con relación al costo del producto y cómodo de trasladar a través de empresas de mensajería”, precisa Galarza.

Por su parte, la diseñadora **Gisella Zambrano de Chávez** destaca la ventaja de unir la capacidad de productores con maquinarias con tecnología de punta, diseñadores y orfebres, y explorar mercados en el exterior, aprovechando, por ejemplo, la demanda en volúmenes de grandes almacenes.

Nosotros, dice a su vez Galarza, estamos abiertos al mercado internacional en general, sin embargo, de acuerdo a estudios proporcionados por la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Corpei), hemos considerado que nuestros mercados potenciales son la Unión Europea y EEUU, donde hay un alto consumo de joyas.

Marca exclusiva y diferenciada

En las creaciones Grial no solo brillan el oro y la plata, sino que se han introducido materiales alternativos que antes no se utilizaban en la joyería y actualmente tienen gran aceptación en el mercado. En ese caso están la tagua y la concha Spondylus, las semillas, la lana, el cuero, la madera y el vidrio, entre otras materias primas.

Gisella Zambrano, quien promueve el rescate de nuestra cultura y recursos naturales, explica que en la actualidad la demanda tiende a joyas de materiales orgánicos y motivos étnicos, que prospera mucho en Europa, EEUU e incluso en Latinoamérica.

Esta diseñadora ingresó al mundo de la joyería hace cinco años y eligió la temática ecuatoriana para sus diseños, inspirándose en la cultura precolombina y la naturaleza. Los elementos principales de sus creaciones son el oro y la plata, pero también fusiona piedras orgánicas, la tagua, la concha Spondylus y el coco.

Zambrano comercializa en su propia tienda en el Museo Antropológico



Fotos: Boris Romoleroux.

José Galarza destaca los beneficios de la asociación en el sector joyero.

y de Arte Contemporáneo de Guayaquil, atiende pedidos tanto de clientes ecuatorianos como extranjeros, y sus creaciones han trascendido fronteras, llegando a Suiza y Bélgica.

Azuay es un referente de la artesanía y la orfebrería en nuestro país, por lo que no es casual que la mayor parte de empresas del consorcio proceda de Cuenca (nueve), mientras Quito y Guayaquil aportan con tres en cada caso.

Aurum Galarza tiene “un fuerte arraigo” en el sector joyero cuencano y fue creada en 1987. “Hemos ido creciendo y ampliando horizontes, como productores y comercializadores de una nueva generación en joyería de plata hecha a mano, uniendo la experiencia de profesionales, diseñadores y artesanos para elaborar diseños exclusivos, originales e innovadores”, dice José Galarza al describir a su empresa.

Trabajan una amplia variedad de plata: lisa, martillada, envejecida, entorchada, filigrana, negreada, esmaltada al calor y al frío, pintada con óleo, así como con cuero, tagua, coco, diferentes tipos de piedras, Spondylus, pátinas, cobre, cristales y bordados. Venden en EEUU, España, Rusia y Centroamérica.



Otro ejemplo de la tradición cuencana es Guillén Joyeros, que desde hace tres décadas elabora joyas de oro fundamentalmente pero, además, han incurrido en combinaciones de ese metal precioso con caoba, piedras y acero.

En términos vanguardistas se proyecta Amazon Nativa con creaciones de **María Fernanda Cisneros**, quien impregna un estilo moderno y juvenil a joyas de plata y de recursos alternativos (semillas). Mientras tanto, en Quito, Cristian Collection se caracteriza por la exclusividad y la elegancia en joyas adornadas con diamantes, zafiros y rubíes, que son demandadas para ocasiones especiales como los matrimonios.

EL ECUADOR, PAÍS DE ORFEBRES

La orfebrería en el Ecuador se remonta a la época prehispánica y los primeros vestigios de trabajos en metales preciosos proceden de la cultura Tolita. “El arte metalúrgico de la Tolita es asombroso” y por primera vez en la historia de la humanidad se usó el platino, indica una referencia en el sitio www.edufuturo.com/educacion.

El orfebre nativo, señala ese sitio web, dominó las técnicas más diversas y complicadas como el forjado, las laminaciones a base de martillo, la fundición en moldes de cera, el repujado y la filigrana, entre otras. Otros aportes relevantes dejaron los incas, quienes usaron el oro y la plata en diversos objetos y joyas.

Consecajewel es parte de esta rica tradición y fue constituido en octubre de 2008 por las siguientes empresas de Cuenca: Aurum Galarza, Amazon Nativa, Talleres León, Guillén Joyeros, Joyas La Pirámide, Jaime's Jewellery, Talleres San José, Amalo Joias y Arte y Diseño; Guayaquil: Gisella Chávez, Ingrid Aguirre y Marta Lía Sánchez, y Quito: Effigia, Cristian Collection y Silica.

El proyecto fue promovido por la Corpei y el Programa de Cooperación Económica con Ecuador (Expoecuador), y cofinanciado por la Unión Europea. El conglomerado empresarial genera 300 empleos directos y mil indirectos.

Los orfebres utilizan diferentes técnicas como la filigrana (totalmente artesanal que consiste en estirar, torcer y aplanar la plata en delgados hilos hasta convertirla en delicadas figuras); el martillado (de tipo decorativo y se realiza con un cincel desde el reverso de la pieza, obteniendo motivos a base de puntos en relieve por el anverso); el esmaltado (su amplia gama cromática ofrece la posibilidad de dar color y brillo a las piezas); el *casting* (obtención de una pieza perfecta a partir de un módulo en cera, vertiendo el metal líquido sobre éste).

El uso de los recursos naturales es uno de los aspectos que diferencia a Grial. El objetivo es revitalizar la joyería artesanal y semiartesanal con nuevas propuestas de diseño local, propio y diferenciado, para competir y lograr demanda en los mercados nacional e internacional.

Para ese fin se fomenta la capacidad creativa de artesanos y joyeros, y el trabajo interdisciplinario en función del mejoramiento de la calidad de los productos.

En Guayaquil, se reconocen las colecciones de Martalía Design Collection, de la diseñadora colombiana **Marta Lía Sánchez**. Las creaciones tienen a la naturaleza como fuente de inspiración con elementos como la madera y piedras.

Los diseños de Sánchez han sido tomados en cuenta en eventos importantes como el concurso Miss Universo celebrado en 2004 en nuestro país y anualmente son exhibidos en su ciudad natal, Medellín.

Atractivos nichos de mercado

Los principales exportadores de

joyas y sus partes en el mundo son Italia y EEUU, con más de 10% cada uno de participación de mercado. Le siguen Hong Kong, Suiza, Reino Unido, India, China, Tailandia, Francia y Turquía.

En bisutería, Hong Kong, China, Austria, Francia e Italia figuran entre los primeros puestos, según un estudio del Centro de Inteligencia Comercial e Información (Cico) de Corpei, realizado a principios del año pasado y en el que se especifican tendencias y nichos de mercado que pueden ser atractivos para la producción nacional.

Sobre el mercado estadounidense, con una población heterogénea y notable presencia de hispanos y asiáticos,

debe considerarse adicionalmente el poder adquisitivo de otros grupos como los afroamericanos y en especial las mujeres que suelen gastar bastante en la adquisición de joyas.

Las joyas de lujo son las preferidas de los consumidores, quienes muestran conocimiento al comprar este tipo de artículo. “El mercado estadounidense busca la individualidad más que la exclusividad, por lo que es importante que la joya transmita al comprador un sentimiento de ser única y especial, además de satisfacer la exigencia en calidad”, precisa el estudio.

Por otro lado, se estima que en Europa el consumo promedio per cápita de joyas preciosas es de casi 48 euros, mientras en bisutería es apenas de alrededor de 8,37 euros. Las ocasiones especiales familiares son la oportunidad para adquirir una joya, aunque también las mujeres compran para sí mismas.

El informe de Cico señala que “la confianza del consumidor europeo es aún frágil, debido a la alta incertidumbre global” y en términos de compra “los grupos socioeconómicos altos tienden a escoger cualquiera de los metales blancos, mientras el oro amarillo es el más favorecido” por todo tipo de consumidores.

En cuanto a nichos para el Ecuador, se mencionan al Reino Unido (colecciones distintivas, exóticas y acordes a últimas tendencias del mercado; joyas para hombres, jóvenes, adolescentes, niños y bebés); Francia (diversidad del mercado y la demanda hacia joyas de todo tipo); España (joyería con motivos románticos, símbolos o diseños étnicos y joyas para hombres); Grecia y Holanda (joyería de alta calidad y diseños únicos y creativos).

En el caso de Holanda específicamente se menciona el consumidor de la tercera edad que generalmente ha visitado países en desarrollo y es proclive a adquirir sus productos, y la demanda de joyas de colección con piedras tradicionales como rubíes, zafiros, esmeraldas y piedras semipreciosas. Otros espacios interesantes son las joyas para fiestas y mascotas. 