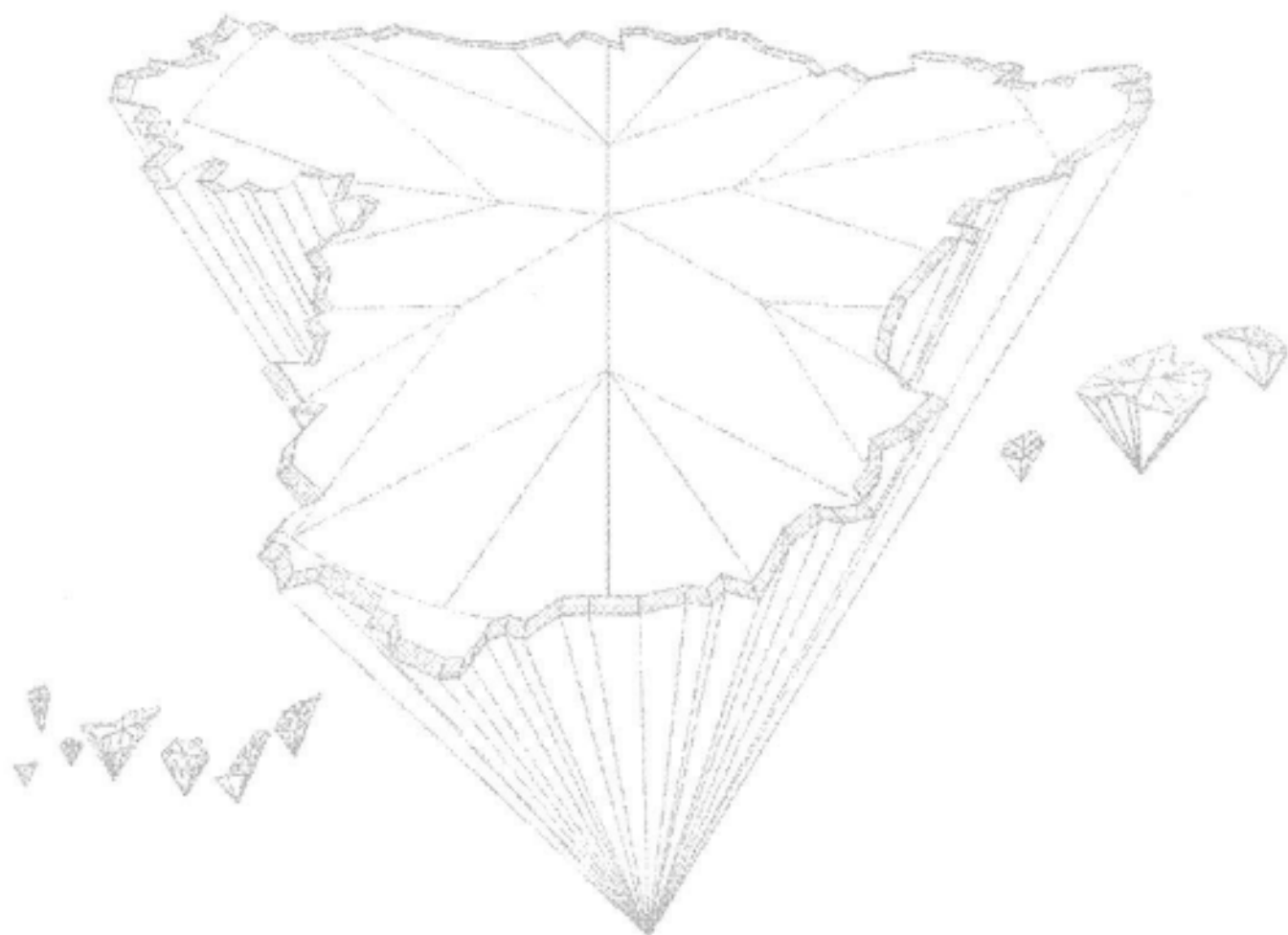


PRODIAM®

VII ENCUENTRO EN ESPAÑA **2005**
DE PROFESIONALES DEL DIAMANTE
LA GEMOLOGÍA Y LA JOYERÍA



CUADERNO DE PONENCIAS

PATROCINAN



CONVOCAN

GOLD & TIME



ORGANIZA

GRUPO Nexo



ASOCIACION IBEROAMERICANA DE
PERIODISTAS ESPECIALIZADOS Y TECNICOS

©PRODIAM es una marca registrada de Nexo Editores SRL. Prohibida la reproducción total o parcial de este "Cuaderno de Ponencias" sin expreso permiso escrito de Nexo Editores SRL. El resto de logotipos son propiedad de sus titulares, reproducidos con su autorización para este uso exclusivo.

PRODIAM®



GOLD&TIME

GRUPO
Nexo



PRODIAM



SÉPTIMO ENCUENTRO EN ESPAÑA DE PROFESIONALES DEL DIAMANTE

El día 14 de Septiembre de 2005, jornada previa al inicio de Iberjoya 2005, en su edición de septiembre, tiene lugar el **Sexto Encuentro en España de Profesionales del Diamante, PRODIAM**, que reúne en un mismo marco dos importantes eventos: el VII Foro Profesional de Comercialización del Diamante y las Piedras Preciosas en España y el VI Encuentro de Expertos y Científicos Españoles del Diamante y las Piedras Preciosas.

PRODIAM 2005, destinado en principio a analizar la *'La Marca como elemento de Comercialización de la Joyería, el Diamante y las Piedras preciosas en España'*, en línea con el lema de su edición anterior, ha modificado ligeramente su enfoque, y, sin perder el anterior, rinde tributo a la desgraciada actualidad, ampliando considerablemente el tiempo dedicado a Seguridad, con una extensa Ponencia, titulada "El día después" en la que expertos juristas, aseguradores y policiales examinan los pasos a seguir en caso de ser víctima de un siniestro. Además de ello, y contando con la colaboración habitual del Consejo Superior del diamante, de Amberes, PRODIAM 2005 recupera también sus orígenes gemológicos con una extensa atención al mercado del diamante, y su problemática, incluyendo la presencia del lapidario más destacado del mundo, Gabi Tolkowski, así como el patrocinio del Instituto Gemológico Español.



El Encuentro consta de los siguientes Actos:

—Sesión de Apertura

—VII Encuentro GOLD&TIME de Expertos y Científicos del Diamante en España, dedicado a '*Novedades gemológicas en el Diamante: tratamientos, Síntesis e identificación de ambas. Lapidación y sus consecuencias en la calidad final de la piedra*', presidida por el Presidente de la Asociación Española de Joyeros, Playeros y Relojeros, DON JUAN CANDAME, y que cuenta con la presencia de empresarios del diamante, piedra de color y la joyería, así como de representantes de Laboratorios y Centros de Enseñanza.

—VII Foro Profesional GOLD&TIME de Comercialización del Diamante y la Piedra Preciosa de Color, dedicado a '*Seguridad en el Comercio de Joyería*' y '*La Marca como elemento de Comercialización de la Joyería, y factor de Seguridad económica y jurídica*', presidido por el Presidente del Comité Organizador de Iberjoya, DON JOSÉ LUIS GARCÍA-LUBÉN FERNÁNDEZ-ALDAO, en el que se cuenta con la presencia de empresarios del diamante, piedra de color, gemología y la joyería, así como de representantes de asociaciones empresariales.

—Sesión de Clausura de PRODIAM, con la presencia de los presidentes de Ifema, y la Confederación Empresarial de Madrid (CEIM)

El Encuentro tiene lugar en la mañana del Miércoles día 14. Tras la Inauguración Oficial, se celebran las dos Sesiones de Trabajo, con un *coffee-break* entre ambas. Finalizado el Encuentro, se procede a la Clausura, tras la cual se servirá un *almuerzo-buffet*, ofrecido por Iberjoya. El acceso a PRODIAM 2005 está restringido a invitados expresamente al Encuentro, incluyendo Empresarios, Profesionales y Autoridades.



HORARIO DE PRODIAM 2005

- Inauguración oficial: *9,30 horas.*
- Encuentro de Expertos: *9,45 a 11,30 horas.*
- Coffee-break: *11,30 horas.*
- Foro Empresarial: *12,00 a 14,25 horas.*
- Clausura: *14,30 horas.*
- Almuerzo-buffet: *14,45 a 16,30 horas.*

PRODIAM 2005 está organizado por el Grupo NEXO, en colaboración con la Comisión de Prensa de Joyería y Relojería de AIPET, Organización adscrita a las Naciones Unidas (ONU) y afiliada a la UNESCO, siendo convocada por GEMACYT, Laboratorio Gemológico de Certificación y NEXO Editores, con la colaboración de Ifema-Iberjoya y Consejo Superior del Diamante - HRD.



PRODIAM 2005 - SÉPTIMO ENCUENTRO EN ESPAÑA DE PROFESIONALES DEL DIAMANTE, GEMOLOGÍA Y JOYERÍA

Fecha de Celebración: Miércoles, 14 de Septiembre de 2004

Sede: Parque Ferial Juan Carlos I. Sala S 101 (Sala de Maquetas). Feria de Madrid.

Convocan: GEMACYT. Laboratorio Gemológico de Certificación y NEXO Editores.

Patrocinan: IBERJOYA (Salón Internacional de la Joyería, Platería y Relojería) e Instituto Gemológico Español (IGE)

Organiza: Grupo NEXO y AIPET (Asociación Iberoamericana de Periodistas Especializados y Técnicos), Comisión de Prensa de Joyería y Relojería.

Colaboran: IFEMA (Feria de Madrid), y HRD (Consejo Superior del Diamante. Amberes).

Comisión Organizadora

Presidente: Carlos Ortiz Rodrigo.

Director: José Arquero Hidalgo.

Relaciones con Centros del Diamante: Berta Albajar

Comité de Publicaciones y Ponencias: Daniel Gallego y Andrés Moreno.

Comité de Relaciones Informativas: José Arquero (Coordinador), María Dolores Ferrete y Minerva Piquero.

Comité de Promoción: Mercedes León (Coordinadora), Yolanda Pola, y Pepita Hernández.

Secretaría Técnica: Concha López (Coordinadora), Lourdes Sánchez y Verónica Pulido.

Comité de Coordinación

Presidente: Carlos Ortiz (Presidente de la Comisión Organizadora). *Miembros:*

Fermín Lucas (Director General de IFEMA), José Arquero (Director de la Comisión Organizadora), Berta Albajar (Responsable de Relaciones con Centros del Diamante), Enrique Julve (Presidente de AIPET), Josefina Gómez-Prada (Directora de IBERJOYA).



Programa de Actos PRODIAM 2005

Miércoles, 14 de septiembre de 2005

Inauguración Oficial

09,30 HORAS. *Bienvenida*, a cargo del Director General de Ifema, D. FERMIN LUCAS.

09,35 HORAS. *Inauguración Oficial*, a cargo del Consejero Delegado del Grupo NEXO, D. CARLOS ORTIZ

VII Encuentro de Expertos y Científicos del Diamante y Piedras Preciosas en España

9,40 HORAS. *Presentación del Encuentro*, por la Directora General de GEMACYT, Laboratorio Gemológico de Certificación, Doña BERTA ALBAJAR.

MODERADOR: DON JOSÉ ARQUERO, Director de Desarrollo del Grupo NEXO.

9,45 HORAS. *"Identificación de tratamientos y sintéticos en el diamante"*, a cargo de doña KATRIEN DE CORTE, investigadora del Consejo Superior del Diamante de Amberes (HRD).

10,15 HORAS. *"El Instituto Gemológico Español, centro de investigación y servicio al Sector"*, por Don JESÚS YANES, presidente del mismo.

11,00 HORAS. *"La talla del Diamante como personalización de las gemas"* a cargo de don GABI TOLKOWSKY, Maestro Lapidario.

11,30 HORAS. Pausa para café.

VII Foro Profesional del Diamante y la Piedra Preciosa

12,00 HORAS. *Presentación del Foro*, por Don JOSÉ LUIS GARCÍA-LUBÉN FERNÁNDEZ-ALDAO, Presidente del Comité Organizador de Iberjoya.

MODERADOR: DON JOSÉ ARQUERO, Director de Desarrollo del Grupo NEXO.

12,05 HORAS. *"Pasos a seguir en caso de una incidencia en una joyería (robo, atraco, etc.)"*, por Don FERNANDO YANDIOLA, asesor jurídico de las asociaciones de Engastadores, Tasadores, Diseñadores y Relojeros y Don RODOLFO SERVÁN, presidente de Rodolfo Serván, Correduría de Seguros.

12,55 HORAS. *"La marca en la Joyería del Diamante y Otras Gemas. Oportunidades de comercialización"*.

EL PANEL DE PONENTES ESTARÁ COMPUESTO POR Inmaculada Albarracín, *Durán Joyeros*. Angeles Moya *DTC España-JW Thompson*. Berta Albajar, *Gemacyt*. Mario López, *MR Tools*, Antonio R. Nolasco, *Aurygem*.

Tras una breve intervención de cada miembro del Panel, se establecerá un Coloquio abierto entre todos los asistentes sobre todos los temas tratados

Conclusiones de Prodiam y Acto de Clausura

14,15 HORAS. *Lectura de Conclusiones*, a cargo del Presidente de la Asociación Española de Joyeros, Plateros y Relojeros, Don JUAN CANDAME.

14,30 HORAS: *Clausura Oficial de PRODIAM 2005*, a cargo del Presidente del Comité Organizador de Iberjoya, D. JOSÉ LUIS GARCÍA LUBÉN FERNÁNDEZ ALDAO

14,35 A 15,30 HORAS. *Cóctel-almuerzo*, ofrecido por Iberjoya.



CARLOS ORTIZ

Consejero
Delegado del
GRUPO NEXO

Lope de Vega, 13
28014 Madrid
☎ 91 369 41 00



Inauguración

Señoras y señores:

Buenos días y bienvenidos al Séptimo Encuentro de Profesionales del Diamante, la Gemología y la Joyería, PRODIAM 2005.

Es para mí un grato placer poderles recibir nuevamente en este maravilloso recinto que Ifema pone amablemente a nuestra disposición por la celebración de este interesante Encuentro que año a año nos pone al día con gran precisión de todo lo que acontece alrededor del fascinante mundo de los diamantes y las piedras preciosas.

Contamos en esta ocasión con la presencia de una leyenda viviente dentro del mundo de los diamantes. Tenemos la suerte de que Gabi Tolowsky nos acompañe durante el Encuentro, y sin duda nos ilustrará en todos los sentidos sobre estas maravillosas gemas.

Debatiremos también en profundidad sobre una auténtica lacra que lleva instalada varios años en nuestro Sector, la delincuencia organizada que está arrancando incluso vidas de nuestros profesionales. Algo inadmisibles en una sociedad moderna, estructurada y democrática como la nuestra, La humillación que los joyeros españoles están sufriendo a manos de estas bandas de delincuentes está generando una tremenda desmoralización en el gremio, debido a la indefensión en la que nos encontramos. Desde aquí pediremos, con humildad pero con firmeza, un plan de seguridad específico par todo el Sector.

Desde el Consejo Superior dl Diamante de Amberes nos informarán de las últimas novedades en materia de tratamientos de los diamantes para modificar su apariencia, y su detección e identificación.

Contamos también con la presencia y colaboración del Instituto Gemológico español, que en la persona de su presidente, Jesús Yanes, nos hablará del papel d esta institución en el Sector.



Varias firmas nos expondrán también sus experiencias en materia de creación y consolidación de marca y estrategias de marketing.

Y por último, el interesante debate en el que como siempre la sinceridad y la falta de tapujos contribuirán entre todos a un mayor entendimiento y comprensión entre todos de modo que, como decimos en nuestros Editoriales esperamos "que les sea útil, ese es nuestro mayor interés".

Muchas gracias de nuevo por su asistencia y fidelidad, y bienvenidos a PRODIAM 2005



JOSÉ LUIS GARCÍA LUBÉN

Presidente del Comité
Organizador
de Iberjoya

Gran Vía, 15
28013 Madrid
☎ 91 521 69 25



Una ocasión excepcional

Como cada año, y ya van siete, los Joyeros, Gemólogos, Mayoristas de Piedras y el resto de profesiones de nuestro querido Sector, con ocasión de PRODIAM, y como cada año nos encontramos con sorpresas y novedades por parte de los organizadores

Alguna de ellas, nos hubiera gustado no tenerlas, dese luego, pero, fieles a su vocación periodística, los organizadores han decidido que la actualidad mandaba, y, a nuestro pesar, tenemos que reconocer que es así. Por ello la clásica intervención sobre seguridad, cobra este año una importancia excepcional, tanto por la categoría de los ponentes, como por su carácter eminentemente práctico, que esperamos tenga como consecuencia evitar que hechos tan tristes como los de este verano vuelvan a producirse.

Además de ello, PRODIAM insiste en esta ocasión en la importancia de la marca como elemento distintivo de nuestras creaciones y nuestra actividad empresarial. Asistiremos así de nuevo a las experiencias de empresas muy distintas, desde las centenarias a las más jóvenes, desde los fabricantes de joyería y orfebrería a los laboratorios de certificación, de los distribuidores de instrumentos y maquinaria a restauradores de joyas antiguas.

Por supuesto, contaremos de nuevo con la gemología en su más amplia expresión. Con la colaboración ya habitual del Consejo Superior del Diamante de Amberes, y este año, además, con una participación especialmente notablemente de una institución muy querida por el Gremio de Madrid, y por toda la profesión, el Instituto Gemológico Español, con cuyo flamante presidente, Jesús Yanes, compartimos esta mesa presidencial.

Y naturalmente, quiero hacer una mención especial al maestro lapidario internacional, Gabi Tolkowsky, con cuya presencia nos honramos, y que sin duda confiere a esta edición de Prodiam una gran excepcionalidad, y que quiero agradecerle personalmente.

Quisiera agradecer muy especialmente como en ocasiones anteriores, la colaboración de Ifema, con la presencia de sus máximos dirigentes, el director general Don Fermín Lucas, en la Sesión de Apertura, y el Presidente de la Institución, Don José María Álvarez del Manzano, cuyas muchas obligaciones feriales le impiden, a su pesar, acompañarnos en la Clausura, así como al Grupo Nexo la organización y difusión de este evento, y a Gemacyt su colaboración en su convocatoria.



No demoremos más las intervenciones de nuestros ilustres ponentes, que ustedes esperan ansiosamente, y dispongámonos ya a disfrutar de ellas y a participar activamente en los debates y diálogos que se suscitarán a continuación. De nuevo, en nombre propio y del Comité Organizador de Iberjoya, mi agradecimiento a los organizadores y participantes en este Encuentro y mi invitación a participar activamente en esta Séptima Edición de Prodiam.



BERTA ALBAJAR

Directora General de GEMACYT,
Laboratorio Gemológico de certificación

Génova, 10
28004 Madrid
☎ 91 700 09 35



VII Encuentro de Expertos y Científicos del Diamante y la Piedra Preciosa - La marca como garantía en la Certificación

Buenos días Señoras y Señores. Otro año con todos ustedes para compartir una jornada de trabajo y tratar los temas que más interesan y preocupan a este sector nuestro, que no son pocos.

La iniciativa de organizar PRODIAM surgió hace ocho años en una reunión de Gemacyt con José Arquero del Grupo Nexo, cuando tratábamos temas de publicidad para promocionar nuestra empresa.

Comentábamos lo disgregado que se encontraba el sector y pensamos que estos encuentros podrían hacer que todos nos involucráramos y participáramos en la tarea de conocer y resolver nuestras necesidades como colectivo.

Ahora, cada año que pasa, nos damos cuenta de que llevar a cabo aquella iniciativa fue un completo acierto.

Por aquel entonces, Gemacyt llevaba años intentando hacerse un hueco en un sector muy individualista, estudiando si era o no factible que una empresa de servicios de certificación pudiera realizar su actividad y se nos aceptara, no como intrusos sino como un servicio necesario a la larga, pues la certificación se imponía para todos los productos.

Fueron años muy duros, como todos los comienzos, pero llenos de ilusión, entusiasmo y ganas de trabajar.

En Febrero del 2006 Gemacyt cumplirá quince años al servicio del sector. Pocos sectores han sufrido cambios tan considerables en este periodo de tiempo. Comparando dos estudios de mercado realizados por una empresa especializada a petición de Gemacyt, con diferencia de quince años, les voy a comentar algunos cambios que, aunque Ustedes conocen perfectamente, quizá ya hayan olvidado o no tienen en cuenta, pero que son tan significativos que han hecho que la joyería haya dado un giro radical en todos los aspectos:



PUNTO 1:

EL JOYERO COMO PROFESIONAL.

Muy pocos joyeros tenían conocimientos académicos acerca del producto que comercializaban. Estos se adquirían con el tiempo, la experiencia y el buen hacer.

Ahora nos encontramos joyeros muy profesionales, muchos con estudios de gemología y fabricación, preparados y con continuas inquietudes por conocer el mercado y la competencia.

PUNTO 2:

TIPO DE CLIENTE.

El cliente habitual era fundamentalmente hombre, mayor de cuarenta años, de alto nivel adquisitivo, que compraba joyas porque quería regalar "algo valioso" y se dejaba asesorar por el joyero.

Ahora el cliente habitual es una persona joven, en un 80 % de los casos mujer, independiente económicamente, que sabe perfectamente lo que quiere comprar, que sigue la moda, le gusta adquirir marca y no desea que sus joyas llamen la atención por su importancia en cuanto a su valor monetario sino más bien por su valor en diseño, exclusividad y funcionalidad. Joyas para llevar todo el día, independientemente de donde esté o de lo que esté haciendo.

Un cambio tan radical de tipo de cliente ha obligado al sector a un cambio también radical en su forma de comercializar el producto. Lo que antes se consideraba un artículo de lujo ha pasado a ser un artículo como otro cualquiera y hay que saber satisfacer las demandas de todos.

Luego, claro está, existen marcas que ofrecen la exclusividad y el lujo, pero los clientes para este tipo de artículos cada vez son más escasos.

PUNTO 3:

LA COMPETENCIA.

No existía apenas competencia y vemos ahora que todo el mundo diseña y vende joyas. La joyería se comercializa en infinidad de empresas, nacionales e internacionales, que muchas veces ni siquiera tienen que ver con el sector.

Grandes almacenes, firmas de complementos de moda, multinacionales, entidades financieras, gente de la farándula, ex - políticos

Señores, el mercado es libre y la competencia durísima, por lo que hay que esforzarse mucho para sacar el negocio adelante.



PUNTO 4:

PRODUCTO QUE SE COMERCIALIZA.

Hace quince años existía muy poca variedad tanto en diseño de piezas como en materiales comparándolo con lo que hoy encontramos en el mercado.

Hoy hay tanta variedad en joyería que a veces el sistema decimal se queda corto a la hora de dar referencias a los diferentes modelos.

Todas las gemas naturales tienen una o varias imitaciones y síntesis y si hablamos de la infinidad de tratamientos y manipulaciones que se realizan en las piedras preciosas no acabaríamos en toda la mañana. Incluso quien podría haber imaginado que ahora existen empresas que sintetizan diamantes (si es que se pueden llamar así) a partir de pelo o restos humanos carbonizados. Eso sí, con certificado que garantiza que en ese "diamante" hay una parte de tu ser querido. Y aunque esto parezca una locura, todo tiene su mercado, todo se vende....

PUNTO 5:

LA SEGURIDAD EN EL SECTOR.

Este es un punto crucial. Posiblemente el que más nos preocupa hoy en día y del que aquí, hoy, se hablará mucho durante la segunda parte del encuentro, por lo que lo dejo en manos de los expertos que seguro nos enseñarán y aconsejarán con acierto para afrontar este grave problema.

PUNTO 6:

LA GESTIÓN COMERCIAL.

Cada día es más difícil vender. Por eso hay que especializarse y ofrecer productos de calidad.

En PRODIAM 2004 hablamos de "La Marca", de su importancia en los mercados, de la confianza que da al cliente comprar artículos de marca.

El prestigio de una marca se consigue cuando un grupo de profesionales trabajan con seriedad, tesón y ética, utilizando buenos materiales para ofrecer un producto que dé al cliente todas las garantías que exige y así adquiera confianza y seguridad, requisitos fundamentales para conseguir que ese cliente sea fiel a la marca.

La nueva estrategia de las empresas líderes en ventas de reconocido prestigio consiste en que a la vez que se apoyan en grandes campañas de marketing y publicidad, ofrecen como novedad sus productos en Internet.

El poco tiempo libre de que disponemos hace que cada vez más gente se lance a comprar a través de la Red y lo haga entrando en páginas de marcas que ofrecen y dan completa información del producto. Esto da credibilidad y favorece la venta. Entre las garantías, figura como indispensable la certificación independiente.



Hace quince años solo un 3 % de las piedras preciosas que se comercializaban en este país se acompañaban de un certificado de un laboratorio gemológico. Hoy la certificación de productos se ha vuelto imprescindible, incluidos los del sector de la joyería.

En Gemacyt estamos realizando grandes esfuerzos tanto técnicos como humanos y financieros para poder responder a las exigencias del sector ya que nuestro deseo es, siempre, ofrecer un servicio impecable.

El próximo mes de Octubre nuestro personal realizará cursos en Amberes acerca de las novedades en cuestión de perlas, diamantes tratados y sintéticos así como de nuevos tratamientos de color en corindón.

También quisiera comentarles que Gemacyt ha traspasado fronteras ya que estamos realizando certificados para Alemania, Portugal, Reino Unido e Italia, por lo que emitimos certificados en cinco idiomas.

Recordarles que desde el año pasado tenemos a su disposición el nuevo blister de seguridad con microfilm, cuyo formato es el mismo que el que utiliza el Consejo Superior del Diamante (HRD), y el nuevo certificado tarjeta de crédito o Credicart, que está siendo utilizado sobre todo por empresas de fabricación para piezas simples.

Por último anunciarles que a primeros de año nuestros documentos incluirán una marca de seguridad diseñada y fabricada por la misma empresa con la que trabaja la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre, con el fin de evitar cualquier posible falsificación.

Y quisiera terminar agradeciendo a todos nuestros clientes la confianza que han depositado en nosotros durante todo este tiempo ya que sin ellos nuestra empresa no avanzaría como lo está haciendo.

Agradecer también a todos Ustedes su asistencia y de una forma muy especial a los conferenciantes y a los representantes de IFEMA que año tras año nos permiten reunirnos aquí, en el parque ferial.

Espero que esta sea una jornada muy productiva para todos.



KATRIEN DE CORTE

Investigadora de Gems Defense
Initiative del Consejo Superior del
Diamante

Plaslaar 50
2500 Lier - Belgium
☎: +32-3-491 95 35
Fax: +32-3-488 06 11
E-mail:
k.de.corte@wtocd.be



El nuevo D-Screen para la identificación de tratamientos en diamantes incoloros y coloreados

Desde hace mucho tiempo los diamantes incoloros o casi incoloros son los diamantes mayoritarios del comercio de las gemas. Hasta la década de los 60, estos diamantes eran por definición, piedras naturales. A partir de la década de los 80 entran en el mercado los diamantes producidos mediante un proceso de síntesis a Alta Presión y Alta Temperatura (HPHT). En 1999, General Electric anunció su tratamiento Alta Presión Alta Temperatura (HPHT). Al utilizar este tratamiento algunas piedras marrones pueden pasar a ser incoloras. En 2001 apareció otra técnica para las piedras (casi) incoloras al anunciar Apollo su intención de producir diamantes sintéticos producidos mediante CVD (Deposición de Vapor Químico). Estos diamantes también pueden ser tratados con HPHT para mejorar su color.

Existen dos métodos de crecimiento para producir diamantes gema sintéticos: la síntesis de diamantes mediante HPHT y la síntesis CVD. Los diamantes que encontramos actualmente en el mercado están producidos con el método HPHT. Este método replica las condiciones de crecimiento de la naturaleza y se suele utilizar grafito como base de carbono. En unos pocos días, con estos equipos, se puede conseguir un diamante en bruto de 3 quilates. La mayoría de los diamantes sintéticos HPHT son amarillos aunque también se pueden conseguir azules e incoloros. Los diamantes sintéticos HPHT incoloros son los más difíciles de fabricar.

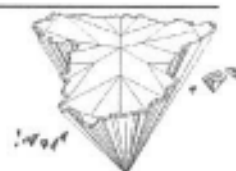
El desarrollo de la síntesis de diamantes CVD depende de las aplicaciones industriales. Aunque hoy en día se presta mucha atención a los diamantes CVD, esta síntesis comenzó a utilizarse en los años 50. Con el reactor actual de CVD, se consigue llegar a altas temperaturas que hacen que las moléculas de gas se disocien, liberando átomos de carbono que pueden utilizarse como elementos para construir capas adicionales para el sustrato del diamante. Las velocidades de crecimiento actuales de los monocristales están entorno a 0,005 a 0,1 mm por hora. Los diamantes sintéticos CVD tienen una gama de colores que va desde el marrón hasta los diamantes incoloros, siendo estos últimos los más difíciles de conseguir. Los diamantes calidad gema CVD todavía no se producen con objetivos comerciales.

El tratamiento HPHT en diamantes marrones, amarillentos o grises puede dar como



resultado distintos colores: Amarillo intenso, Amarillo verduco, Amarillo anaranjado, azul, rosa e incoloro. El color resultante del tratamiento dependerá del tipo de diamante que se utilice como material base de las condiciones del tratamiento. En la práctica, los diamantes se colocan en una prensa y se calientan a temperaturas que superan los 2100° C. Se aplica alta presión para evitar la grafitización de la piedra. Los tratamientos pueden durar tan sólo un minuto. Además, se requiere pulir las piedras tras el tratamiento HPHT para mejorar el color dado que puede ocurrir que se esmerile la superficie de la piedra. El color marrón de los diamantes naturales tipo Ila se aclara y hasta puede llegar a desaparecer a temperaturas de 2100° C y más altas.

Para apoyar la confianza de los clientes en los diamantes, HRD Research ha desarrollado el D-Screen. En el caso de los diamantes pulidos incoloros o casi incoloros (colores de la D a la J) este instrumento discrimina las piedras que no son sintéticas o que no han sido tratadas con las técnicas conocidas actualmente para mejorar su color, de las piedras de las que requieren tests sofisticados adicionales realizados en un laboratorio. Estas mediciones se basan en la transmisión óptica a través de la piedra pulida en longitudes de onda ultravioleta profundas. El D-Screen es de tamaño de bolsillo y cuesta 3 200 USD.



JESÚS YANES

Presidente del Instituto
Gemológico Español

Victor Hugo, 1
28004 Madrid
☎: 91 532 62 6791
Fax: 531 73 08
E-mail: info@ige.org



El IGE, una institución al servicio del Sector

La proliferación de piedras sintéticas, tratamientos que alteran la apariencia de las gemas e imitaciones es un problema creciente dentro del sector joyero, que ya trasciende el ámbito puramente profesional para extenderse al conocimiento y ánimo de los propios consumidores. La sofisticación de dichos procedimientos, los más recientes de los cuales podrían ser los denominados CVD y HPHT en los diamantes, dificulta e incluso imposibilita su identificación y detección por los métodos convencionales normalmente al alcance del profesional joyero e incluso gemólogo.

En estas circunstancias, la existencia de instituciones profesionales, acreditadas, prestigiosas e independientes, con las dotaciones de instrumental y técnicos cualificados necesarias para la identificación de estos problemas, se hace imprescindible para dotar al Sector y a los consumidores de la garantía que justamente exigen en el comercio de las piedras preciosas.

El Instituto Gemológico Español, desde su dilatada experiencia y la formación de miles de profesionales de la gemología española, da respuesta a esta demanda de la sociedad, a través de sus cursos de formación, generales, especializados y monográficos, su laboratorio de certificación y tasación, y sus actividades de divulgación e investigación de la Gemología.

Reconocido y acreditado por diversas instituciones españolas y extranjeras, el Laboratorio de Certificación del Instituto Gemológico Español cuenta con los medios necesarios, de forma directa o indirecta, para la detección e identificación de imitaciones, sintéticos y tratamientos realizados sobre las piedras preciosas con intención de alterar su apariencia, y, por tanto, su valor en el mercado.

Formación y certificación, las dos funciones principales del Instituto Gemológico Español, se convierten así en los dos pilares de los servicios que éste ofrece y presta al Sector, y, por tanto, al conjunto de la sociedad.



GABI TOLKOSWY

Lapidario de Diamantes.
Director de Tolkowsky & Sons

Pelikanstraat, 62 of. 58
2018 Amberes - Bélgica
☎: +32-3-2322804
Fax: +32-3-2269459



Una vida esculpiendo las piedras más bellas

TOLKOWSKY, EL APELLIDO más respetado para todos los profesionales en la talla de piedras preciosas, suena este año en Madrid invitado por el Grupo Nexo en la séptima edición de Prodiam.

Gabi -nombre amistoso por el que se le conoce en el Sector- comenzó su carrera hace 50 años bajo la supervisión de su padre (Jean Tolkowsky). Hasta la fecha se ha dedicado por entero al perfeccionamiento de sus habilidades, y a absorber todos los conocimientos que pudieran ayudarle a convertirse un experto en la manufactura de diamantes. Se ha involucrado en proyectos en África, ha trabajado muy duro con importantes empresas, y se ha encargado de la talla de muchas de las piedras preciosas más conocidas.

Durante 1988 y 1991 diseñó, talló y pulió el "Centenary diamond"; su primera gran obra. El "Golden Jubilee", el más grande de todos los diamantes pulidos, también es creación suya; su belleza era tal que fue elegido por un grupo de empresarios como regalo para el rey de Tailandia en su 50 cumpleaños.

Tolkowsky es un hombre excepcional. Ha inventado muchos tipos de talla -Flower cuts, Fire rose, Marigold, Sunflower, etc.- en un impulso de la firma De Beers, para solucionar los problemas que presentaban formas y colores menos populares. Ahora tiene 65 años, está casado es padre de dos hijos y abuelo de cinco nietos. Es el quinto descendiente de una familia de comerciantes y artesanos de diamantes, y su tío abuelo, Marcel Tolkowsky, estableció en 1919 las bases ideales en una talla perfecta; parámetros que, lejos de quedar anticuados, todavía sigue la industria.

Gabi Tolkowsky es un orador excelente, y una persona cosmopolita; muy habituada a investigar y compartir su experiencia. Le gusta gozar de una buena conversación y anima a las personas que le rodean transmitiendo su pasión por las piedras preciosas. Su sentido del humor y su ánimo inquebrantable son un lujo incontestable con el que este año nos honramos en Prodiam. No hace falta lupa de aumentos para constatar que va a ser una maravilla contar con él. ¿Acaso no somos, todos nosotros, los expertos en distinguir la calidad de una buena pieza?. Que se note, este es un lujo al que no se puede rechazar.



RODOLFO SERVÁN

Presidente de Rodolfo Serván
Correduría de Seguros

Av. Gran Capitán, 24
14001 Córdoba
☎ 957 49 76 06



FERNANDO YANDIOLA

Asesor jurídico de la Asociación de
Engastadores de Joyería

Carretas, 14
28013 Madrid
☎ 91 522 83 55



EL DÍA DESPUÉS PASOS A SEGUIR EN CASO DE UNA INCIDENCIA EN UNA JOYERÍA (ROBO, ATRACO, ETC.)

Fernando Y.

PREFACIO

Buenos días a todos. Una vez más deseamos darles, Rodolfo Serván y yo, nuestra más cordial bienvenida a este acto del PRODIAM 2005, VII Encuentro en España de Profesionales del Diamante y Piedras Preciosas que, un año más, sigue demostrando que el sector joyero y relojero se resiste a arrojar la toalla sin parar mientes en la que viene cayendo, enfrentándose a recesiones económicas, máximos históricos del precio del petróleo, competencias asiáticas, crisis del Sector, etc. Y afrontando, además, la continuación, cada día creciente y, por tanto, cada día más acuciante, del problema de la inseguridad.

Muchos son los temas de los que podríamos hablar, muchos los asuntos que despiertan el interés del sector pero, por doloroso que resulte recordarlo, no hace mucho que nuestro sector ha vuelto a pagar un inadmisibles peaje de sangre, en forma de muerte de un compañero en el transcurso de un atraco en su establecimiento, por lo que este año hemos decidido volver sobre el tema, no por manido menos urgente, de la forma de afrontar la lacra de la inseguridad en el ejercicio de nuestro quehacer diario.

Todos somos conscientes de que cada día que alzamos el cierre de nuestra tienda se



inicia una jornada de riesgo, que ya hace tiempo que dejamos de preguntarnos si nos tocará a nosotros, para limitarnos a vivir con el temor de cuándo nos tocará, y si será hoy el día fatídico en que se verá amenazado el fruto de nuestro trabajo de años y, quién sabe, si también nuestra propia vida.

Pues en efecto, son nuestra hacienda y nuestra propia existencia, así como la de nuestros sufridos empleados, lo que aventuramos con cada apertura del establecimiento.

Rodolfo S.

Mi más cordial saludo para la mesa presidencial y asistentes a esta VII Edición de PRODIAM.

Por objetividad y amenidad, hemos querido por primera vez, unir nuestras experiencias en Seguros, Seguridad y la Judicial, que cierra la trilogía inseparable que comporta todo buen principio para que se cumplan los principios básicos de la seguridad. Deseamos Fernando y yo que al final de nuestra ponencia merezcamos su aprobación.

AUSENCIA DE FRONTERAS

A ninguno se nos oculta que la libertad de circulación en el territorio de la Unión Europea ha supuesto que se alce la última frontera que impedía el paso a una categoría de delincuentes caracterizada por su desprecio por la existencia propia y ajena. Por si no fuera bastante con la diaria amenaza de la delincuencia local, la libertad de que gozamos y de la que nos enorgullecemos, ha abierto el paso a bandadas de individuos, marginados y marginales en sus propios países de origen, cuyas legislaciones e instituciones policiales, judiciales y penales son mucho más duras e inflexibles que las de los países más desarrollados de Europa. Estos delincuentes, habituados a despreciar sus propias vidas, convencidos de que han de vivir el hoy plenamente ante el riesgo de ser muertos mañana, no muestran el menor respeto por las vidas ajenas, menos valiosas, aun, que las suyas. Ni mucho menos por las haciendas de los demás, sometidas a su rapiña en aras del deseo de vivir cada momento como si fuera el último, obteniendo y gozando de todo lo que puedan apresar sus garras. El resultado de ello es una clase de delincuentes caracterizada por una violencia extrema, que responden administrando la muerte ante lo que consideren como la menor provocación.

Y de esta manera, no tenemos otro camino que el de reaccionar ante esta amenaza, adecuando nuestros procedimientos de seguridad y actualizando nuestra propia manera personal de responder ante una incidencia de la índole de las descritas.



Fernando Y.

Desde hace bastante tiempo, personas implicadas profesional y personalmente con este problema, como mi querido amigo y compañero de ponencia Rodolfo Serván, siempre generoso en el esfuerzo, los cargos dirigentes de la Asociación Española y los Gremios y Asociaciones de Joyeros e incluso, con menos dedicación y experiencia, asesores como yo mismo, hemos venido luchando para tratar de aminorar la grave incidencia de la delincuencia. Desde todos esos foros, se ha venido dando cuenta al Sector de una serie de recomendaciones para afrontar el caso de ser víctimas de un robo o un atraco en nuestros establecimientos, qué hacer y, lo que en algunos casos es igual de importante, qué no hacer.

Desde esta privilegiada Tribuna, Rodolfo Serván y yo hemos querido, sin ánimo de ser exhaustivos, y sin otra vocación que la de ser reiterativos en nuestro intento de servir al sector ante un problema totalmente acuciante, resumir brevemente el catálogo de conductas recomendadas ante una de estas incidencias, distinguiendo el antes, el durante y el después del acto delictivo.

Rodolfo S.

ANTES DEL ATAQUE. MEDIDAS DE AUTOPROTECCIÓN, FORMACIÓN Y PREVENCIÓN DE PÉRDIDAS

Prácticamente todos los miembros del sector son conocedores de las Medidas de Seguridad que la normativa en materia de Seguridad (básicamente la Ley y el Reglamento de Seguridad Privada) imponen a los empresarios del Sector de la Joyería y Relojería. Dichas medidas incluyen los cierres ciegos con persianas y anclajes de seguridad, las cámaras de filmación y sistemas de grabación, las alarmas mixtas conectadas con Centrales de Seguridad, los sensores sísmicos, volumétricos y de impacto, los pulsadores anti-atacos fijos y móviles, los cristales blindados y de seguridad, los mallazos anti - butrón en techos, paredes y suelos, las cajas fuertes, y las demás medidas tanto legalmente exigibles como necesariamente recomendables, de las que nuestra compañía se hace eco cada año, cada mes y, casi, cada día, manteniéndoles al corriente de las novedades y actualizaciones disponibles, desde el privilegiado conocimiento de quien está, diariamente, en contacto con los desgraciados incidentes que se producen y, por tanto, de las novedades en el "modus operandi" de los atracadores y de los medios que surgen para enfrentarlos.

Acabo de referirme a una serie de normas de protección, y entre ellas me he referido a alarmas mixtas y quiero pararme en este punto. El motivo es ¿por que recomendamos esta duplicidad?. Es sencillo. Las alarmas por telefonía de cable se sabotean fácilmente, cortando su conexión cableada, cerca de la fábrica o establecimiento e incluso varias manzanas arriba o abajo del negocio elegido para el ataque. Existen sofisticados aparatos, como el Dualcom, que detectan estos cortes de línea, pero que se han visto superados ya en la



actualidad. Por otra parte, habíamos pasado a la instalación de la segunda vía. La Telefonía Móvil. Pues bien con un INHIBIDOR se consigue también eliminar la transmisión y anular el aviso a la central de alarma. ¿Qué significa esto?. Que la mayor parte de las alarmas instaladas están en precario y que se hace necesario defenderse con la conexión a una central IP, que detecta las señales de manipulación o cortes. Naturalmente no todas las centrales están preparadas, lo que haría necesaria su sustitución, si queremos dormir tranquilos.

Fernando Y.

INVERSIÓN EN SEGURIDAD

Somos conscientes de que la implementación de esas medidas, y su actualización y mantenimiento es costosa, y que supone un sacrificio grave para sus ya castigadas economías profesionales. Pero permitánnos decirles, con la necesaria crudeza, que cada euro que ahorren en materia de seguridad, por ejemplo acogidos a la posibilidad de dispensa (de los Subdelegados de Gobierno) de implementar esas medidas para los establecimientos de reducidas dimensiones o entidad, o aferrándose a excusas o trampas para evitar tener que afrontar el gasto en medidas de autoprotección lo habrán de lamentar en el momento de verse enfrentados a un ataque que puede causarles la muerte y, de seguro, que ha de causarles un quebranto económico lindante con la ruina. No pierdan de vista el consejo que les ofrecemos, en materia de seguridad: SEAN DISPENDIOSOS, NO AHORREN, NI ESCATIMEN. No hay mejor inversión, para Uds. que aquella que realicen en seguridad.

FORMACIÓN

En segundo lugar, asesórense de profesionales (Rodolfo les puede indicar cómo y donde) para que se ocupen de formarles a Uds. y a su personal sobre los procedimientos a emplear en caso de atraco, robo o hurto. Un personal con la necesaria educación en materia de procedimientos para las incidencias delictivas es un personal preparado para hacer de la serenidad y la prudencia las mejores armas anti-atraco. Y además, la formación en esta materia genera en los empleados una sensación de aumento de la seguridad, al aminorar el terror a lo desconocido, a cómo se producirá el asalto y qué habrán de hacer. Y así, sabiendo cuál han de ser las reacciones recomendables, los empleados se sienten más preparados, lo que redundará en una mayor tranquilidad y, lo que es lo mismo, en una menor dosis de ansiedad. Y de ahí, el reflejo es una mejor capacidad de trabajo, al no verse mediatizados por el terror a qué pasará y cómo reaccionar.

De una adecuada formación en la materia puede depender que una desgracia económica no se convierta en una tragedia. DE AHÍ LA IMPORTANCIA DE LA FORMACIÓN.



Rodolfo S.

CONTROL E INVENTARIO DE EXISTENCIAS

En tercer lugar, es una buena política la de mantener actualizado el inventario de existencias, debidamente valorado y concordado con las correspondientes Facturas o Albaranes de adquisición de los bienes inventariados, con indicación de los números de serie, marcas distintivas, etc., lo cual permitirá, en caso de robo, determinar, con la necesaria precisión, el listado de objetos sustraídos, su valor y su antigüedad. No está de más dedicar algún tiempo (hay quienes lo hacen los fines de semana) a fotografiar digitalmente las principales piezas y artículos. En algunos casos, los Certificados expedidos por los Laboratorios de Certificación incluyen fotos de las piedras e, incluso, de las piezas completas, realizando una función similar a la de nuestras propias fotografías. Todo esto permite, en los casos en los que por las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad se realizan aprehensiones de objetos robados, acreditar nuestra titularidad sobre los mismos y poder recuperarlos, minorando nuestras pérdidas.

Es necesario, en el caso de la relojería, guardar junto a los estuches de cada pieza, la tarjeta de garantía y numeración de fabricación, para en caso de robo o atraco, denunciar con exactitud y perfección el género expoliado y facilitar a la policía su seguimiento en el mercado negro.

Fernando Y.

SEGUROS. UNA INVERSIÓN

Y una advertencia más, en este apartado. Todos sabemos que los Seguros resultan caros y, en ocasiones, difíciles de mantener. Pero les recomendamos encarecidamente que huyan del infra-seguro y, más aun, de mantener un elevado volumen de piezas sin asegurar. Ese pequeño ahorro, por significativo que ahora parezca, se convertirá en una fuente de probable ruina en caso de robo en su establecimiento.

Somos conscientes de que muchos de Uds. estarán pensando "estos tipos son unos ingenuos". ¿Quién puede pagar todas las medidas de seguridad, comprar toda la mercancía con factura y, además, asegurar la totalidad del valor de la misma?" Pues no, no hay tal ingenuidad. Pero lo recomendado es lo que consideramos el nivel máximo de seguridad aconsejable. A partir de ahí, cada uno ha de elegir cuál es el nivel de seguridad que puede permitirse, a tenor de sus posibilidades, sin perder de vista el hecho de que cada escalón que se desciende en materia de medidas de autoprotección y aseguramiento es un peldaño que se asciende en la escala del riesgo, escala cuyos peligros son mucho más graves que los derivados del mero coste económico. Desde esa óptica, cada uno de Uds. ha de elegir cuál sea su punto asumible de equilibrio coste-riesgo.



Rodolfo S.

DURANTE EL ATAQUE

Un ataque al establecimiento se puede producir de tres formas diferentes, es decir, en forma de hurto, en forma de robo o como atraco.

El **HURTO** se caracteriza por implicar el aprovechamiento por el delincuente de una situación de descuido o desatención por parte del joyero o de su personal, de manera que mientras éste está haciendo otra cosa, o no se halla prestando interés a lo que ocurre en determinado punto de la tienda, el delincuente actúa. Para tal tipo de situaciones, la mejor recomendación es la de prestar la necesaria atención a aquellos que entran en el establecimiento haciéndose pasar por "clientes", atendiendo a su aspecto, a su posible nacionalidad, suelen visitarles una persona bien vestida el día de antes o el mismo día por la mañana para realizar el correspondiente estudio del "escenario". Deben atender a este detalle y al hecho de si ha permanecido un tiempo en el exterior del establecimiento controlando quienes entran y salen, quienes permanecen en el mismo, y el procedimiento que emplean los dependientes para atender a la clientela; como cierran las tiendas, puertas, cierres, etc. y que camino emprenden. Igualmente ha de tenerse en cuenta que uno de los principales procedimientos empleados por estos "descuideros" es el de entrar varias parejas en el establecimiento, incluso empleando niños, para aprovechar la confusión generada, solicitando ver varias piezas de elevado valor, en diferentes puntos de la tienda. La mejor manera de proceder es la de señalarles educadamente la imposibilidad de atender a varias personas a la vez, no atendiendo al siguiente antes de que el anterior cliente haya abandonado el establecimiento. Cada pieza que se extraiga de una vitrina, escaparate o muestrario para ser exhibida no ha de perderse de vista, volviendo a depositarla en su lugar de origen, y cerrando este, tan pronto como el cliente manifieste que desea ver otra. Nunca depositar las piezas en el mostrador o bajo el mismo, y menos si se les solicita que se dirijan a otro punto del establecimiento, como por ejemplo el escaparate.

Suele ser bastante disuasorio (y no hemos de olvidar que nuestra mejor baza es la de que no se produzca la incidencia) el hecho de que se advierta, mediante carteles claramente expuestos en el local, que las cámaras de filmación se hallan grabando la zona de venta, y más aún que, al estilo de los bancos, sea visible la pantalla que muestra la grabación. Pensemos que, normalmente, los descuideros actúan "a cara descubierta", ya que si no, no se les franquearía la entrada al establecimiento por lo que, por más que hayan tratado de alterar su aspecto físico, son conscientes de que el riesgo de que, por medio de la grabación puedan ser identificados es bastante alto, lo que suele disuadirles en la mayoría de las ocasiones.



Fernando Y.

DETALLES Y RASGOS DEL PRESUNTO "CLIENTE"

En todo caso, es muy importante que, ante personas (por su aspecto, procedencia, número, apariencia de actuar concertadamente, llevar puestos guantes para evitar las huellas digitales, o elementos de vestir que dificulten el reconocimiento, etc.), o actitudes (como por ejemplo, la de llamar al dependiente para que extraiga piezas de varias vitrinas separadas unas de otras, la de solicitar ver varias piezas y alegar que se va a ir al cajero a por dinero, volviendo al día siguiente y pidiendo ver las mismas piezas ya vistas u otras), que revelen un cierto riesgo de ser potenciales ladrones, se proceda a fijar en la memoria la mayoría de los datos distintivos característicos de esas personas. No olvidar nunca que algunos rasgos pueden ser alterados (color del pelo y ojos, vestiduras, etc.), por lo que conviene prestar atención a aquellos que no pueden serlo fácilmente, como la estatura, las manos, el timbre de voz y la forma de hablar, la forma de los dientes y el hecho de si llevan algún diente de oro (cosa muy frecuente en los países del este de Europa), la presencia de defectos físicos, marcas en la piel, lunares, etc. Todos estos elementos permitirán, en su momento, la posibilidad de identificar al delincuente entre otros varios, con la necesaria seguridad. Desde mi experiencia profesional, puedo decirles que una de las mejores puertas de escape que los Letrados defensores de los delincuentes hallan a la hora de obtener la absolución de sus "clientes" es la de que el perjudicado no sea capaz de identificar positivamente a quien cometió el delito en su establecimiento, manifestando dudas del tipo de "no estoy completamente seguro", "creo que puede ser el individuo", "ha pasado mucho tiempo" o "estoy casi seguro de que es él".

La defensa de los intereses de las víctimas de los robos, en España, quiebra por el hecho de que nuestro sistema judicial toma como piedra angular un elevado grado de "garantismo", basado en que se ha de presumir en todo momento la inocencia del acusado salvo prueba efectiva e indubitada en contra. Por tanto, si el reconocimiento del delincuente no es concluyente, sino dubitativo, lo más probable es que el acusado evada su responsabilidad por "falta de pruebas", salvo que concurren otros elementos que permitan establecer su culpabilidad.



Rodolfo S.

La segunda forma de ataque a la propiedad es la del ROBO, que a su vez presenta las variantes del ROBO CON FUERZA EN LAS COSAS, caracterizado por el hecho de que la violencia se dirige contra los cierres del establecimiento (roturas de persianas, puertas y escaparates) mediante cizallas, gatos, alunizajes, mazas, butrones, etc., o contra los elementos de contención de las piezas (cajas fuertes, vitrinas, cajones) para violentarlos usando herramientas de todo tipo, incluyendo las más sofisticadas, como las lanzas térmicas, rayos láser y sopletes de oxiacetileno, brocas tubuleras, punta de diamante ide hasta 30cm. de diámetro!, etc. empleados para la apertura forzada de cajas fuertes y de seguridad, así como muros de las cámaras acorazadas.

La segunda de las características de esta variante es la de que suele producirse de noche o durante los días festivos, es decir, cuando no hay nadie en el establecimiento, ya que para tal tipo de ataques los delincuentes suelen precisar que nadie les interrumpa, moleste o puedan ser observados.

En todos estos supuestos de Robo con fuerza el problema es considerablemente mayor que en los casos de Hurto, ya que al valor de las mercancías sustraídas hay que añadir el de los daños ocasionados al establecimiento y sus instalaciones de seguridad.

Para tal tipo de acciones delictivas no hay mejores medios, tanto disuasorios como preventivos, que tener implementados cuantos más y mejores sistemas de seguridad (cierres de seguridad, cristales blindados, alarmas y sensores conectados con una central de alarmas no solo por línea telefónica sino también mediante telefonía móvil GPS o GSM, protección de paredes, suelos y techos, cámaras de video-vigilancia y grabación, etc.). Suele ser muy práctico, especialmente en cuanto a los procedimientos de vigilancia y grabación, establecer un sistema redundante de más de un equipo, de manera que aunque los delincuentes inhabiliten el más aparente pueda permanecer en activo el sistema redundante.

EL ATRACO

Y la tercera variante es la del ROBO CON VIOLENCIA O INTIMIDACIÓN, caracterizado porque la actuación violenta se dirige contra las personas que se hallan en el establecimiento, sean los propietarios del mismo, su personal o los propios clientes (o a los viajeros durante sus rutas). Obviamente se trata de la modalidad más peligrosa, ya que genera un grave riesgo para la integridad física de las personas, maximizado por el hecho de que este tipo de acciones he venido comportando un cada vez mayor grado de violencia gratuita, encaminado a generar en las víctimas una situación de terror paralizante que les impida reaccionar para frustrar los propósitos de los delincuentes.



En el momento en el que se inicia un ataque de este tipo al establecimiento hay que tener siempre presente una regla de oro: la mejor medida de protección y defensa es la de ser capaces de no perder los nervios y actuar PENSANDO lo más claramente que sea posible.

También se ha tener en cuenta que el atraco puede partir desde el propio domicilio. En ocasiones varias personas han retenido a los familiares del joyero y con él, otros dos ó tres miembros de la banda le acompañan al establecimiento o fábrica, obligándole a entregarle toda la mercancía posible. En ocasiones el secuestro-atraco, ha durado toda la noche, hasta la hora en que se desactivaron los retardos de las cajas fuertes o cámaras y de nuevo con el joyero como rehén, tras dejar maniatados a los familiares han abandonado a todos los miembros de la familia huyendo con el botín.

Fernando Y.

CONDUCTA DEL JOYERO

Primera norma: NO PROVOCAR JAMÁS una posible reacción violenta de los asaltantes; esto implica evitar cualquier tipo de comentarios, quejas o actuaciones que puedan ocasionar un inmotivado ataque violento. Especialmente ha de evitarse "hacer frente" a los asaltantes. Estos se hallan prevenidos y esperan esa posible reacción, por lo que la respuesta será tan contundente como posiblemente mortal. Permítannos decirles que el porcentaje que hay en los cementerios de "valientes" y "cobardes" posiblemente oscilará sobre el 90 - 10. Las informaciones periodísticas del hecho luctuoso producido, recientemente, en Móstoles, afirmaban que el Joyero asesinado efectuó un comentario del tipo de "llevaos lo que queráis, porque os estamos grabando". Sin dejar de lado el pesar por la muerte de un compañero tan querido, es mi obligación presentar ese comentario como el paradigma de lo que jamás debería hacerse ante una situación así. El estarles grabando es un hecho cierto que no va a variar, siendo más útil cuanto más desconocido sea para los asaltantes; y el decírselo a los atracadores en nada puede beneficiar en la evitación del delito. Pero puede ser tomado como una provocación, y ser respondida descargando mortalmente un arma contra el Joyero.

Si es posible utilizar el pulsador anti-atraco (cosa que suele ser más fácil en los primeros instantes del asalto) debe hacerse, si bien es preferible, ante la menor duda sobre si se estará siendo observado, abstenerse de hacerlo, pues suele ser la acción que más frecuentemente es contestada en forma de violencia desmedida. Es recomendable llevar en el cinturón, en los bolsillos o colgados "a mano" los pulsadores antiatraco móviles, puesto que difícilmente ante los delincuentes será muy difícil que nos dejen acercarnos a los fijos en paredes o bajo las mesas.

Segunda norma: MANTENER LA CALMA. Obedecer las órdenes de los asaltantes, ralentizando ligeramente los movimientos para dar tiempo, de ser posible, a que actúen las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, en caso de que hayan sido apercebidos.

Tercera norma: estar mentalizados en utilizar, con toda la normalidad posible, los sistemas



APO (alarma por omisión) que deberían instalarse ante la apertura incontrolada de las puertas de las cajas o cámaras acorazadas, pasando el aviso de atraco a la central de alarma, sin que el atacante tome conciencia del acto y sin peligro para el joyero.

Cuarta norma: aplicar lo que antes hemos dicho en orden a la posible IDENTIFICACIÓN de los delincuentes, es decir, observando y memorizando los detalles identificativos a que nos hemos referido antes. Pero téngase en cuenta que asestar la mirada descarada o fijamente sobre los atracadores suele ser respondido violentamente. Obsérvese, pues, con la mayor prudencia posible, para poder, en su momento, dar razón a la policía de cuantos más detalles sean posibles sobre los atracadores y el armamento que portan.

Rodolfo S.

DESPUES DEL ATAQUE AL ESTABLECIMIENTO

Una vez producido el ataque, la primera recomendación es la de NO SE DEBE TOCAR LA ESCENA DEL CRIMEN, para evitar alterar o destruir posibles pruebas tales como restos orgánicos, huellas digitales, etc. Ha de obtenerse una completa serie de fotografías del estado de la escena del crimen, de la situación de los cierres, escaparates, puertas, vitrinas, cajas y cualquier otro elemento violentado por los asaltantes.

En segundo lugar, téngase presente una regla de obligado cumplimiento: siempre hay que denunciar los hechos a la autoridad policial. Siempre, aunque lo robado haya sido poco o nada, aunque "no haya ocurrido nada grave", o aunque se hayan frustrado los propósitos de los delincuentes.

La razón es doble: por un lado, el hecho de que en esta ocasión no haya ocurrido lo peor, o incluso que hayan tenido que abandonar sus propósitos, no excluye que puedan volver a intentarlo, mejor preparados, y con un mayor grado de conocimiento del establecimiento, las medidas de seguridad del mismo y los procedimientos de actuación del personal del local. Y por otra parte, un delincuente identificado o perseguido por las fuerzas y Cuerpos de Seguridad es, potencialmente, menos peligroso para los compañeros de la profesión.

Cuanto antes se efectúe la denuncia, mejor, ya que los detalles estarán más frescos y será más fácil reconstruir lo ocurrido, lo que facilitará la labor policial. En caso de que, con posterioridad a la denuncia se recuerden hechos no incluidos en la misma, no ha de dudarse en comparecer ante la Policía para ampliar la denuncia, por molesto que ello pueda resultarnos. Debe informarse a la Policía, lo más claramente posible, de los detalles de identificación de los delincuentes a los que antes hemos hecho mención. Se trata de profesionales bien formados, que dirigirán el interrogatorio de la mejor manera para lograr la identificación de los asaltantes, por lo que es muy conveniente seguir sus indicaciones.



Incidentalmente, tampoco es mala política la de avisar, con independencia de la denuncia, a los compañeros de vecindad sobre las circunstancias de lo ocurrido y las de las personas intervinientes, y características físicas, dado que los delincuentes tienden a estandarizar sus modos de operar.

Fernando Y.

DOCUMENTACIÓN TRAS UN SINIESTRO

Debe elaborarse un listado, lo más completo posible, de los bienes sustraídos, con sus valores y copia de las Facturas de compra, y acompañarlo de las fotografías de las piezas robadas, si se dispone de ellas, para una mejor identificación y recuperación de las mismas. Igualmente, han de relacionarse los daños causados a las personas y a las instalaciones del establecimiento. Ambas actuaciones tendrán gran importancia para facilitar la labor de la Policía y de los Peritos de las Compañías Aseguradoras. Debe guardarse copia de toda esa documentación, antes de entregar los originales a las compañías de seguros o a su corredor intermediario.

Si posteriormente a la entrega de esa documentación a la Policía se recordara algo más, o aparecieran nuevos objetos como sustraídos, o algunos de los denunciados aparecieran tirados en algún lugar del local (resulta sorprendente el desorden y caos que queda en la tienda tras el asalto), valga lo dicho sobre la denuncia, siendo de desear que se ponga en conocimiento de la Policía a la mayor brevedad posible, mediante la correspondiente ampliación de denuncia.

Si el ataque ha quedado registrado en los medios de filmación y grabación, hágase una copia de la grabación del suceso, de ser posible, y entréguese el original a la Policía y copia al perito de la compañía.

Y como recomendación general, aconsejamos PENSAR, reconstruir mentalmente, con el mayor detenimiento posible la película de los hechos, para tratar de recordar, lo más ordenadamente que se pueda, lo sucedido.

En el supuesto de que seamos llamados a la Comisaría de Policía o al Juzgado interviniente, para identificar a los posibles delincuentes, participando en ruedas de reconocimiento, ratificar la Denuncia, o para identificar las posibles piezas recuperadas, ha de acudir siempre, sin buscar excusas del tipo de "estoy muy ocupado" o "no puedo cerrar la tienda". Un asalto impune a nuestro establecimiento tiene muchas posibilidades de repetirse, sobre todo si ha sido productivo.



En caso de ser citados a Juicio, debemos asistir, aunque las sesiones se alarguen a más de un día, por suspensiones derivadas de faltas de asistencia de los acusados o los Testigos, o por otras dilaciones procesales. La mejor actitud es la de declarar verazmente todo lo que se recuerde, remitiéndonos expresamente, en caso de no recordar algún detalle, a lo que se declaró ante la Policía o el Juzgado en los momentos inmediatos al suceso. Si es posible, identificar positivamente a los delincuentes, y caso de coincidir con ellos en los pasillos o en la sala de Vistas, evitar realizar comentarios amenazantes o de índole vengativa. Piensen que, antes o después (y dado nuestro sistema penal, posiblemente mucho antes) los delincuentes quedarán en libertad, o bien tendrán amigos a su disposición. Y en caso de que deseen vengarse, es muy fácil atacar a quien, cada día, ha de levantar y bajar el cierre de su establecimiento a horas determinadas y de todos conocidas.

Como hemos dicho, ha de cursarse, nada más producirse los hechos, el correspondiente parte del Siniestro a la Compañía Aseguradora, suministrando toda la información referida a los hechos, con entrega de una copia de la Denuncia y de la documentación referente a los bienes sustraídos, su valor e identificación, y colaborando con ella en cuanto nos soliciten o indiquen sus profesionales y, muy especialmente, los Peritos.

Rodolfo S.

RESUMEN

En resumidas cuentas, todo lo manifestado en esta larga exposición se reduce a actuar, en todo momento, con SENTIDO COMÚN, previniendo y procurando anticiparse al siniestro y sus circunstancias con las necesarias medidas de autoprotección, afrontando los hechos con serenidad y mente clara, y minimizando sus consecuencias con diligencia y celeridad tras el hecho, para lograr la recuperación de lo robado, de ser posible, y la detención de los delincuentes.

Una última recomendación. Todos sabemos lo duro que se nos hace saber que quien nos ha atracado tiene unos antecedentes previos que, colocados papel con papel, podrían dar la vuelta a la ciudad, con parada para el aperitivo. O que, una vez detenidos los "presuntos" asaltantes, apenas pisan los calabozos para prestar declaración ante el Juez, que les pone indefectiblemente en libertad "con cargos". Y somos conscientes de que esa situación ocasiona un lógico desánimo que nos lleva a dejar de denunciar, o a tratar de olvidar, lo antes posible, lo que ocurrió. Es humanamente comprensible que así se actúe, pero déjenme que les diga que el desánimo, la inactividad o la pasividad son los mejores regalos que podemos hacerles a quienes nos han asaltado y perjudicado tan gravemente. Pocos pensamientos pueden ser tan dolorosos que los que nos anegan al ver en la televisión el rostro de quien nos atracó, y a quien no denunciarnos dado lo leve del caso, detenido como responsable de la muerte de otro compañero, producida pocos días después; y saber que, quizá, si lo hubiéramos denunciado, se habría podido evitar el subsiguiente asalto mortal. Obremos en consecuencia, con la necesaria diligencia.



Finalmente nos ofrecemos para contestar a cuantas preguntas, relacionadas con nuestra ponencia, tengan a bien hacernos para dejar claras sus dudas o facilitarles alguna información. Entendemos que de un coloquio comprometido y leal, se sacan muchas consecuencias útiles.

Muchas gracias a todos.



ANGELES MOYA

Directora del Centro de Información del Diamante (DTC)

La Palma, 10
28005 Madrid
☎ 91 592 33 00
Fax: 91 592 34 21



Mantener la Confianza del Consumidor: Una inversión emocional

Mantener la Confianza del consumidor



¿Qué es la Confianza del consumidor?

- ◆ La integridad física y los valores emocionales de los diamantes dependen de que los consumidores confíen plenamente en ellos.
- ↓
- ◆ Y no pueden confiar en ellos si no tienen plena confianza en el comportamiento profesional y ético, y también en la capacidad técnica, de la industria.
- ↓
- ◆ A la propia industria le interesa – por motivos comerciales y de reputación – emprender acciones para poder confiar en su propia cadena de suministro. La confianza del consumidor es el eje del potencial del diamante y la base del sueño del diamante.

Confianza del consumidor:
Una inversión emocional



Inversión de emoción



Inversión de dinero

← Tienen que tener confianza →

Confianza del consumidor:
Un activo muy valioso



Un diamante es para siempre



Confianza del consumidor: reforzada por los valores intrínsecos del diamante

Mística

"Los diamantes son una de las creaciones más extraordinarias y más preciosas de la Tierra."

Únicos

"Los diamantes son únicos, igual que la persona que los luce."

Emoción

"Los diamantes tienen un profundo significado emocional para las personas."

Eternos

"Los diamantes nacieron en el principio de los tiempos y mantienen sus valores para toda la eternidad."



Confianza del consumidor: clave para hacer realidad el potencial del diamante

◆ **Dimensión:** Una industria de \$57.500 millones

◆ **Rendimiento:** los diamantes están funcionando mejor que el oro

◆ **Crecimiento:**
- En 2003 se compraron 82 millones de joyas con diamantes
- Las ventas globales de joyas con diamantes se han triplicado entre 1980 y 2003

◆ **Compromiso:** A los consumidores les encantan los diamantes.



Confianza del consumidor: Riesgos

- ◆ Si usted no inspira confianza al consumidor, alguien más lo hará:
 - Alguien de la competencia en el mercado de los diamantes
 - O un vendedor de otro artículo de lujo diferente (por ej., unas vacaciones de lujo)
- ◆ La confianza del consumidor es un tema que hay que tomarse muy en serio, y el que no lo haga verá que repercute en su cuenta de resultados.



Confianza del consumidor: Repercusiones en el sector

- ◆ Una pérdida de confianza del consumidor se traducirá en una caída de las ventas de diamantes por parte de los consumidores
- ◆ Una pérdida de confianza del consumidor en la industria daña la reputación de las compañías y la credibilidad del sector
- ◆ La inseguridad llevará a los consumidores a pasarse a otros artículos de lujo.



Pero unos puntos problemáticos bien resueltos se pueden convertir en un importante activo de marketing.



Mantener la Confianza del consumidor Temas problemáticos



CC: Temas problemáticos Responsabilidades

1. Responsabilidades empresariales
 - Normas éticas
2. Responsabilidades sociales
 - Derechos Humanos
3. Responsabilidades medioambientales
 - Prácticas medioambientales





CC: Temas problemáticos Confusión sobre el producto



Zirconia cúbica



Sintéticos



Moissanita

Estos productos pueden causar confusión si:

- Son difíciles de identificar
- No existe transparencia informativa sobre ellos
- Se presentan como lo que no son
- Falta educación del consumidor



CC: Temas problemáticos Medios de comunicación

La cobertura de los medios puede crear y amplificar estos temas emotivos para los consumidores, y hacerlo a nivel global.

¿Son los diamantes el mejor amigo del terrorista?

Han comenzado las **Guerras del Diamante**

Nativos desplazados por los diamantes

Los diamantes, aunque son para siempre, se fabrican en unos pocos días



Mantener la Confianza del consumidor Integridad del diamante



Integridad del diamante

"El diamante es un mineral natural que consiste básicamente en carbono puro cristalizado con una estructura cúbica."
Fuente: CIBJO

- Creado por la Naturaleza a partir de carbono puro
- Rival de estructura cúbica
- La gema más valiosa y más valorada
- Extremadamente escaso



¿Cuáles son los retos para la integridad del diamante?



1. Ocultación de tratamientos que afectan a la calidad

- **Taladrado con láser y rellenado de fracturas**
 - Rara vez presentados a los laboratorios gemológicos
 - Piedras demasiado pequeñas o mezcladas
 - Rara vez declarados a los consumidores
 - Uso de término engañoso "Claridad mejorada"
 - Ningún rellenado de fractura es permanente
 - Se aprecia observándolo al microscopio



El láser calienta la inclusión, que se expande y causa una grieta en la superficie



2. Ocultación de tratamientos que afectan al color

- **Irradiación**
 - Disponible globalmente
 - El color idéntico es un indicador visible
 - Crear colores fancy
 - Detectarlo suele ser relativamente sencillo
 - Rara vez presentados a los laboratorios
 - Piedras pequeñas
 - Vendidas en lotes
 - Todas las piedras fancy se deben testar en lab.
- **HPHT**
 - Altera el color de piedras marrones, para crear piedras sin color
 - Diamantes Candidate muy escasos: <1% y la mayoría tienen formas fancy
 - También tienen que ser de gran calidad para soportar el tratamiento
 - Los tratamientos también pueden crear colores fancy

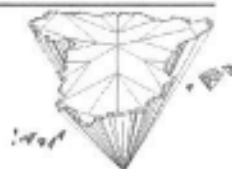


(tratamiento de Tipo B)





GOLD&TIME
GRUPO
Nexo



3. Ocultación de simulantes

◆ Zirconia cúbica

- Hecha de óxido de zirconio
- El simulante más extendido
- Índice de refracción menor que el diamante: más pérdida de luz
- Fácil de detectar con test de lápiz térmico



◆ Moissanita

- Hecha de carburo de silicio
- Comercializado desde 1998
- Brillo más "borroso" que el diamante debido a la doble refracción
- Detectable con test de lápiz térmico de última generación



DTC

4.1 Ocultación de sintéticos (HPHT)

- ◆ Se consigue formar utilizando altas temperaturas (~ 1400 °C) y presiones (~ 50,000 atmósferas).



- ◆ Hay muy pocos en el mercado.
- ◆ Los colores suelen ser fancy o amarillo oscuro
- ◆ Los de más calidad, casi incoloros y económicamente menos viables
- ◆ Muchos tienen inclusiones metálicas



DTC

4.2 Ocultación de sintéticos (CVD)

Depósito de Vaporos Químicos

- ◆ Primera síntesis en la década de 1950
- ◆ Los colores suelen ir del marrón oscuro al marrón tenue
- ◆ Producido en forma de planchas de 2.5 mm de grosor
- ◆ Sólo admite la talla brillante redonda de 20pt (Talla plana en tamaños mayores)
- ◆ No hay producción comercial



DTC

Mantener la Confianza del consumidor
Actuaciones de la DTC



DTC

Clave para un enfoque equilibrado

Poner todos los temas problemáticos en perspectiva

Todos los temas problemáticos pueden dañar la confianza



DTC

Política de Confianza del consumidor

Principios del Código de conducta de la DTC:

A FAVOR

- Plena transparencia informativa (tratamientos, sintéticos, simulantes)
- No de zonas de conflicto (origen)
- Ética estricta de la industria
- Buenas condiciones laborales
- Buen trato y dignidad de las personas
- Cuidado del medio ambiente

EN CONTRA

- Elementos de zonas de conflicto
- Trabajo infantil
- Prácticas peligrosas
- Prácticas perjudiciales para la salud o el bienestar personal
- Conductas ilegales
- Conductas escandalosas



DTC



La DTC, las compañías del Grupo De Beers y los Sightholders de la DTC se han comprometido a cumplir los principios del Código de conducta

Transparencia informativa

- ✦ La DTC está trabajando con los líderes de la industria para desarrollar una terminología común.
- ✦ Los organismos sectoriales se están asegurando de que sus miembros tienen toda la información y actúan con responsabilidad.
- ✦ Evitar el uso de términos engañosos y adoptar una estrategia proactiva en la transparencia informativa al consumidor.
- ✦ Asegurarse de que el consumidor tiene toda la información y puede decidir qué comprar con conocimiento de causa.
- ✦ Afecta a todos los elementos de la cadena

Identificación – DiamondSure™



- ✦ Método rápido de sobremesa
- ✦ Identifica rápidamente los diamantes naturales
 - Separa sintéticos y simulantes para más análisis
- ✦ Fácil manejo
 - No hay que interpretar resultados
- ✦ Resultado en 5 segundos
- ✦ En principales laboratorios gemológicos

Identificación- DiamondView™



Identificación- Investigación sobre tratamiento HPHT

- ✦ DTC empezó hacia 1994 a investigar para desarrollar nuevos métodos de identificación
- ✦ El equipo de laboratorio es costoso y lento
 - Tarda hasta 30 min. en dar un resultado
- ✦ DTC ha desarrollado un instrumento de análisis, DiamondPLUS™, que ayuda a detectar diamantes tipo II tratados con HPHT



Diamantes: El Proceso Kimberley

- ✦ Respuesta a la potencial amenaza de los diamantes de zonas de conflicto.
- ✦ Colaboración de ONU, gobiernos, industria y ONG
- ✦ "Joyería de América" anima a sus miembros a tener en cuenta el informe de Global Witness
- ✦ El sector necesita saber qué hace falta para endosar facturas.





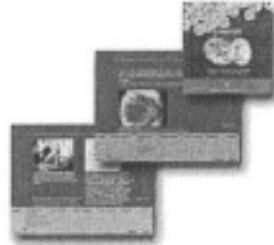
GOLD&TIME
GRUPO Nexo



© PRODIAM es una marca registrada de Nexo Ediciones S.L. Prohibida la reproducción total o parcial de este "Cuaderno de Prevención" sin el consentimiento escrito de Nexo Ediciones S.L. El resto de logotipos son propiedad de sus titulares, reproducidos con su autorización para este uso exclusivo.

Formación del sector

- ◆ DTC tiene actividades formativas para el sector en los diferentes países
- ◆ Existe una amplia gama de materiales
- ◆ CD-ROM con info sobre integridad, transparencia informativa y detección
- ◆ Interacción con laboratorios clave
- ◆ Presencia en principales Ferias del sector



Promoción del diamante

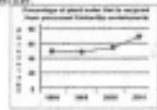
- ◆ La DTC sigue promocionando el 'Sueño del diamante' mediante
 - Cobertura mediática
 - Publicidad
 - Promociones en detallistas
- ◆ La DTC es una reconocida fuente de información fidedigna sobre compras:
 - Folletos 4C y guías de cómo comprar
 - DTC.com; DTC.biz



Preocupaciones medioambientales

Aunque la DTC no se dedica a la minería, las piedras recibidas de las minas del Grupo De Beers se extraen con un método respetuoso con el medio ambiente:

- ◆ **Conservación de aguas**
 - De Beers tiene en marcha varios proyectos para aumentar los operativos de conservación de recursos hídricos.
- ◆ **ISO 14001**
 - De Beers está en proceso de confirmación de que todos sus operativos se ajustan a ISO 14001



Operativo	ISO 14001	ISO 14001	ISO 14001	ISO 14001	ISO 14001
Operativo 1	Completado	Completado	Completado	Completado	Completado
Operativo 2	Completado	Completado	Completado	Completado	Completado
Operativo 3	Completado	Completado	Completado	Completado	Completado
Operativo 4	Completado	Completado	Completado	Completado	Completado
Operativo 5	Completado	Completado	Completado	Completado	Completado



¿Es la DTC la única que aborda temas de Confianza del consumidor?

- ◆ La DTC no es la única
 - que ofrece protección al consumidor
 - que defiende la integridad del producto
- ◆ Otras compañías de artículos de lujo tienen sus propios programas
- ◆ Todos los mercados deben anticiparse a los potenciales desafíos



Mantener la Confianza del consumidor

Su Plan de acción de seis puntos



Su Plan de acción de seis puntos

- ◆ Tomarse en serio los temas de Confianza del consumidor
- ◆ Mantener una cierta perspectiva
- ◆ Adoptar el código de conducta sobre transparencia informativa
- ◆ Mantenerse alerta
- ◆ Promocionar los valores del diamante
- ◆ Conocer las posibilidades de detección que ofrece su mercado.





GOLD&TIME
GRUPO
NEXO



Su Plan de acción de seis puntos

- ◆ **1. Tomarse en serio los temas de Confianza del consumidor**
 - Mantenerse informado sobre los temas
 - Asegurarse de que el personal tiene información reciente – alguien encargado de actualizarla
 - Revisar los temas con el personal y enseñarles cómo abordarlos
 - Asegurar el cumplimiento de toda la legislación nacional pertinente y de los estándares/reglamentos de la industria
 - Preguntar a los proveedores por sus políticas/prácticas de confianza del consumidor
 - Saber a quién dirigirse en caso de incumplimiento de la legislación / código de conducta

DTC

Su Plan de acción de seis puntos

- ◆ **2. Pero ... manteniendo la perspectiva sobre los temas de confianza del consumidor**
 - Equilibrio entre conocimiento y formación, y no desencadenar una preocupación infundada
 - El negocio del diamante está cada vez más fuerte.



DTC

Su Plan de acción de seis puntos

- ◆ **3. Transparencia informativa: adoptar Código de conducta propio y terminología de la industria**
 - Asegurarse de que el canal de distribución está limpio: comprobar a los proveedores
 - Hacerlo público y a disposición de los consumidores
 - Colaborar con su asociación sectorial local para adoptar un código de conducta sobre transparencia informativa, terminología, etc.
 - Asegurar que la transparencia proactiva está amparada por sus principios éticos
 - Ser claro con el lenguaje propio y con la política hacia el consumidor.



DTC

Su Plan de acción de seis puntos

- ◆ **4. Mantenerse alerta: la vigilancia a nivel detallista puede ayudar a evitar actividades que dañen la confianza del consumidor**
 - Sospechar si aparece en el mercado una cantidad inesperada de piedras amarillas o marrones
 - Asegurarse de que las compras de diamantes tienen los Certificados del Proceso Kimberley
 - Recelar de quien quiera involucrarle en transacciones sospechosas



DTC

Su Plan de acción de seis puntos

- ◆ **5. Promocionar los valores del diamante: Místicos, eternos, únicos y cargados de emoción**



DTC

Su Plan de acción de seis puntos

- ◆ **6. Detección de sintéticos: saber dónde están los equipos de detección de su mercado.**



DTC



GOLD&TIME
GRUPO
Nexo



Mantener la Confianza del consumidor

Puntos clave que recordar



Puntos clave que recordar

- ◆ Juntos podemos desarrollar el potencial del diamante
- ◆ El negocio del diamante está boyante – los estudios confirman que los consumidores no se cansan de ellos
- ◆ La Confianza del consumidor es imprescindible para mantener el negocio del diamante
- ◆ DTC y muchos líderes del sector están haciendo su aportación para transmitir confianza al consumidor
- ◆ Conozca los temas problemáticos y las últimas novedades sobre ellos
- ◆ Conozca las prácticas de su compañía y su posicionamiento
- ◆ Prepárese para jugar su papel en el mantenimiento de la Confianza del consumidor



Usted tiene un papel importante que jugar





MARIO LÓPEZ SANZ

Director General de
MR Tools

Montera, 24
28013 Madrid
☎ 91 531 99 97
Fax: 91 531 99 97



El sector de la maquinaria especializada; contribución fundamental

1º.-PRESENTACION:

En primer lugar, me gustaría agradecer a la organización la oportunidad de participar en este foro que es una excelente excepción dentro del panorama de la industria del diamante española, no muy al día en innovación y tecnología, como ya se ha hecho mención aquí en todas las ediciones, respecto a otros mercados, pero sobretodo en comparación con el mercado europeo, con el que deberíamos y podríamos tener una legítima ambición de equipararnos.

M&R TOOLS es una empresa que se dedica a la comercialización de todo tipo de instrumental, maquinaria y herramientas para las industrias de la gemología y la joyería; desde nuestros comienzos hemos tenido la gran inquietud de hacer ver a dichas industrias la necesidad y la conveniencia en la renovación y la innovación, haciendo así una apuesta de futuro ante un mercado en continua evolución.

En nuestra experiencia, las empresas y entidades que han seguido estas pautas, no solo han superado cuantas crisis han habido y hay, sino que normalmente han salido reforzados de ellas, por una pura ley de selección natural de los más preparados y adaptables.

2º.-LA SEGURIDAD Y LA IMAGEN DE MARCA: INSTRUMENTOS SARIN

Dentro del marco de las ponencias, referidos a la seguridad en el sector y a la imagen de marca, nos gustaría presentar los instrumentos de la firma israelí SARIN TECHNOLOGIES, reconocidos líderes mundiales, de los que somos distribuidores en España.

LA IMPLANTACIÓN Y EL USO DE ESTOS INSTRUMENTOS EN LOS MERCADOS LÍDERES ES YA GENERALIZADA

La gama de los instrumentos de SARIN incluye varias líneas de productos, todos ellos encauzados a la clasificación del color, la talla y también para el mercado laser de diamantes.

Vamos a hablar aquí de tres de ellos: EL COLORIMETRO, para una correcta clasificación del color de los diamantes, LOS PROPORCIONOSCOPIOS, no solo, como veremos a continuación en la demo, para obtención de las proporciones, sino también para una correcta clasificación y control de stock que hacen cada piedra inconfundible basándonos



en la talla, y EL DIASCRIBE, máquina para grabado laser con aplicaciones tanto de imagen de marca y seguridad, como puramente comerciales.

Las aplicaciones y ventajas de dichas líneas de instrumentos son amplias y variadas; por esbozar aquí las más importantes de ellas resaltaremos:

ALTA PROFESIONALIDAD Y ESPECIALIZACION: Instrumental que nos ayuda a comprar con garantías de lo que nos venden (ejemplo: el color de los diamantes, la calidad de las tallas) y a dar una alta imagen de profesionalidad y preparación ante nuestros clientes: rentabilizar nuestros negocios.

IMAGEN DE MARCA: SARIN también contribuye en la creación de imagen de marca, teniendo el usuario la posibilidad de emitir certificados que le son personalizados a su gusto, y otras más avanzadas, como que nuestros diamantes vayan marcados con el nombre de nuestra empresa, número de serie, etc; también, y haciendo hincapie en el mercado laser, recalcar la posibilidad de enriquecer el valor sentimental de los diamantes, con una grabación en el filetín que haga referencia al evento que representa esa gema: un compromiso, un aniversario, etc. Esta función supone para los que tienen este instrumento una imagen muy favorable entre los clientes, por la exclusividad de este servicio. En Europa, EEUU Japón es muy apreciado hace ya algunos años.

CONTRIBUCION A LAS MEDIDAS DE SEGURIDAD Y CONTROL DE STOCKS: ya no solo por la mayor dificultad para los delincuentes de mover género marcado a laser y convenientemente certificado, sino también por otras funciones disponibles, como el SEARCH&FIND (BUSCAR Y ENCONTRAR), que nos permite identificar en todo momento nuestras piedras en base a la talla, que es única, con la precisión de una huella dactilar. Y ya sin más me gustaría presentarles al Sr. Bernat Migó que nos va a recrear unas demostraciones con todas las funciones de las que hemos hablado.

Para un conocimiento mejor o una atención más personalizada, les invitamos a visitar nuestro Stand en IBERJOYA, gracias.



JUAN CANDAME

Presidente de la Asociación
Española de Joyeros,
Plateros y Relojeros

Príncipe de Vergara, 74
28006 Madrid
☎ 91 411 93 64



Conclusiones

- ❖ 1. La creciente amenaza de la fabricación de gemas sintéticas, la incorporación de tratamientos que modifican sus cualidades y precios y la extensión de estas prácticas a todo tipo de gemas hacen imprescindible el desarrollo de nuevos apartados y métodos de detección.
- ❖ 2. El acceso a estas tecnologías, muchas veces fuera del alcance del joyero, debe realizarse a través de laboratorios y otras instituciones especializadas. Es fundamental, por ello, la existencia y desarrollo de una mayor colaboración entre dichas instituciones y el Sector propiamente dicho.
- ❖ 3. La existencia de diversas instituciones y entidades con estos objetivos de certificación y evaluación de las gemas no debe suponer un menoscabo de la calidad de sus servicios, sino al contrario, un acicate para su continua mejora y perfeccionamiento.
- ❖ 4. No obstante, es imprescindible que dichas instituciones se guíen por criterios homologados, a nivel nacional o internacional en el ejercicio de su actividad.
- ❖ 5. La situación de inseguridad en el Sector se agrava cuantitativa y cualitativamente, por la existencia de bandas profesionalizadas y crecientemente violentas en sus acciones delictivas.
- ❖ 6. La prevención se impone ante ello, y aunque en algún caso pueda resultar insuficiente, no debe nunca abandonarse ni ignorar las elementales medidas precautorias.
- ❖ 7. En caso de sufrir un incidente o siniestro, deben seguirse las indicaciones y consejos que tanto las autoridades policiales como aseguradoras y asesores proponen, para evitar o disminuir en lo posible los efectos del delito.
- ❖ 8. La confianza del consumidor, que siempre fue un activo fundamental en la actividad del joyero, debe recuperarse y acrecentarse, mediante una política de transparencia y comunicación adecuada a las necesidades del sector y adaptada a las realidades de la



vida cotidiana. en este sentido, es imprescindible una política global de comunicación que no oculte los problemas, sino que los afronte con la máxima transparencia, información y servicio al consumidor.

- ❖ 9. Las raíces familiares son un activo irrenunciable en la imagen de marca de las empresas, que puede y debe potenciarse siempre con una permanente actualización de sus formas y medios, pero sin perder sus esencias.
- ❖ 10. El uso de instrumentación adecuada y puesta al día, con todas las garantías en sus mediciones es un factor más para la transmisión de imagen de calidad del Sector y confianza del consumidor.