

**Perfil de mercado:**

**Oportunidades de negocios para la Joyería y orfebrería de plata en el mercado chileno.**

**Marzo 2010**

Elaborado por: Jaime Del Pozo  
Supervisión y dirección:

Consejera Económica Comercial Sra. Silvia Seperack.

**Índice**

RESUMEN.....	3
1. PARTIDAS ARANCELARIAS.....	5
1.1 Partida arancelaria y productos que se analizarán.....	5
2. CALIDAD.....	6
3. DEMANDA.....	7
3.1 Características actuales del mercado.....	7
3.2 Usos y preferencias del consumidor.....	10
3.3 Precios al consumidor final y presentación producto.....	12
4. EXPORTACIONES.....	14
5. COMERCIO.....	16
5.1 Importaciones y principales proveedores.....	16
6. ACCESO AL MERCADO.....	18
6.1 Requisitos técnicos de ingreso.....	18
6.2 Barreras arancelarias.....	19
6.3 Canales de distribución.....	20
6.4 Procedimiento de importación.....	22
6.5 Promoción y publicidad.....	24
7. PRINCIPALES FUENTES DE INFORMACIÓN.....	25
8. PRINCIPALES IMPORTADORES.....	26
9. POTENCIALES COMPRADORES.....	29
10. PRINCIPALES CENTROS COMERCIALES.....	44

## RESUMEN

En el presente informe se analiza el mercado de joyería y orfebrería de plata en el mediano plazo en Chile para el periodo Enero Noviembre 2009 y sus perspectivas para los próximos años.

Se trata de un mercado que ha mantenido un ritmo de crecimiento constante en los últimos años. Sin embargo, desde 2009 el sector se ha visto afectado por la crisis de la economía mundial, que ha hecho mellar incluso en el consumo de productos de lujo que tradicionalmente son menos sensibles a las fluctuaciones económicas.

El mercado de Joyería de plata en Chile está atravesando una época de cambios originados por la llegada masiva de productos asiáticos al mercado. El alto precio de la joyería de oro ha hecho que los comerciantes opten por la joyería en plata o bien la importación masiva de bisutería asiática, que viene saturando el mercado. Así, en el mercado se encuentran las empresas más competitivas y especializadas.

En general, es una joyería artesanal y tradicional, consumida por mujeres principalmente. Las pautas de consumo varían en función de la edad y el status económico. La mujer joven prefiere joyería en plata y la mujer más adulta se decanta por diseños en oro. La clase social con mayor poder adquisitivo opta por diseños más sofisticados e innovadores.

En los últimos años, ha surgido un nuevo tipo de demanda que busca diseños innovadores, que sigan las tendencias de moda. Los fabricantes y distribuidores han incrementado las importaciones de este tipo de productos para satisfacer la demanda. Los artículos de joyería de diseño o alto nivel es un segmento que está prácticamente copado por las importaciones europeas, con Italia a la cabeza, seguidas por Tailandia y México.

A estos aspectos, se puede añadir que desde el 2003 el consumo de productos de joyería de plata ha venido aumentando más de lo que se esperaba. De este modo, el incremento actual de la demanda puede ser una buena oportunidad para las empresas peruanas que hayan incluido a Chile en su plan de internacionalización.

Las importaciones de joyería no han dejado de crecer en los últimos años, aunque exportadores tradicionales como Italia han visto descender su cuota frente a la de países como Tailandia. Esta tendencia supone una oportunidad para nuevos exportadores tanto de bisutería como de artículos de joyería de calidad .

Un mercado en el que las exportaciones peruanas representan tan sólo el 3,69% del total de importaciones (unos US\$ 223.622,91 dólares de un total de 6'060.898,55), resulta sin duda interesante por su volumen y perspectivas de crecimiento.

La distribución de joyería se realiza mediante importadores, comercializadores y tiendas. La eliminación definitiva de aranceles para productos peruanos presenta un marco favorable para la introducción de artículos de platería peruana en el mercado. Esta es conocida en Chile, y apreciada por sus diseños, calidad y acabados.

Por otra parte, hay que tener en cuenta las dificultades para encontrar canales de comercialización adecuados. Llegar a los grandes almacenes es muy difícil para cualquier fabricante que no haya trabajado ya en el mercado y las pequeñas joyerías de prestigio no ofrecen la posibilidad de trabajar con grandes volúmenes de ventas. No obstante, la proximidad geográfica con respecto a Perú es una oportunidad clara para insertarse en el mercado.

Independientemente del canal de comercialización que se elija, es fundamental tener en cuenta internet como herramienta de marketing mix ya que las ventas on-line son un canal importante. Aunque en la joyería de diseño los consumidores apuestan por tiendas especializadas con una atención personalizada y excelente servicio al cliente.

El mercado de la joyería de lujo es el que en un futuro a medio/largo plazo experimentará un mayor crecimiento debido a la concurrencia de una serie de factores socio-económicos: la reactivación de la economía que devolverá la confianza a los consumidores chilenos y el enorme potencial de compra de éstos,

sin olvidar que al consumidor chileno no le importa pagar más por artículos de calidad y marca que le dan status.

## 1. PARTIDAS ARANCELARIAS

### 1.1 Partida arancelaria y productos que se analizarán

Las partidas arancelarias y productos que se estudiarán en este “Perfil” son las siguientes:

#### **Cuadro N° 1: Partidas Arancelarias de artículos de joyería en plata y artículos de orfebrería en plata**

Artículos de joyería en plata			
Arancel de Aduana Peruano	Partida Nandina	Descripción Nandina	Partida Naladisa
	7113.11.00.00	ART. DE JOYERIA DE PLATA, INCLUSO REVESTIDA O CHAPADA DE OTRO METAL PRECIOSO (PLAQUE)	71131100
Arancel Aduanero Chileno	Código Sistema Armonizado	Descripción Sistema Armonizado	
	7113. 1100	DE PLATA, INCLUSO REVESTIDA O CHAPADA DE OTRO METAL PRECIOSO (PLAQUE)	
Artículos de orfebrería en plata			
Arancel de Aduana Peruano	Partida Nandina	Descripción Nandina	Partida Naladisa
	7114.11.10.00	ART. DE ORFEBRERIA DE PLATA DE LEY 0,925	71141100
Arancel Aduanero Chileno	Código Sistema Armonizado	Descripción Sistema Armonizado	
	7114. 1100	DE PLATA, INCLUSO REVESTIDA O CHAPADA DE OTRO METAL PRECIOSO (PLAQUE)	

Elaborado por: Oficina Económica Comercial, Embajada del Perú.  
Fuente: Legal Publishing (2009)

## 2. CALIDAD

En Chile se presenta una creciente inserción internacional, siendo parte de los principales organismos internacionales y llegando a ser el primer país del mundo en número de acuerdos comerciales firmados, que le garantizan acceso preferencial a mercados que representan más de un 70% del PIB mundial. Por lo que, para acceder a los diferentes mercados mundiales los estándares de calidad se han venido incrementando con el propósito de alcanzar los estándares rigurosos europeos. Además existen en el mercado local todo tipo de productos y variedades en su calidad.

Otra característica de Chile es el elevado grado de formalidad en las actividades económicas y comerciales, lo que se refleja a la hora de hacer negocios con los empresarios chilenos, acostumbrados a transacciones serias amparadas bajo la apertura de crédito documentario en las primeras y la mera transferencia bancaria cuando se consolida la relación comercial.

El exportador peruano podrá optar por los siguientes mercados:

- Mercado exclusivo destinado al segmento de la sociedad con mayor capacidad adquisitiva y que consume productos de calidad, innovadores, diferentes y sobre todo que les ofrezca toda una experiencia. Esta experiencia tiene relación con el servicio personalizado y la atención en los detalles. Estas personas no cambian su comportamiento de consumo por los vaivenes económicos en general.
- Mercado masivo de artículos sin mayor rasgo diferencial, de calidad generalmente media y diseños simples (tipo bisutería), dirigido a la población de menores recursos y que compra “por precio”.

### 3. DEMANDA

#### 3.1 Características actuales del mercado

El crecimiento proyectado del mercado mundial del sector joyería cayó de +9% en 2007 a + 2.5% en 2008, de acuerdo a la séptima edición del estudio de bienes de lujo de Bain & Company. Esto como consecuencia de un enfriamiento de las ventas de joyerías tanto en Europa como en América.

Con respecto al mercado Chileno, la falta de información es un problema para la industria. Sin embargo, actualmente hay un amplio consenso en cuanto a que los jóvenes profesionales chilenos están conduciendo el crecimiento del mercado, debido a su mayor poder adquisitivo. Existe una mayor integración internacional del país, impulsada por tratados de libre comercio, los viajes al extranjero, la televisión por cable y la Internet. Pero, para las empresas minoristas locales, esto también tiene un lado negativo, ya que los consumidores están mejor informados sobre las marcas y nuevos estilos, lo que es bueno para la industria, esperando en Chile los mismos diseños y precios que ven en las tiendas en el extranjero u online.

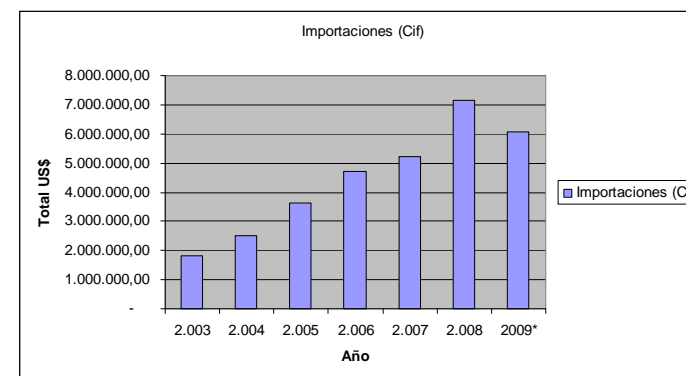
Así el mercado exclusivo es un negocio que va en alza y la crisis económica que se vive no lo ha tocado en gran medida. Según cifras publicadas por el Comité de las Marcas de Lujo en Chile, el negocio a nivel mundial US\$ 200 mil millones, de los cuales US\$ 6 mil millones corresponden a América Latina. De esta cifra Chile registra menos del 1%.

El mercado de joyas de lujo es pequeño en Chile, comparado con las cifras que se mueven a nivel internacional, sin embargo, los principales joyeros dicen que existe un alto potencial. Los artículos de

lujo se están expandiendo a una tasa que oscila entre el 15% y el 20% anual.

Las importaciones chilenas en artículos de joyería en plata alcanzaron los US\$6'060,898.55 dólares de Enero hasta Octubre del 2009. Mostrándose un decrecimiento del 1.35% con respecto del 2008, que fue el año con mayor crecimiento llegando a 51.82% con respecto del 2007. Ver gráfico: Importaciones en valor CIF US\$ de joyería, y cuadro: Variación porcentual de importaciones de joyería.

**Gráfico N° 1: Importaciones en valor CIF US\$ de joyería**



\*Total hasta Octubre 2009.

Elaborado por: Oficina Económica Comercial, Embajada del Perú.  
Fuente: Legal Publishing (2009)

**Cuadro N° 2: Variación porcentual de importaciones de joyería\***

Año	Variación Porcentual
2007	8,82%
2008	51,81%
2009	-1,35%

\*Totales considerando los meses de Enero a Octubre 2009.  
Elaborado por: Oficina Económica Comercial, Embajada del Perú.  
Fuente: Legal Publishing (2009)

Así las importaciones chilenas de joyería de plata en los pasados cinco años alcanzaron un crecimiento promedio anual del 31.97%.

Considerando el sobresaliente crecimiento que se tuvo en el 2008 y la actual crisis económica mundial que tuvo sus repercusiones el 2009, los resultados de éste año se consideran aceptables y se espera que para los próximos, continúe el crecimiento significativo de los últimos años.

Las importaciones chilenas hasta Octubre del 2009 vienen siendo lideradas principalmente con productos procedentes de Italia u Tailandia, con una participación aproximada del 24% cada uno. Muy por debajo Perú sólo representa el 3.69% de las importaciones chilenas siendo el octavo país de origen. Ver cuadro: Top ten del país de origen de las importaciones chilenas para el periodo Enero a Octubre 2009 – Joyería de Plata.

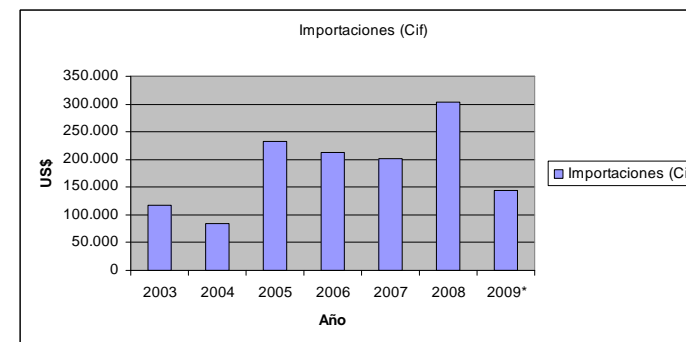
**Cuadro N° 3: Top ten del país de origen de las importaciones chilenas Enero a Octubre 2009 – Joyería de plata**

Nro	Nombre	Unidad	Volumen	Cif	%Cif
1	ITALIA	Kgr.Netos	1.772,00	1.479.672,12	24,41
2	THAILANDIA	Kgr.Netos	4.592,51	1.458.035,10	24,06
3	MEXICO	Kgr.Netos	4.690,28	665.261,08	10,98
4	ESPAÑA	Kgr.Netos	1.544,47	567.173,55	9,36
5	CHINA	Kgr.Netos	2.575,09	493.470,63	8,14
6	PANAMA	Kgr.Netos	4.483,64	244.549,57	4,03
7	COLOMBIA	Kgr.Netos	200,80	223.656,49	3,69
8	<b>PERU</b>	<b>Kgr.Netos</b>	<b>673,94</b>	<b>223.622,91</b>	<b>3,69</b>
9	ESTADOS UNIDOS	Kgr.Netos	420,92	174.075,63	2,87
10	INDONESIA	Kgr.Netos	15.319,11	167.807,68	2,77
	TOTAL			5.697.324,76	94,00

Elaborado por: Oficina Económica Comercial, Embajada del Perú.  
Fuente: Legal Publishing (2009)

En lo que se refiere a artículos de orfebrería de plata el mercado es mucho más pequeño y de Enero a Octubre del 2009 se registraron importaciones por US\$ 144,707.77 dólares. Aproximadamente la mitad del año anterior, el cuál había crecido 62.60% respecto del 2007. Ver gráfico: Importaciones en valor CIF US\$ de joyería, y cuadro: Variación porcentual de importaciones de joyería.

**Gráfico N° 2: Importaciones en valor CIF US\$ de orfebrería\***



\*Total hasta Octubre 2009.  
Elaborado por: Oficina Económica Comercial, Embajada del Perú.  
Fuente: Legal Publishing (2009)

**Cuadro N° 4: Variación porcentual de importaciones de orfebrería\***

Año	Variación Porcentual
2007	14,66%
2008	62,60%
2009	-48,28%

\*Totales considerando los meses de Enero a Octubre 2009.  
Elaborado por: Oficina Económica Comercial, Embajada del Perú.  
Fuente: Legal Publishing (2009)

Las importaciones en lo que respecta a artículos de orfebrería de plata son poco relevantes en el mercado, principalmente por la oferta natural existente en Santiago y regiones.

### 3.2 Usos y preferencias del consumidor

En Chile se siguen modas europeas, donde los consumidores valoran la elegancia y aunque el consumidor chileno es de tendencia conservadora, últimamente se está dejando de lado la clásica sobriedad y ya no escatiman en comprar modelos más grandes, llamativos y de materiales costosos. Los precios se relacionan con

factores relacionados con el ego y el status, por lo cual agrega mucho valor la marca del producto.

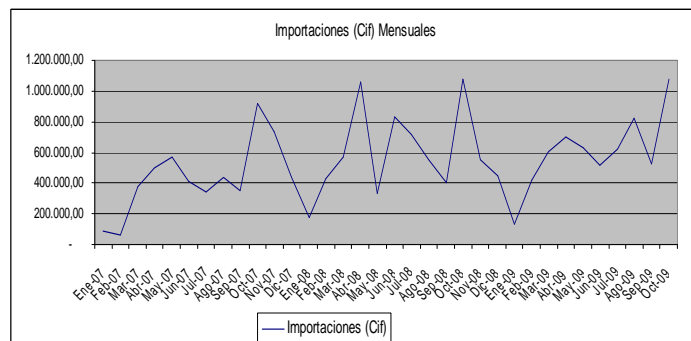
El chileno cada vez tiene más cultura del lujo, porque viaja más, ve los modelos en Internet y están al día de lo que está pasando en el mundo.

El cliente chileno consumidor de joyería ha experimentado algunos cambios como el aumento de la participación de la mujer en las compras. Más osadas y gastadoras, ya no les basta con alguna joya tradicional que mantienen por largos años. Eligen varias para tener más opciones para elegir según la ocasión y la vestimenta.

Los hombres compran joyas no sólo para sus esposas o parejas, sino para ellos mismos. Esa tendencia ha obligado a las tiendas a incorporar líneas especialmente diseñadas para varones.

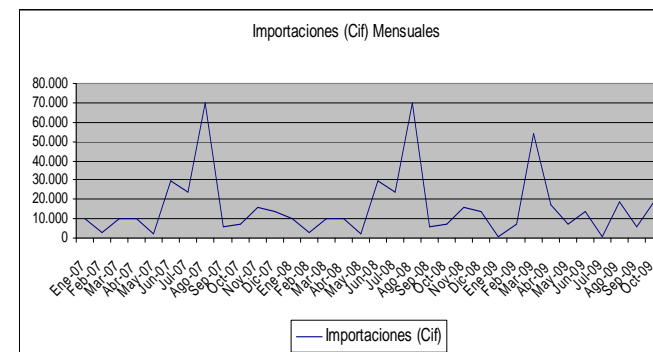
Con ventas que han ido mejorando en los últimos años, el mercado de las joyas aún se mantiene de manera importante por las ventas de Navidad, aunque ha mejorado notoriamente la adquisición en el Día de la Madre como se muestra en los gráficos siguientes: Estacionalidad de las importaciones de joyería de plata y Estacionalidad de las importaciones de orfebrería de plata.

**Gráfico N° 3: Estacionalidad de importaciones joyería de plata.**



Elaborado por: Oficina Económica Comercial, Embajada del Perú.  
Fuente: Legal Publishing (2009)

**Gráfico N° 4: Estacionalidad de importaciones orfebrería de plata.**



Elaborado por: Oficina Económica Comercial, Embajada del Perú.  
Fuente: Legal Publishing (2009)

Como se observa en los gráficos los volúmenes de importaciones de artículos de joyería de plata más relevantes se presenta en los meses de abril y octubre. Como preparación para las fechas del Día de la Madre y de Navidad. Por el contrario, los volúmenes menos importantes se evidencian pasadas estas dos fechas principales, concluyendo que se trata de vender los remanentes.

Con respecto a los artículos de orfebrería de plata también se observa un grado de estacionalidad en los meses de junio y agosto. Aunque los volúmenes son menos representativos.

### 3.3 Precio consumidor final y presentación producto

Al respecto, podemos diferenciar dos mercados con características propias:

**a) El mercado de joyería de marca y diseño:**

Se trata de un mercado en el cual los márgenes de comercialización varían en función principalmente de la moda y del reconocimiento de las diferentes marcas en el mercado.

Existen diferentes estrategias de precios a seguir en función del reconocimiento de las marcas a nivel del consumidor. En tal sentido se definen segmentos conforme al nivel socio-económico de los mismos.

En términos generales, la determinación del precio final de los productos con marca reconocida en el mercado es relativamente elevado en relación a aquellos que no lo tienen.

b) El mercado de joyería de marcas poco reconocidas:

Se caracteriza por la gran competencia, sobre todo a partir del crecimiento de las importaciones desde países con mano de obra barata como Tailandia y China, o del aumento de la producción de joyería industrial (mecanizada). Este mercado es muy susceptible a las variaciones de precio de las materias prima.

c) Determinantes del precio:

Diferencias de precio dadas por la procedencia. El país de origen de los productos define reales sub-segmentos de mercado. Existe una alta conciencia de reconocimiento del consumidor sobre las bondades de productos de ciertos orígenes, por ejemplo, Francia, Italia.

Diferencias de precio dadas por las marcas. El reconocimiento de una marca es un factor determinante y aquellos productos de marcas reconocidas son sustancialmente más caros.

Diferencias de precio por estilo y localización del negocio de venta al por menor. Los precios varían en función de la localización geográfica y el prestigio de la zona y/o centro comercial en la que la unidad de venta esté ubicada. No obstante, si bien tal factor de alguna manera influye los márgenes de operación minorista, en gran parte es simplemente reflejo de que el costo del local es simplemente más alto en zonas de prestigio. A nivel del territorio de Chile también se dan

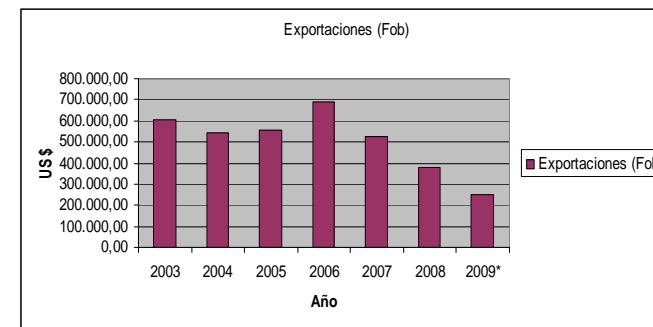
diferenciaciones de precio. Precios de venta más altos se relacionan no sólo a la alta calidad y diferenciación del producto sino también del prestigio de la unidad de venta.

Con respecto a los mercados en regiones se destaca que la La Región de Antofagasta es por lejos la zona del país con mayor ingreso per cápita, registrando en 2005 aproximadamente US\$ 13.577, lo que demuestra el alto grado de poder adquisitivo de esa zona, explicado por los altos sueldos pagados por el sector de la minería. Otras regiones con altos ingresos per cápita son la Región de Magallanes, la Región de Tarapacá y la Región Metropolitana. Estas regiones se caracterizan además por tener grandes centros comerciales en donde se establecen las principales joyerías de la zona.

#### 4. EXPORTACIONES

Tal como se observa en los gráficos los artículos de joyería de plata vienen disminuyendo en los últimos años. Existe una gran diferencia con respecto a las importaciones, en volumen y en la tendencia. En el 2009, entre Enero y Octubre las exportaciones chilenas alcanzaron la cifra de US\$ 249.325,49 dólares.

**Cuadro N° 5: Exportaciones anuales valor Fob de joyería de plata**



\*Total hasta Octubre 2009.

Elaborado por: Oficina Económica Comercial, Embajada del Perú.  
Fuente: Legal Publishing (2009)

A continuación se muestran los países de destino de las exportaciones chilenas en el cuadro: Top Ten país de destino de exportaciones: Enero – Octubre 2009 – Joyería de plata.

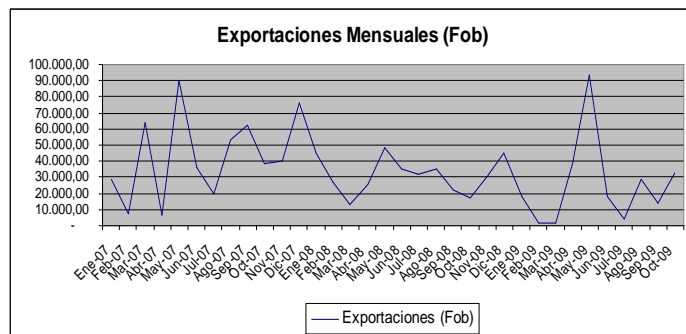
**Cuadro N° 6: Top Ten país de destino de exportaciones: Enero – Octubre 2009 – Joyería de plata**

Top Ten país de destino de exportaciones: Enero – Octubre del 2009 - Joyería de plata.				
Nro	Código	Nombre	Fob	%Fob
1	225	USA - ESTADOS UNIDOS	82.688,49	33,16
2	517	ESPAÑA	65.465,00	26,25
3	219	PERU	44.224,07	17,73
4	510	REINO UNIDO	20.614,96	8,27
5	563	ALEMANIA	12.754,04	5,11
6	224	ARGENTINA	6.626,50	2,66
7	331	JAPON	3.590,32	1,44
8	507	DINAMARCA	3.221,80	1,29
9	504	ITALIA	2.301,04	0,92
10	201	VENEZUELA	2.178,90	0,87

Elaborado por: Oficina Económica Comercial, Embajada del Perú.  
Fuente: Legal Publishing (2009)

Estados Unidos España y Perú son los principales destinos de los artículos de joyería de plata, alcanzando el aproximadamente el 73% del total de exportaciones chilenas.

**Gráfico N° 6: Estacionalidad de las exportaciones joyería de plata**



Elaborado por: Oficina Económica Comercial, Embajada del Perú.  
Fuente: Legal Publishing (2009)

La estacionalidad de las exportaciones se da principalmente el los meses de Mayo y diciembre. Cabe destacar que los montos en valor FOB no son representativos.

## 5. COMERCIO

### 5.1. Importaciones y principales proveedores.

A continuación se presentan los cuadros que reflejan los montos importados por Chile en los últimos años (periodo 2007 – 2009), los principales proveedores así como los crecimientos anuales que experimentan las importaciones de los productos que conforman el “Perfil” que se está estudiando. Las partidas que se analizarán son:

**71131100** De plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaque).

**71141100** De plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaque).

**Cuadro N° 7: Importaciones chilenas según país de origen (en US\$) durante el periodo 2007 - 2009 de la partida arancelaria 71131100 – Joyería de plata**

País	Periodos					
	01/07-10/07	%	01/08-10/08	%	01/09-10/09	%
THAILANDIA	1.058.265,74	28,09	1.512.588,70	26,96	1.404.109,56	25,35
ITALIA	967.264,92	25,67	1.449.194,35	25,83	1.355.289,91	24,47
MEXICO	499.377,99	13,25	659.391,93	11,75	653.791,51	11,80
ESPAÑA	309.130,59	8,21	403.929,53	7,20	569.607,18	10,28
PANAMA	303.321,87	8,05	426.900,86	7,61	384.698,16	6,94
USA	230.083,89	6,11	278.848,83	4,97	347.643,62	6,28
COLOMBIA	17.479,70	0,46	17.398,14	0,31	223.656,49	4,04
<b>PERU</b>	<b>71.279,10</b>	<b>1,89</b>	<b>244.666,51</b>	<b>4,36</b>	<b>223.622,91</b>	<b>4,04</b>
CHINA	198.230,54	5,26	320.109,34	5,70	200.483,73	3,62
HONG KONG	113.111,27	3,00	298.432,93	5,32	176.584,28	3,19
<b>TOTAL</b>	<b>3.767.545,61</b>	<b>100,00</b>	<b>5.611.461,12</b>	<b>100,00</b>	<b>5.539.487,35</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: Oficina Económica Comercial, Embajada del Perú.  
Fuente: Legal Publishing (2009)

Al observar el cuadro anterior vemos que en los últimos tres años las importaciones chilenas provienen principalmente de Thailandia, Italia



y México. Perú no es país de origen representativo para el mercado de la joyería de plata en Chile.

**Cuadro N° 8: Crecimientos anuales de las importaciones chilenas de la partida arancelaria 71131100 - Joyería de plata**

	2006-2007	2007-2008	2008-2009
Tasa de crecimiento de importaciones procedentes del mundo	8,82%	51,81%	-1,35%
Tasa de crecimiento de importaciones procedentes del Perú	343,05%	243,25%	-8,60%

Elaborado por: Oficina Económica Comercial, Embajada del Perú.  
Fuente: Legal Publishing (2009)

A pesar de que Perú no es uno de los principales países de origen de los artículos de joyería en plata, ha venido creciendo su participación para los últimos años. Siendo además, un crecimiento superior respecto de las importaciones totales. Sin embargo, el 2009 se registra un decrecimiento explicado principalmente por la crisis internacional que afectó no sólo a los productos procedentes del Perú, sino también al resto del mundo.

**Cuadro N° 9: Importaciones chilenas (en US\$) durante el periodo 01/2007 – 10/2009 de la partida arancelaria 71141100 – Orfebrería de plata**

País	Periodo		
	01/07-10/07	01/09-10/08	01/09-10/09
<b>PERU</b>	<b>27.246,85</b>	<b>177.459,90</b>	<b>95.275,15</b>
INDIA	25.248,58	31.749,20	12.186,00
ESPAÑA	733,52	261,09	11.149,77
THAILANDIA	20.701,62	5.535,57	7.362,41
REINO UNIDO	3.066,35	1.236,38	7.307,23
TOTAL	76.996,92	216.242,14	133.280,56

Elaborado por: Oficina Económica Comercial, Embajada del Perú.  
Fuente: Legal Publishing (2009)

Las importaciones de orfebrería están representadas por productos originarios de Perú, sin embargo, la demanda y el comercio de éstos

productos son aún muy pequeños en comparación a los artículos de joyería y además existe oferta nacional.

**Cuadro N° 10: Crecimientos anuales de las importaciones chilenas de la partida arancelaria 71131100 - Joyería de plata**

Periodos	2006-2007	2007-2008	2008-2009
Tasa de crecimiento de importaciones procedentes del mundo	14,66%	62,60%	-48,28%
Tasa de crecimiento de importaciones procedentes del Perú	12,36%	551,30%	-46,31%

Elaborado por: Oficina Económica Comercial, Embajada del Perú.  
Fuente: Legal Publishing (2009)

Así el 2008 fue un año de gran crecimiento. Respecto al 2009, se registró una caída de aproximadamente 46%.

**6. ACCESO AL MERCADO**

**6.1 Requisitos técnicos de ingreso**

El Instituto Nacional de Normalización es el organismo encargado de desarrollar la normalización técnica a nivel nacional. Además, impulsa la certificación y gestión de la calidad, promueve la importancia y beneficios de estas actividades y participa en la normalización internacional representando a Chile ante los organismos internacionales, regionales y extranjeros que persiguen fines análogos. A través de su página web, puede consultarse el catálogo oficial de normas chilenas por área temática así como acceder a su servicio de compra en línea.

Chile es miembro desde 1947 de la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) a través del Instituto Nacional de Normalización (INN). Las Normas ISO son siempre de carácter voluntario. El INN no exige que un producto cuente con una certificación ISO para ser comercializado en Chile. Sólo los reglamentos técnicos elaborados por los ministerios establecen obligaciones y su incumplimiento implica sanción.

En Chile, la propiedad intelectual tiene una mayor fiscalización que en otros países de Latinoamérica. Esto se debe principalmente, a los convenios internacionales, que exigen un incremento de acciones para erradicar las falsificaciones de los productos. Enapi es el órgano encargado de todas las actuaciones administrativas relativas al reconocimiento y vigencia de la protección registral otorgada por la ley a la propiedad industrial. Cabe señalar que es importante tener en cuenta en el caso de la joyería que la Ley de Propiedad Intelectual indica que se patenta tanto la marca como el monograma.

### 6.2 Barreras arancelarias

Aranceles en Chile a los productos extranjeros:

El Arancel de Chile para la importación de mercancías es de un 6% general (para todas las mercancías) independiente de que el producto deba pagar una *sobretasa*, derecho específico u/o valor adicional que determine el Servicio Nacional de Aduanas ([www.aduana.cl](http://www.aduana.cl)).

Para saber exactamente cuánto paga un producto al ingresar a Chile se deben revisar los Tratados y Acuerdos Comerciales suscritos entre los países participantes (en este caso Perú), con el fin de conocer si el producto goza de rebajas arancelarias. Se puede revisar el Arancel Aduanero de Chile y los Tratados y Acuerdos firmados por Chile en [www.direcon.cl](http://www.direcon.cl).

Para el caso de la joyería y orfebrería, existe entre Perú y Chile un Acuerdo de Complementación Económica N° 38 PERÚ – CHILE, vigente en el marco del TLC entre Perú y Chile. El cuál, para el caso de los aranceles de productos peruanos artículos de joyería y orfebrería en plata, está exento.

### Cuadro N° 11: Aranceles en Chile para los productos peruanos de artículos de joyería y orfebrería en plata

Artículos de joyería en plata			
Arancel Aduanero Chileno	Naladisa	Descripción Sistema Armonizado	Arancel
	71131100	DE PLATA, INCLUSO REVESTIDA O CHAPADA DE OTRO METAL PRECIOSO (PLAQUE)	Exento (0%)
Artículos de orfebrería en plata			
Arancel Aduanero Chileno	Naladisa	Descripción Sistema Armonizado	Arancel
	71141100	DE PLATA, INCLUSO REVESTIDA O CHAPADA DE OTRO METAL PRECIOSO (PLAQUE)	Exento (0%)

Elaborado por: Oficina Económica Comercial, Embajada del Perú.  
Fuente: Legal Publishing (2009)

Los productos peruanos, igual que los originarios de otros países y los mismos productos chilenos, estarán afectos al pago del Impuesto al Valor Agregado o IVA. El I.V.A. es el principal impuesto al consumo y grava con una tasa única de 19% al valor agregado que se incorpora en cada etapa de la cadena de comercialización y distribución hasta que el bien es adquirido por el consumidor final. Por lo tanto, este impuesto está presente tanto en las importaciones como en las ventas internas. Su base imponible corresponde al valor aduanero de las mercancías (valor CIF) más los derechos.

Tener en cuenta que la primera venta o importación de artículos que la Ley considera suntuarios como artículos de oro, platino y marfil; joyas y piedras preciosas; paga un impuesto adicional al IVA con una tasa de 15% sobre el valor en que se enajenen.

### 6.3 Canales de distribución

El mercado chileno de joyería se caracteriza por su gran heterogeneidad. El volumen de las empresas varía desde la gran

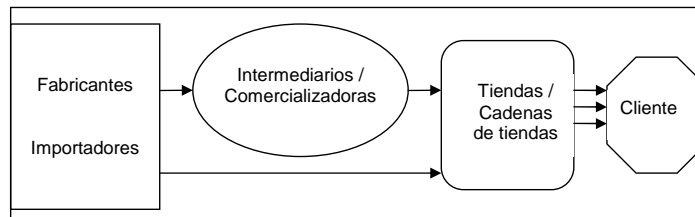
empresa hasta negocios familiares. Los principales partícipes de la distribución de joyería son los siguientes:

- Mayoristas: Muchos de ellos venden al por mayor y además tienen su propia tienda donde venden al detalle.
- Cadenas de tiendas: Se sitúan generalmente en los centros comerciales. Las compras se realizan a través de una central de compras para luego distribuir a todas sus tiendas.
- Tiendas de joyería para el nivel alto: Se sitúan principalmente en Santiago, en la Avenida Alonso de Córdova. Junto a las principales empresas chilenas se encuentran tiendas de las marcas internacionales con presencia en el país. También hay joyerías para el nivel alto en los centros comerciales de las zonas más exclusivas de Santiago.

La distribución de joyería en Chile sigue generalmente un camino definido, tanto para el producto nacional como el importado. La cadena de distribución se inicia en el fabricante o importador (masivo), el cual puede vender directamente a las tiendas o a mayoristas.

Parte de la distribución la realizan los intermediarios o comercializadores, hasta el vendedor final, el cual puede ser una tienda establecida.

**Gráfico N° 7: Esquema de distribución**



Elaborado por: Oficina Económica Comercial, Embajada del Perú.  
Fuente: Legal Publishing (2009)

En lo que respecta a la joyería para el nivel alto, la mayor parte de ellas se ubican en Centros Comerciales y zonas muy exclusivas de la ciudad, ya sea por motivos de segmentación y de seguridad.

Algunas marcas de joyas se encuentran ubicadas en los grandes almacenes. Los más importantes son Almacenes París, Falabella, Johnson's, Ripley y La Polar.

Junto con ellos, están las tiendas especializadas. Las más destacadas están presentes en los llamados Malls o Centros Comerciales, que son superficies comerciales con locales destinados a tiendas de todo tipo, patio de comidas, entretenimientos, etc. Los más importantes son Mall Alto Las Condes, Parque Arauco, Portal de la Dehesa, Mall Panorámico, Mall del Centro Apumanque, Mall del Centro.

Santiago es el punto donde se concentra toda la actividad comercial del país, ya que prácticamente la mitad de la población reside en la Región Metropolitana. El consumidor chileno prefiere acudir a comprar a lugares donde haya una concentración de tiendas importante y que no le suponga gran esfuerzo de desplazamiento ni pérdida de tiempo. Otras ciudades importantes son

#### 6.4 Procedimiento de importación

Dependiendo del valor de la mercancía el proceso de importación tiene dos sistemas:

- a) Si el valor de la mercancía no supera los US \$1.000 valor FOB: el trámite lo puede hacer personalmente el importador ante la Aduana respectiva, en forma simplificada.

En este caso, el importador debe presentar los siguientes documentos:

- Conocimiento de embarque original o documento que haga sus veces, según la vía de transporte.
- Factura comercial
- Poder notarial del dueño o consignatario para un despacho determinado, en los casos en que la persona que trámite sea un tercero.
- Vistos Buenos o Certificaciones cuando procedan.

b) Si el valor de la mercancía supera los US\$1.000 valor FOB: el importador debe contratar un agente de aduanas.

En el caso en que el desaduanamiento de las mercancías deba ser encomendado a este profesional, el importador deberá entregar a éste los documentos de base que se requieren para confeccionar la Declaración de Ingreso, la que podrá ser presentada al Servicio, vía internet.

Respecto de los documentos de base, es necesario precisar, que existen algunos que son obligatorios para toda importación con carácter comercial, y otros documentos que se requieren sólo en determinadas ocasiones.

Dentro de los documentos obligatorios para toda importación con carácter comercial se encuentran los siguientes:

- Conocimiento de embarque original, carta de porte o guía aérea, que acredite el dominio de la mercancía por parte del consignatario.
- Factura comercial original, que acredite la mercancía objeto de compraventa y sus valores.

- Declaración Jurada del importador sobre el precio de las mercancías, formulario que entrega el agente de aduanas.
- Mandato constituido por el sólo endoso del original del conocimiento de embarque.

Dentro de los documentos que se requieren sólo para ciertas operaciones de importación se encuentran los siguientes:

- Certificado de Origen, en caso que la importación se acoja a alguna preferencia arancelaria, en virtud de un Acuerdo Comercial.
- Lista de empaque, cuando proceda, correspondiendo siempre en caso de mercancías acondicionadas en contenedores.
- Certificado de seguros.
- Nota de Gastos, cuando éstos no estén incluidos en la factura comercial.
- Permisos, visaciones, certificaciones o vistos buenos, cuando proceda

Tratamiento arancelario aplicable en la importación de muestras sin carácter comercial

#### 6.5 Promoción y publicidad

En Chile la promoción de los productos de joyería va desde los catálogos hasta Internet como canal de marketing – promoción. Uno de los mayores importadores de joyas Cristián Lay hace ventas por catálogos.

#### 7. PRINCIPALES FUENTES DE INFORMACIÓN

- Comex Online: [www.comexonline.cl](http://www.comexonline.cl)
- ProChile: [www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)
- Direcon: [www.direcon.cl](http://www.direcon.cl)
- Sistema de impuestos Internos de Chile: [www.sii.cl](http://www.sii.cl)
- Federación Gremial de la Industria, SOFOFA [www.sofofa.cl](http://www.sofofa.cl)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú, MINCETUR: [www.mincetur.gob.pe](http://www.mincetur.gob.pe)
- Servicio Nacional de Aduanas: [www.aduana.cl](http://www.aduana.cl)
- Aduanas Perú: [www.aduanet.gob.pe](http://www.aduanet.gob.pe)
- Sistema integrado de información de comercio exterior: [www.siicex.gob.pe](http://www.siicex.gob.pe)

#### 8. PRINCIPALES IMPORTADORES

A continuación se presenta las cuotas de mercado y volúmenes importados (US\$ CIF) de los principales importadores del "Perfil" estudiado (año 2008):

**Cuadro N° 11. Joyería de plata: Principales importadores, cuotas de mercado y cantidades importadas (De Enero a Octubre 2009)**

Nro	Nombre	Unidad	Volumen	Cif	%Cif
1	COMERCIAL ITALIANA GN LTDA.	Kgr.Netos	1.211,32	905.258,70	14,94
2	SJ 2000 CHILE SPA	Kgr.Netos	606,51	522.577,73	8,62
3	CRISTIAN LAY CHILE S.A.	Kgr.Netos	1.407,37	491.903,85	8,12
4	IMP. Y EXP. BOUTIQUE MEX LTDA.	Kgr.Netos	528,09	379.233,34	6,26
5	DELTAJOYAS LTDA.	Kgr.Netos	171,01	202.840,09	3,35
6	SOC.IMP. EUROPA DISENOS LTDA.	Kgr.Netos	154,18	183.019,78	3,02
7	COMERCIAL KINGSTONE LTDA.	Kgr.Netos	267,89	155.332,55	2,56
8	ACUNA HERMANOS LTDA.	Kgr.Netos	217,85	135.195,17	2,23
9	IMPORTADORA VICENZA LTDA.	Kgr.Netos	143,19	129.154,78	2,13
10	ARMANDO BURGOS ADRIAN	Kgr.Netos	305,68	128.777,40	2,12
11	SERGIO LAZO CONTRERAS	Kgr.Netos	152,91	125.951,67	2,08
12	COMERCIAL GB MODA LTDA.	Kgr.Netos	132,93	122.215,62	2,02
13	VALENTINO Y CIA LTDA.	Kgr.Netos	124,07	112.657,19	1,86
14	PROMANO LTDA.	Kgr.Netos	133,37	97.291,67	1,61
15	CORNEJO Y MARTIN S.A.	Kgr.Netos	447,22	93.644,19	1,55
16	JUAN LUIS CAMARGO ROMERO	Kgr.Netos	251,49	93.413,80	1,54
17	AHSAN ABBAS MIAN BASHIR	Kgr.Netos	794,10	86.220,47	1,42
18	SOC.IND. Y COM.MORALES Y OJEDA	Kgr.Netos	214,59	84.909,40	1,40
19	JOHANNA COBS PALMA	Kgr.Netos	354,33	81.991,72	1,35
20	FANTASIAS DAISY LTDA	Kgr.Netos	110,27	77.003,79	1,27
21	IMP. Y EXP. VILLESAN LTDA.	Kgr.Netos	15.133,88	76.666,20	1,26
22	GERARDO BASCUR MONSALVE	Kgr.Netos	157,97	74.044,09	1,22
23	HOFFER Y FRANKE LTDA.	Kgr.Netos	85,03	69.011,21	1,14

24	IMPORTADORA VOYAGER LIMITADA	Kgr.Netos	85,08	64.261,51	1,06
25	ALDO COGGIOLA JOYAS Y CIA.LTDA	Kgr.Netos	166,91	64.235,95	1,06
26	RIALTO JOYAS BIJOUX DU MONDE L	Kgr.Netos	102,64	59.269,03	0,98
27	JUAN MIGUEL MIMICA HUIDOBRO	Kgr.Netos	63,55	48.759,14	0,80
28	PATRICIO ANDRES LAGNO SOTO	Kgr.Netos	184,45	48.060,71	0,79
29	IMPOR Y EXPORTADORA M.S.S. LTD	Kgr.Netos	624,44	47.024,41	0,78
30	MARCELA COGGIOLA VILLENA	Kgr.Netos	116,68	46.333,84	0,76
31	IMP.Y EXP. KAMRAN ZEB E.I.R.L.	Kgr.Netos	589,64	44.536,73	0,73
32	INVERSIONES NAIVASHA S.A.	Kgr.Netos	136,38	44.162,53	0,73
33	CETIN AZAR	Kgr.Netos	89,29	43.986,40	0,73
34	ISAUL VALERICIO NAVARRO ZAPATA	Kgr.Netos	49,50	41.282,71	0,68
35	KAMRAN ZEB	Kgr.Netos	315,66	39.168,78	0,65
36	SANDRA CONEJEROS OBREQUE	Kgr.Netos	141,52	36.410,57	0,60
37	CAFE BRITT CHILE LTDA	Kgr.Netos	3.759,62	33.320,16	0,55
38	EDUARDO GONZALEZ JOFRE	Kgr.Netos	141,76	32.403,19	0,53
39	NUNCIO LAMAS Y CIA LTDA	Kgr.Netos	33,28	32.257,24	0,53
40	IDEAS APLICADAS CHILE S.A.	Kgr.Netos	103,44	30.493,96	0,50
41	ORSKA VALENZUELA LARGO	Kgr.Netos	36,36	29.390,07	0,48
42	A3D CHILE S.A.	Kgr.Netos	404,36	28.395,21	0,47
43	SOC.GRUPO COMERCIAL PACIFICO L	Kgr.Netos	172,50	25.253,06	0,42
44	AFIC CHILE S.A.	Kgr.Netos	26,61	25.053,17	0,41
45	Yael Wisch Weissmann	Kgr.Netos	46,54	25.044,25	0,41
46	COMERCIAL IDEKO LTDA.	Kgr.Netos	34,45	23.643,25	0,39
47	PLATERIA EL TUPO LIMITADA	Kgr.Netos	86,00	23.439,05	0,39
48	RODRIGO MENDOZA VAROLI	Kgr.Netos	28,79	23.115,84	0,38
49	ART. BIS. Y JOYAS AMBAR LTDA.	Kgr.Netos	43,55	22.712,73	0,37
50	PABLO ANDRES MELENDEZ FLORES	Kgr.Netos	82,61	21.891,34	0,36

**Cuadro N° 12. Orfebrería de plata: Principales importadores, cuotas de mercado y cantidades importadas (De Enero a Octubre 2009).**

Nro	Nombre	Unidad	Volumen	Cif	%Cif
1	PLATERIA EL TUPO LIMITADA	Kgr.Netos	515,50	75.998,66	52,52
2	IDEAS APLICADAS CHILE S.A.	Kgr.Netos	74,98	17.572,64	12,14
3	JULIA FLORES GAETE	Kgr.Netos	20,55	12.186,00	8,42
4	MIGUEL ORMENO BARRIENTOS	Kgr.Netos	4,39	7.741,13	5,35
5	FUNDACION MUSEO DE LA MODA	Kgr.Netos	17,20	7.307,23	5,05
6	AHSAN ABBAS MIAN BASHIR	Kgr.Netos	27,50	4.421,34	3,06
7	MARCELA IBARBOURE CALDERON	Kgr.Netos	2,31	3.099,14	2,14
8	OSCAR ALEJANDRO SUAREZ	Kgr.Netos	15,49	2.941,07	2,03
9	CAFE BRITT CHILE LTDA	Kgr.Netos	19,15	2.296,45	1,59
10	IMP.Y EXP.SOMNUS LTDA.	Kgr.Netos	2,30	2.225,83	1,54
11	ORFEBRERIA SAT LTDA.	Kgr.Netos	14,74	1.874,04	1,30
12	TOPAZ LTDA.	Kgr.Netos	5,06	1.570,35	1,09
13	ALAN HOCHSCHILD	Kgr.Netos	42,91	1.403,54	0,97
14	NUNCIO LAMAS Y CIA LTDA	Kgr.Netos	2,70	1.278,43	0,88
15	AGILOLF REISENEGGER EWERBECK	Kgr.Netos	8,58	900,74	0,62
16	ALI GERCEK	Kgr.Netos	14,94	793,86	0,55
17	DANIELE HELENE BIANCHERI	Kgr.Netos	92,31	469,01	0,32
18	SK BERGE AUTOMOTRIZ S.A	Kgr.Netos	0,23	309,50	0,21
19	RAUL HERMOGENES FELIU CASTILLO	Kgr.Netos	29,66	300,31	0,21
20	IGLESIAS HARAMBURO, ELADIO	Kgr.Netos	0,32	9,26	0,01
21	ANACHEMIA SCIENCE S.A.	Kgr.Netos	1,95	9,24	0,01

Elaborado por: Oficina Económica Comercial, Embajada del Perú.  
Fuente: Legal Publishing (2009)

9. POTENCIALES COMPRADORES

1	Allendes Taller y Joyería Ltda.
Dirección:	Av. Apoquindo 4900 Loc. 127
Teléfono:	228-3816
Página Web:	www.allendesjoyas.cl
Contacto:	Rodolfo Allendes
E-mail:	allendesjoyas@adsl.tie.cl

2	B y B Servicios Creativos Ltda.
Dirección:	Santo Domingo 2445
Teléfono:	696-4070
Contacto:	María Blender
E-mail:	bybltda@yahoo.com

3	Berrios Santi y Cia. Ltda.
Dirección:	Av. Providencia 2353
Teléfono:	334-8784 / 231-2607
Contacto:	Claudia Guevara
E-mail:	joyeria.guevara@chilnet.cl; clauguevarav@yahoo.com

4	Coggiola Vázquez Aldo
Dirección:	Cueto 1218
Teléfono:	681-1015 / 681-3408
Contacto:	Aldo Coggiola
E-mail:	coggiolajoyas@coggiolajewels.cl

5	Comercial Gálvez SA
Dirección:	Tenderini 121
Teléfono:	639-3687 / 633-3134
Contacto:	Claudio Galvez
E-mail:	cgala@terra.cl

6	Diamant S.A.
Dirección:	Av. Pte. Kennedy 5757 Loc. 5
Teléfono:	229-0544 / 229-0847
Contacto:	Andrea Fath
E-mail:	andrea.fath@andrea.fath.cl

7	Fernández José
Dirección:	Av. Nueva Costanera 3972
Teléfono:	206-5916 / 206-0556
Página Web:	www.joyeriafernandez.cl
Contacto:	Boris Fernández
E-mail:	chilejoya@gmail.com

8	Gutiérrez Cerpa Rolando Antonio
Dirección:	Providencia 2169 Loc. 62-67 Providencia
Teléfono:	234-3749
E-mail:	yanmar@vtr.net

9	Ibañez Hnos y Cia Ltda
Dirección:	Av. Manquehue Sur 31 Loc. 460
Teléfono:	246-2049 / 211-6914
E-mail:	ibanezjoya@entelchile.net

10	Jeria y Herrera Ltda
Dirección:	General Holley 56 Loc. 9
Teléfono:	231-7431
Contacto:	Leonardo Jeria
E-mail:	ljg@entelchile.net; jeriagreau@hotmail.com

11	Joyas Barón
Dirección:	Pasaje Matte s/n Loc. 337
Teléfono:	633-7597
Página Web:	www.joyasbaron.cl
Contacto:	Enrique Vilches
E-mail:	gerencia@joyasbaron.cl

12	Fernández José López y Lisberguier Cia. Ltda.
Dirección:	Monjitas 879 Loc. 192
Teléfono:	633-9369 / 633-1343
Página Web:	www.joyas.cl
Contacto:	Humberto y Jorge López/ Ana Lisberguier
E-mail:	parinacota@entelchile.net

13	Acuña Hermanos Ltda
Teléfono:	522-9655 / 521-5937
Contacto:	Juan Carlos Acuña
Email:	acunahermanos@entelchile.net

14	Aiquel y Cia. Ltda., Gabriel
Teléfono:	689-5856

15	Benavides Paredes, Myriam
Dirección:	Merced 753- Entrepiso, Of. 8
Teléfono:	639-1293
Contacto:	Myriam Benavides

16	Burguer Grubner, Careena Jacqueline
Teléfono:	232-0578 / 212-6489
Contacto:	Sres. Uffizi

17	Casa Barros SAC
Teléfono:	366-1500 / 366-1506
Contacto:	Gonzalo Barros
E-mail:	joyeria@casabarros.cl

18	Fernández José Distribuidora MH Ltda.
Teléfono:	233-6404
Contacto:	Jessica o Mario Infante
E-mail:	pietart@manquehue.net

19	Donoso Sarmiento, Luis
Dirección:	San Antonio 31, Piso 10 Depto. 1002
Teléfono:	639-5219

20	Geyger y Cia. Ltda., Mihaly
Teléfono:	206-5767
Contacto:	Miguel Geyger
Dirección:	Alonso de Córdova 4098 Las Condes

21	Joyería Álvarez Ltda.
Teléfono:	681-6585
Contacto:	Rafael Alvarez

22	Joyería Oxford Ltda.
Dirección:	Av. Nueva Costanera 3972
Página Web:	www.joyeriafernandez.cl
Contacto:	Víctor Wipe

23	Joyería Stefan y Cia. Ltda.
Dirección:	Cerro Colorado 5030 Of. 612 Las Condes
Teléfono:	698-7791 / 672-7957
Página Web:	www.stefan.cl
Contacto:	Valeria Raskowitz
E-mail:	valerial@stefan.cl; stefan@stefan.cl

24	Zeldis S.A
Dirección:	Manquehue sur 31 Loc. 482 Las Condes
Teléfono:	2119284
Contacto:	José Zeldis
E-mail:	jose_zeldis@hotmail.com

25	Mussio Joyas Ltda.
Teléfono:	735-5209 / 777-9526
Contacto:	Vicente Parda



26	Pino Andrade, Rosario
Teléfono:	277-7119
E-mail:	horus@vtr.net

27	Reydet y Cia. Ltda., Sergio
Dirección:	Manquehue sur 31 Loc. 482 Las condes
Teléfono:	737-2722 / 777-6126

28	Rosse Rosales e Hijos Ltda., Leonardo
Dirección:	Manquehue sur 31 Loc. 482 Las condes
Teléfono:	698-5410 / 698-1231
E-mail:	casarosse@chilnet.cl

29	Sepúlveda Gutiérrez, Tatiana
Dirección:	Manquehue sur 31 Loc. 482 Las condes
Teléfono:	232-5548 / 231-4080
Contacto:	Mauricio Díaz

30	Alejandro Naranjo Buse
Dirección:	Candelaria Goyenechea 3820
Teléfono:	252-2237 / 299-6978
Contacto:	Rafael Naranjo

31	Arte Objeto
Dirección:	Manquehue sur 31 Loc. 482 Las condes
Teléfono:	276-2712
Contacto:	Carol Taub
E-mail:	info@caroltaub.com

32	Joyas Lavin
Teléfono:	251-5858 / 335-9441
Contacto:	Mario Lavin
E-mail:	javsier@entelchile.net

33	Carlos Rosse
Teléfono:	235-8771 / 235-1774
Contacto:	Carlos Rosse
E-mail:	carlosrosse_4@terra.cl

34	Casa Sinn
Dirección:	Nueva costanera 4229 Loc. 3 Vitacura
Teléfono:	365-1001
Contacto:	María Jesús Covarrubias
E-mail:	casasinn@123.cl

35	Casa San Francisco
Teléfono:	638-1874 / 638-5980

36	Fantasías Carmen Ltda.
Teléfono:	235-0184
Contacto:	Mónica Cornejo
E-mail:	fantasiascarmen@entelchile.net

37	Gala Joyas
Teléfono:	335-4692
Contacto:	Esteban Gálvez

38	Joyas D'Loren
Teléfono:	639-1207
Contacto:	Solange Buccioni
E-mail:	dloren@terra.cl

39	Joyas Vizcarra
Dirección:	Nueva costanera 4229 Loc. 3 Vitacura
Teléfono:	277-4440
Contacto:	Edmundo Vizcarra
E-mail:	edmundovizcarra@hotmail.com

40	Joyería Grigoriew
Dirección:	Nueva costanera 4229 Loc. 3 Vitacura
Teléfono:	234-4594
Contacto:	Nicolás Grigoriew

41	Mosso
Teléfono:	213-1808
Contacto:	Ernesto Mosso
E-mail:	mosso@mosso.cl

42	Joyas Vizcarra
Dirección:	Nueva costanera 4229 Loc. 3 Vitacura
Teléfono:	277-4440
Contacto:	Edmundo Vizcarra
E-mail:	edmundovizcarra@hotmail.com

43	Importadora Milenium
Dirección:	Nueva costanera 4229 Loc. 3 Vitacura
Teléfono:	633-0407 / 664-3996
Página Web:	www.taitujoyas.com
Contacto:	Edmundo Vizcarra
E-mail:	taitu@entelchile.net

44	Andrea Fath
Dirección:	Presidente Kennedy 9001 Loc. 2112 Las Condes
Teléfono:	229-0544
E-mail:	andrea.fath@andrea.fath.cl

45	Helmlinger Joyas
Teléfono:	231-1828 / 232-2776
E-mail:	www.helmlinger.cl

46	Celery
Teléfono:	639-7934 / 632-8015
E-mail:	celery@cerpinet.cl

47	Casa Vizcarra
Teléfono:	277-8591 / 277-4440
E-mail:	vizcarrahnos@entelchile.net

48	Casting Chile
Teléfono:	6326236 / 5517950
E-mail:	www.castingchile.cl

49	Vía Fiorentina Joyas
Dirección:	Cerro Colorado 5030 Of. 612 Las Condes
Teléfono:	2634270
Página Web:	www.viafiorentina.cl
E-mail:	viafiorentina@vtr.net

50	Importadora La Plata
Dirección:	Cerro Colorado 5030 Of. 612 Las Condes
Teléfono:	6892613
E-mail:	la_plata_cl@yahoo.com

51	Joyería María Verónica Infante
Teléfono:	3910132 / 242583

52	Anillos
Dirección:	Manquehue sur 669 Las Condes
Teléfono:	92304332
Página Web:	www.anillos.cl
Contacto:	Michael Foque
E-mail:	consultas@anillos.cl

53	Arno Joyas
Dirección:	Candelaria Goyenechea 3820 Loc. 85 Vitacura
Teléfono:	3213070
Página Web:	www.anillos.cl
Contacto:	Arno Todeccat
E-mail:	nivars20@hotmail.com

54	Artesanías Bisutería y Joyas Ambar
Dirección:	Candelaria Goyenechea 3820 Vitacura
Teléfono:	9535253
Contacto:	Jose Chau
E-mail:	josechau@hotmail.com

55	Bassano
Dirección:	Vitacura 6195 Loc. 85 Vitacura
Teléfono:	92336537
Contacto:	María Sáez
E-mail:	masaezruiz@hotmail.com

56	Boumex
Dirección:	Manuel Borgoño 105 of 402 Providencia
Teléfono:	8949075
Contacto:	Rafael Rivero
E-mail:	gerencia@boumex.cl

57	Camusso
Dirección:	Alonso de Córdova 3779 Vitacura
Teléfono:	2282836
Página Web:	www.camusso.cl
Contacto:	Alvaro Lira
E-mail:	alvaro.lira@joyerifath.cl

58	Carisma Design
Dirección:	Islas galápagos 1737 Vitacura
Teléfono:	2192466
Página Web:	www.carismadesign.cl
Contacto:	Carlos Gonzales
E-mail:	carlos@arescochile.com

59	Casa Francisco
Dirección:	Vitacura 5405, Vitacura
Teléfono:	2185220
Contacto:	Arturo Kutscher

60	Caterina Solari
Dirección:	La Dehesa 1445, Modulo 6221 Lo Barnechea
Teléfono:	2192466
Página Web:	www.caterinasolari.cl
Contacto:	Katherine Bravo
E-mail:	katherine@caterinasolari.com

61	Claudia Vithar
Dirección:	Candelaria goyenechea 3820 Of. 61 Vitacura
Teléfono:	9535033
Contacto:	Claudia Vithar

62	Crio Idea's Studio
Dirección:	Nuestra Señora del Rosario 17 Las Condes
Teléfono:	2451554
Página Web:	www.crio.cl
Contacto:	Isadora Braunchi
E-mail:	isbru@hotmail.com

63	Cristián Lay Chile
Dirección:	Américo Vespucio Sur 956 Las Condes
Teléfono:	2632860
Página Web:	www.cristianlay.com
Contacto:	Francisco Delgado
E-mail:	atcchile@cristianlay.com

64	Delta Joyas
Dirección:	Pasaje Matte 956 - Santiago
Teléfono:	6330366
Página Web:	www.deltajoyas.cl
Contacto:	Juan Pablo Saez
E-mail:	juanpablo@deltajoyas.cl

64	Delta Joyas
Dirección:	Pasaje Matte 956 - Santiago
Teléfono:	6330366
Página Web:	www.deltajoyas.cl
Contacto:	Juan Pablo Saez
E-mail:	juanpablo@deltajoyas.cl

65	GN Comercial Italiana
Dirección:	Providencia 2155 Providencia
Teléfono:	3342965
Página Web:	www.gncomercialitaliana.cl
Contacto:	Guido Nisi
E-mail:	gncomits@gmail.com

66	Iara Platería
Dirección:	Calendaria Goyenechea 3820 Local 87
Teléfono:	2463833
Página Web:	www.iara.cl
Contacto:	Ximena Wielandt

67	Joyería Aedo
Dirección:	Apoquindo 4900 Loc. 88 Las Condes
Teléfono:	2635313
Contacto:	Maria Aedo

68	Joyería Krisol
Dirección:	Matucana 15 Santiago
Teléfono:	6817984
Página Web:	www.krisoljoyas.cl
Contacto:	María Morales
E-mail:	joyeriaskrisol@gmail.com

69	Joyería Nur
Dirección:	Providencia 2237 Of. Loc. P-21 Providencia
Teléfono:	3783487
Página Web:	www.nur.cl
Contacto:	Zaid Althafeer
E-mail:	ventas@nur.cl

70	Joyería Torres
Dirección:	Vitacura 6195 Loc. 68 Vitacura
Teléfono:	2181497
Página Web:	www.joyeriatorres.cl
Contacto:	Luis Torres
E-mail:	joyeriatorres@joyeriatorres.cl

71	Joyería Leroy
Dirección:	Parque Arauco
Teléfono:	2206466
E-mail:	leroy@relojesleroy.cl

72	Manaut Joyas
Dirección:	Escandinavia 30 Las Condes
Teléfono:	2010236
Página Web:	www.joyeriatorres.cl
Contacto:	Patricio Manaut
E-mail:	patricioanaut@hotmail.com

73	Marcela Coggiola
Dirección:	Pdte. Kennedy Nº5413 Las Condes.
Teléfono:	2183770
Contacto:	Marcela Coggiola
E-mail:	mcoggiola@hotmail.com

74	Marcela Cortés Joyas
Dirección:	Nueva costanera 4115 Of. Loc. 3 Vitacura
Teléfono:	2075510
Página Web:	www.marcelacortes-joyas.cl
Contacto:	Marcela Cortés
E-mail:	mcs@marcelacortes-joyas.cl

75	Murillo
Dirección:	Vitacura 3161 Vitacura
Teléfono:	6725966
Página Web:	www.murillo.cl
Contacto:	Luis Fernandez
E-mail:	murillo@murillo.cl

76	Opalo Joyas
Dirección:	Candelaria goyenechea 3820 Of. 175 Vitacura
Teléfono:	2522083
Contacto:	Carmen Farras
E-mail:	alaser@opalojoyas.tie.cl

77	Papazian
Dirección:	Arturo Prat 301 - Santiago
Teléfono:	4259090
Contacto:	Samuel Papazian
E-mail:	sampapazian@samuelpapazian.com

75	Pórtico
Dirección:	Lo Echevers 901 Quilicura
Teléfono:	7391565
Contacto:	Beatriz Yazigi
E-mail:	beatriz.yazigi@entelchile.net

76	Promano
Dirección:	Santos Dumont 340 Recoleta
Teléfono:	7372052
Página Web:	www.promano.cl
Contacto:	Ricardo Lobos
E-mail:	riloso@promano.cl

77	Rometsch
Dirección:	La Dehesa 1445 Modulo 2048 Lo Barnechea
Teléfono:	41-2747023
Página Web:	www.rometsch.cl
Contacto:	Aguilolf Reisenegger
E-mail:	rometsch@rometsch.cl

78	Loca Pasión
Dirección:	La Dehesa 1445 Lo Barnechea
Teléfono:	9535586
Página Web:	www.locapasion.cl
Contacto:	Susana Valdez
E-mail:	locapasion@locapasion.cl

79	V&J Joyas
Dirección:	Bilbao 8546 Las condes
Teléfono:	2124387
Contacto:	Verónica Saez
E-mail:	amelia.veronica@gmail.com

80	Xen
Dirección:	Parque Arauco
Teléfono:	2343457
Página Web:	www.xen.cl
Contacto:	Susana Mandiola
E-mail:	contacto@xen.cl

Datos de otros importadores se pueden consultar en:  
[www.chilnet.cl](http://www.chilnet.cl), ó  
[www.amarillas.cl](http://www.amarillas.cl)

10.- PRINCIPALES CENTROS COMERCIALES

**PRINCIPALES CENTROS COMERCIALES - Santiago**

CENTRO COMERCIAL	DIRECCION	TELEFONO	WEB
APUMANQUE	Manquehue Sur 31 esq. Apoquindo, Las Condes	246 26 14	<a href="http://www.apumanque.cl/">http://www.apumanque.cl/</a>
ALTO LAS CONDES	Av. KENNEDY 9001 LAS CONDES	2996965	<a href="http://www.altolascondes.cl">www.altolascondes.cl</a>
LA DEHESA	Avda. El Rodeo 12850, Lo Barnechea	216 83 00	<a href="http://www.cencosudshopping.cl/portalladehesa/">http://www.cencosudshopping.cl/portalladehesa/</a>
Los Cobres	Avda. Vitacura 6780, Vitacura	219 16 23	
Mall del Centro	Puente 689 esquina Rosas, Santiago	361 00 11	<a href="http://www.malldelcentro.cl/index.php?option=com_content&amp;task=view&amp;id=16&amp;Itemid=89">http://www.malldelcentro.cl/index.php?option=com_content&amp;task=view&amp;id=16&amp;Itemid=89</a>
Mall Panoramico	Avda. 11 de Sept. esq. Lyon, Providencia	231 65 09	<a href="http://www.malldelcentro.cl/index.php?option=com_content&amp;task=view&amp;id=1&amp;Itemid=73">http://www.malldelcentro.cl/index.php?option=com_content&amp;task=view&amp;id=1&amp;Itemid=73</a>
MALL PARQUE ARAUCO	Av. KENNEDY 5413 LAS CONDES	2990500	<a href="http://www.parquearauco.cl">www.parquearauco.cl</a>
Mall Paseo Estación Central	San Borja 122, Quinta Normal	367 19 70	
MALL PLAZA VESPUCCIO	Av. VICUNA MACKENA ORIENTE	600-5857400	<a href="http://www.mallplazavespucio.cl">www.mallplazavespucio.cl</a>
MALL FLORIDA CENTER	Av. VICUNA MACKENA 6100	7206700	<a href="http://www.floridacenter.cl">www.floridacenter.cl</a>

Oficina Económico Comercial  
Embajada del Perú

Fecha: Marzo 2010.