

SERVICIOS AL  
EXPORTADOR

---

información

2015

**Perfil Producto Mercado:**

Joyería en Colombia



*prom*  
perú

## I. PRODUCTO

A continuación se detalla la partida arancelaria bajo la cual se importa este producto desde Colombia, así como los impuestos que se pagan para poder ingresar a este mercado:

**Cuadro N° 1**  
**Colombia.: Partida Arancelaria de la Joyería de Plata**

Partida Colombia	Descripción	Arancel NMF	Arancel aplicado a Perú	Otros países	Otros impuestos
7113.11.00.00	Joyería de plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaqué)	15%	0%	15%	IVA <sup>1</sup> : 16%
7113.19.00.00	Joyería de los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metal precioso (plaqué)	15%	0%	15%	IVA: 16%

Fuente: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

## II. REQUISITOS DE INGRESO

## 1. REGULACIONES Y NORMAS DE INGRESO

Los artículos de joyería, dependiendo de su composición y características particulares, enviados a Colombia deben cumplir con lo establecido por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación – ICONTEC. Entre las Normas Técnicas Colombianas – NTC más relevantes destacan las siguientes:

**Cuadro N° 2**

Organismo o Institución que Normaliza	Título de Ley, Norma, Reglamento	Fecha de Publicación	Link para ubicar publicación
Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación - ICONTEC	NTC 3652 - Gemas. Definiciones, clasificación y designación	Julio 1999	<a href="#">NTC 3652</a>
Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación - ICONTEC	NTC 4997 - Joyería. Recubrimientos con aleación de oro	Octubre 2000	<a href="#">NTC 4997</a>
Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación - ICONTEC	NTC 5051 - Determinación de oro en las aleaciones de joyería de oro. Método de Copelación (Ensayo al Fuego)	Mayo 2002	<a href="#">NTC 5051</a>
Normalización Técnica Andina / ICONTEC	NA 0033:2007 - Metales Preciosos. Título de las soldaduras empleadas en aleaciones de metales preciosos para los artículos de joyería	Setiembre 2007	<a href="#">NA0033-2007</a>

Fuente: ICONTEC Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

## 2. ESTÁNDARES Y CERTIFICACIONES

Aunque en Colombia aún no existe una amplia cultura de consumo de joyería ecológica o fair trade, algunas de las principales marcas locales, especialmente aquellas cuyo público objetivo se encuentra en el exterior, cuentan con este tipo de certificaciones.

**Cuadro N° 3**

Logo	Nombre de la certificación	Descripción	Web
	Fair Trade	Promueve el trato justo entre productores y consumidores.	<a href="http://www.fairtrade.org.uk">http://www.fairtrade.org.uk</a>

<sup>1</sup> La Ley N° 49 de 1990 eliminó los IVA's diferenciales para ciertos bienes considerados de lujo como los perfumes, joyas, pelotería y artículos de tocador.

Logo	Nombre de la certificación	Descripción	Web
	Fair Mined	Certifica que el metal precioso han sido extraído de manera artesanal, responsable y a pequeña escala pero cumpliendo con los más altos niveles de prácticas responsables.	<a href="http://www.fairmined.org/">http://www.fairmined.org/</a>

### III. ESTADÍSTICAS Y ANÁLISIS DE COMPETENCIA Y DEL MERCADO

#### 3.1. El Mercado Colombiano de Joyería

De acuerdo a FENALCO<sup>2</sup>, las ventas de joyería (incluye bisutería) en Colombia ascendieron a medio billón de pesos, poco más de US\$ 160 millones, en 2013. El consumo se encuentra geográficamente descentralizado, siendo Medellín la principal plaza con una participación de 15%; le siguen en orden Bogotá (13%), Cali (12%), Barranquilla (11%) y Manizales (5%).

El consumo de esta clase de productos se encuentra sustentado en 55% y 31% por los estratos medio y alto, respectivamente. Además entre los productos con mayor demanda destacan las argollas (84% de participación), relojes (7%) y otros artículos de joyería (9%). De otro lado, se conoce que los materiales que gozan de mayor preferencia entre la población son la plata y las piedras preciosas o semi preciosas. Esta es una característica muy importante a tener en cuenta para el diseño y elaboración de estos accesorios.

En tanto, el factor decisivo de compra para esta categoría de productos es el diseño, el cual debe tener cierto atractivo. La segunda variable es la relación calidad/precio. Sobre este último punto, se conoce que al mes, en promedio, una mujer puede invertir como mínimo 52.500 pesos (Aprox. US\$ 30) en joyas o bisuterías.

Finalmente, la población joven, uno de los segmentos clave, tiene preferencia por artículos de la región (diseños tradicionales y propios del país), con mucho color y de precio accesible. Entre la población masculina de este segmento los artículos más solicitados son los crucifijos o rosarios con aplicaciones de oro plata.

#### 3.2. Análisis de la Competencia Local

La actividad joyera en Colombia es eminentemente artesanal, compuesta por PYMES y microempresas familiares, con escasa capacitación y tecnología, mínimo capital, bajo estímulo crediticio y con un nivel de informalidad de 64%. Asimismo, desde abril de 2013, el sector joyero formal viene atravesando una de las mayores crisis de los últimos tiempos debido a que el [Banco de la República](#)<sup>3</sup>, quien históricamente ha sido su principal suplidor de oro, no cuenta con inventarios disponibles para vender a empresarios. Incluso, al no poder contar con un proveedor formal que dé cumplimiento con los requisitos legales, los joyeros más grandes se han visto obligados a reimportar el oro que el país exporta, lo cual ha incrementado el precio de venta al público de los productos finales en 20%<sup>4</sup>.

Por otro lado, aunque existen algunos artesanos que buscan diferenciar su propuesta a través de diseños inspirados en la cultura prehispánica del país, la mayoría de artículos colombianos son producto de la copia de catálogos extranjeros, principalmente europeos (italianos) y norteamericanos.

#### 3.3. Análisis de la Competencia Internacional

##### a. JOYERÍA DE PLATA

<sup>2</sup> FENALCO – Federación Nacional de Comerciantes

<sup>3</sup> La demanda mensual de oro del sector joyero colombiano es de 63,3 kg., lo cual representa apenas 1% de la demanda interna de este mineral.

<sup>4</sup> FENALCO – Análisis Económico sobre el Sector Joyero en Colombia 2015

Tal como se muestra en la siguiente tabla, las importaciones de joyería de plata en Colombia tuvieron un aumento respecto al año pasado de US\$ 2,6 millones, esto debido al incremento experimentado por la demanda interna propiciado por las mejoras en los niveles de ingresos. En este segmento, Perú se encuentra posicionado como quinto proveedor; sin embargo, competidores como Tailandia y España han comenzado a ganar terreno en los últimos años. En tanto, los principales importadores son Rua & Jewelry Colombia S.A.S. (25% de participación 2014), La Riviera S.A. (18%), Platería Ramírez Jiménez & Cía (8%), Bicaba S.A.S. (6%) y El Mundo de la Plata (6%).

**Cuadro N° 4**  
**Colombia – Importaciones Mundiales de Joyería de Plata (Partida Nro. 7113.11)**

RK	País Socio	US\$ (millones)					Volumen (TN)					Precio Ref. 2014 (US\$ / Kg.)
		2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014	
1	Tailandia	0,5	0,3	0,8	0,6	3,0	1	1	1	1	2	1 638
2	España	0,6	1,0	1,6	1,4	1,7	2	3	6	5	4	464
3	México	1,4	1,8	1,6	1,8	1,6	2	2	1	2	2	844
4	Perú	1,5	1,3	1,5	1,0	1,0	3	1	2	1	1	773
5	Italia	0,6	0,8	0,8	0,7	0,7	2	2	1	2	3	255
	<b>Subtotal</b>	0,6	1,0	0,8	1,0	1,0	1	2	2	2	1	
	<b>Mundo</b>	<b>5,2</b>	<b>6,2</b>	<b>7,2</b>	<b>6,4</b>	<b>9,0</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	

Fuente: Global Trade Atlas

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

#### b. JOYERÍA DE ORO

Las importaciones colombiana de joyería de los demás metales preciosos (incluye oro) han sido las que han mostrado el mayor dinamismo al incrementarse en más de US\$ 9 millones en los últimos cinco años. Los tres principales proveedores, Italia, España y Hong Kong, representan más del 50% de las importaciones de estos productos y tienen entre sus principales compradores a las joyerías más representativas del país como Sterling Joyeros y La Riviera Joyería.

**Cuadro N° 5**  
**Colombia – Importaciones Mundiales de Joyería de los demás Metales Preciosos, Incluso revestidos o chapados (Partida Nro. 7113.19)**

RK	País Socio	US\$ (millones)					Volumen (KG)					Precio Ref. 2014 (US\$ / Kg.)
		2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014	
1	Italia	1,6	1,7	2,2	3,3	3,8	161	75	169	388	337	11 221
2	España	0,6	1,6	1,5	1,4	2,1	1 581	3 017	5 881	3 145	3 065	686
3	Hong Kong	0,5	1,1	0,9	0,6	1,4	8	11	21	12	14	96 856
4	EE.UU.	0,4	0,3	0,5	0,9	1,3	32	35	29	97	40	31 888
5	Suiza	0,5	0,4	0,4	0,6	1,0	152	52	34	86	401	2 523
	<b>Subtotal</b>	1,5	1,9	4,8	3,1	4,8	215	415	520	2 305	1 333	
	<b>Mundo</b>	<b>5,2</b>	<b>7,0</b>	<b>10,2</b>	<b>9,8</b>	<b>14,4</b>	<b>2 149</b>	<b>3 605</b>	<b>6 654</b>	<b>6 033</b>	<b>5 190</b>	

Fuente: Global Trade Atlas

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

## IV. TRANSPORTE Y LOGÍSTICA

## 1. MEDIOS DE TRANSPORTE

**Cuadro N° 6**  
**Tiempo de Transporte hacia Colombia**

Vía	Tiempo de transporte	Puerto de llegada
Aérea	2,18 Horas	Bogotá
Aérea	2,37 Horas	Medellín
Terrestre	2 Días	Bogotá

Fuente: World Freight Rates

Elaboración: Inteligencia de Mercados- PROMPERU

## 2. FLETES

Los costos promedio asignados al transporte desde Perú hacia Colombia mediante el servicio Exporta Fácil de SERPOST al 23 de noviembre de 2015, son los siguientes:

**Cuadro N° 7**  
**Costo del Flete Promedio hacia Colombia**

Agente de Carga	Tipo de Servicio	Rango Peso	Importe
SERPOST	Exporta Fácil	De 1 a 20 gr.	US\$ 5,7
SERPOST	Exporta Fácil	De 21 a 50 gr.	US\$ 6,3
SERPOST	Exporta Fácil	De 51 a 100 gr.	US\$ 7,7
SERPOST	Exporta Fácil	De 101 a 250 gr.	US\$ 12,0

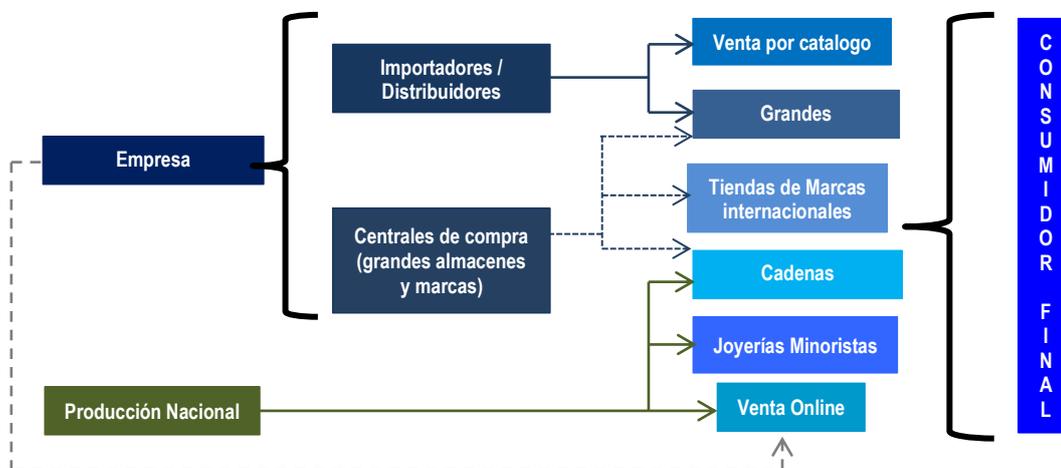
Fuente: SERPOST – [Calculador de Tarifas](#)

Elaboración: Inteligencia de Mercados- PROMPERU

## V. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

El sector de la gran distribución en Colombia es uno de los más dinámicos en ese país, pues se estima que 46% de colombianos realiza sus compras en grandes superficies (híper o supermercados, tiendas por departamento, etc.). Esta realidad no es ajena al sector de joyería y bisutería, ya que gran parte de la población compra estos bienes en almacenes o centros comerciales.

**Gráfico Nro. 1: Canales de Distribución y Comercialización de Artículos de Joyería y Bisutería en Colombia**



Fuente: Lexicomex

Asimismo, los principales formatos de venta se pueden distinguir de acuerdo al segmento de consumidores a los cuales dirigen sus esfuerzos de ventas. De tal modo, la venta personal o por catálogo, modelo implementado exitosamente por empresas como Yanbal y Ebel, tiene como público objetivo al sector medio. En tanto, las joyerías se pueden clasificar en dos grupos. Mientras que las primeras se enfocan en el segmento medio, se encuentran ubicadas en los centros de las ciudades y ofrecen productos de bajo precio; las segundas cubren el segmento alto y entre las más representativas destacan Galería Cano, Sterling Joyeros, Joyería Bauer & Co, Shumacher & Cía Ltda. y Kevin's Joyeros.

## VI. PRECIOS

**Cuadro N° 8**  
**Precio Minorista**

Producto	Variiedad	Distribuidor	Precio
	Anillo en Plata Ley 950 Rodinada y Oro Amarillo de 18 Kilates	Mozt	688 000 Pesos US\$ 221,2
	Pulsera en Plata Ley 950 Rodinada y en Oro Amarillo de 18 Kilates	Mozt	583 000 Pesos US\$ 186,2
	Gemelos de Plata Ley 950 para Caballeros	Mozt	396 000 Pesos US\$ 127,0
	Candongas de Plata ley 925	Kevin's Joyería	398 000 Pesos US\$ 127,6
	Anillo Margarita Plata Ley 925	Kevin's Joyería	250 000 Pesos US\$ 80,2
	Cruz en oro blanco de 18 Kilates con zinc	Kevin's Joyería	347 000 Pesos US\$ 111,3
	Tobillera en oro blanco de 18 Kilates, 23 cm. de largo	Kevin's Joyería	562 000 Pesos US\$ 180,3
	Rosario de plata ley 925, 50 cm. de largo, 2,5 mm de ancho	Kevin's Joyería	155 000 Pesos US\$ 77,1

Fuente: <http://www.kevins.com.co/> <http://www.mozt.com.co/> Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

## VII. TENDENCIAS CON VALOR AGREGADO PARA JOYERÍA EN COLOMBIA

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Línea de dijes de plata con murano
	Presentación del producto	14,0 mm de ancho
	Marca	----
	Precio	75 000 Pesos (US\$ 24,01)
	País de fabricación	----
	País de distribución	Colombia
	Fecha de lanzamiento	----

Fuente: <http://www.kevins.com.co/>

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Dijes de plata con diseños infantiles
	Presentación del producto	Diseños variados
	Marca	----
	Precio	75 000 – 250 000 Pesos (US\$ 24,01 – US\$ 80,4)
	País de fabricación	----
	País de distribución	Colombia
	Fecha de lanzamiento	-----

Fuente: <http://www.kevins.com.co/>

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Rosarios y denarios de plata
	Presentación del producto	Rosario: 18cm. Largo Denario: 60 cm. Largo
	Marca	----
	Precio	1 £ (US\$ 1.47)
	País de fabricación	No especifica
	País de distribución	Reino Unido
	Fecha de lanzamiento	----

Fuente: <http://www.kevins.com.co/>

## VIII. POTENCIAL DEL PRODUCTO PERUANO

## 1. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

Cuadro N° 9  
Perú: Exportaciones de Joyería de Plata

Año	Exportación - Mundo				Exportación - Colombia			
	Valor FOB (Millones US\$)	%Δ	Peso Neto (TN)	# Empresas	Valor FOB (Miles US\$)	%Δ	Peso Neto (KG)	# Empresas
2010	12	56,4%	24	61	185	614,9%	1 840	4
2011	11	-8,5%	20	46	84	-54,5%	551	5

2012	11	3,9%	28	35	497	490,0%	6 282	6
2013	11	-3,0%	24	46	221	-55,6%	2 459	3
2014	7	-33,7%	20	33	113	-48,7%	858	4

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

(\*) Se han contabilizado sólo las empresas que han registrado un monto de exportación superior a US\$ 1 000.

En 2014, las exportaciones peruanas de joyería de plata hacia el mercado internacional alcanzaron US\$ 7 millones, lo que representó una importante caída de 33,7% respecto al año anterior. El principal destino es Estados Unidos (US\$ 5 millones), seguido por Chile (US\$1,2 millones) y Reino Unido (US\$ 253 mil). Además, fueron 33 empresas (con montos registrados iguales o superiores a US\$ 1 000), las que realizaron envíos al exterior. Si hablamos específicamente del mercado colombiano, las ventas totalizaron US\$ 113 mil en el último año.

**Cuadro N° 10**  
**Perú: Exportaciones de Joyería de Oro**

Año	Exportación - Mundo				Exportación - Colombia			
	Valor FOB (Millones US\$)	%Δ	Peso Neto (TN)	# Empresas	Valor FOB (Miles US\$)	%Δ	Peso Neto (KG)	# Empresas
2010	35	0,9%	2	9	5	-84,1%	0,1	1
2011	32	-9,7%	1	14	-	-	-	-
2012	35	10,6%	1	9	-	-	-	-
2013	36	2,4%	2	11	-	-	-	-
2014	42	18,3%	2	6	-	-	-	-

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

(\*) Se han contabilizado sólo las empresas que han registrado un monto de exportación superior a US\$ 1 000.

En contraste, los envíos peruanos de joyas de oro han mostrado el mejor desempeño del último quinquenio en 2014, al sumar US\$ 42 millones y experimentar un dinamismo de 18,3%. Los principales mercado meta de estos artículos de lujo es Estados Unido (US\$ 41 millones), le siguen en orden Austria (US\$ 468 mil) y Reino Unido (US\$ 415 mil). Sin embargo, se registraron únicamente 6 empresas (con montos de exportación iguales o mayores a US\$ 1 000) las que realizaron ventas al exterior, 5 menos que en el año anterior. Finalmente, en los últimos cuatro años no se han contabilizado exportaciones a Colombia.

## IX. INFORMACIÓN DE INTERÉS

### 1. FERIAS

Nombre de la Feria	Web Site	Duración	N° Expositores	N° Visitantes
<b>ColombiaModa</b>	<a href="http://colombiamoda.inexmoda.org.co/">http://colombiamoda.inexmoda.org.co/</a>	3 días	670	60 000
<b>Expo Joyas</b>	<a href="http://www.expojoyaseventos.com.co/">http://www.expojoyaseventos.com.co/</a>	17 días	322	240 000

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU \*Información en base a las últimas ediciones de los eventos.

### 2. OFICINAS COMERCIALES EN COLOMBIA

#### ▪ Oficina Comercial de Perú en Bogotá - Colombia

Consejero Comercial: Max Rodríguez Guillén

Teléfono: (57) 310 341 5785

E-Mail: [mrodriguezq@mincetur.gob.pe](mailto:mrodriguezq@mincetur.gob.pe)

### 3. LINKS DE INTERÉS

- Círculo Colombiano de Joyería (<http://www.circulocolombianodejoyerias.org/>)
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE (<http://www.dane.gov.co/>)
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia (<http://www.circulocolombianodejoyerias.org/>)
- Federación Nacional de Comerciantes (<http://www.fenalco.com.co/>)