

El icónico proyecto con que la joyería “Casa Barros” se instala en Alonso de Córdova

• GUILLERMO V. ACEVEDO

En la esquina de Alonso de Córdova y Nueva Costanera, que por más de 30 años albergó un ícono de la decoración, hoy se alistan vitrinas blindadas que resguardarán las joyas de la centenaria “Casa Barros”.

La propiedad en el eje gastronómico y de la moda perteneció desde 1990 a la decoradora María Teresa Cerveró. Adquirida en 2024 por la familia Barros, se había mantenido sin operación ni cambios, hasta que este mes iniciaron la remodelación.

La inversión total del proyecto supera los US\$ 5 millones, comenta su gerente de operaciones, Gonzalo Barros, miembro de la cuarta generación de la familia joyera. Y viene a consolidar un período que ha sido particularmente exitoso para la empresa, explica, con un crecimiento cercano al 50% en los últimos tres años. “Este año estamos creciendo a dos dígitos y creemos que se va a mantener hasta fin de año”, añade.

Esperan inaugurar en 2026, la tienda concebida como un espacio de más cercanía al cliente que sus otros locales en centros comerciales. “Como nos llamamos ‘Casa Barros’ nos hacía mucho sentido tener una casa donde podamos recibir a nuestros clientes, donde haya alguien con el apellido, como los restaurantes donde atiende el dueño”, dice.

Y la elección de Alonso de Córdova no fue al azar. Barros cree que el futuro del comercio de lujo en Chile está reside en que las marcas tengan tiendas propias a la calle, donde el cliente pueda vivir experiencias exclusivas.

Lo planificaron más de dos años. Trabajaron con un equipo multidisciplinario, que incluyó estudios urbanísticos del arquitecto Iván Poduje, para definir el mejor barrio por cercanía con los clientes y seguridad. Y eligieron la que consideran “la mejor esquina de Chile”.

Además, contrataron al interiorista Enrique Concha y al arquitecto Martín Hurtado.

Cuarta generación toma la batuta

Al frente de la empresa está Gonzalo Barros, nieto del fundador, que ejerce como gerente general, y cuatro de sus cinco hijos se han incorporado. Laura es la gerenta comercial; Amalia es gerenta de producción de joyas (*brand manager*); Catalina es la encargada de eventos y relaciones públicas; además de Gonzalo (hijo), ex LarrainVial, como gerente de operaciones.

Con esta tienda buscan darle un nuevo aire tanto a la empresa como al mercado chileno. “‘Casa Barros’ fue pionera en abrir tiendas en los primeros centros comerciales de Santiago, como Los Cobres de Vitacura y Parque Arauco”, comenta.

Pero su historia se remonta a 1910, cuando Francisco Barros González, relojero y joyero español, se estableció en Chile y abrió la joyería “F. Barros”, en calle Matta, junto a su esposa, Juana Luther. En los años 30, su hijo Francisco Barros Luther creó otra llamada “Joyería Esmeralda”. Luego ambas se fusionarían en “Casa Barros”, en la calle Estado.

Durante los 80 y 90, la tercera generación lideró la expansión con aperturas en los malls. Este será su cuarto local y la inversión más grande. “Son montos que van en línea con el negocio y, si bien es una inversión grande, creemos que se va a pagar con creces, pues lo estamos pensando en un horizonte de 50 años plazo”, dice.

Y han tomado resguardos para la seguridad; ya cuentan con doble puerta, cámaras con reconocimiento facial y comunicación rápida con Carabineros. En este nuevo proyecto sumarán una protección tipo bóveda, con una red de cámaras y

blindaje de ventanas.

Auge del rubro

El aumento en sus ventas, Barros lo atribuye al crecimiento general del mercado de lujo luego de la pandemia. “La gente dejó de viajar y de consumir, dando paso al deseo de ‘premiarse’ a través del consumo de lujo”, sostiene.

También ese crecimiento ha sido impulsado por marcas de relojes como Rolex, Patek Philippe o Cartier, de las que son representantes en Chile, y que



Gonzalo Barros, gerente de operaciones.

Amalia, Catalina y Laura Barros, lideran las áreas de joyería, relaciones públicas, y comercial.

“han experimentado un crecimiento de dos dígitos los últimos 5 años”.

Datos de la plataforma de monitoreo de mercados Statista proyecta que los ingresos en

el mercado de relojes y joyas en Chile alcancen los US \$106,45 millones en 2025, aunque son valores que aplican a toda la industria y no solo al lujo.

Otro factor que Barros resalta



Nuevo local se suma a los de Alto Las Condes, Parque Arauco y Costanera Center.

son las redes sociales y los *influencers* que han despertado interés por los productos de lujo como inversión. Y una tendencia clave que favorece el negocio, es el mayor interés de muje-

res jóvenes e independientes económicamente. “La mujer chilena, en particular, está más abierta a usar joyas llamativas, más caras y a invertir con su propio dinero”, comenta.