



El renacer de Coquinaria de la mano de Félix de Vicente: Kitchen Center compra marca y entra al rubro de productos *gourmet*

MARISA COMINETTI

Hace justo un año Coquinaria cesó definitivamente sus operaciones después de 15 años de trayectoria y de haber instaurado la categoría de productos *gourmet* en el país, en lo que en ese entonces era un mercado casi inexistente. Pero para su fundadora, Alejandra Elgueta, no era el fin, sino el inicio de una nueva ruta para su marca. Fue en ese momento cuando decidió venderla y entre conversaciones con algunos interesados que surgió la oportunidad de cerrar un acuerdo con Kitchen Center, que para ella era el aliado perfecto. A través de un conocido de ambas partes, Alejandra Elgueta y Félix de Vicente iniciaron las negociaciones que derivaron en la venta de la marca Coquinaria a la empresa de equipamiento de cocina con presencia a nivel nacional y regional.

El acuerdo se concretó oficialmente en marzo y desde entonces ambos han estado trabajando para su relanzamiento que será en octubre próximo.

“Coquinaria es como un hijo para mí y esto es como si egresara de la universidad y ahora vivirá solo. Por lo tanto, venderle la marca a Kitchen Center fue el mejor de los escenarios”, dice Elgueta. “Ellos tienen desarrollada la categoría cocina a nivel latinoamericano, por lo tanto, pueden llevarla un paso más allá, que era lo que a mí me faltó, porque el mercado chileno es pequeño”.

Para Félix de Vicente, presidente de Kitchen Center, la adquisición de Coquinaria no solo es una decisión empresarial clave al darles la posibilidad de ampliar el negocio y entrar a un rubro donde no estaban y conquistar otros mercados y segmentos de clientes, sino que también “es una declaración de compromiso con la preservación y revitalización de una marca icónica en el segmento *gourmet* de la industria culinaria chilena”. Por eso, acota, Elgueta seguirá vinculada como asesora, aportando su *expertise* y también recibiendo una participación por los resulta-

Con esta adquisición, la empresa de equipamiento de cocina suma una línea de negocios. Partirán en octubre próximo con cuatro tiendas en Santiago y en 2025 la expandirán a regiones y Perú.



Félix de Vicente y Alejandra Elgueta trabajan en el relanzamiento de Coquinaria.

MARISA COMINETTI

tiendo por Perú, donde hoy cuentan con nueve tiendas.

Asimismo, suma que están trabajando en una nueva página web de Coquinaria para la venta *online* de productos, los que serán distribuidos en el mismo día. “Esto es súper importante y fue una de las cosas que no pude hacer”, dice Elgueta.

Y en carpeta tienen contemplado ampliar las categorías incorporando líneas de menaje y accesorios, como por ejemplo, de café y bar.

Resultados

Sobre el impacto en el negocio general, De Vicente dice que este año el impacto de Coquinaria en el consolidado será relativamente bajo pues quedan pocos meses para que termine el ejercicio, pero que a contar del próximo esperan que este crezca fuerte: “El próximo año esperamos generar US\$ 1 millón en ventas y cuando entremos en régimen debiéramos vender entre US\$ 3 millones y US\$ 4 millones”. La expectativa es que en un par de años represente un 10% de las ventas en el mercado local.

Al respecto, indica que este año proyecta alcanzar ventas por \$50 mil millones en Chile. A nivel consolidado, considerando las operaciones que tienen en el exterior como Perú y EE.UU., las estimaciones son alcanzar los US\$ 70 millones. Esta cifra es levemente superior a 2023. En Chile, que representa el 80% del total, “la demanda está completamente plana. Nosotros hemos tenido la suerte de que el sector inmobiliario está terminando sus obras y necesitan el equipamiento, y con eso hemos logrado contrarrestar la caída del consumo”.

Sobre nuevas aperturas, adelanta que en 2025 esperan abrir entre dos y tres tiendas en Perú, mientras que en Chile también están contempladas nuevas locaciones. En términos de empleo, añade que cada tienda implica la contratación de entre cinco y seis colaboradores.

dos que se generen.

Próximos pasos

De Vicente cuenta que la estrategia de negocios de Coquinaria considera dos áreas de productos *gourmet*: la línea de regalo corporativo, donde ya están trabajando, y otra línea enfocada a los consumidores a través de las tiendas. Este año partirán con cuatro en Santiago: una en Vitacura, dos en Las Condes y otra que abrirán pronto en Lo Barnechea. Para 2025 seguirán ampliando su presencia en las demás tiendas que tienen en la capital (22 a la fecha) y también en regiones, por ejemplo, en Concepción, Viña del Mar, Puerto Montt, entre otras. Además, está previsto llevarla al exterior, par-