

## CÓMO SE GESTÓ LA LLEGADA DE CECILIA BOLOCCO A CENCOSUD

Desde hace al menos tres años que la ex Miss Universo comparte un chat de mujeres destacadas con la ex presidenta del directorio de Cencosud, Heike Paulmann. El grupo, integrado por unas 12 mujeres influyentes de distintas áreas, estuvo activo, por ejemplo, para la coordinación de ollas comunes en pandemia, también para campañas solidarias. A través de ese canal dan ideas, se brindan apoyo y comparten los proyectos en los que están participando. A través de ese chat, Bolocco conoció a Paulmann. Y hace un año, a dos meses del vencimiento de su contrato con Falabella -donde la animadora fue rostro y vendió su ropa durante 17 años-, le escribió a la entonces presidenta del directorio de Cencosud con el objetivo de considerar otras alternativas. Heike le contestó que la pondría en contacto con Ricardo Bennett, entonces gerente de la división de Tiendas por Departamento. De inmediato Bennett la contactó y le dijo que en un par de días le enviaría una propuesta formal. El match, dice Bolocco, fue perfecto. "Lo que me ofrecieron fue más que lo que esperaba", señala. Y en menos de una semana el deal estaba cerrado.

En octubre pasado la reina de belleza avisó a Falabella que no renovaría contrato en diciembre. En enero comenzó a trabajar con Paris, en febrero viajó a Italia y Francia a buscar nuevos proveedores y en marzo se instaló en una oficina que le habilitó Cencosud en Alto Las Condes, con Carolina Palazuelos, a quien le asignaron de brand manager.

Dice Bolocco que una de las cosas que le atrajo de la propuesta de Paris fue la conciencia medioambiental y las campañas de sustentabilidad. "Estamos en pleno desarrollo, pero no es tan fácil hacer ropa 100% reciclada. Aun así estamos trabajando

en ello", asegura sobre su nueva colección. Otra cosa que la atrajo es que Paris decidió darle la marca Cecilia Bolocco a los 17 corners donde venderán sus productos: en Falabella sus colecciones se desarrollaban bajo la marca Apology. Esa conversación, dice Bolocco, nunca la tuvo con Falabella. "Soy dueña de mi marca. En este momento tengo venta exclusiva a través de Paris, pero si quiero poner una tienda propia podría hacerlo también, ofreciendo otra línea", cuenta.

Este miércoles en el piso 61, donde está Sky Costanera, la también presidenta de la fundación oncológica Care hizo el anuncio a la prensa. Y el próximo miércoles 16 hará un live para empezar a vender la colección, que partirá como e-commerce y desde el 25 de octubre se ofrecerá en las tiendas físicas Paris. "(La marca Cecilia Bolocco) tendrá un corner propio con la apariencia y experiencia de una tienda boutique. Y en e-commerce, a través de inteligencia artificial, se podrán crear y mostrar los looks completos. Eso para mí es esencial porque va a revolucionar la experiencia de compras", asegura.

La familia Paulmann estaría feliz con la llegada de Bolocco a su negocio. "Les mandé un saludo (en la presentación el día del anuncio) porque me he sentido muy acogida, y ellos son los dueños de la empresa", explica ella.

