

POR JUAN PABLO SILVA - FOTO: VERÓNICA ORTÍZ

HISTORIA DE UNA QUIEBRA



Regalos Clicker llegó a vender cerca de US\$ 2 millones, era un negocio que iba al alza y fueron pioneros en venta online con despacho el mismo día. Tras 10 años de operación, una serie de acontecimientos y malas decisiones llevaron al negocio a la quiebra. Su fundadora Magdalena Martín, ahora tomó la bandera de hablar sin tabúes de quebrar en Chile.

“**Q**uebrar en Chile es un tabú. Partamos por ahí, la gente no lo dice, ojalá que no se sepa, es durísimo, te estigmatizan”, afirma Magdalena Martín, fundadora de Regalos Clicker y hoy coach de felicidad. Para entender cómo pasó de ser emprendedora a convertirse en creadora de contenido, hay que conocer su historia. Diseñadora de profesión, dice que su sueño siempre fue trabajar en el mundo de la iluminación. Al egresar de la UDP tocó la puerta de la empresa Philips y les dejó su currículum, “porque todos los grandes diseñadores de iluminación habían trabajado ahí”. Al año pasó al área comercial de la empresa, donde -cuenta- estaba bien evaluada. “Pero me dije: el día que quiera cambiarme de pega nadie me va a contratar siendo diseñadora”, recuerda. Así que se matriculó en un MBA en la Universidad Adolfo Ibáñez.

Titulada se cambió a Nestlé, a cargo de la marca Maggi.

“Nunca me imaginé ser emprendedora”, reflexiona. Hasta que en un viaje a Barcelona entró a una tienda llamada Vincon y quedó enamorada de lo que vio: tenía todos los regalos que necesitaba para traer a Chile.

A su vuelta contactó una de las marcas que se vendían en Vincon y pidió la representación. Fue el inicio de lo que posteriormente se convertiría en Regalos Clicker.

Dos años mantuvo el negocio en paralelo a su trabajo en Nestlé. Y en 2016 renunció para dedicarse a tiempo completo. Al igual que muchos emprendedores,

su sueldo se vio reducido y su trabajo se extendió a los fines de semana. Ese primer año vendió US\$ 113 mil.

El mensaje del reloj

Al año siguiente, sumó a tres personas a la firma que tenía el nombre de Clicker Design Gift and Decore. “Era como un bazar. Pero yo no quería que fuera un bazar, me faltaba algo”, rememora sobre el negocio hasta entonces online. Cerró 2017 con ventas por US\$ 425 mil con un margen bruto promedio de 35%. “Pero para que un marketplace sea rentable, éste debe ser mayor a 65%. Si no, el negocio no da”, comenta. “Siempre estábamos al justo, pero priorizamos crecer”, dice.

En 2018 por primera vez para la Navidad arrendó un espacio que servía también de tienda física y pasó algo que cambió el propósito de Clicker: “Nos encargaron un reloj para regalo y mandamos el producto perfecto. Nos dimos cuenta que no habíamos mandado el mensaje de que pidió la compradora, pero no le dimos mucha importancia. Así que le dije a la Clara (del equipo) que llamara a la clienta y le dijera”, recuerda. “Nos subió y nos bajó, nos mandó a la cresta. Repetía constantemente ‘me cagaste’, rememora. El mensaje que la clienta le había pedido que grabara era: “No te vayas de mi vida. Los problemas son para superarlos. Es de valientes. Sólo los cobardes huyen. Nuestro futuro de familia es más importante. Recuerda que no hay tanto tiempo”. Claramente estaba pidiendo perdón, afirma Martín. “Ahi nos dimos cuenta de que el reloj para esta persona no era un producto. Era una re-

conciliación. Descubrimos que nosotros despachábamos emociones. Ahi todo cobró sentido”, agrega.

El primer hoyo

En 2019 abrió su primera tienda permanente en Vitacura. Todo apuntaba a que sería el despegue del emprendimiento, hasta que llegó el estallido social. El último trimestre del año había sido siempre el mejor en ventas, pero ahora “nadie estaba gastando”, señala.

El año cerró con ventas por US\$ 729 mil. A pesar de eso, los inversionistas (family and friends) siguieron apostando por ella. En total, desde sus inicios el emprendimiento recibió cerca de US\$ 500 mil.

La pandemia hizo que las ventas en 2020 se duplicaran. Y el número de empleados subió a 11.

En 2021 recibió un llamado de Parque Arauco (Vitacura) ofreciéndole un local por seis meses mientras llegaba el arrendatario. “Nos dejaron probar gratis”, afirma la diseñadora. Fue una gran oportunidad, rememora, por lo que vencido el acuerdo decidió tomar el arriendo que la compañía le ofrecía, pero en Arauco Maipú. Era un arriendo barato pero que apuntaba a un público que no conocían. “Nos embalamos y nos fue muy mal, la tienda no se pagaba”, dice Martín. Antes de cumplir el año devolvió el espacio y pagó los \$ 20 millones que quedaban de contrato.

Paralelo al negocio del retail, Regalos Clicker vendía al por mayor productos de marcas que representaba, un negocio con poco margen pero mucho volumen

que servía para hacer caja. En 2022, ese negocio tenía promesas de compra de \$ 180 millones, cuenta. Pero la baja del consumo y alto stock de los retailers hizo que ese número cambiara abruptamente: finalmente fueron sólo \$ 8 millones. "Contábamos con esa plata... fue el primer hoyo grande", dice.

"En febrero del 2022 ya estábamos bastante fritos"

Ese mismo año, el directorio de la firma le recomendó a Magdalena no estar en todas las áreas del negocio y aprender a delegar. Contrató a alguien que se hiciera cargo de las finanzas de la firma, "y ahí cometí un error gravísimo", confiesa. "En vez de delegar me desligué. Error garrafal, porque después me di cuenta de que esa persona había priorizado otros pagos y debíamos tres meses a los proveedores, debíamos una cantidad de plata enorme". Agrega: "En febrero del 2022 ya estábamos bastante fritos".

Tras pasar la Navidad de ese año y sobrevivir a duras penas, vendieron US\$ 1,3 millones. A fin de año "tuvimos directorio y me dijeron, 'miramos los números y esto está quebrado. Tu deuda es dos veces más grande que tus ingresos'. La fundadora no lo podía creer, "me fui a mi casa en shock, no entendía lo que estaba

A FIN DE AÑO "TUVIMOS DIRECTORIO Y ME DIJERON, 'MIRAMOS LOS NÚMEROS Y ESTO ESTÁ QUEBRADO. TU DEUDA ES DOS VECES MÁS GRANDE QUE TUS INGRESOS'. LA FUNDADORA NO LO PODÍA CREER, "ME FUI A MI CASA EN SHOCK, NO ENTENDÍA LO QUE ESTABA PASANDO, ME COSTÓ DECIR 'ESTO SE ACABÓ"', CONFIESA MARTIN.

pasando, me costó decir 'esto se acabó", confiesa Martin.

Los inversionistas hicieron la pérdida. "Eso fue duro, porque al final uno está en las buenas y en las malas y cuando vas a quebrar no tiras la toalla", reflexiona Martin. Se resistía a aceptar esta realidad. Un amigo junto a su cuñado le dijeron: "No calza que vendiendo esos números no te dé el negocio".

Clicker empezó un proceso de cambios profundos. Subieron un 5% los precios, pasaron de 22 a 10 empleados, dejaron la bodega de 200 metros cuadrados y arrendaron una de 80 y redujeron un 40% los costos fijos. Luego idearon un plan, tenían que recaudar \$ 200 millones para mantener la empresa a flote y vender lo mismo que en 2022. "Saqué absolutamente todo lo que tenía, mis 10%, pedí

créditos, acudí a familiares y junté \$ 70 millones. Pero no alcanzaba, se había agotado el tiempo. En mayo de 2023 nos sentamos en el comedor de mi casa con unas cervezas y me dijeron 'yo creo que llegamos a un punto en que hay que dejar de nadar", recuerda.

Ya no quedaban opciones.

La felicidad

"Ahí me fui a pique. Tuve que tomar remedios, lloraba todos los días, me llamaban para cobrarme y no sabía qué decir. Fue espantoso, realmente lo pasé muy mal", dice. Junto a un abogado de quiebras armó un plan para cerrar la compañía y estructurar un programa de pagos a largo plazo para quienes les debía dinero.

Al terminar el proceso, Martin intentó

-dentro de sus posibilidades- volver a su vida normal. "Subía cosas a Instagram, por ejemplo mostrando que estaba en el gimnasio, y un día mi hermano me llamó y me dijo 'No subas nada, no te pueden ver feliz. No te pueden ver bien porque lo hiciste mal, sin quererlo, pero estuviste mal con mucha gente". En total la deuda era de cerca de \$ 400 millones.

Pero fue eso lo que hizo el click. "Me dije, ¿por qué tiene que ser tan castigado esto, que no se puede hablar? ¿Por qué tiene que ser tan tabú? Ahí tomé la bandera de lucha y lo empecé a hablar en redes sociales. Me obsesioné con el tema de la felicidad. Me encontré con el estudio de Harvard que decía que el predictor número uno de la felicidad eran las buenas relaciones humanas, y era similar a mi propósito en Clicker.

Desde ese instante, la fundadora de Regalos Clicker pasó a ser creadora de contenido en Instagram, donde tiene cerca de 100 mil seguidores. Dio una charla en TEDx Vitacura y acaba de firmar un acuerdo para escribir un libro con la editorial Zig-Zag.

Sobre la materia, recomienda tres libros: *El algoritmo de la felicidad*, de Mo Gawdat; *La ciencia de la felicidad*, de Sonja Lyubomirsky, y *Una buena vida*, de Marc Schulz y Robert Waldinger. +