



# Hites lanza su marca propia de mascotas y apuesta por “acercarse a un público más amplio”

**Hites presentó Topsis Pets**, su nueva marca para perros y gatos, con la que busca ampliar su base de clientes y entrar al mercado de las mascotas. La venta comenzará en agosto de este año en su sitio web y tiendas seleccionadas.

**LEONARDO CÁRDENAS**

–Empresas Hites anunció su ingreso al mercado de productos para mascotas a través del lanzamiento de una nueva marca propia: Topsis Pets. La iniciativa forma parte de su estrategia de diversificación comercial y responde al creciente interés de los consumidores por este segmento. La marca fue recientemente registrada en el Diario Oficial y contempla una oferta enfocada en artículos para perros y gatos, con una primera etapa de comercialización prevista para agosto próximo.

Según la propia empresa, “esta categoría fue creada a mediados del año pasado y busca explorar un nuevo universo lúdico e interesante, que permita acercarse a un público más amplio con el objetivo de ofrecer todo tipo de

productos para todos los públicos”. Esta línea se enfocará principalmente en perros y gatos, incluyendo artículos como collares, correas, camas, juguetes y arenas sanitarias. El lanzamiento está previsto para el tercer trimestre y contempla una primera fase de ventas en la plataforma Hites.com y en tiendas seleccionadas. En una segunda etapa, la marca se expandirá al resto de las tiendas físicas de la cadena.

Actualmente, Hites opera con 30 tiendas físicas a nivel nacional, ubicadas estratégicamente en zonas de alto tráfico del segmento socioeconómico C3-D, su público objetivo tradicional. Esta red se complementa con un ecosistema omnicanal que incluye una plataforma de e-commerce consolidada y una

oferta de financiamiento propia a través de la tarjeta Hites, que al cierre de 2024 contaba con 321.000 clientes activos.

La gerenta del área Infantil y responsable de la nueva categoría, Valentina Radúnz, explica que el objetivo de este lanzamiento es “explorar un universo que nos permita acercarnos a un público aún más amplio y diversificado”. Añade que “con una oferta variada, enfocada principalmente en perros y gatos, que incluirá desde juguetes y arenas sanitarias, hasta correas, collares y camas, buscamos cubrir las necesidades integrales de las mascotas”. Radúnz recalca que el foco de Hites sigue siendo el producto, pero el diferencial de Topsis Pets estará en “ofrecer colecciones innovadoras y diferenciadas, apos-

tando por licencias atractivas para encantar a nuestros clientes y mantenernos fieles a nuestro principio de ofrecer ‘de todo para todos’”.

**Carta**

La incursión en la categoría de mascotas no es una acción aislada, sino que forma parte del proceso más amplio de transformación que la compañía ha venido implementando desde 2023. A raíz de una situación financiera desafiante en años anteriores, Hites diseñó un plan de reestructuración orientado a recuperar eficiencia, reducir gastos y optimizar sus operaciones.

En la carta del presidente del directorio, Gonzalo Irarrázaval del Campo, incluida en la Memoria Anual 2024, se señala que “nuestro principal desafío ha sido adaptar nuestro negocio para recuperar los indicadores y rentabilidades históricas”. Para ello, la empresa perfeccionó su modelo de riesgo financiero, integrando inteligencia artificial y datos externos, e implementó un duro plan de ahorro que incluyó la desvinculación de 450 colaboradores, lo que, según estimaciones de la empresa, permitirá generar “ahorros anualizados de \$15.000 millones, permitiéndonos retomar índices de eficiencia similares a niveles alcanzados los años 2015-2016”.

**CRECIMIENTO**

El ingreso al mercado de mascotas se alinea con la visión de largo plazo de Hites, centrada en ampliar su oferta para mantener la relevancia en un entorno competitivo. En su estrategia, detallada en el documento corporativo, la empresa reafirma su intención de seguir desarrollando “un modelo de negocio integrado entre el retail y el negocio financiero”, combinando productos con servicios de crédito accesibles para sus clientes, en su mayoría no bancarizados.

Esta lógica omnicanal y de integración física-digital ha sido uno de los pilares de Hites para sostener su presencia en el mercado chileno. A esto se suma un enfoque fuerte en personalización y cercanía. La marca Topsis Pets viene a reforzar esa línea, conectando con un segmento emocional, transversal y en alza como es el de los animales de compañía.

Además, esta apuesta llega en un momento clave. Con la incorporación de Felipe Longo como gerente general en octubre de 2024, la compañía renovó su liderazgo y presentó un plan de negocios trienal, con metas ambiciosas. Según detalla Irarrázaval, una de ellas es “aumentar nuestro stock de colocaciones en un 50%, para alcanzar los \$200.000 millones”, fortaleciendo así su negocio financiero.

La transformación de Hites no se limita al desarrollo de nuevas categorías, sino que incluye una reconfiguración del mix comercial, el fortalecimiento del canal digital y una estrategia de fidelización apalancada en herramientas como la App tarjeta Hites, que permite gestionar operaciones, promociones y estados de cuenta. Esta app también será parte del ecosistema que acompañará el lanzamiento de Topsis Pets, integrando promociones cruzadas con la nueva línea de productos. ●