

El gerente general Cedric Moller anuncia tres nuevas aperturas en medio del auge de malls chinos, outlets hogar e Ikea

El avance de Casaideas: "No hemos tenido una competencia que nos afecte directamente"

Estrenan nueva imagen, sistema de retiro en tienda y venta por Mercadolibre: "Hoy ya no sirve que un producto llegue en cinco días, lo quieren para ahora o mañana", dice.

FRANCISCA ORELLANA

Casaideas cierra este año con varias novedades: una de ellas es que este Jueves 14 de noviembre abre nuevamente una tienda en el mall Alto Las Condes y estrena una nueva imagen corporativa, que marca el inicio de los nuevos tiempos que está viviendo la empresa chilena de productos para el hogar.

Con más de 30 años de historia, la firma fundada por Mauricio Russo y Claudia Villegas proyecta cerrar 2024 con tres nuevos locales y sumar otros tres más en 2025: "Abrir seis locales de un total de 40 que tiene la marca es un porcentaje importante. La empresa está en un momento sano de poder crecer, porque hay que tener dinero para tener los productos disponibles, construir los locales que no son baratos. Es un espaldarazo del directorio, a la gestión y resultados que hemos tenido en el 2024", destaca Cedric Moller, gerente general de Casaideas.

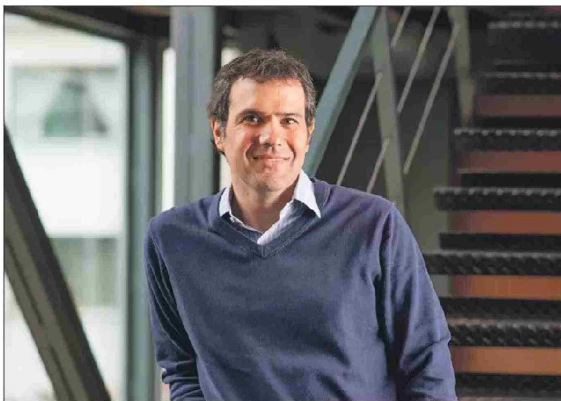
El ejecutivo indica que están invirtiendo porque consideran que todavía quedan oportunidades de crecimiento: "Acá la marca es muy querida, queda mucho por crecer en Chile, todavía quedan oportunidades". La firma está haciendo inversiones relevantes en medio de una competencia cada vez mayor en el segmento hogar, con nuevos competidores como lo fue en su momento Ikea, y ahora la arremetida de los malls chinos o los formatos tipo outlets.

¿Se han visto afectados por los nuevos competidores?

"No, la gran mayoría de nuestras tiendas están en centros comerciales, entonces crecemos junto con ellos por así decirlo. En general no hemos tenido una competencia que nos afecte direc-



Para este jueves 14 se anuncia la apertura de la tienda en Mall Alto Las Condes.



Cedric Moller: "Queda mucho por crecer en Chile".

tamente, ni los malls chinos, ni Ikea, los dos locales que tienen a nosotros no nos han impactado, no vimos afectar las ventas. Si bien es cierto podemos tener algunos productos que cumplen las mismas necesidades, tenemos un público que valora muchísimo el tema de diseño, de experiencia. Cómo se complementa el recorrido a la tienda a modo de un panorama, y todo eso no es muy fácil de copiar. Es algo que es bastante único".

¿Por qué cree que ocurre aquello?

"La persona que va a Casaideas es porque quiere algo bonito, y una muy

buena relación precio-calidad, que es algo que constantemente estamos monitoreando para ser competitivos, porque la idea es tener algo bonito que no sea un lujo. No compramos nada por catálogo, todos los productos que vendemos son diseñados por nosotros. Y en nuestros outlets no son puro saldo, el concepto ha cambiado de lo que era hace 20 años, donde se encontraban puras poleras XL o puro cacho que las tiendas van a botar, se transformó en un nuevo canal de venta de una tienda con oportunidades y con productos vigentes. Algunos tienen oportunidades y productos vigentes, pero no es necesariamente una bodega de saldos".

¿Cómo se ha comportado el año para ustedes?

"Hemos estado todo el retail desafiado. El tema del dólar nos pega bastante porque el 99,9% de nuestros productos son importados. Este año también hubo un tema de disponibilidad de container y alza en el valor de los fletes, por tanto, traer los productos desde los países de origen se hizo más caro. Y eso en general nosotros no lo llevamos a precio".

Nuevas formas de vender

Cedric cuenta que las tiendas de Plaza Egaña, que es la más grande con casi 2.000 metros cuadrados, Cenco Costanera, Marina Arauco son las que más venden en Chile. Y esperan que las nuevas tiendas, la de Mall Alto Las Con-

des, con más de 1.300 metros cuadrados o Plaza Vespucio, con 1.400 metros cuadrados, también pasen a liderar en ventas, donde los productos para la cocina, los juguetes de madera o la ropa de cama están entre los preferidos.

Junto con ello, la empresa se encuentra en un proyecto de sumar nuevas formas de vender. Hace un mes iniciaron la venta por Mercado Libre: "Estamos recién probando ciertos productos para ir viendo que las dos empresas se conecten y se mantenga la experiencia", dice.

"Estamos hace unos seis meses con un proyecto de retiro en tienda, en que uno pueda comprar en la página web y retirarlo. O ir a una tienda y pedir el despacho, estamos con varios proyectos para tratar de llegar a más consumidores y lo antes posible porque hoy ya no sirve que un producto llegue en cinco o seis días, lo quieren para ahora o mañana". Ello implica, además, modificar las tiendas físicamente con bodegas y espacios de atención: "Ya no vamos a hablar de los centros de caja (solo para pagos), sino de centros de servicio donde las personas quieran pagar, retirar o pedir".

Todos son cambios que se empezarán a ver a partir desde este jueves cuando se dé a conocer el nuevo rostro de la empresa: "Nosotros cambiamos la imagen de marca cada ocho años, pero se va a mantener la esencia de lo que es Casaideas".