



## La arremetida del comercio chino en Chile

# Doremi y tiendas abandonadas por el retail: “podemos tomarlas”

La empresa de dueños chinos, que crece con fuerza, quiere acabar el prejuicio de “mall chino”.

Por Javier Rogel Arellano

**¿**Es o no un mall chino? Son las inquietudes de las personas al ver la gran afluencia de clientes en la tienda Doremi, que ocupa el antiguo local de Falabella en av. Manquehue, a pasos del centro comercial Apumanque. Sin embargo, desde Doremi, empresa fundada por el empresario de nacionalidad china Donjung Zhong y que empezó a operar a mediados de 2021, rechazan esa etiqueta: “toda la gente que trabaja con nosotros es gente que viene del retail”, afirma Claudio Ricci, gerente de operaciones de la compañía en conversación con La Segunda.

Y es que en la empresa de propietarios chinos tienen las aspiraciones claras: ser una alternativa a las grandes tiendas de departamentos como Falabella o Paris, y expandir su marca a nivel nacional. Hoy, ya cuentan con cuatro tiendas en la Región Metropolitana: Manquehue (ex tienda Falabella), Mall Arauco Maipú (ex tienda Johnson’s), Mall Plaza Norte y en La Reina. **Para 2024, sus intenciones son inaugurar tres tiendas más en Maipú, San Bernardo y Chicureo. “Para abrir una tienda nueva la inversión es entre \$3.000 y \$4.500 millones”, aseguran desde la marca.**

Ya miran con gran interés también las tiendas que las grandes cadenas como Falabella están poniendo en venta, mientras en general la industria pasa por un momento difícil. Según la CNC, las ventas presenciales minoristas de la RM sufrieron baja de 2,4% real anual en diciembre y cerraron el 2023 con una baja real del 10%.

**—¿Cómo han intentado sacarse el prejuicio de “mall chino”?**

—Hacemos que el diseño sea distinto, porque toda la gente que trabaja con nosotros es gente que viene del retail, de las grandes tiendas. Gerentes, gerentes de negocio, compradores, visuals, jefes de ventas, jefes de tiendas. Por tanto, todos vienen del retail. Entonces, sabemos estructurar una tienda como corresponde, por decirlo así. Una tienda de venta al detalle con un formato y con un diseño bien



Actual tienda Doremi de 4.500 m2 en Manquehue, a un lado del Apumanque, que antes fue un local de Falabella.

**Entre \$3.000 y \$4.500 millones cuesta abrir una nueva tienda.**

estructurado.

**—La sucursal en la que nos encontramos, en Manquehue, antes había un Falabella ¿Por qué está decisión?**

—Nosotros tenemos un plan de expansión y ese plan de expansión también está planificado en cubrir ciertas zonas de la región Metropolitana. Osea, en el sector norte, oriente, poniente y sur. Porque nosotros, estratégicamente, estamos en sectores de buen flujo de público, sectores comerciales y sectores habitacionales. Esa mezcla de variables que confluyen, van a decir: “vamos a ir por ese local”.

**—¿Y tienen como objetivo las tiendas que ha abandonado el gran retail?**

—Sí, dependiendo de la ubicación. Analizando la ubicación y las variables que yo te decía. Si todo confluye bien, sí,

podemos tomarlas. El retail ha tomado un camino que van por el e-commerce y tienen otros formatos de ventas.

**—¿Cómo les ha afectado la recesión económica?**

Yo creo que nadie puede decir que no le afecta, porque naturalmente el mercado está más contraído. Pero, siempre en tiempos de crisis hay oportunidades. Nosotros hemos aprovechado esas oportunidades. Porque así como hay gente que deja cosas nosotros las tomamos. Entonces, finalmente eso ha ayudado mucho a que nosotros podamos ir creciendo.

**—¿Existen áreas específicas en las que estén enfocados en invertir?**

—Sí, nuestros siguientes pasos van a ser el e-commerce. No va a ser mañana, pero nosotros tenemos planificado nuestra estructura de tiendas y donde estamos ubicados, que también va enfocado en tener la logística para ir al e-commerce.