

DIARIO FINANCIERO / MARTES 12 DE AGOSTO DE 2025



JULIO CASTRO

La marca chilena Raindoor planea llegar a 19 tiendas e iniciar su expansión internacional

■ La firma comenzará a operar en el canal digital en Perú, Argentina y México. De tener buenos resultados, abrirá puntos de venta físicos. En paralelo, pone sus ojos en Europa.

POR LAURA GUZMÁN

Con apenas \$500 mil y 30 prendas confeccionadas, Alejandra Acevedo comenzó hace una década a dar forma a lo que hoy es Raindoor, una marca chilena de moda. Lo que partió como un pequeño emprendimiento se ha transformado en una firma con presencia nacional, que actualmente opera nueve tiendas a lo largo del país y que registra ventas brutas por US\$ 11 millones.

Para 2025, los "planes son ambiciosos", dice la fundadora de esta compañía. Raindoor espera cerrar el año con un total de 12 puntos de venta, sumando aperturas en centros comerciales como Portal La Dehesa, Parque Arauco y Alto Las Condes.

El plan de expansión no se detiene ahí. Según adelantó Acevedo, en 2026 proyectan abrir otras siete tiendas -alcanzando 19 en total-, con foco en ubicaciones estratégicas como Plaza Egaña, en Santiago, y en la ciudad de Los Ángeles, Región del Biobío, apuntando a alcanzar ventas brutas cercanas a los US\$ 16 millones. Además, quieren seguir aumentando su presencia en tiendas por departamento como Falabella y Paris.

"Básicamente queremos estar presentes en todos los puntos clave de Chile. Hoy estamos con un plan muy selectivo de encontrar ubicaciones

estratégicas, porque la localización es clave para el negocio. Hay varias ciudades que nos piden presencia con fuerza, como Antofagasta y La Serena, y eso nos confirma que todavía tenemos mucho espacio para seguir creciendo", recalzó la fundadora de la retailer.

Más allá de sumar nuevas tiendas, Raindoor también está diversificando su portafolio. Actualmente, cerca del 50% de las ventas provienen de la categoría de jeans, pero su fundadora y directora general ve un alto potencial en ampliar la oferta de calzado y accesorios, dos segmentos que busca impulsar en los próximos años.

Salir del país

El plan de crecimiento que tiene la empresa no se limita a Chile y, en el corto plazo, la marca se prepara para dar un salto a mercados internacionales. Durante 2025, Raindoor iniciará operaciones en el canal digital de Perú,

Argentina y México, a través de alianzas con plataformas de e-commerce.

Acevedo explicó que esta primera fase busca medir la recepción de la marca con una inversión acotada, para luego evaluar un ingreso más robusto con contenedores de productos e, incluso, tiendas físicas en esos países.

"Hoy día el e-commerce representa un 33% de nuestras ventas y es un canal con muy buenos márgenes. Nuestra idea es probar a bajo costo, y si funciona, avanzar con tiendas físicas. Tenemos la convicción de que la marca puede funcionar en todos los mercados. Estamos en un proceso de expansión global, identificando dónde puede ser más rentable. La ambición es ojalá estar en todo el mundo", afirmó la ingeniera comercial.

En paralelo, la compañía se ha puesto otro objetivo más ambicioso, que es llegar a abrir una tienda física en Europa -en un país que Acevedo no quiso revelar-, proyecto que todavía se encuentra en etapa de desarrollo, pero que, de concretarse, significaría un hito para la marca, subrayó la fundadora de la marca.

Para sostener este crecimiento -tanto en Latinoamérica como en el viejo continente- Raindoor está trabajando en un modelo de franquicias que le pueda permitir acelerar su expansión sin comprometer su identidad.

"Estamos abiertos a buscar socios estratégicos, pero no queremos diluir lo que hace única a Raindoor. Buscamos partners que comprendan nuestra esencia y la potencien, no que la conviertan en algo genérico", explicó Acevedo.

US\$ 16 MILLONES

ESPERAN VENDER AL CIERRE DE 2026