



POR KAREN PEÑA

Con 114 años de historia, la Compañía Industrial de Catres (CIC) –controlada por Leonidas Vial con un 44,02% de la propiedad, y que tiene como segundo accionista mayoritario a José Yuraszck, con 40,18%– logró revertir las pérdidas de \$ 934 millones de 2024 para cerrar el año pasado con ganancias por \$ 826 millones.

En medio de la pandemia, los años 2021 y 2022 fueron muy buenos, pero no fue así en 2023 y 2024. El gerente general de CIC, Gonzalo Marambio, relató a DF que la empresa “no se adecuó a tiempo”, por lo que se tuvieron que adaptarse “de forma forzada” durante 2025.

“Si bien es cierto que en 2024 hubo pérdidas, 2023 estuvo a punto también de quedar en negativo. Pero no necesariamente por ventas, sino que básicamente por costos. El costo de la mano de obra, el costo de las materias primas creció muchísimo y creo que la empresa no se supo adecuar a tiempo y terminó teniendo resultados rojos”, sinceró.

Así, 2025 fue un año de “transición”, donde se pasó a la acción. Principalmente, hubo una reestructuración organizacional. Esto significó achicar más o menos el 15% de la dotación. Y, además, acometer cambios internos.

Y aunque el grueso de las medidas ya se implementó, este año seguirán trabajando en la búsqueda de mayor eficiencia y de innovar. En lo financiero, la firma chilena quiere recuperar los buenos números prepandemia. “CIC es una empresa que vende US\$ 100 millones y debiera ganar \$ 4 mil millones. El objetivo de este año es recuperar esa senda. Pero, paralelo a eso, le hemos metido unos desafíos de crecimiento”, destacó Marambio.

Nuevas asociaciones

Desde el punto de vista de la propuesta a los clientes, la apuesta ha sido ubicarse en segmentos donde no estaban presentes. Ahí lograron asociarse al grupo Tempur y Sealy –el grupo número uno de fabricación de colchones del mundo– y trajeron la marcas Tempur (proveniente de Dinamarca, que apunta al segmento alto) y la representación de Sealy (número uno de Estados Unidos) que es un colchón más tradicional que ahora podrá ser fabricado por CIC.

Hace unos días se lanzó la tecnología de espuma viscoelástica desarrollada por la NASA para proteger a los astronautas, la cual es la base de los colchones y almohadas de la marca Tempur que se comercializa ahora por la firma chilena.

El ejecutivo fue enfático: “En 2026 mantenemos nuestra propuesta completa para el hogar. Sí nos queremos posicionar como un especialista en cama y colchones, porque al final el 70% de nuestra venta son camas y colchones”.

Consultado por si se pensó en terminar o ajustar el negocio, considerando además la fuerte competencia, respondió que “no



El gerente general de CIC, Gonzalo Marambio, en el showroom CIC ubicado en avenida Kennedy, el cual tiene más de 900 m2 de exhibición.

“Hoy la principal competencia son los muebles chinos y brasileros, porque esos entran directo a todo el gran retail”.

CIC busca volver a sus números prepandemia, define plan de inversiones por más de \$ 2 mil millones y apunta a llegar a 50 tiendas en 2027

■ El gerente general de la firma detalló las acciones que emprendieron para lograr números azules en 2025 y mejorarlos este año, pese al impacto del conflicto en Medio Oriente.

en el negocio de camas y colchones. Somos fuertes ahí y, es más, queremos seguir avanzando y con este complemento de marca en poder ser el número uno”. Eso sí, reconoció que tuvieron momentos de evaluación, por ejemplo, del

negocio de los muebles.

En 2025 la firma invirtió del orden de \$ 750 millones. Para este año, tienen un plan de inversiones del orden de los \$ 2.100 millones. Las partidas principales están enfocadas en automatizar ciertos procesos de la planta de colchones de Maipú, remodelar algunas tiendas actuales y un aumento de capacidad de almacenamiento logístico de cara a eventos como los Cyber. Marambio precisó que es un nivel de inversión normal, pero se enfocarán ahora en temas que no habían recogido antes.

Esto es aparte de las inversiones y el desarrollo de tiendas nuevas. Durante este año y hasta mediados del próximo quieren llegar a 50 locales (hoy tienen 30). “CIC en la

Región Metropolitana tiene buena presencia, pero estamos muy débiles en el sur”, explicó. Esto considera una inversión en aperturas del orden de \$ 1.500 millones a \$ 2 mil millones.

También se alistan novedades en materia de exportaciones. Hoy la firma tiene algunos clientes que les piden de forma más ocasional contenedores de colchones o de otros productos, pero lo que están buscando es algo continuo. “Hemos hecho exportaciones, pero estamos viendo ahí algunas ideas bastante concretas en EEUU para exportar de forma regular”, sinceró.

Un asunto en el radar es la competencia de –por ejemplo– los muebles chinos y la irrupción de Ikea en Chile. Sobre cómo lo enfrentan,

detalló que la primera línea ha sido trabajar mucho en la información del producto al cliente, mostrando que son productos distintos. Pero, por otro lado, trabajan en desarrollar algunas líneas más económicas, de la misma calidad. Ahí tienen una marca llamada Stanford.

“Hoy la principal competencia son los muebles chinos y brasileros, porque esos entran directo a todo el gran retail. Ikea ha sido una amenaza, sí, porque ha entrado con una muy buena propuesta, pero es pequeño todavía. Si ellos estuviesen en todos lados, ya sería un tema. Pero, por otro lado, también ha sido positivo porque ha instaurado el concepto de renovar”, reflexionó.

En cuanto al papel de sus accionistas, afirmó: “El bloque Vial es más presente, es el controlador. Están bien activos en la empresa. Manuel (Vial), que es el presidente del directorio, va regularmente a la compañía. Me junto hartito con él, pero José (Yuraszck) permanentemente me está llamando y ofrece ayuda. Creo que es un buen directorio. Son desafiantes, pero aportan mucho con su experiencia”.

Factor internacional

Respecto del cambio de gobierno y las propuestas que se vislumbran, Marambio aseguró que ven este ciclo con buenos ojos y tienen buenas expectativas de lo que puede ocurrir. Pero mostró inquietud por lo internacional, marcado por el conflicto en Medio Oriente.

“Básicamente, eso tiene un impacto en el costo de las materias primas. Ya lo hemos visto”, admitió, precisando que “todo el mundo de los químicos para espuma ya ha tenido su impacto”.

“Nos ha subido el costo fuerte en uno de los componentes del colchón que pesa más o menos como el 20%-30% del colchón, tuvo un alza importante, y eso obviamente ha tenido un impacto en precio, que hemos tratado de regular lo que más se pueda y no solo nosotros, le ha pegado a todos”, reveló.

Otras cosas que les generan un poco más de alerta se vinculan a los temas más normativos, “nuevas leyes de la protección de datos y un montón de otras cosas normativas que van exigiéndonos”, detalló.

JONATHAN DURAN