

60 AÑOS DE TRAYECTORIA E INNOVACIÓN CON NUEVA IMAGEN CORPORATIVA

Las claves de Pichara para seguir creciendo

Con más de cien tiendas en desde Arica a Chiloé, la reconocida empresa chilena continúa fortaleciendo su operación en la industria de la belleza.

No hay duda: Pichara se ha consolidado como una de las empresas líderes en el desarrollo de la industria de la belleza en Chile. Pronta a cumplir 60 años, hoy la compañía articula su operación a través de tres grandes líneas de negocio: su red de tiendas Pichara, desde Arica a Chiloé, junto al e-commerce; los salones Mimi; y la Academia Pichara, espacio dedicado a la formación y perfeccionamiento de profesionales del rubro.

Así, con más de 100 tiendas en Chile, la reconocida cadena también mantiene presencia en Perú, donde cuenta con cuatro locales operativos y uno próximo a abrir. Además, reúne a más de 700 colaboradores, registrando un crecimiento cercano al 12%, donde entre el 50% y el 60% de las ventas totales se concentran en la categoría de coloración capilar, que incluye tinturas, oxidantes y decolorantes.

El canal digital, en tanto, iniciado en 2020 durante la pandemia, es una pieza fundamental de su crecimiento, alcanzando cerca del 4% de las ventas y teniendo como objetivo duplicar esa participación durante este año.

Más allá de la imagen

En efecto, esa capacidad de renovación permanente se refleja en la nueva imagen de Pichara, presentada en marzo de este año en el marco de su 60° aniversario, con una actualización de su icónico logo.

Parte de ese propósito se perfila en su expansión, no solo dentro del país, sino también en nuevos mercados, como Perú, donde han concentrado sus locales en barrios residenciales de alto poder adquisitivo en Lima.

Este año, la idea es abrir nuevas sucursales en el sector oriente y continuar su plan de expansión, proyectando alcanzar 120 locales a nivel nacional de aquí a fin de año.

Además, su continua innovación se ve reflejada en la modernización de sus espacios, incorporando un diseño más abierto y alineado con las tendencias actuales del retail. Este nuevo concepto busca facilitar una experiencia de compra más cercana y dinámica, permitiendo a los clientes explorar distintas categorías de productos de forma más directa.

También han incorporado nuevas marcas a su catálogo, como Balmain Hair Couture, una firma de lujo internacional

Las hermanas Pichara han desarrollado un proceso de profesionalización para optimizar procesos de planificación y control, reorganizar la empresa y fortalecer su estructura interna, incorporando ejecutivos externos en áreas clave como finanzas, tecnología, logística y operaciones.



Las hermanas Valentina, Javiera, Belén y Amani Pichara Guerrero crecieron dentro del negocio familiar. Desde 2015, las cuatro hermanas son directoras de distintas áreas de la compañía, bajo la conducción de su madre, Francisca Guerrero, gerente general de Pichara.

inspirada en la sofisticación parisina y el universo fashion, que ha conquistado a celebridades como Rihanna, Dua Lipa y Beyoncé.

"Estamos constantemente buscando acercar a Chile las principales tendencias y marcas del mundo de la belleza. La llegada exclusiva de Balmain Hair Couture representa un hito para nosotros, porque combina lujo, diseño y calidad



Nueva tienda Huérfanos.

profesional en una colección que hoy marca tendencia a nivel internacional", explica la gerente de marketing de Pichara Javiera Pichara.

Por otra parte, durante 2025, la cadena dio un nuevo paso e inauguró sus dos nuevos salones Mimi Hair & Nails Salon, en Cenco Costanera y Mercado Urbano Tobalaba (MUT), una propuesta que busca entregar una atención completa a clientes y que funciona como plataformas para posicionar marcas y productos.