

Fecha: 25-06-2023
Medio: Diario Financiero
Supl.: Diario Financiero - DF Mas
Tipo: Noticia general
Título: ROSEN VENDE SU FABRICA EN ARGENTINA Y APUESTA AL MODELO DE FRANQUICIA

Pág.: 14
Cm2: 536,1

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad: ☐ No Definida

POR DENTRO

POR NICOLÁS DURANTE



Justo cuando van a cumplir 65 años, están refrescando su modelo de negocio. En vez de instalar sus propias fábricas, están buscando socios locales para que ellos fabriquen y vendan la marca de colchones, sofás y artículos de dormitorio. Ya lo hicieron en Colombia y Bolivia, y van a seguir expandiéndose.

ROSEN VENDE SU FÁBRICA EN ARGENTINA Y APUESTA AL MODELO DE FRANQUICIA

Agustín Alfonso llegó a hacer la práctica en Rosen, la empresa famosa por fabricar y comercializar colchones, sofás y artículos de dormitorio. Cuando terminó su práctica profesional, lo llamaron para integrarse al equipo de marketing. De eso han pasado 26 años, y hoy es el gerente general de la empresa fundada en Temuco, y que se resiste a perder su carácter familiar y local, y ha liderado la expansión de sus fronteras a Argentina, Bolivia, Perú y Colombia. Y va por más.

La historia de la compañía que va a cumplir 65 años comenzó en el patio de una casa humilde en Temuco, cuando José Rosenberg, hoy a punto de cumplir 60 años, empezó junto a su madre, Blanca, y sus hermanos Rebeca y Juan, a fabricar colchones a mano como forma de subsistencia familiar. Hasta 300 colchones al día alcanzaban a hacer. Hoy las tres plantas productivas siguen en la capital de La Araucanía y construyen más de 2.500 colchones cada 24 horas.

Siempre recuerda Rosenberg cómo vendió el primer colchón. Mientras estaba en la Fuerza Aérea, le pidieron cambiar el colchón de su cama, fue a buscar uno donde un fabricante que conocía y cuando llegó con éste, un sargento le preguntó de dónde lo había sacado y si se lo vendía. El colchón que compró en \$ 4 mil de la época, se lo vendió a su superior en \$ 8 mil. Así comenzó todo, dijo en una video entrevista al emprendedor François Pouzet.

La empresa desde entonces ha atravesado un camino de profesionalización, aunque no pierden su esencia familiar, así como la propiedad 100% controlada por ellos. Hoy el directorio lo preside el abogado corporativo Octavio Boffill, lo integra también el abogado

Pablo Guerrero, y el resto son de la familia: José Rosenberg, sus hijas Gloria y Viviana, Marcelo Rosenberg y Luis Gallardo.

En el mercado, además, ha logrado una importante posición de liderazgo, sobre todo en el segmento premium de colchones. Su más cercano competidor es CIC, del empresario Leonidas Vial, aunque ellos apuntan a un segmento medio-bajo de consumidores.

De fabricar a franquicia

Rosen tenía fabricación directa en Argentina, pero la empresa decidió reenfocar sus esfuerzos y apostar por el modelo de franquiciado. El 30 de diciembre del año pasado le vendieron la fábrica al Grupo Piero, que ya tiene cinco plantas de producción de colchones en el vecino país, y decidieron cerrar un contrato de franquicia. Los argentinos podrán fabricar y vender bajo la licencia y los derechos exclusivos de Rosen. La tecnología y marca, dicen en la empresa, ya es de exportación. El deal fue cerrado en marzo de este año, y el monto de la operación no fue revelado.

La empresa es una de las líderes en el mercado argentino, con ventas por US\$ 200 millones anuales y un amplio espectro de marcas que incluye a Piero, Cannon, Suavestiar, Gani o Suavegom. Y ahora Rosen. La

compañía nació de la mano de Piero Vara, un inmigrante italiano que llegó al país en la década del '40, con apenas 7 años, y comenzó vendiendo flores en la calle.

"Argentina es un país al que queremos mu-



Agustín Alfonso, gerente general corporativo de Rosen.



Gloria Rosenberg, directora de Rosen y presidenta de Inversiones Lemulafquen.

cho, que nos ha permitido crecer y desarrollarnos por casi tres décadas y al cual vamos a seguir entregando nuestra propuesta de valor. Tenemos la convicción de que el acuerdo alcanzado con una compañía reconocida y líder como lo es Grupo Piero, nos permitirá dar inicio a una nueva etapa en la estrategia regional, potenciando nuestra marca", comenta a DF MAS Agustín Alfonso, el gerente general corporativo de Rosen.

"Es elemental poder contar con una reco-

nocida marca (Rosen) en la región, que se posiciona en la categoría de marcas premium dentro del mercado del descanso", dice, por su parte Javier Arriola, CEO de BITALI, la unidad de confort y bienestar del Grupo Piero.

Aunque en un principio la internacionalización de la firma vino con la idea de fabricar ellos mismos sus colchones, hoy están fortaleciendo el modelo de franquicia. De hecho, sólo en Perú, además de Chile, mantienen fábrica. En Argentina, Bolivia y Colombia seguirán sólo con socios locales.

¿Otros mercados? Fuentes al tanto explican que están explorando otros destinos, siempre bajo el modelo de franquicia. Incurcionar en Centroamérica o México suena como un buen objetivo.

En paralelo, han potenciado su presencia en canales digitales -trabajo que reforzaron en la pandemia, luego de ser declarados una industria esencial- y han auspiciado equipos deportivos como la selección femenina de Hockey, Las Diablas, de quienes son uno de sus sponsors principales.

Hace poco tiempo inauguraron un moderno centro de distribución en el Parque industrial Buenaventura de Colina, donde tienen como vecino, entre otros, a Mercado Libre.

Llegan a las startups

Hace 65 años cuando empezó a existir la empresa, el concepto de startups no existía. Pero técnicamente sí lo fueron.

Hoy, la tercera generación de la familia Rosenberg está involucrada en estos temas. Para ello, con la asesoría de EY armaron el family office Inversiones Lemulafquen, que preside Gloria Rosenberg y cuyo gerente general es Cristian de Giorgis Rosenberg, también subgerente de Desarrollo y Nuevos Negocios de Rosen.

Hasta el momento han participado en rondas de inversión de tres startups nacionales. El supermercado online Lysto; TotalAbogados, la legaltech donde también ha invertido el family office del grupo Luksic. Y el último fue Spora Biotech, que hace cuero vegano, donde participa Pablo Zamora, ex NotCo.

Siguen activamente participando en rondas de levantamiento de capital, y un equipo independiente evalúa cada una de las propuestas donde los Rosenberg pondrán sus fichas a futuro. ✦



INCURSIONAR EN CENTROAMÉRICA O MÉXICO, POR EJEMPLO, SUENA COMO UN BUEN DESTINO PARA LA MARCA CHILENA.