

Fecha: 26-01-2026  
 Medio: Diario Financiero  
 Supl.: Diario Financiero  
 Tipo: Noticia general  
 Título: Dimacofi en su centenario apuesta por IA, servicios y la robótica

Pág. : 4  
 Cm2: 535,3  
 VPE: \$ 4.743.429

Tiraje: 16.150  
 Lectoría: 48.450  
 Favorabilidad:  No Definida

POR ALMUDENA LARRAÍN

Dimacofi, una tradicional empresa chilena ligada a la familia Kantor y reconocida por suministrar insumos para la oficina, está a meses de cumplir un siglo.

Ese aniversario número 100 llegará luego de un profundo proceso de transformación que, según aseguran en la empresa, comenzó incluso antes del estallido social, y se profundizó en los años posteriores, en un contexto marcado por la pandemia. Y es que, históricamente, Dimacofi se había dedicado a la importación de productos como máquinas de escribir, fotocopiadoras, impresoras y fax, entre otros.

Con la digitalización, la firma comenzó a ampliar su catálogo e incorporaron un área audiovisual, cartelería digital, tótems de autoservicio y, hace menos de un año, también se sumaron a la robótica.

Su gerenta general, Marisol Arellano, afirmó que "hoy la impresión es solo una parte de un portafolio mucho más amplio de soluciones tecnológicas y servicios". La empresa dejó de lado el negocio de la venta tradicional y se empezó a enfocar en los servicios. "Teníamos centros de impresión a lo largo de todo Chile que eran más B2C (venta directa al consumidor) pero nos dimos cuenta que nuestro fuerte es el B2B (venta a otras empresas)" explicó.

Respecto de esta apuesta de transformación digital, Arellano detalló que la inversión en innovación e infraestructura tecnológica alcanza cerca de \$ 1.200 millones al año (US\$ 1,4 millones), representando alrededor del 5% de los ingresos de la compañía.

La empresa cuenta con más de 5.000 clientes, señaló Arellano, quien agregó que en su nueva línea de negocios la mayor cantidad de interesados está en las áreas de salud, sector público y educación. "Esta última es la que muestra una mayor urgencia por modernizar sus procesos y entornos tecnológicos", planteó.

La gerenta reveló que la empresa pasó de tener 600 trabajadores en sus inicios a 280 en la actualidad. En esa línea, afirmó que "el único departamento que siempre crece es el de tecnología", área que, según sostuvo, se ha duplicado en los últimos dos años. Priorizan perfiles laborales "que estén inventando y

La gerenta general de Dimacofi, Marisol Arellano.



## Dimacofi en su centenario apuesta por IA, servicios y la robótica

**■ La firma ligada a la familia Kantor, históricamente dedicada a los insumos de oficina, dio un giro para dedicarse a los servicios tecnológicos B2B.**

pensando más allá", dijo la ejecutiva.

En ese contexto, Arellano explicó que "los ingresos se han mantenido constantes (...) pero lo que sí hemos hecho es tener mucho mejor retorno", aseguró. Este resultado responde a la automatización de procesos al interior de la empresa. "Todos nuestros procesos se apoyan en la inteligencia artificial y con eso nosotros hemos automatizado muchos procesos", añadió.

### La robótica

En cuanto a los robots, Arellano sostuvo que su incorporación no fue un proceso simple. "Nuestro gerente de TI fue a la CES, investigó y vio", señaló, en referencia a Consumer Electronics Show, feria tecnológica de innovación que se realiza en Las Vegas. Según explicó, el proceso comenzó hace tres años, periodo en el que la compañía tuvo que traer pilotos y someterlos a

pruebas antes de definir su oferta. Actualmente, Dimacofi cuenta con dos robots en su catálogo, los que consideran con mayor potencial de mercado: uno orientado a atención -por ejemplo, puede llevar café- y otro a aseo industrial.

También trabajan con tótems de autoservicio. "En un colegio, el niño va al tótem y ya sabe quién es. Abre la malla curricular y le dice 'estas son tus tareas', 'estás atrasado en inglés', 'feliz cumpleaños'", exemplificó la gerenta.

En relación con los riesgos asociados al proceso de reinención, desde la empresa plantearon que el principal desafío está en "equivocarse y no estar a la altura o no

ser el mejor", considerando que se trata de "una empresa que tiene 100 años".

Arellano esgrimió que en nuevas áreas como la robótica la compañía enfrenta poca competencia directa. "En nuestra línea no tenemos mucha competencia. No como lo hacemos nosotros, porque ¿qué hacen (las otras)? Venden la tecnología. Pero yo no estoy en el negocio de laventa, estoy en el negocio del servicio", subrayó.

Actualmente, la empresa trabaja como partner de HP, Epson y Ricoh. No obstante, la gerenta advirtió que se trata de un negocio complejo. "Es una industria que no es tan fácil porque necesitas una espalda financiera" concluyó.

Con casi un siglo de historia, desde Dimacofi afirman que, a futuro, más que volver al número de trabajadores que tenían en sus inicios, quieren "duplicar los ingresos en base a los nuevos negocios". En esa línea, respecto a los robots, Arellano aseguró que siguen en etapa de exploración, pero esperan poder traer algunos que sean para fines "más específicos", como por ejemplo enfocados en logística o seguridad.