

Fecha: 19-04-2026
 Medio: El Mercurio
 Supl.: El Mercurio - Cuerpo B
 Tipo: Noticia general
 Título: Al cumplir 45 años, Saville Row prepara aperturas y plan de logística por casi \$4.000 millones

Pág.: 18
 Cm2: 507,8
 VPE: \$ 6.670.176

Tiraje: 126.654
 Lectoría: 320.543
 Favorabilidad: No Definida



Del taller de sastrería que fundara su padre en 1982, los hermanos Spoerer Lecaros —junto a Felipe y Francisco Bertin Puga— lideran hoy la cadena con 19 locales y más de 250 empleados. También evalúan cómo incorporar a la tercera generación de la familia. • **MARÍA JESÚS COLOMA**

Día de semana a medio día y el local Saville Row —en la esquina de la calle El Golf con Isidora Goyenechea— no deja de recibir gente.

“Esta tienda tiene mucho flujo, vienen las personas que trabajan por el sector o las que no quieren ir a meterse a un centro comercial. Siempre está lleno”, dice Felipe Spoerer.

El junto a sus hermanos Guillermo y Cristián, su madre Rosa Lecaros y los hermanos Felipe y Francisco Bertin Puga —ligados también al rubro inmobiliario— son los dueños de la tradicional marca Saville Row. La fundó su padre y en 2027 cumple 45 años.

Casado con Rosa Lecaros y padre de siete hijos, Guillermo Spoerer Covarrubias se quedó sin trabajo en 1982, cuando la empresa “Tejidos y Vestuarios” quebró.



Al cumplir 45 años, Saville Row prepara aperturas y plan de logística por casi \$4.000 millones

Felipe y Guillermo Spoerer Lecaros, hermanos y dos de los dueños de la tienda de ropa Saville Row.

Al salir a buscar nuevas oportunidades laborales le ofrecieron continuar el giro de lo que había quedado de la fallida compañía, en la fábrica donde principalmente abastecían de uniformes a las Fuerzas Armadas.

Eso duró un año y a principios de 1983, con la experiencia acumulada,

Guillermo Spoerer junto a sus dos hijos mayores, establecieron su propia fábrica de ropa que llamaron “Vestuarios Regents”. “Partimos haciendo lo que mi padre había hecho toda su vida y que era de una calidad excepcional, porque no teníamos el capital para invertir en maquinaria;

eran puros trajes hechos a mano”, detalla Guillermo.

Así, el negocio operaba como un taller dedicado exclusivamente a la sastrería, donde confeccionaban trajes, chaquetas y pantalones. La primera tienda se llamó Apolinaris, y se instaló en el naciente centro comer-

cial de Las Condes, el Apumanque.

Poco después, de manera fortuita, surgió el nombre Saville Row. “Un compañero de colegio de mi papá, de ascendencia inglesa y que había servido como reservista en Inglaterra durante la Segunda Guerra Mundial, regresó a Chile con una propuesta estética: trajes de inspiración militar y de caza, estilo inglés, se los propuso a mi padre, pero le pidió que la etiqueta llevara la marca ‘Saville Row’”.

Hicieron muestrarios, etiquetas y todo, pero a él no lo vimos nunca más, así que nos quedamos con todo el material y registramos la marca”, relata Guillermo, quien actualmente es también director de Marketing de la cadena de tiendas.

“Originalmente él lo escribió con una ‘L’, pero nos pareció que se veía ‘pobre’, así que le añadimos la segunda ‘L’. Hoy tenemos el registro de ambas versiones, pero usamos Saville con doble ele”, explica Spoerer.

La primera tienda con la nueva marca Saville Row abrió en el centro de Santiago, en Agustinas 825, un local inspirado en la sastrería londinense tradicional, donde ofrecían productos específicos como gabardinas. Sigue allí hasta hoy.

Sin embargo, en aquella época, cuentan los hermanos Spoerer Lecaros, lo primordial del negocio no eran las tiendas, sino la fabricación, pero contar con el flujo de un local con ventas minoristas era clave. “La única manera que teníamos de pagar los honorarios de los trabajadores era con plata y como en esa época la ropa la pagaban con ‘letras’, entonces era muy difícil generar flujos”, relatan.

A partir de los años 90, los *retailers* comenzaron a crecer con fuerza y muchas de las tiendas de sastrería

MAGARENA PEÑEZ

fueron desapareciendo. Eso marcó el inicio de la diversificación de Saville Row, más allá de la sastrería. Sumaron camisas, pantalones *sport*, tejidos y poleras. Fue también un período donde el comercio del centro empezó a migrar hacia el sector oriente, y ellos también abrieron locales en *malls* como Parque Arauco y Alto Las Condes.

Hermanos Bertin llegan al directorio

En 1998, el menor de los Spoerer, Felipe, se incorporó a la empresa, mismo año en que enfrentaron una importante crisis. El *trader* que tenían en Hong Kong quebró y “desapareció la ropa”, cuentan.

“Empezaron a llegar distintos faxes de los fabricantes, preguntando qué hacían con la ropa que tenían lista para despachar. Nos tomamos un avión, partimos para allá y a partir de eso empezamos a trabajar directamente con todas las fábricas que tenía el *trader*”, dice Felipe. Y agrega: “De ahí vinieron saltos en calidad importante y mejoras, tuvimos 10 años de mucho crecimiento”.

Ese mismo año, dos socios vendieron su participación y ellos decidieron invitar a Francisco y Felipe Bertin —cuñados de Guillermo— a la sociedad. El 2000 falleció el fundador, Guillermo Spoerer Covarrubias, y para ese entonces, sus hijos ya estaban a cargo del negocio.

Desde entonces han crecido, en promedio, un 15% al año y alcanzan 19 puntos de venta, considerando el *e-commerce*. A mediano plazo planean abrir otros tres locales, cuya ubicación mantienen en reserva.

De unos 275 metros cuadrados en promedio y a un costo que ronda las 40 UF el metro cuadrado por tienda, están invirtiendo sobre \$400 millones en ampliaciones, como la que hicieron en el local ubicado en el *mall* Alto Las Condes. Adicionalmente,

Próxima reducción a 42 horas: “Quizás tengamos que incorporar más gente”

El próximo 26 de abril, la jornada laboral en Chile se reducirá a 42 horas semanales y a 40 horas en 2028.

Y los Spoerer aseguran que ya se preparan para este cambio. “Tendremos que ajustar los turnos o quizás incorporar más gente para ofrecer el mismo servicio”, detalla Felipe.

Y agrega: “En la oficina sí podemos adecuarnos, pero acá en las tiendas hay un horario que cumplir. En algún momento se conversó y los *malls* plantearon ajustar la jornada, o que quizás sea una alternativa, pero nada de eso está claro. Por el momento, hay que cumplir la ley nueva”.

A pesar del importante crecimiento del *e-commerce*, en Saville Row ven una tendencia al regreso de los clientes a las tiendas. “Eso se puede ver en los grandes *retail* o centros comerciales que se están agrandando”, comenta Felipe Spoerer, “en algún minuto se habló de una especie de funeral de los *malls*, pero se dio vuelta, vemos cada vez más gente presencial”.



Cristián Spoerer uno de los socios y actual gerente general de la marca.

trabajan en un “plan maestro de logística”, con una inversión de casi \$4.000 millones.

Además, están evaluando la mejor forma de sumar a la tercera generación. “Para que si alguno tiene po-

tencial que aportar, pueda hacerlo. Pero antes tendría que pasar por un proceso y un protocolo que tenemos que definir”, cuentan.

Calidad sobre cantidad y “un estilo atemporal”

Frente a la competencia de las grandes tiendas y la importación de ropa a bajo costo, aseguran que han permanecido en el tiempo gracias a tres pilares. “Mantenemos el estilo atemporal, que no pasa de moda y es de gusto global. También privilegiamos calidad sobre cantidad: no queremos vender más ropa, queremos vender mejor ropa”, precisa Felipe.

Por último, destacan que el servicio personalizado es clave. De las 250 personas que trabajan para Saville Row, la gran mayoría está en las tiendas. Incluso algunas cuentan con quince personas, como el local de Parque Arauco. “Pese al crecimiento de las ventas *online*, privilegiamos el servicio y eso se valora enormemente”, dice el también gerente de productos.