

Título: CASAIDEAS: EL NUEVO CENTRO DE DISTRIBUCIÓN QUE IMPULSA SU FUTURO OMNICANAL

WEB | LOGÍSTICA | PERFIL LOGÍSTICO



CON UNA OPERACIÓN DISEÑADA DESDE CERO, FOCO EN EFICIENCIA Y UNA CLARA MIRADA DE CRECIMIENTO, CASAIDEAS CONSOLIDA UN NUEVO CENTRO DE DISTRIBUCIÓN QUE NO SOLO RESPONDE A SUS NECESIDADES ACTUALES, SINO QUE PROYECTA EL DESARROLLO DE SU NEGOCIO EN CHILE Y LA REGIÓN.

CASAIDEAS: EL NUEVO CENTRO DE DISTRIBUCIÓN QUE IMPULSA SU FUTURO OMNICANAL

Hablar de Casaideas es hablar de una marca que ha logrado instalarse en la vida cotidiana de las personas. Desde su fundación en 1993 en Santiago, la compañía nació con una premisa clara: democratizar el diseño, acercando productos funcionales, estéticamente atractivos y accesibles a los hogares.

A lo largo de sus más de 30 años de historia, la empresa ha acompañado distintos momentos de sus clientes, desde la independencia del primer hogar hasta los cambios más profundos en la forma de habitar, construyendo una relación basada en cercanía, utilidad y emocionalidad.

Ese ADN, profundamente vinculado al diseño, tiene una particularidad que define también su operación: Casaideas diseña sus productos en Chile, pero su fabricación se realiza mayoritariamente en Asia. Este modelo, que le ha permitido ofrecer una propuesta diferenciada, también ha implicado el desarrollo de una cadena de suministro altamente exigente, donde la planificación, la importación, el almacenamiento y la distribución deben operar con altos niveles de coordinación y eficiencia. A lo largo de su historia, la compañía ha enfrentado procesos de expansión, crisis y

transformación. Desde su consolidación como marca a fines de los años 90, su crecimiento internacional hacia mercados como Perú, Colombia, Bolivia y México, hasta los desafíos financieros que enfrentó entre 2005 y 2011, Casaideas ha sabido reinventarse, manteniendo su esencia. Hoy, con más de 100 tiendas en la región y una operación consolidada, la compañía enfrenta un nuevo escenario, marcado por consumidores más exigentes, canales digitales en expansión y una necesidad creciente de responder con rapidez y precisión.

En este contexto, la logística se transformó en un eje estratégico del negocio. La omnicanalidad, el crecimiento del e-Commerce y la necesidad de asegurar disponibilidad en múltiples puntos de contacto exigen una operación flexible, escalable y altamente eficiente. Es precisamente en esta transición donde se enmarca la creación de su nuevo centro de distribución en Chile.

“Todo lo que hacemos tiene como foco mejorar la experiencia de nuestros clientes. Esta transformación logística responde a esa mirada, permitiéndonos avanzar en tiempos de respuesta, disponibilidad de productos y consistencia en todos nuestros canales”, destaca Cedric Moller, gerente general de Casaideas Chile.

UNA OPERACIÓN DISEÑADA DESDE CERO

El nuevo centro de distribución representa un salto estructural en la forma en que Casaideas gestiona su operación logística. Con más de 30.000 m² construidos, cerca de 35.000 posiciones de rack y 70 pasillos operativos, este espacio, operado por Kuehne+Nagel, ha sido concebido para una instalación dedicada exclusivamente a la compañía, permitiendo centralizar sus operaciones y estandarizar procesos bajo una misma lógica operacional.

Uno de los aspectos más relevantes del proyecto es que fue diseñado desde cero, considerando tanto las necesidades actuales como las proyecciones de crecimiento del negocio. Actualmente, el centro opera con una ocupación que fluctúa entre el 65% y el 80%, lo que entrega un margen importante para absorber incrementos en la demanda, estimados entre un 7% y un 10% anual en volumen de unidades procesadas.

“Este proyecto tiene como objetivo acompañar el crecimiento de la empresa en los próximos años. Necesitamos una operación que no solo respondiera al presente, sino que nos permitiera escalar y adaptarnos a nuevos desafíos”, explica Claudio Sepúlveda, gerente de Logística de Casaideas.

Desde el punto de vista operativo, el CD gestiona dos grandes flujos que conviven en paralelo: el abastecimiento a tiendas y el canal e-Commerce. El primero continúa siendo el pilar del negocio, con cerca de 30 millones de unidades anuales destinadas a las más de 40 tiendas que la compañía opera en Chile, además de abastecer mercados internacionales como Bolivia y, en ciertos casos, otros países de la región.

El proceso de abastecimiento comienza con la recepción de productos, en su mayor parte importados desde Asia, que son ingresados al sistema y almacenados bajo

una logística de alta densidad. A partir de ahí, se activa el proceso de picking, donde los productos son trasladados desde posiciones en altura hacia niveles operativos, para luego ser consolidados por tienda y despachados. Este flujo completo tiene una duración aproximada de 30 horas, lo que permite mantener una alta frecuencia de reposición, llegando en algunos casos a abastecer tiendas hasta seis veces por semana.

En paralelo, el canal e-Commerce ha ido ganando relevancia, no solo por su crecimiento sostenido, estimado en torno al 12% anual, sino también por su complejidad operativa. En 2025, este canal moviliza cerca de 953 mil piezas y genera alrededor de 190 mil pedidos, cifras que proyectan superar los 2 millones de unidades en el corto plazo.



Claudio Sepúlveda
Gerente de Logística
Casaideas

“Para nosotros, el e-Commerce es una tienda más, pero con un nivel de exigencia mayor en términos de precisión, tiempos y experiencia de cliente”, señala Sepúlveda.

Para responder a esta complejidad, el CD cuenta con una mezzanina especialmente diseñada para la operación B2C. Este espacio, con cuatro niveles y cerca de 8.000 ubicaciones, concentra los productos destinados al canal online y permite gestionar de manera eficiente el proceso de preparación de pedidos.

El flujo comienza con el picking en los distintos niveles de la estructura, continúa con el descenso de los productos a través de un sistema tipo carrusel, seguido de la consolidación por pedido, el proceso de embalaje y finalmente el despacho hacia los operadores de última milla. Uno de los grandes diferenciales de la operación es su capacidad de respuesta: los productos pueden estar

disponibles en el catálogo de Casaideas en menos de 8 horas desde su llegada al centro de distribución, lo que refleja un alto nivel de sincronización entre los procesos físicos y digitales.

TECNOLOGÍA, PERSONAS Y FUTURO

El funcionamiento del centro de distribución está sustentado en una combinación de tecnología, procesos y capital humano, elementos que en conjunto permiten sostener una operación de alta complejidad y que motivaron la alianza de la compañía con Kuehne+Nagel.

“Esta alianza consolida una operación logística integrada, con foco en eficiencia, automatización, visibilidad y capacidad de respuesta. Acabamos buscando habilitar una cadena de suministro flexible y escalable que combine excelencia operativa con una experiencia consistente para los clientes de tiendas y de e-Commerce”, afirma Eduardo Razuck, miembro del directorio de Kuehne+Nagel y gerente global de la Logística de Contratos.

Desde el punto de vista tecnológico, el CD opera bajo un sistema de gestión de bodegas (WMS) que permite controlar en tiempo real cada etapa del proceso logístico, desde la recepción hasta el despacho. Esta plataforma no solo asegura trazabilidad, sino que también habilita la optimización continua de la operación.

Actualmente, la compañía se encuentra avanzando en la implementación de soluciones de automatización, como sistemas de sorting para la clasificación de productos destinados a tiendas, lo que permite aumentar la velocidad de procesamiento y reducir posibles errores.

“Estamos constantemente buscando cómo mejorar nuestro nivel de servicio, y la automatización es una herramienta clave en ese camino. La tecnología no es un fin en sí mismo, sino un habilitador para una operación más eficiente y

precisa”, afirma Sepúlveda. Sin embargo, más allá de la infraestructura y los sistemas, el rol de las personas sigue siendo fundamental. El centro de distribución cuenta actualmente con cerca de 190 colaboradores, cifra que puede aumentar hasta 300 durante los periodos de mayor demanda, como el último trimestre del año, donde se concentra cerca de un tercio del volumen anual.

La operación presenta un desafío particular: la alta diversidad de productos. Desde artículos de decoración hasta utensilios de cocina, cada ítem requiere un tratamiento específico en términos de almacenamiento, manipulación y preparación de pedidos.

“El principal desafío de nuestra operación es la variedad de productos y el cuidado que cada uno requiere. Cuando esos factores están bien gestionados, la operación fluye de manera eficiente”, explica el ejecutivo.

Este enfoque integral que combina tecnología, procesos y personas permite no solo sostener la operación actual, sino también proyectar su crecimiento. En los últimos años, Casaideas ha mantenido un ritmo de apertura de entre tres y cuatro tiendas anuales, lo que implica un crecimiento cercano al 8% en su red física. Esta expansión, sumada al desarrollo del canal digital, exige una logística capaz de adaptarse de manera constante.

En ese sentido, el nuevo centro de distribución no solo responde a una necesidad operativa, sino que se posiciona como un habilitador estratégico del negocio. La capacidad de escalar, la flexibilidad para adaptarse a cambios en la demanda y la posibilidad de integrar nuevos procesos tecnológicos son elementos clave para sostener la propuesta de valor de la compañía en el tiempo.

“Esta es una solución integral, que combina operación, tecnología y estrategia. Nos permite alinearnos como organización y seguir creciendo con una base sólida”, concluye Sepúlveda. ■