

El cambio gerencial en el impulsor de los outlets en Chile

NICOLÁS BIRCHMEIER R.

En un rincón de la oficina de Claudio Easton Hevia (58) sobresale un mono porfiado inflable con la figura de un pingüino. “Me lo regaló Roberto Fantuzzi hace unos meses. Me invitó a su programa para hablar sobre empresas familiares”, cuenta. Lo mantiene a pocos metros de su escritorio y comparte el trasfondo del regalo: “(Fantuzzi) me dijo que esto representa que los empresarios se pueden caer, pero siempre deben ponerse de pie”.

También cuelgan cuadros alusivos a caracteres orientales y diplomas de karate, deporte que practica hace 45 años. “A mi papá, en el período del 71 le tomaron la fábrica y se la devolvieron el 73, pero había bodegas llenas de linchacos. Mi papá llegó con uno a la casa y así me bajó la onda del karate”, relata el hijo del fallecido empresario Juan Easton, fundador de Mueblerías Easton y pionero del negocio *outlet* en Chile.

Tras la salida de Cristián Cox de la gerencia general de Easton Inmobiliaria —que administra los *outlets* de la firma en Quilicura y Temuco—, Claudio Easton tomó la decisión de asumir hace unos meses la primera línea ejecutiva, con el fin de impulsar la expansión. Antes ejercía como director y estaba a cargo de otros negocios de la familia, ligados a otros rubros inmobiliarios.

“Pensaba seguir a nivel de dirección, pero me di cuenta de que el momento es ahora. Porque si no se empiezan a tomar decisiones y no se le mete empuje al crecimiento para que se conviertan en proyectos reales (...), se iba a pasar ‘la vieja’”, dice a “El Mercurio” en su primera entrevista como gerente general. Con esto, la familia se involucrará en el día a día del negocio que partió a mediados de 2010, con Easton Outlet Mall en Quilicura, cuando se invirtieron US\$ 27 millones para levantar el primer centro comercial bajo este formato en el país. “Asumo el desafío con orgullo. Siempre pienso que mi papá me acompaña”, dice.

Adelanta que ejecutarán un plan de inversiones de US\$ 60 millones en los próximos cinco años para sumar tres nuevos *outlets*. “Las empresas, para subsistir, tienen que crecer, reinventarse e innovar. Sobre todo hoy, cuando cada vez más es incierta la forma de hacerlo (...) Un negocio exitoso es un negocio escalable. Y eso es lo que queremos”.

El foco es mantener el liderazgo ante el crecimiento en este formato que ha registrado competidores como Parque Arauco y Grupo Patio. “Son empresas muy grandes,

Claudio Easton asume la primera línea ejecutiva de la empresa de centros comerciales de marcas a precios reducidos. Su meta es expandir el negocio.



Claudio Easton, gerente general de Easton Inmobiliaria.

JOSE LUIS RISSETTI

De Orlando a Quilicura

Luego de un viaje con sus nietos a Orlando en 2007 para visitar los parques de Disney, Juan Easton Manzi vio una oportunidad para traer los *outlets* a Chile. Esto significó un giro a sus negocios, ya que desde los años 50 estaba vinculado a la fabricación y venta de muebles.

Tras un nuevo viaje a EE.UU. para recorrer otras instalaciones en Texas, Nevada y California, Juan Easton decidió convertir unas bodegas industriales que estaba construyendo en Quilicura para levantar lo que hoy es Easton Outlet Mall. Este se convirtió en un referente del negocio, y al primer semestre de este año sus ventas han aumentado 18% versus 2024, ante el impulso de los turistas argentinos.

de grupos económicos importantes, y están muy interesados en crecer. Nosotros queremos mantener nuestra posición de referentes del mercado, y para hacerlo en el tiempo, tenemos que crecer”, sostiene.

La expansión estará puesta en regiones. “Vimos más de 20 proyectos, desde Arica a

Punta Arenas, y fuimos seleccionando y descartando”, dice. Si bien no comenta las ubicaciones de sus futuras iniciativas, asegura que esperan iniciar la construcción de un nuevo *outlet* el próximo año.

También contemplan la ampliación de su principal activo en Quilicura, tras la adquisición de terrenos colindantes, para sumar 15 mil m² de superficie. El plan de negocios, agrega, será revisado caso a caso para ser financiado con caja, financiamiento bancario, emisión de deuda, y también se abrirán por primera vez a fondos de inversión: “Hasta aquí, no hemos hecho nada con ellos. Pero eso nos haría crecer más rápido y en cinco años tener tres locaciones nuevas”.

Pese al lento ritmo de crecimiento económico del país, Easton afirma que el *outlet* sigue siendo un negocio atractivo, a diferencia del *retail* tradicional o centros comerciales. “Las tiendas por departamento ya no tienen el éxito de antes. Se están achicando, no solo en Chile, sino en general”. Agrega: “Después de Temuco, no hemos hecho otra inversión, y eso fue hace 8 años”.