

La última gran tienda se ubica al lado del Apumanque, en el espacio que dejó Falabella

Donjung Zhong, dueño de Doremi, abrió su cuarto local en un año y medio

MAURICIO RUIZ

Donjung Zhong, 40 años, recorre los pasillos del cuarto Doremi que se instaló en Santiago, en 4.500 metros cuadrados, en el mismo lugar que funcionó por años una de las históricas tiendas de Falabella en la zona oriente.

Mientras muestra detalles del gran establecimiento dice que su desafío es llegar a 40 locales en todo Chile. Este último local, que está en marcha blanca, se suma al del Mall Plaza Norte; Mall Arauco Maipú, y al de La Reina.

"El capital inicial para levantar cada una de las tiendas es entre 3.000 y 5.000 millones de pesos, dependiendo de varios factores (medidas y ubicación, entre otras)", revela Zhong, en una de las pocas cifras que estuvo dispuesto a entregar.

El capital para llevar adelante el proyecto confiesa que no sólo sale de su bolsillo y asegura que existen "otros socios inversionistas chinos", tras esta apuesta en convertirse en uno de los grandes re-

El empresario cuenta que aspira a abrir 40 locales en todo Chile en una década y en esta nota explica porque su oferta no es lo mismo que un mall chino.



Donjung Zhong lleva 13 años en Chile y sus planes son crecer exponencialmente con Doremi.

MARICIA CUÉRRICO

tail, con una cadena en que se ofrece de todo en sus góndolas: decoración, vestuario, calzado, artículos para el hogar, para mascotas, belleza, juguetería, electrónica y hasta alimentos: en el local vecino al Apumanque hay tallarines Carozzi.

Zhong confiesa que, pese a dominar el español, no le gusta hablar mucho del negocio, que es de bajo perfil, que prefiere que lo hagan los que gestionan la empresa, porque gracias a ellos, dice, el negocio tomó una identidad diferente a los tradicionales malls chinos que existen en distintas comunas.

En esta entrevista, por ejemplo, lo acompaña su gerente de operaciones, Claudio Ricci, para explicar los ambiciosos planes que tiene la empresa para el futuro.

Igual Donjung Zhong se anima a contar algo de su historia. Dice que es de Shanghai, que hace 13 años llegó a Chile con el objetivo de aprender español. "Mi bisabuelo tenía siete locales de botillerías y yo atendía, creo que de ahí viene mi pasión por el retail, que en Chile está muy relacionado con las importaciones", dice.

Su negocio inicial, justamente, fue la importación de productos chinos para los grandes del retail donde conoció a gran parte del equipo que lo acompaña en su ruta, como el propio Ricci, su gerente de operaciones, que trabajó en Falabella y Cencosud, al igual que otros ejecutivos que son parte de la propiedad. "Es un incentivo que participen en el negocio; ellos tienen acciones, y así no se los llevan", dice Zhong con tono de broma.

El salto que dio hace un año y medio fue llegar al consumidor final. Las aspiraciones de Zhong son grandes, pero prefiere que Claudio Ricci hable sobre el futuro: "Nuestra intención es llegar a regiones, queremos tener unas 40 a 50 tiendas en los próximos diez años, con un mix variado de productos", asegura.

-¿Todas las tiendas serán como las que ya han inaugurado?

-Sí, nosotros trabajamos formatos de entre 4.500 y 6.000 metros cuadrados y con una oferta muy amplia. Por ejemplo, acá te puedes comprar una alfombra y un alicate. Tenemos secciones de ferretería, que no se encuentran en otras tiendas. La idea es que la gente venga y encuentre todo lo que necesite.

Un mix grande, pero bien exhibido.

-¿Por qué no les gusta que les digan que son un mall chino?

-Nos parecemos en la variedad, pero tenemos una buena presentación.

-Se diferencian en la ubicación, casi todos los locales están en un mall o cerca de ellos.

-Sí, eso es porque nos permite tener un buen flujo de personas.

-¿Acá venden más que productos chinos?

-Así es. Aparte de la importación china nosotros tenemos marcas importantes: trabajamos con Samsung, está llegando Xiaomi, Canon, Rosen, traemos marcas reconocidas. Nos transformamos en un punto atractivo para las empresas. Vamos a ir explorando otras ofertas: en el local de La Reina, por ejemplo, vamos a incorporar un restaurante.

-El retail se convirtió en un negocio financiero, ¿ustedes también pueden llegar a tener una tarjeta de crédito?

-Tenemos un club de fidelización con 20.000 personas y puede ser la base de un negocio financiero. Es algo que tenemos considerado.

¿Yuhui Lee es rostro o dueño de la empresa?

Uno de los chinos más conocidos en Chile, Yuhui Lee, el famoso participante de "Master chef", es el rostro de Doremi, quien en varias entrevistas ha asegurado que es uno de los dueños de este negocio.

Donjung Zhong dice que "sí, que se puede decir que es socio de la imagen de nuestra empresa".

-¿Entonces no es dueño de la empresa?

-Tiene acciones de la empresa al ser parte de nuestros asesores. Nosotros somos una empresa muy moderna y hacemos partícipes de la propiedad a las personas que ayudan a gestionar el negocio.