

Un reportaje de
GUSTAVO ORELLANA

UN ESCUETO mensaje en su sitio *web* y en las redes sociales fue la vía escogida por Dijon, cadena que mantenía 59 locales en el país, para anunciar públicamente el cese de sus operaciones.

La decisión se tomó en medio de un momento duro para el sector, que no solo enfrenta los efectos de la pandemia, sino que arrastra también el impacto del estallido social, con daños, saqueos y despome de las ventas. En el caso de Dijon, la cadena, como parte de AD Retail, que además incluye a ABCDin, se había acogido a reorganización judicial en diciembre del año pasado, ante una fuerte crisis de liquidez.

Pero Dijon está lejos de ser la única empresa del denominado *retail* mediano, que se enfoca en los segmentos medios y medios bajos, que vive una crisis. Solo en los últimos meses, Cencosud anunció el cierre de Johnson, una cadena de larga historia en Chile y de la que solo algunos locales pasarán a operar bajo la bandera de Paris Express. ABCDin sigue adelante con su reorganización judicial y Corona también decidió recurrir a esta figura, ahogada por la pandemia. A esto se suma la salida de potenciales inversionistas, que dejó trunco el proceso de búsqueda de socio en que estaba embarcada Hites antes de octubre del año pasado.

Pero ¿por qué estos hechos afectaron tan fuertemente al *retail* mediano? Según Marcel Goic, director del Centro de Estudios del Retail (Cerret), Ingeniería Industrial, U. de Chile; hay un conjunto de factores comunes en la industria. “El factor de base es la dificultad que han tenido para encontrar un factor diferenciador que las distinga de las grandes cadenas de tiendas por departamento o de tiendas de especialidad como Zara o H&M. Ante la ausencia de ese factor diferenciador las ventas se han sustentado en la conveniencia, la que se ha visto seriamente afectada por la coyuntura social y sanitaria. A esto agregaría las pérdidas relevantes por vandalización de tiendas y un tardío ingreso a los canales digitales”, asegura Goic.

Según Maricela Plaza, subgerenta de Corporaciones de la clasificadora de riesgo ICR Chile, esto es algo que ya se preveía hace algunos meses: que el sector *retail* sería uno de los más afectados por la pandemia, dado que la demanda venía ralentizada desde antes del estallido social, lo que se profundizó con las demandas sociales y con la pandemia en curso.

“Si bien todos estos factores afectan a la industria completa, el impacto varía entre los distintos re-



Corona (al centro) se sometió a reorganización judicial, al igual que ABCDin (a la izquierda). FOTO ANDRES PEREZ



Dijon anunció este domingo el cese de sus operaciones. FOTO ARCHIVO

Con AD Retail y Corona en pleno proceso de reorganización judicial y con dos históricas cadenas, Dijon y Johnson, bajando la cortina; el futuro de la industria de multitiendas enfocadas a los segmentos medios y medios bajos se oscurece a medida que la pandemia se extiende. La omnicanalidad, la consolidación y una reestructuración de la oferta asoman como opciones.

El retail mediano, en su peor momento

“No estimamos que en el mediano plazo haya apertura de tiendas en Chile (como se veía hasta hace algún tiempo), sino más bien reorganización de tiendas hacia locales de menor tamaño”.

MARICELA PLAZA
Subgerenta Corporaciones
ICR Chile



“En algunos casos la consolidación puede ayudar, pero debe estar acompañada de un plan comercial con una propuesta de valor diferenciadora. La inclusión de canales digitales también es un factor”.

MARCEL GOIC
Director Cerret U. de Chile

EN CIFRAS

59

tiendas operaba Dijon en todo el país, según su memoria 2019. En 2018 eran 65 locales.

54

eran los locales que operaba la cadena de multitiendas Corona, desde Arica a Punta Arenas.

56

años operó la cadena Johnson, que fuera fundada por la familia Calderón, pero que en sus últimos años perteneció a Cencosud.

tailers dado el segmento objetivo al cual apuntan y el respaldo financiero con el que cuentan para hacer frente a una demanda que se encuentra en los mínimos históricos. Así, cadenas como las que se mencionan (Dijon, Corona y Johnson) corresponden a operadores con foco en el segmento socioeconómico C3-D, que corresponde a uno de los más afectados por esta crisis sanitaria y que se refleja en los altos niveles de desempleo en Chile”, complementa Plaza.

La salida de la crisis

Ambos expertos coinciden en que para que la crisis quede atrás, no basta con que se supere la pandemia, sino también debe haber cambios en el modelo de negocios.

“En algunos casos la consolidación puede ayudar, pero debe estar acompañada de un plan comercial sustentado en una propuesta de valor diferenciadora. La inclusión de canales digitales también es una condición necesaria para proyectarse hacia adelante”, sostiene Goic, quien aclara que se trata de un camino lento porque requiere construir capacidades y una base de conocimiento que, en algunos casos, no han sido desarrolladas.

“Lo que se va a evidenciar post pandemia será una reorganización de la oferta, porque algunas de las prácticas adoptadas durante este confinamiento permanecerán en el futuro, como el canal *online* o el foco hacia la eficiencia de las operaciones. Así, el cierre definitivo de Dijon, la absorción de Johnson por parte de Paris y la reorganización judicial de Corona, demuestran la reorganización del sector *retail* en Chile, donde unos desaparecen definitivamente de la industria, mientras que otros buscan alternativas para seguir vigentes, pero en base a un modelo de negocios diferente”, complementa Plaza. ●