

María Paz Sabaté, gerente comercial de Ikea Chile, explica que los valores se reducirán hasta un 30%

Ikea baja los precios a más de 700 productos: "No es promoción, sino una política de largo plazo"

Se trata de una estrategia global que la firma ya aplicó en Europa, Estados Unidos y México para alentar el consumo.

FRANCISCA ORELLANA

Desde este viernes 22 de marzo, Ikea bajó en hasta un 30% los precios a más de 700 productos que tiene la empresa en Chile. Se trata de una estrategia global que tiene la compañía que empezó a aplicar en algunos países debido a las mejores perspectivas económicas globales.

Partieron en Europa y hace poco tiempo lo hicieron en Estados Unidos y México, y desde fin de mes le tocaba el turno a Chile, a poco más de un año que abrieron su primera tienda para el hogar en agosto de 2022: "Las presiones inflacionarias y las dificultades en las cadenas de abastecimiento han afectado a los hogares en el mundo y en Chile. En respuesta a esta situación, la compañía se enfocó en introducir eficiencias y reducir costos operacionales a lo largo de su cadena de valor", comenta María Paz Sabaté, gerente comercial de Ikea Chile, Colombia y Perú.

Gracias al resultado de esas mejoras, explica que ahora han podido traspasarlos a los precios con ajustes a la baja. Eligieron aquellos productos más populares en Chile para esta medida: "Se trata de más de 700 artículos de todas las categorías como muebles, soluciones de almacenamiento, decoración y accesorios. Contarán con una baja de precios de hasta el 30%, incluyendo algunos productos icónicos de la marca como la librería Billy, la mesa Lack o la cómoda Malm".

Por ejemplo, el estante Billy bajó de \$49.990 a \$44.990, sofá dos cuerpos Linaras baja de \$269.990 a \$199.990, el mueble de almacenamiento Hauga pasa de \$359.980 a \$329.980. Mientras que la cómoda Malm de seis cajones quedó en \$149.990 (antes a \$169.990).

Con ello, acota, se espera estimular las ventas de la industria: "Sabemos que en Chile 4 de cada 10 personas siente una frustración por no contar con los recursos necesarios para cuidar de su casa". Espera que este tipo de incentivos contribuyan: "Buscamos dar acceso a alternativas funcionales que resuelven problemáticas como la falta de privacidad, el



Debutó la estrategia "Nuevos precios bajos" en Ikea del local Open Kennedy.



»
"La compañía se enfocó en introducir eficiencias y reducir costos operacionales"

María Paz Sabaté

desorden, la convivencia entre generaciones, etc".

¿Cuánto durará el programa "Nuevos precios más bajos"? La ejecutiva destaca que la reducción de precios está pensada a largo plazo: "No es una promoción, sino una política de precios de largo plazo que se alinea con la premisa de Ikea de hacer que los muebles y la decoración sean accesibles para la mayoría de los hogares".

¿Qué hay de las demoras?

La expectativa de la apertura de la tienda hace poco más de un año, chocó de lleno con las dificultades que tuvieron con las entregas de las compras online, con demoras de hasta

tres meses en entregar un pedido: "Fueron solo los primeros meses. Gracias a las mejoras realizadas, desde el primer trimestre de 2023 contamos con niveles de servicio destacables dentro de la industria. La plataforma de comercio electrónico hoy ofrece entregas en 24 horas en Santiago y 48 horas en regiones".

Sin embargo, será un daño reputacional que va a demorar en superarse, explica Marcel Goic, director del Centro de Estudios del Retail (Ceret) de Ingeniería Industrial de la U. de Chile: "No cumplió con las expectativas y tuvo un nivel de retrasos en los despachos que no es habitual para la firma. Esto evidentemente generó un impacto directo en las ventas, sino que también un daño reputacional que va a tardar un tiempo en revertir. Para que este proceso sea exitoso se requiere por supuesto un manejo comunicacional hábil, pero por sobre todo una mejor calibración de la logística para poder reducir los quiebres y mantener la consistencia en los niveles de servicio".

Explica que con la nueva estrategia de bajar precios "buscan generar la masividad que necesitan para sostener el modelo de negocios", en un escenario estrecho para el retail en general, cuyas ventas cayeron un 20,1% en 2023. "Este año será moderadamente mejor que 2023, guiado por expectativas de crecimiento económico algo mejores, pero también porque, especialmente para bienes durables como muebles y electrodomésticos, los efectos de los shocks de consumo que vivimos en 2022 y 2023, debieran empezar a disiparse también".