

COMERCIO. TIENDAS ESTIMAN UN CRECIMIENTO DE 20%

Ambiente Gourmet y Ambiente Living completarán 40 tiendas en cinco años

BOGOTÁ. La profunda transformación que vive el retail local por cuenta de la búsqueda de ahorro del consumidor y el auge de canales más competitivos como las tiendas de descuento, las hiperbodegas y el e-commerce, es una tendencia opuesta a la que está revolucionando a las grandes superficies.

Patricia Vélez, fundadora y gerente de las tiendas *Ambiente Gourmet*, *Ambiente Living* y *Club House*; del catálogo *Cocina Divertida*; y de los restaurantes *Mozzarella Bar*, explicó cómo son las superficies del futuro para el hogar y cuál es el plan de expansión de sus marcas.

¿Cómo nació el concepto de Ambiente Gourmet?

Este proyecto inició hace doce años como una marca que comercializa productos para la cocina y la mesa. Empezamos con tiendas pequeñas dentro de *Carulla*, luego nos trasladamos a los centros comerciales y hoy tenemos 30 locales (entre 50 y 200 metros cuadrados) en el país. En Cali y ciudades intermedias funcionamos con franquicias.

¿Cómo nacieron las demás?

Cuando tuvimos mayor conocimiento del sector lanzamos *Cocina Divertida*, que es una línea de venta por catálogo en internet con la que tenemos 5.000 empresarias. Al tiempo, empezamos a estudiar en qué más podíamos incursionar y nació *Ambiente Living*, un formato mucho más grande (entre 300 y 1.500 metros cuadrados), muy de futuro, especializado y enfocado en la experiencia de compra de muebles, accesorios y otras líneas. Hoy, tenemos cinco tiendas entre Bogotá, Medellín y Barranquilla y dentro de ellas



Patricia Vélez,
gerente de
Ambiente
Gourmet.
PATRICIAVELEZ.COM



operan dos *Mozzarella Bar*, que es un restaurante de comida italiana con música en vivo.

Y sobre Club House...

Quisimos hacer una marca joven, que se comunicara con espacios más pequeños y ahí nació *Club House*, un formato divertido, con muebles funcionales donde amamos los descuentos. De esta marca tenemos tres tiendas y son formatos de más o menos 500 metros cuadrados.

¿Cuáles son los planes de expansión para este año?

Tenemos programado abrir un *Ambiente Gourmet* y un *Club House* en *Viva Envigado* y en Bogotá vamos a tener dos restaurantes más.

¿Y para los próximos cinco?

Esperamos abrir 15 *Club House*, cinco *Ambiente Living* (que se suman a las cinco que ya operan), dos *Mozzarella Bar* en Bogotá y queremos llegar a

20.000 empresarias con *Cocina Divertida*. Sin embargo, también estamos trabajando mucho en logística y vamos a duplicar nuestro centro de producción.

¿Es posible que exista una sexta marca?

Por ahora, estamos concentrados en trabajar en el fortale-



ANDRÉS RESTREPO
CONSULTOR EN RETAIL

"El mercado de muebles de lujo no está tan desarrollado, pero en Bogotá es donde más se está explotando con almacenes independientes".

LR

SÍGANOS EN:
www.larepublica.co

Con los resultados de las elecciones presidenciales por región.

cimiento de las que tenemos para perfeccionarlas, estandarizarlas y exportar a países de la región. Además, con *Ambiente* queremos lanzar la marca en el exterior en la feria de Chicago y esperamos que sea en 2019 o 2020.

¿Cómo ha visto la transformación del segmento de almacenes para el hogar?

Hay dos estilos de negocio, nosotros no competimos con los grandes jugadores, sino que trabajamos a partir del estilo de vida. Nuestro factor común con marcas como *BoConcept* o *Cratte & Barrel* es que tenemos un ADN y hacemos que la gente se identifique con el concepto.

LINA MARÍA GUEVARA BENAVIDES
lguevara@larepublica.com.co

Las VINCULACIONES