



FOTOGRAFÍA: CLAUDIO CORTÉS V.

Sebastián Núñez:

“Todo se ha ido sofisticando. Cuando yo era chico, uno tomaba Nescafé”

Graciela Ibáñez

Este año «Interdesign» cumple 45 años. Quienes han caminado por la avenida Isidora Goyenechea, entre Augusto Leguía Norte y La Pastora, en el barrio El Golf de Las Condes, reconocerán la imponente vitrina de esta tienda, con muebles y lámparas de los más famosos diseñadores del mundo.

“Son pocas las empresas que pueden darse el lujo de cumplir 45 años, y más encima en un rubro que es de nicho, asociado al lujo y de un alto valor”, dice Sebastián Núñez (52), socio de «Interdesign» junto a su señora Caroline Godoy. Ambos le compraron la tienda a Eduardo Godoy, el padre de Caroline, hace 20 años. Desde entonces le arriendan el espacio a la familia Godoy que sigue siendo dueña de los dos mil metros cuadrados donde está la tienda, cuya fachada fue diseñada por el premio nacional de Arquitectura, Chris-

“Ahora están los cafés de especialidad; el vino también se ha sofisticado muchísimo, así como la gastronomía”, dice este ingeniero agrónomo socio de «Interdesign», la icónica tienda de diseño de calle Isidora Goyenechea que cumple 45 años.

tian de Groote. “Estos años han sido un viaje sumamente interesante. Hablan de una trayectoria muy positiva”, dice Núñez en su oficina en el segundo piso del local.

Si bien es ingeniero agrónomo de profesión, todo este mundo —que comparte con su afición a la bicicleta y otros emprendimientos como la heladería «El Toldo Azul»— nunca le fue ajeno: viene de una familia de diseñadores y arquitectos; padre y hermanos.

—En 2023 se publicó que iban a cambiarse de local. ¿Qué pasó con eso?

—Hemos estado analizando posibilidades. Es difícil cambiarnos porque necesitamos una ubicación grande. Es difícil también recolocar este espacio que es de la familia con otro interesado, así que, por ahora, estamos abiertos a ver qué pasa, pero no es una decisión urgente o algo que vayamos a pensar en el corto plazo. Si se da la posibilidad de cambiarse a una buena ubicación, po-

dríamos pensarlo.

“La gente quiere estar en espacios más bonitos”

—¿Cómo ha cambiado el gusto de los chilenos por el diseño desde que se fundó la tienda?

—La tienda partió el año 80. La comenzó mi suegro cuando no existía diseño en Chile. A él le tocó introducir la idea de diseño contemporáneo en el país y eso ha cambiado muchísimo. Ahora hay más *players* en el mercado. Hay más importaciones, hay copias. Es un mercado bastante más diverso al que había el año 80. La gente ha viajado, ha visto películas, ha leído y hay más gusto por el diseño.

—¿Se puede decir que los chilenos se han sofisticado?

—Yo diría que sí. Conforme va mejorando la economía del país, todo se ha ido sofisticando. Cuando yo era chico, uno tomaba Nescafé. Ahora están los cafés de

especialidad; el vino también se ha sofisticado muchísimo, así como la gastronomía. Y el diseño ha penetrado con fuerza. Si uno lo piensa bien, tiene mucha razón de ser así, porque la gente quiere estar en espacios que sean más amigables, más confortables y más bonitos.

—¿Cómo ve el fenómeno de «Casai-deas» o «IKEA» en Chile, que venden objetos más baratos que los que ofrece «Interdesign»?

—Lo veo con muy buenos ojos, porque eso te dice que hay un público que tiene ansias de diseño, así que me parece bien. Ellos venden diseño original, no son copias. Entonces, todo lo que sea diseño original, independiente del valor, me parece positivo. Va creando esta conciencia de lo estético, de lo funcional, de lo práctico.

—¿Qué cambios se han implementado desde que llegó a la tienda hace 20 años?

—Cambios desde actualizar el sistema de ventas y la logística hasta profesionalizar más al equipo de «Interdesign». Antes se manejaba más como una tienda, ahora se administra como una empresa, manteniendo siempre que es chiquitita: somos 16 personas. Lo que no cambia es que seguimos acá, en Isidora de Goyenechea, en la misma ubicación que todos conocen. Hemos renovado los proveedores, las marcas que teníamos antes eran principalmente alemanas. Ahora tenemos un *mix* entre marcas alemanas, danesas, españolas, belgas, una canadiense y el resto, la gran mayoría, italianas. He hecho un esfuerzo por intentar acercar la tienda a un público nuevo, más joven.

—¿Cómo definiría al cliente de «Interdesign»?

—Hay varios tipos. Tenemos líneas de negocios que nos permiten tener un «cliente institucional» para proyectos. Ahí trabajamos con constructoras, inmobiliarias, estudios de arquitectura y con estudios de iluminación. Le vendemos a oficinas, malls y a hoteles. También tenemos el cliente particular que es el que puede ver el producto en la página web o viene caminando por Isidora y entra y termina amoblando su casa o su terraza. Por suerte tenemos un *mix* de clientes que es bastante amplio.

“Lo que más se vende todavía son lámparas”

—Eduardo Godoy decía que el principal negocio de la tienda era la iluminación. ¿Sigue siendo así?

—Sigue siendo eso. Lo que más se vende todavía son lámparas. Pasa que la iluminación te permite vender proyectos que son siempre a mayor escala. Para nosotros es más difícil hacer proyectos de interiorismo porque el mobiliario es de un ticket promedio más alto, es más costoso. Entonces, la iluminación sigue siendo el corazón de la tienda. Más de la mitad de las ventas son de esa área. Vendemos iluminación técnica y decorativa. La técnica es el foco embutido que uno puede ver en una casa. La decorativa es la que uno luce sobre una

“

Para mí el diseño es pensar bien y dar una solución a un problema determinado. El diseño es mucho más que una silla o una lámpara”.

“

La mejor vara para medir si un diseño es bueno es el tiempo. Si ese diseño que salió hoy sigue vigente en 20 o 30 años, es realmente un buen producto”.

mesa de comedor o en el velador.

—¿Qué es lo que más se vende de la tienda?

—Lo que más se vende es la iluminación decorativa. Tenemos un par de productos que mucha gente conoce que son las Tizio y las Tolomeo, que son dos lámparas icónicas italianas de la marca Artemide. La Tizio tiene 52 años, la Tolomeo es de los años 80. Son lámparas que uno ve en las películas, en las series y hasta el día de hoy son muy cotizadas por su diseño. Eso es lo que más vendemos.

—Usted es ingeniero agrónomo. ¿Cómo fue el cambio de pasar del campo a una tienda de diseño?

—Radical, muy radical. Soy ingeniero agrónomo de la Católica. Mi especialidad, más encima, era producción animal; era ganadero. Pero la vida me ha puesto en situaciones en que me ha tocado elegir caminos distintos. Al salir de la universidad partí trabajando en fruta, en San Felipe y luego en Rancagua. Después partí a estudiar un máster en agnegocios a Australia. Después de un semestre convalidé unos ramos y terminé haciendo un MBA. A la vuelta de Australia tenía una pega medio lista en Agrosuper. Ahí conversamos con Eduardo Godoy —todavía me acuerdo— en Marbella y nos hizo esta oferta de hacernos cargo de la tienda. En el 2005 hicimos un contrato de compraventa, se creó una sociedad que es de Caroline conmigo, donde somos socios 50% y 50%. Con las ventas que generábamos íbamos comprando el *stock* que Eduardo tenía y nos hicimos cargo de los empleados. Empezamos a saldar una deuda que era bien importante, porque teníamos que pagar el arriendo más un monto que era para el inventario, hasta que se logró comprar todo. Eduardo hace 20 años que está desligado de «Interdesign». El diseño es apasionante. Estoy contento. No cambiaría las cosas.

—¿Qué es para usted el diseño?

—Para mí el diseño es pensar bien y dar una solución a un problema determinado. El diseño es mucho más que una silla o una lámpara. Diseñar una solución es resolver un problema que tenemos. Si uno lo piensa bien, todo está diseñado, desde la manilla de la puerta, pasando por el auto que uno toma en la mañana, la bicicleta, el cepillo de dientes o un vaso. Todo pasó por un proceso de diseño, que nos hace la vida más fácil y más grata.

—¿Cuáles son los objetos de diseño que más le gustan?

—Con el tiempo me he ido poniendo más clásico. Me gustan diseños de los años 50 o 60, como los clásicos italianos de Vico Magistretti y Achille Castiglioni (diseñadores industriales). Me gusta también el diseño danés más antiguo de Hans Wegner. Siento que ese diseño perdura. No sigo tanto las modas o los diseñadores más jóvenes. La mejor vara para medir si un diseño es bueno es el tiempo. Si ese diseño que salió hoy sigue vigente en 20 o 30 años, es realmente un buen producto.

—En cuanto al diseño chileno se ha-

bla de las sillas Valdés. ¿Qué otro objeto local hay?

—Sí, la silla Valdés es, sin duda, el ícono del diseño nacional. Es el más reconocido. Lo venden fuera de Chile. Hay varios diseñadores chilenos que son de talento, pero no son tan conocidos en la escena local, porque Chile es un país que desgraciadamente no tiene mucha industria. Hay mucho talento, pero no tenemos fábrica, entonces cuesta que se den a conocer sus trabajos. Pero está Rodrigo Bravo, «gt2P» o Ignacia Murtagh.

“Nos llevábamos los problemas del trabajo a la casa”

Además de «Interdesign», Núñez es socio —con su señora— en «El Toldo Azul», la heladería que está a un costado de la tienda en Isidora Goyenechea y que ha crecido hasta tener otras dos sucursales en Santiago (Tabancura y José Manuel Infante). “La heladería también está de aniversario porque cumple 10 años. Los planes con «El Toldo» son crecer sin perder la esencia de ser una heladería de barrio; el primer local está en lo que era el garage de esta casa. Aquí son dos cosas que se fusionaron: Christian de Groote hizo la fachada y el proyecto de juntar las dos”, cuenta.

—¿Ustedes sabían algo de helados?

—Nos lanzamos sin saber mucho de helados. Era como un negocio entretenido, divertido, bonito, distinto. Construimos un buen equipo. La pandemia nos sirvió para crecer porque explotó el delivery, entonces para nosotros no fue algo tan negativo. Después de la pandemia abrimos el segundo local en Providencia, que es donde trasladamos la fabricación de los helados. Son helados artesanales, así que se hacen todos los días. Con esta fábrica teníamos mayor capacidad productiva, lo que gatilló el tercer local que abrimos hace un año. Así ha ido creciendo, orgánicamente. Ahora son 60 personas. Es una empresa hecha y derecha.

—¿Han pensado en seguir expandiéndose?

—Hemos pensado en Providencia, Vitacura y La Dehesa, pero, por ahora, seguimos explorando. Las tres ubicaciones que tenemos ahora han sido bastante exitosas, entonces queremos intentar replicar ese éxito y no abrir por abrir.

—¿Cómo ha sido trabajar con su señora por 20 años?

—Bien. Somos socios en todo, más que en los negocios. Al principio nos costó. Nos llevábamos el trabajo y los problemas a la casa; eso no era el ideal. Pero después ella fue mamá, se dedicó a una empresa de ropa y me dejó a mí con total libertad en «Interdesign». No se metía mucho. Después nos volvimos a encontrar en la heladería, pero yo me dedicaba más a temas administrativos y ella a temas de imagen, de sabor, de innovación en los locales. Ya estábamos más grandes, más maduros y sabíamos cómo trabajar juntos. Muchas veces no es fácil, pero hemos sabido sobrellevarlo. Eso es lo importante.