

José María Chía : ¿A pesar de la gran expansión de Mimma Gallery, uno de los valores de la marca es la proximidad, el trato cercano y familiar con el cliente?

Noticias 24hs | 01-10-2024 | 09:20



José María Chía, Ceo de Mimma Gallery

El origen de Mimma Gallery se remonta a los 70, con la apertura de la primera tienda especializada en la venta de sofás de España por parte de un matrimonio de Zaragoza. Su hijo mayor, José María Chía, se incorporó al negocio familiar el 1993 y desde entonces ha liderado la expansión de la compañía. Ya bajo el nombre de Mimma Gallery y con una imagen totalmente moderna, la cadena cuenta con 26 tiendas distribuidas por toda España y un amplio equipo de profesionales que asesoran al cliente para crear un espacio donde "reconectar con la tranquilidad y cargarse de energía para el nuevo día". "Somos interioristas de salón y de descanso", apunta Chía, que remarca que, "la proximidad, el trato cercano y familiar con el cliente" con el que nació la empresa hace más de cuatro décadas sigue siendo uno de los principales valores de Mimma Gallery.

¿Nos puede contar sobre los orígenes de Mimma Gallery?

Todo empezó poco antes de 1970. Un matrimonio de Zaragoza, que se dedicaba a la comercialización de tejidos para fabricantes de sofás en toda España, decide trasladarse a Barcelona con el convencimiento que puede dar un impulso a su negocio, aprovechando la existencia de fábricas de sofás ubicadas en esa provincia.

Una vez instalados y adaptados a su nuevo destino, empiezan a sufrir problemas de cobro con algunos fabricantes de sofás. Para solucionar estos impagos, algunos de estos fabricantes le dan la opción de pagar ¿en especie?, es decir, con sofás. Ante las dificultades para cobrar las deudas pendientes, el matrimonio acepta y reciben una cantidad considerable de sofás a cuenta de dichas deudas.

Alquilan un local, en la calle Font d'en Canyelles del barrio barcelonés de Nou Barris, que llenan de sofás. Se llevan la gran sorpresa de que el negocio empieza a funcionar muy bien, vendiendo los sofás tal como estaban expuestos. Así nace la primera tienda especialista en la venta de sofás en España, puesto que hasta ese momento las únicas tiendas que vendían sofás eran las tiendas tradicionales de muebles. Ante este éxito, abandonan el negocio de la comercialización de telas para dedicarse al negocio de la venta de sofás. De esta forma nace la cadena de tiendas que a día de hoy es Mimma Gallery.

¿Cómo y cuándo empiezan a abrir más puntos de venta?

Mimma Gallery empieza su aventura en 2019 con el primer punto de venta en Las Rozas de Madrid. No obstante, en la demarcación de Girona, ya teníamos presencia con 7 puntos de venta bajo otro nombre comercial, que se consolidaron a lo largo de 15 años de actividad. A partir de 2019 iniciamos nuestro proyecto de expansión por territorio español, momento en el que decidimos presentarnos con una imagen de marca renovada, que es nuestra marca actual, Mimma Gallery.

¿Cuándo incorporan nuevos productos a las tiendas, como los artículos de decoración o relacionados con el descanso?

Este proceso de transformación del punto de venta obedece a la idea de evolucionar los espacios para proponer ideas, tendencias, estilos de como combinar el sofá para crear ambientes de hogar. Significó dar un paso más en la propuesta de valor de nuestros puntos de venta que se inició en 2012 un proceso para mejorar significativamente el aspecto de las tiendas y la presentación de su producto, cambiando y modernizando sus establecimientos. Se cambia el logo, la marca, los colores corporativos, la gama y la presentación del producto. La hasta entonces Galerías del Tresillo se transforma en Galerías Sofás i Descans para la provincia de Girona, como la conocemos ahora, incorporando la venta de artículos de decoración y de descanso y sus complementos.

¿Cuándo adoptan el nombre de Mimma Gallery?

Mimma Gallery nace en 2019, momento estratégico en el que la empresa decide iniciar su proceso de expansión para llevar el concepto de tienda al resto de territorio español. Es en ese momento en el que se hace una reflexión estratégica para trabajar en una nueva marca que entre en sintonía con un target de edad de futuro para la marca y que nos ayude a posicionarnos como marca que abraza las nuevas tendencias en decoración y que apuesta por crear ambientes de estilo ecléctico de la mano de su interiorista Ángeles Gimeno. El resultado de este proceso culmina con la creación de la marca Mimma Gallery y la apertura de la primera tienda Mimma Gallery en Las Rozas.

A partir del 2019 la empresa empieza una gran expansión por toda España. ¿Cuántos establecimientos tiene actualmente la cadena?

Actualmente, Mimma Gallery cuenta con un parque de 26 tiendas distribuidas entre Cataluña, Navarra, Cantabria, País Vasco, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana más la reciente apertura de Mimma On-Line.

En Mimma Gallery no solo se encuentran productos para comprar, sino un equipo de profesionales para asesorar al cliente. ¿Con qué filosofía trabajan?

Pues con la filosofía de que somos interioristas de salón y de descanso. En Mimma Gallery queremos inspirarte para que crees tu pequeño espacio, donde reconectar con la tranquilidad y cargarte de energía para tu nuevo día. Descansar, disfrutar y soñar es lo que nos hace libres, vitales, y nos prepara para nuestros planes de futuro. En Mimma Gallery lo sabemos y nos diferenciamos gracias a la apuesta de la empresa por el servicio de asesoramiento más allá de la venta profesional del sofá o el descanso a medida.

¿Los orígenes familiares de la empresa se palpan aún en el trato próximo al cliente?

A pesar de la gran expansión que estamos llevando a cabo uno de los valores de la marca es justamente este, la proximidad, el trato cercano y familiar con el cliente en el centro del negocio para llevarle a su hogar su pieza a medida que más se adapte a cada hogar.

Autor: Redacción