

RECONOCIÓ A COCA-COLA ANDINA, AGROSUPER, BAT CHILE, PF ALIMENTOS Y CCU:

Localshop se pone pantalones largos y premia a empresas que apoyan a almacenes

La *startup* que apoya la digitalización del comercio de barrio, se alió con la Cámara de Comercio Santiago, la UAI, Qactus y Localdata para reconocer a las grandes compañías que muestran compromiso con el canal tradicional. **FERNANDA GUAJARDO**

“Hay empresas que realmente están comprometidas con la trascendencia del canal tradicional, que

es nuestro propósito, y a la vez con almaceneros y botilleros que están abrazando el desafío de la digitalización”.

MARCOS LOZANO
Fundador de Localshop.

En un ambiente de camaradería y reconocimiento, Localshop llevó a cabo su premiación para destacar a las empresas proveedoras que han apostado por mantener su trabajo y apoyo con el comercio de barrio. La ceremonia reunió a dueños de almacenes, botillerías y representantes de grandes compañías, quienes coincidieron en la importancia de fortalecer el canal tradicional frente a los desafíos del mercado moderno. Los Premios Localshop 2024 fueron realizados en colaboración con la Cámara de Comercio Santiago, la Universidad Adolfo Ibáñez (UAI), Qactus y Localdata.

Marcos Lozano, fundador y CEO de Localshop, destacó el impacto de la digitalización en los pequeños negocios, uno de los temas centrales en el servicio que promueven: “Nos quedamos de esta instancia con la sensación de que hay empresas que realmente están comprometidas con la trascendencia del canal tradicional, que es nuestro propósito, y a la vez con almaceneros y botilleros que están abrazando el desafío de la digitalización para poder trascender en el tiempo”. Además, resaltó los objetivos de la empresa para este año: “Queremos llegar a 3.000 tiendas a lo largo de todo Chile y luego saltar a 8.000 en el próximo año”.

Durante la premiación se reconoció a Coca-Cola Andina, Agrosuper, BAT Chi-



DAMIÁN DE AGUIJAR

La premiación se desarrolló este lunes en la Cámara de Comercio de Santiago.

le, PF Alimentos y CCU, empresas elegidas por los propios comerciantes por su cercanía y apoyo al canal tradicional.

EL FUTURO DEL CANAL TRADICIONAL

Alejandro Vargas, gerente de operaciones de Coca-Cola Andina, subrayó el compromiso de la compañía con el canal tradicional: “Nos interesa que las comunidades progresen y crezcan. Más del 55% de nuestro volumen está en este canal, y por eso disponemos de fuerza de venta, camiones de distribución y programas enfocados en su desarrollo, como Mi Barrio y Mi Almacén”. Además, agregó: “El año pasado, más de 11.000 clientes participaron en el programa Prospera, que los capacita en marketing, contabilidad y atención al consumidor. (...) Es un honor y un privilegio recibir este premio. Sin duda el canal tradicional está en el foco de nuestro negocio, no porque simplemente sea un negocio, sino porque nos

interesan que las comunidades se expandan y crezcan”.

El evento contó con la participación de comerciantes que han vivido en primera persona la evolución del canal tradicional. Don Andrés Puig, un experimentado almacenero, compartió su experiencia sobre cómo su negocio ha sido un punto de encuentro en su comunidad: “El almacén no era solo un negocio, era un centro social donde la gente del barrio se reunía. Eso es algo que queremos preservar con el tiempo”.

La actividad también sirvió para destacar cómo la digitalización está impactando en la gestión de los pequeños comercios.

Además, concluyó con una invitación a más empresas proveedoras a sumarse a la transformación del canal tradicional. “Este reconocimiento no es solo un premio, es una señal de que podemos trabajar juntos para garantizar que el comercio de barrio siga siendo parte fundamental de nuestras comunidades”, finalizó Lozano.