

Dueño de Espacio Estación Rumary piensa en seguir creciendo

Es rostro de su propia empresa: le saca partido a las redes sociales con humor

Apeló a la Inteligencia Artificial para promocionarse en un video propio junto con Dua Lipa.

FRANCISCA ORELLANA

Más de un millón de reproducciones logró una publicación en Tik Tok el Espacio Estación Rumary, una botillería minimarket ubicada a la entrada de Las Vizcachas. Con humor, música y mucha novedad, Andrés Bastías, dueño de este negocio de origen familiar, le ha sacado partido a la publicidad por redes sociales para atraer nuevos consumidores y hacer reconocido su negocio más allá de las fronteras de su delivery.

Rumary es un negocio que partió hace más de 50 años vendiendo carbón a granel en la comuna de San José de Maipo, luego sumaron mercadería, bebidas, cervezas, sacaron patente de botillería y hasta de quinta de recreo. Hace pocos años, Bastías se hizo cargo del negocio y buscando nuevas formas de comunicar su negocio, se percató que a la gente le empezaron a gustar los videos que él mismo subía cantando una canción, actuando o usando temas de la contingencia para promocionar sus productos, dice tenía carisma, humor, y también opinión.

"Cuando vino la Dua Lipa a las Termas de Colina hice con inteligencia artificial un video en que aparezco con ella y aprovecho de darle un beso y promocionar los



"No me pongo el margen del 30% de ganancia", dice Andrés Bastías sobre la venta de algunos productos.

EUSA VERRIGO

mos conocidos ya, pero me llega gente que dice que nos vio en redes sociales, además que soy el único que hace esto en este lugar. Si no las tuviera, creo que igual seríamos conocidos, pero no de la misma forma, no con el encanto que tiene ahora Rumary, no llamaríamos tanto la atención"

Planes de crecimiento

Además de tener redes sociales activas, se ha preocupado de integrar su negocio a la comunidad y sumar más servicios: "Tener redes sociales entretenidas y activas ayuda a dar más visibilidad, pero también nos preocupamos de ofrecer más cosas. Vendemos paltas, buenas paltas y a precio justo, no me pongo el margen del 30% de ganancia, sino de 10 a 15%, a precio de feria, baratas, para tener un buen mix de productos. La gente termina viniendo también por las paltas que las empezamos a vender hace un año para mover más también el minimarket que tiene de todo, paltas, buenas frutas". A ello le suma un sistema de delivery, incluso nocturno.

También es punto de entrega de Blue Express: "Nos pagaba \$200 por paquete recibido, partimos, con uno, dos y ahora tenemos una bodega para tenerlos y que le sirve a mucha gente de la zona, a microempresarios que están recién partiendo y necesitan hacer sus despachos", dice.

Bastías comenta que han transformado a la botillería en un punto de encuentro y desarrollo al sector. A futuro proyecta tener cabinas para poder ampliarse más al turismo.

Más información en @espaciolumary en Instagram o Tik Tok.



50
 años tiene este negocio que partió vendiendo carbón.

drinks que tengo de una forma bien entretenida. Aprovecho de hacerle publicidad a los tragos exclusivos que tenemos nosotros, ocupo la actualidad para que la gente los mire", cuenta, sobre su estrategia que suma casi 20.000 seguidores en sus redes sociales en Instagram, Tik Tok y Facebook.

A raíz del caso Monsalve, aprovechó de destacar que vende sour limón de la Pizca, también transmitió en vivo la Teletón por algunas horas o le hace publicidad a emprendedores, negocios e instituciones de la zona: "En Tik Tok no puedo publicar licores o cosas de alcohol porque si no me las bloquean, ahí tengo que publicar co-

sas de mercadería, carbón, sino tengo que aplicar filtros para mayores de edad. Yo soy el rostro y participo como un afán de que la botillería se haga conocida, soy un personaje".

¿Es importante la publicidad aunque sea una localidad pequeña?

"Considero que la publicidad es fundamental porque todo aporta y es un gancho. Tengo publicidad en la radio aunque yo no la escucho, y me llega gente diciendo que viene porque nos escuchó en la radio Amanda, en Cajón".

¿Le llegan más clientes?

"La verdad es que sí, ha habido más clientes que llegan después de un Tik Tok o Instagram. Acá en el Cajón del Maipo somos como 20.000 habitantes, nosotros so-