

8 REPORTAJE

El Diario de Labranza

Semana del 28 de marzo al 3 de abril de 2025



"DIBUJAMOS EL LOCAL CON EL PIE EN EL SUELO. HOY, ESE CROQUIS IMPROVISADO ES UNA REALIDAD"

## La historia de dos amigos que querían instalar una botillería y terminaron creando una floreciente tabaquería

**Miguel Ángel y Sergio pasaron de vendedores a emprendedores. El destino los llevó a crear un espacio único que hoy apoya a artesanos locales y atrae clientes de muchos lugares. Con errores, aprendizaje y mucho esfuerzo, celebran su primer año con planes de expansión.**

Entre las idas y venidas del público que circula a diario por el supermercado Lily de Labranza, hay un pequeño local en su entrada que guarda una gran historia. Se trata de la Tabaquería Rialto, un emprendimiento que nació de un sueño compartido entre dos amigos, colegas y residentes en esta localidad: Miguel Ángel Riquelme y Sergio Carrasco, y que hoy celebra su primer año de vida con más de 1.500 seguidores en Instagram, clientes fieles y un alentador futuro.

Lo curioso es que este negocio no estaba en sus planes originales. La idea inicial era abrir una botillería, pero el destino los llevó por otro camino. Hoy, su local no sólo vende accesorios para fumadores, sino que también se ha convertido en una vitrina para emprendedores locales, ofreciendo productos artesanales y únicos.

### EL SUEÑO QUE COMENZÓ CON UN DIBUJO EN LA TIERRA

Miguel y Sergio se conocen desde hace 13 años. Ambos trabajaban como vendedores y compartían la misma inquietud: independizarse y tener su

propio negocio. La idea de la botillería rondaba en sus mentes, pero fue en marzo de 2023, durante una conversación en la plazuela ubicada en la entrada de la Hacienda Santa María, frente al supermercado Lily, donde todo comenzó a tomar forma.

"No teníamos papel ni lápiz", recuerda Miguel entre risas. "Así que dibujamos el plano del local con el pie en el suelo. Calculamos los metros cuadrados, imaginamos cómo sería la distribución, pero cuando llegó el momento de instalarnos, nos dimos cuenta de que el espacio era demasiado pequeño".

El local que habían arrendado inicialmente tenía sólo 11 m<sup>2</sup>, un espacio insuficiente para lo que tenían en mente. "Nos pusimos a simular: uno hacía de cliente, el otro de vendedor, y chocábamos con todo. No había fluidez, las máquinas de bebidas no cabían, y si entraba una familia, era un caos", explica Sergio.

Prefirieron no endeudarse e invirtieron los ahorros de toda su vida en este proyecto. Ante la inminente inauguración del supermercado, tuvieron que tomar una decisión rápida: arrendar el local

contiguo, duplicando así el espacio disponible. "Fue un gasto extra que no teníamos previsto, pero no había otra opción", confiesa Miguel.

### APRENDIENDO SOBRE LA MARCHA

El camino no fue fácil. Los primeros meses estuvieron llenos de tropiezos y aprendizajes. Uno de los mayores errores, reconocen, fue invertir en muebles que no funcionaron. "Nos cegamos con unos muebles que parecían perfectos, pero cuando los instalamos, ocupaban demasiado espacio y no encajaban con la experiencia

de compra que queríamos ofrecer", relata Sergio.

El problema era que no tenían dinero para reponerlos. "Nos costaron un millón de pesos, y en ese momento no teníamos margen para más gastos". La solución llegó de manera inesperada: aprendieron carpintería por YouTube.

"Nos tocó ser carpinteros, diseñadores y hasta expertos en marketing digital. Todo lo hicimos nosotros mismos", dice Miguel.

Otro desafío fue adaptarse a las necesidades reales



En estas vitrinas, confeccionadas con sus propias manos, exhiben los productos de otros emprendedores de Labranza.

**9 REPORTAJE**

**El Diario de Labranza**

Semana del 28 de marzo al 3 de abril de 2025

de los clientes. Al principio, tenían muy claro lo que querían vender, pero pronto se dieron cuenta de que el feedback de la gente era clave. *“Dejamos de lado lo que creíamos que era ideal y empezamos a escuchar. Los clientes nos decían qué productos les gustaban, qué les faltaba y qué no funcionaba”*, explica Sergio.

**UN ESPACIO PARA EMPRENDEDORES LOCALES**

Uno de los aspectos que más orgullo les da a estos amigos es que Rialto no es sólo su negocio, sino una plataforma para otros emprendedores de Labranza. En sus estantes hay productos de artesanos en madera, vidrio, figuras de yeso y resina (ziña), papelería creativa y sublimación, todos hechos por manos locales.

*“Parte de nuestra identidad es ser una vitrina para lo que se hace aquí. ¿Por qué comprar todo en Santiago o en AliExpress si en Labranza hay gente talentosa que no tiene dónde exhibir sus productos?”*, reflexiona Miguel.

Esta filosofía les ha valido el apoyo de la comunidad. Ya poseen clientes habituales que vienen desde Temuco, Teodoro Schmidt, Arauco e incluso Santiago, algunos de ellos carabineros y militares que aprovechan sus viajes a las zonas de conflicto para abastecerse de bebidas, café, jugos, tabaco, helados y productos similares. *“Hay uno que vive cerca y siempre le lleva insumos a sus compañeros cuando están de guardia”*, comenta Sergio.

**PRODUCTOS INNOVADORES COMO “EL MATACAÑAS”**

Lo que distingue a Rialto de otras tabaquerías es su capacidad para arriesgarse con productos innovadores. Uno de sus mayores éxitos ha sido una bebida isotónica en polvo, que promocionan con el nombre de “matacañas”.

*“Es una hidratante que se mezcla con agua y tiene electrolitos, vitaminas y minerales. La gente la ama porque es práctica y efectiva”*, explica Miguel. El nombre, ideado como una estrategia

de marketing, ha llamado la atención de deportistas y clientes que buscan algo diferente.

También han experimentado con helados, envasados, peluches y bolsas de regalo, convirtiendo el local en un “todo en uno” para quienes necesitan un detalle de último momento. *“Queremos que la gente encuentre aquí todo lo necesario para un cumpleaños improvisado”*, dice Sergio.

**EL FUTURO: EXPANDIRSE Y SEGUIR CRECIENDO**

Apesar de las complicadas condiciones económicas que enfrenta hoy en día nuestro país, Rialto sigue en pie y con planes de crecimiento. Su meta es abrir una segunda sucursal, posiblemente en Temuco o en localidades aledañas, donde ya tienen clientes que les han pedido mayor accesibilidad.

*“Este sueño aún no está cumplido del todo. Queremos replicar el modelo en otros lugares, generar más empleo y seguir apoyando a los emprendedores”*, afirma Miguel.

Mientras tanto, celebran su primer año dando trabajo a dos vecinas que residen en Labranza, a quienes consideran parte de “la familia Rialto”. *“No somos sólo un negocio, somos un equipo. Y eso es lo más valioso”*, reflexiona Sergio.

**LA MORALEJA: PERSEVERANCIA Y ADAPTACIÓN**

La perseverancia y la capacidad de adaptación ha sido otro aspecto del negocio que han aprendido empíricamente.

Por ejemplo, trajeron algunos productos que les “tincaban”, pensando que serían un éxito, pero no rotaron como esperaban. Encambio, otros se agotaban

rápidamente. *“Aprendimos que no se trata de vender lo que nos gusta, sino lo que el cliente necesita”*, dice Sergio.

Otro desafío fue manejar las redes sociales. Al no tener experiencia en marketing digital, tuvieron que aprender sobre la marcha.

Hoy, su Instagram (@tabaqueriarialto) y su Facebook (Tabaquería Rialto), son una herramienta clave para anunciar novedades y mantener el contacto con sus seguidores.

*“Subimos fotos de los productos nuevos, hacemos promociones y hasta recibimos pedidos por DM”*, comenta Miguel.

**UN MENSAJE PARA OTROS**

La historia de estos dos amigos es un ejemplo de perseverancia. *“Si nos hubiéramos rendido al primer problema, hoy no existiría Rialto”*, reflexiona Sergio. Ambos coinciden en que el miedo al fracaso no puede paralizar a quien quiere emprender, pero también destacan la importancia de planificar y escuchar al mercado.

Hoy, Rialto no es solamente un excelente local de venta, sino un espacio que refleja el espíritu emprendedor de la gente de Labranza.

Y si algo queda claro, es que este es sólo el comienzo para estos dos amigos que se atrevieron a hacer realidad sus sueños.

