LT LATERCERA PULSO

Fecha: 29/07/2025 Audiencia: 271.020 Sección: CONTRAPORTADA
Vpe: $1.999.426 Tirada: 76.017 Frecuencia: DIARIO
Vpe pág: $9.570.938 Difusión: 76.017
Vpe portada: $9.570.938 Ocupación: 20,89%

Las reflexiones de Moller tras el fin de Algramo

En 2013 Algramo lanzó su primer prototipo de venta de productos a granel y desde ahí todo lo conocido fue expansión, ampliación de su cobertura local, éxito en rondas de inversión, expansión internacional, aumento de su cartera de productos y reconocimientos por su labor, entre otros hitos. Sin embargo, 15 años después, la firma certificada como empresa B anunció el fin de sus operaciones.

"Después de casi 15 años trabajando por un consumo más justo, llegó el momento de cerrar la operación de Algramo, una empresa que para muchos demostró que otra forma de consumir es posible", dijo su fundador José Manuel Moller Domínguez en un post de Linkedin y citando la nota del Diario Financiero (DF) donde se informó el anunció.

En la publicación de Moller se destacó el rol de la firma, sus hitos y el camino que llevó a la firma a cerrar. "No fue fácil: fue una decisión colectiva y responsable frente a un escenario global que cambió drásticamente", dijo.

"Algramo fue diseñado para avanzar con la ambición que el mundo ambientalmente necesitaba, pero la guerra en Ucrania frenó el impulso ambiental, y el año pasado grandes socios como Unilever, Walmart y Coca-Cola lamentablemente eliminaron sus metas de reutilización para enfocarse solo en reciclar", dijo Moller para contextualizar el cierre de las operaciones.

Ante este contexto, Moller apuntó al fin del apoyo de Unilever, Walmart y Coca-Cola como una de las justificaciones para el fin de Algramo: "Sin ese apoyo clave, el modelo perdió viabilidad".

Sin embargo, Moller no cerró la puerta a que Algramo, como marca, siga.

"Algramo no solo fue una empresa, sino una inspiración para muchas startups, varias de las cuales hoy sigo acompañando. Por otro lado, tal vez para Algramo no sea el fin, ya que como parte del proceso de cierre, quizás alguien más quiera tomar la posta y darle a la marca una nueva etapa", matizó en el contexto del cierre.