

“Siempre tenemos ofertas e incentivo para que paguen en efectivo o transferencia”, destaca Mauricio Lorca, socio del negocio.

FRANCISCA ORELLANA

La Naranja partió originalmente como una quinta de recreo en los años 80, luego mutó a botillería hasta transformarse en una distribución de bebidas, cervezas, vinos y licores al por mayor en el barrio Obrero Ferroviario de San Bernardo.

“Llevamos 45 años en el rubro, un negocio que partieron nuestros padres y ahora lo continuo con mi hermano. Somos nacidos y criados en este barrio que tiene 104 años de vida y la primera población obrero-ferroviaria de Chile. Detrás de este negocio familiar hay solo constancia y perseverancia para ofrecer los mejores precios a pequeños almace- nes, hoteles, restaurantes de la zona”, dice Mauricio Lorca, socio junto a su hermano Claudio, de la distribuidora La Naranja.

Comenta que de siempre, la venta de bebidas es la reina del negocio: “Luego sigue claramente la cerveza y la ener- gética. En verano se vende más agua, bebida y jugo y en invierno es el licor y vino vende mucho más. Pero he vi- sto cambios de tendencia también, los pubs que son más nuevos siguen con los licores fuertes para preparar ellos sus propios cócteles, pero las familias en ge- neral, algunas pequeñas botillerías tienen la tendencia a comprar los cócteles pre- parados que han tenido un ingreso muy fuerte, son más económicos y la gente joven los prefiere”, destaca.

¿Qué es lo más complejo de llevar adelante en este negocio?

“Siempre es un desafío mantener los precios, por la distorsión que se da en las compañías. Uno puede ser mayoris- ta y tener el mejor precio aparente en un producto, sin embargo, en el centro puedes encontrar un negocio pequeñito, que no tiene ni una centésima parte de lo que tiene uno en términos de inversio- nes, que lo está vendiendo mucho más barato, incluso al costo de las compa- ñías. Hay mucho negocio informal”.

No tienen ecommerce, ¿Por qué?

“En algún momento lo tuvimos y fue bastante complejo. En vez de facilitar- nos la venta, nos complicó porque había mucho robo de precio, en este tipo de

Los hermanos Lorca y su equipo. Recalcan que están ampliando la distribución.



Ubicados en San Bernardo, venden al por mayor a almacenes, hoteles y restaurantes

Distribuidora La Naranja: la estrategia de precios más bajos en licores y bebidas

negocios existe mucho espionaje. Por ejemplo, en la página tenía un produc- to a \$100 y la competencia lo coloca- ba a \$95 y el otro \$92. Pero además, nos dimos cuenta de que, a la larga, a nosotros nos interesaba mantener el vínculo con nuestros clientes, tener buenos precios con una atención dinámica y rápi- da. Con el ecommerce el cliente pasa a ser un rut, y para nosotros es una persona, así es que deci- dimos seguir con atención presencial solamente. Te- nemos clientes fieles, que los hemos visto nacer, casarse, tener hijos, nos gusta hacer comunidad”.

¿Qué estrategias tienen para atraer a más compradores?

“Siempre tenemos ofertas e incenti-

vos para que paguen en efectivo o transferencia. Por años nos resiti- mos a tener máquinas de pago por el costo que implica, afecta nuestro porcentaje de ganancia porque no-

sotros apostamos a ven- der harto volumen, no al precio. Al aceptar pago con máquina, te quita un 1,5% a 2% de la gana- cia, entonces aplicamos un descuento importante en algunos productos, en algunos casos hasta de \$1.000 menos por unidad, que es buen engan- che. También estamos en una dinámica de obtener nosotros buenos precios para ofrecer algo mejor a los clientes, aunque impli- que muchas veces endeudarse para comprar más volumen. Por ejemplo,

en vez de comprar 100 cajas de pisco, adquirimos 300, aunque me compli- que con el pago de impuestos, pero a la larga me termina saliendo más económico”.

¿Qué planes tienen para este año?

“Estamos ampliando nuestros des- tinios distribución. No solamente abar- camos lo que es San Bernardo en tér- minos de venta, estamos haciendo ya distribución de manera sistemá- tica a Calera de Tango y Buin. Nuestro interés es ir profundizando nuestros vínculos con estas zonas, que son mercados que tienen una falencia de distribución. Nuestros envíos no tienen un costo asociado al despacho de- pendiendo de la cantidad de produc- tos, podemos llevarle al mismo precio que si lo compran aquí en la bodega”.

¿Dónde se puede encontrar? Di- rección: Primero de Mayo 297, San Bernardo. Fono 224594119. What- sApp de contacto + 56 922523813. Atención de lunes a sábado entre las 9:30 y 17:15 horas