

Fecha: 04-03-2024
 Medio: Las Últimas Noticias
 Supl.: Las Últimas Noticias - Mercado Mayorista
 Tipo: Noticia general
 Título: Precios convenientes es la fórmula de Mercado Carozzi para comerciantes

Pág.: 4
 Cm2: 593,0
 VPE: \$ 3.260.802

Tiraje: 91.144
 Lectoría: 224.906
 Favorabilidad: ☐ No Definida

“
 El hit número uno
 son las compotas
 Vivo en cajas de 36
 unidades
 ”

Andrés Miño
 Carozzi

MELISSA FORNO

El eCommerce Mercado Carozzi nació en junio de 2020, en plena pandemia, como respuesta a la necesidad que tenían los consumidores de comprar los productos de la firma en un contexto donde resultaba más difícil hacerlo en forma presencial.

"La gente no podía salir y con la web llegábamos a sus casas con sus pedidos. Además, las cadenas de supermercados que ya tenían el servicio, en el momento peak, tenían tiempos de despacho de siete u ocho días e incluso se cerraba la opción hasta que se liberaban cupos. Nosotros lo podíamos hacer en uno o tres", cuenta Andrés Miño, jefe de ventas de eCommerce de Carozzi.

Actualmente, realizan entregas desde Antofagasta hasta Puerto Montt. En el caso específico de la Región Metropolitana, tienen un plazo de uno o máximo tres días y en las comunas más grandes de la Región de Valparaíso, de siete, tiempo que se puede reducir a dos o tres, en Viña del Mar, Valparaíso y Concón. El mínimo de compra es de \$10.000 y en la capital, por compras sobre \$40.000, el despacho es gratis. De acuerdo con Miño, el ticket promedio es de \$43.000.

En la web mencionan que cuentan con más de 15 marcas como Carozzi, Vivo, Costa, Ambrosoli, Pomarola, Miraflores, Selecta, Master Dog y Master Cat, y alrededor de 250 productos.



El eCommerce de la empresa apunta al consumidor final

Precios convenientes es la fórmula de Mercado Carozzi para comerciantes

Alimentos para mascotas, arroz y pastas también están dentro de los más demandado del portal de compra directa.

¿Qué clientes son los que más compran en Mercado Carozzi y cuáles son los productos que más demandan tienen?

"Principalmente, consumidor final. Lo que más vendemos es el saco de 15 kilos de Master Dog, las pastas de 400 gramos, el arroz en formato de un kilo y el hit número uno son las compotas Vivo en cajas de 36 unidades, formato que tenemos principalmente nosotros, no se encuentra en almacenes o supermercados, es básicamente venta por volumen y su

momento más álgido es para la vuelta clases, en marzo y julio. Como logramos llegar a precios súper convenientes, si pasa que nos compran pequeños comerciantes, especialmente, en los periodos de Cyber Days.

¿Qué marcas de Carozzi reúnen?

"Algunas no las tenemos, porque potenciamos en el canal online las que tienen un valor más alto. Por ejemplo, en pastas contamos con Trattoria o Carozzi, pero no con Aconcagua ni Parma. De a poco hemos ido aumentando el portafolio para tener el mix completo de marcas. Las últimas incorporaciones que hicimos fueron salsas de tomate de San Remo, gelatinas Caricia y dentro del primer trimestre, Parma y Aconcagua para tener un rango de precio más amplio para nuestros

clientes. Además, probablemente sumaremos nuevas categorías como enlatados y bebidas líquidas, como jugos Jumex. El público que compra en canales online, por lo general, busca productos con un ticket más alto. Sin embargo, nosotros somos transversales, tenemos que llegar al sector ABC1, pero también al D, no obstante, el mercado se comporta de esa forma. Nosotros intentemos ser una marca cercana a los clientes y consumidores y con Mercado Carozzi queremos hacerlo cada vez más. En cada compra que nos generan les incorporamos un regalo, como nuevos lanzamientos, queremos llegar con un mensaje de la empresa sin un intermediario de por medio.

Más datos en (<https://goo.su/2V2Ou>)

