

Fecha: 14-07-2025
Medio: Las Últimas Noticias
Supl.: Las Últimas Noticias - Mercado Mayorista
Tipo: Noticia general
Título: Instagram los ayudó a elegir a buena parte de sus proveedores

Pág.: 10
Cm2: 729,6

Tiraje: 91.144
Lectoría: 224.906
Favorabilidad: ☐ No Definida



Alejandro cuenta que ya no tienen espacio para incorporar nuevas categorías de productos.

Dueños de Despensa Market se han apoyado mucho en las redes sociales

Instagram los ayudó a elegir a buena parte de sus proveedores

"Yo soy bien estratégica y, para abastecernos, me he preocupado de buscar empresas que tengan productos especiales que nos ayuden a diferenciarnos", dice Johana Marín.

CIRO COLOMBARA C.

Cuando Johana Marín y su marido (Alejandro) se mudaron de Santiago a Talagante, la chispita emprendedora se encendió en ella. "Era bien cansador viajar de lunes a viernes a mi lugar de trabajo y volver en la tarde a Talagante. Me empezó a dar vueltas la idea de ser independiente y un día me fijé en un strip center que estaba cerca de nuestra casa y que tenía disponible un local. Acá podemos hacer algo, díjimos con mi marido".

El paso siguiente fue elegir el rubro, algo que en todo caso no le tomó mucho tiempo. "En el área en la que estamos no es tan urbana, es más bien como de campo, con parcelas, y había solo un par de locales tipo almacén. A la vez, el tema del delivery es bien escaso y vi una necesidad de la gente por abastecerse. También hice un estudio tipo encuesta para saber qué tipo de negocio era más necesario en esta zona y alrededor de un 60% decía que un minimarket. Así fue cómo elegimos el rubro y partimos con Despensa Market a principios de 2021", detalla esta comerciante.

¿Y cómo definieron su catálogo de productos?

"Partimos con los productos más básicos, esos que solucionan las necesidades del día a día en la casa, algo que se relaciona con el nombre de nuestro local. En el camino fuimos incorporando

LA OFERTA
TODO PARA TU NEGOCIO.

ACEITE VEGETAL "CALIDAD" 900 CC \$ 1.375 C/U DESDE 12 UNIDADES	SALSA MALLOJA ITALIANA 200 GR \$ 379 C/U DESDE 36 UNIDADES	PAÑAL ADULTO "PANTS" EMUMED TALLAS: G-M 18 Unidades. \$ 8.900 C/U DESDE 2 UNIDADES
MAYONESA HELLMANN'S D/P 900 GR \$ 1.895 C/U DESDE 12 UNIDADES	MAYONESA HELLMANN'S SACHET 93 GR \$ 545 C/U DESDE 24 UNIDADES	HIG. FAVORITA SOFT CARE 8x4x50 mt \$ 13.992 VALOR MANGA DESDE 1 MANGA
DETERGENTE BIO FRESCURA VARIEDAD 1,2 LT \$ 3.579 C/U DESDE 3 UNIDADES	DETERGENTE BIO FRESCURA VARIEDAD 1,2 LT \$ 1.699 C/U DESDE 5 UNIDADES	HIG. CONFORT PANAL 12x4x22 mt \$ 9.588 VALOR MANGA DESDE 1 MANGA
DETERGENTE RINSO PARA DILUIR 500 ML \$ 2.425 C/U DESDE 12 UNIDADES	VELAS LUMINOSAS ECONOMICAS \$ 799 C/U DESDE 10 UNIDADES	Café GOLD SELECCIÓN 170 GR \$ 4.999 C/U PRECIO POR MAYOR
PASTA AROMA SPAGHETTI 400 GR \$ 375 C/U PRECIO POR MAYOR	FIDEOS TODDO SPAGHETTI CORBATA O ESPIRALES 400 GR \$ 399 C/U PRECIO POR MAYOR	PASTAS INST. MARUCHAN VARIEDADES 64 GR \$ 899 C/U PRECIO POR MAYOR
TOALLA HIG. PARA TI NORMALS/ALAS 16x8 un. \$ 490 C/U DESDE 3 UNIDADES	SHAMPOO O ACONDICIONADOR SUAVEJUNA AROMAS D/P 750 ML \$ 790 C/U DESDE 3 UNIDADES	CERVEZA ESCUDO SILVER LATA 470 CC \$ 599 C/U DESDE 6 UNIDADES
PORTO VERDE TODDO 200 GR \$ 349 C/U DESDE 1 UNIDAD	CHORITO GAG 1 KILO \$ 2.790 C/U DESDE 1 UNIDAD	CERVEZA BAVARIA LAGER LATA 470 CC \$ 499 C/U DESDE 6 UNIDADES
PRECIOS HASTA AGOTAR STOCK CONSULTA CANTIDADES POR MAYOR NO CONSIDERAN DESPACHO PRECIOS VIGENTES SOLO EN LOCALES oferta válida desde el 14 de julio al 13 de julio de 2025 y/o hasta agotar stock.	PACK POETI LAVANDA PRIMAVERA 900 CC \$ 2.490 POR PACK PRECIO POR MAYOR	SABANILLA PROACTIVE 60x90 cm 8 un. \$ 3.590 C/U DESDE 2 UNIDADES
www.somoslaoferta.cl www.laoferta.cl	CAMARON GAG 36-40 PIEL VERDE 1 KG \$ 6.490 C/U DESDE 1 UNIDAD	QUESO CREMA KROL 1,36 KG \$ 8.390 C/U DESDE 1 UNIDAD

LA OFERTA
TODO PARA TU NEGOCIO.

GALLETA TODDO TIPO DANESA 114 GR

\$775 C/U
PRECIO POR MAYOR

Escanea el código QR y encuentra tu local más cercano.
www.laoferta.cl

Fecha: 14-07-2025
Medio: Las Últimas Noticias
Supl.: Las Últimas Noticias - Mercado Mayorista
Tipo: Noticia general
Título: Instagrara los ayudó a elegir a buena parte de sus proveedores

Pág.: 11
Cm2: 468,6

Tiraje: 91.144
Lectoría: 224.906
Favorabilidad: ☐ No Definida

un stock más variado y, a la vez, diferenciador. Estamos hablando por ejemplo de platos preparados, tortas congeladas y algunas cosas ricas para preparar un picoteo o atender a las visitas. En ese sentido, no nos quedamos solo en lo de primera necesidad e incluimos algunas opciones más gourmet".

¿Fue muy complicado llegar a tener un grupo de proveedores confiables?

"Por suerte, no. La verdad es que yo soy bien busquilla e Instagram me sirvió harto para ver qué estaban haciendo algunas empresas. De hecho, creo que fue como abrir una gran puerta para encontrar a una buena parte de los proveedores con los que trabajamos ahora, como por ejemplo los platos preparados de Take a Break, Buka en su momento o los quesos de Buba Gourmet. Soy como bien estratégica en buscar empresas que tengan productos especiales que, a la vez, nos ayuden a diferenciarnos".

Johana cuenta que su experiencia trabajando en el retail ha sido de gran utilidad en diversos aspectos, uno de los cuales es la propuesta visual de Despensa Market. "Mi visión era la de un negocio de autoservicio, en que las personas pudieran recorrer el local para tomar lo que quisieran y llevarlo a la caja. Por eso tenemos unas especies de mini góndolas en donde están los productos. En cuanto al look, lo trabajamos en conjunto con un arquitecto quien aterrizó, por decirlo, así las ideas que teníamos. La gente



Además de los clásicos productos de despensa, este local incorpora alternativas que se ven en tiendas saludables y gourmet.

siempre nos dice que lo encuentra atractivo, ordenado y bonito".

¿Tienen aún espacio para incorporar nuevas categorías de productos?

"No, ya estamos al tope. En algún momento pensamos en sumar vinos y licores, pero como estamos en un strip center al final nos pareció mejor que ese rubro quedara para que otro emprendedor que quisiera llegar a esta zona lo incorporara".

Entonces, la única forma de crecer sería abrir una sucursal.

"Sí. En todo caso, hay que hacer un gran esfuerzo para poner otro local que mantenga el concepto que tenemos, esté bien abastecido y en donde se entregue la misma atención. El rubro es bien demandante y por eso no hemos dado el paso de

crecer. Si lo hiciéramos, me imagino que tendríamos que dejarlo en manos de otras personas, arrendárselos con la idea de que mantuvieran nuestro concepto".

Y a propósito de eso, ¿qué elementos los distinguen?

"Despensa Market es un negocio atendido por sus propios dueños. Mi marido es quien pasa la mayor parte del tiempo en el local y yo estoy entrando y saliendo. Nos preocupamos mucho de las necesidades de los clientes y de entregar el mejor servicio. Esa atención cercana y familiar es muy apreciada. También nos caracteriza el catálogo de productos -hay gente que nos dice que es como un mini Jumbo- y la forma en que está organizado el local, con un concepto de autoservicio". paso de 

ELISA VERDEJO