

## Arcor, a través de TOKIN, fortalece el crecimiento y la digitalización en almacenes, kioscos y autoservicios de todo el país

En línea con su compromiso histórico de crecer junto a la cadena de valor, Arcor creó Tokin, una plataforma B2B que conecta a más de 60.000 puntos de venta en Chile y a unos 200.000 en Argentina, con las marcas de Arcor y de otras empresas de consumo masivo junto con su red de distribuidores oficiales, para garantizar el abastecimiento, mejorar la gestión diaria y ofrecer nuevas oportunidades de crecimiento.

Así lo destacó la gerente de Tokin Argentina del Grupo Arcor, Belén Sporleder, al participar en el e-Commerce Day Chile 2026, organizado por la Cámara de Comercio de Santiago y el e-Commerce Institute, evento que reunió a una gran

**La plataforma incorpora inteligencia artificial y analítica de datos para acompañar la evolución de más de 60.000 comercios minoristas en Chile, promoviendo una digitalización accesible y federal que impulsa su desarrollo y competitividad.**

cantidad de empresarios, líderes, ejecutivos y expertos internacionales, quienes analizaron el presente y los desafíos del comercio electrónico.

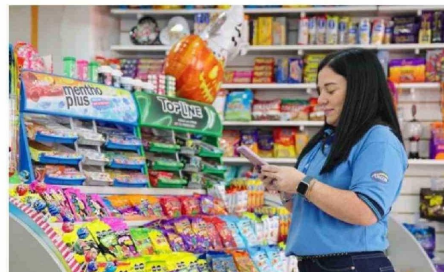
Belén Sporleder explicó que la plataforma se distingue por la microsegmentación que posibilita el uso de

inteligencia artificial y la analítica de datos, para ofrecer propuestas de compra personalizadas en función del comportamiento y las preferencias de cada comercio.

Así, este desarrollo incorpora un modelo analítico avanzado que examina más

de 600 variables por punto de venta, como tamaño del comercio, pronóstico climático para evaluar qué tipo de productos son más consumidos según la temporada, cuál es el desembolso promedio de los clientes en cada compra o cantidad de cajas para cobro, con el objetivo de agruparlos en conjuntos con comportamientos homogéneos.

“De esta manera, Tokin recomienda los productos y volúmenes más adecuados para cada comercio, optimizando su capital de trabajo y proyectando su demanda con mayor precisión. Además, al ofrecer productos de marcas de otras industrias como bebidas, limpieza o cuidado personal, contribuye



a ampliar la oferta de productos de distintas categorías de los comercios para que encuentren nuevos consumidores”, afirmó la ejecutiva.

En este sentido, resulta de gran valor la red de distribuidores oficiales de la compañía, que garantizan que todos los productos que se encuentran dentro de la plataforma

lleguen a comercios de todo el país. Esta infraestructura, históricamente clave para el crecimiento del canal tradicional, se potencia ahora con tecnología para garantizar entregas ágiles, disponibilidad constante y atención personalizada, combinando lo mejor del mundo físico y digital al servicio del comercio minorista.