

Los planes de Algramo para 2022: iniciará operaciones en Reino Unido y México en el primer semestre

Tras su llegada a Estados Unidos e Indonesia en 2021, el fundador y CEO de la startup, José Manuel Moller, afirmó que este año la compañía tiene en su hoja de ruta comenzar a operar con grandes retailers en ambos países.

CATALINA MARCONI

—El crecimiento de Algramo ha sido imparable. Lo que se inició como un prototipo en almacenes de barrio que ofrecía la posibilidad de comprar a granel, hoy ya tiene presencia en supermercados de Estados Unidos e Indonesia y está preparando las maletas para arribar a México y Reino Unido prontamente.

Hace unos días la startup recibió un subsidio —gracias a una alianza entre la WWF y el Foro Económico Mundial— para llegar con su modelo de reutilización y el relleno de envases en supermercados a la capital mexicana, un mercado diez veces más grande que el chileno.

José Manuel Moller, fundador y CEO de la startup, explicó que este subsidio se les otorgó "porque detectaron que somos el actor más relevante a nivel mundial de refill, y como estamos entrando a México hay un foco de llevar estas soluciones a grandes mercados".

La startup comenzó en 2013 inicialmente en almacenes de barrio con su modelo de retornabilidad, es decir, que las personas llevan su propio envase para comprar a granel, en vez de recibir los productos en recipientes plásticos. Pero fue en 2019 cuando la compañía dio su primer salto, cuando Moller decidió agregar una nueva línea de negocio.

Tras el anuncio del Panel Internacional de Cambio Climático de que el planeta tiene hasta 2030 para llegar al acuerdo de París, el CEO de Algramo optó por cambiar el foco.

"Es tan poco tiempo (para el 2030) y es tan grande el desafío, que yo decidí cambiar mi approach a los que antes eran mis enemigos. Mis enemigos eran Walmart y Unilever, y yo dije 'voy a convencer a los más grandes del mundo para que pasen de desechable a refill'. Y ahí parte una nueva propuesta de valor, porque también, para trabajar con empresas grandes, yo tenía que tecnologizar lo que estaba haciendo", contó el emprendedor.

A partir de ello, Algramo creó los envases con chip, con los cuales los consumidores pueden precargar su envase con dinero, y cada vez que



compran les aparece cuánto es el plástico que se evitó con esa compra y en base a eso se le da un depósito de dinero dentro del chip para su siguiente compra.

Con esa idea, Algramo convenció primero a Unilever en Chile, luego a Nestlé —con Purina Alimentos para mascotas— y logró su primer levantamiento de capital, un fondo semilla norteamericano que eran US\$ 2 millones, con el cual además hizo un piloto en Nueva York con Clorox y Colgate.

"Y ahí empieza a agarrar vuelo. Y en Chile el año pasado sumamos Walmart Chile como primer retail que hace en gran escala un piloto", dijo Moller.

De hecho, el fundador de Algramo comentó que la startup partió recientemente con Unilever dentro de Walmart Chile, "porque antes ha-

bían partido con su marca propia, y con esto hace que ya sea el piloto de Unilever a nivel mundial más grande".

BALANCE 2021 Y LO QUE VIENE

Como un año "súper potente de expansión", calificó el fundador de Algramo el 2021 para la empresa, además de definirlo como uno de preparación para este 2022.

"Yo diría que este año es como el año de crecimiento más agresivo y sobre todo con un foco fuera de Chile", agregó Moller.

Y es que en abril próximo Algramo se lanza en un nuevo mercado internacional: Reino Unido, con uno de los "retailers más grandes", de acuerdo al CEO. Además, la firma en mayo o junio tiene pronosticado lanzar su modelo en México, "también con uno de los retailers más

grandes. Y ahí el foco es ir a los grandes mercados", detalló Moller.

Sobre su entrada al país azteca, Moller manifestó que es el paso más importante en términos de internacionalización del negocio. Esto, ya que el tamaño del mercado es diez veces más grande que Chile, y también porque en México se pueden alcanzar volúmenes "que en Chile sería imposible", explicó.

"Estamos empezando a tener una visión global con las marcas, donde estamos buscando tener una estrategia que no sea solamente de piloto, sino que ya sea de grandes volúmenes. Entonces, el año pasado fue de sembrar todas esas relaciones y de buscar partners tecnológicos para estar preparados para fabricar miles de unidades de dispensadores", dijo el CEO de Algramo respecto de lo que se viene este año.

Todo lo anterior ha sido posible en gran parte gracias a los casi US\$ 9 millones de financiamiento que recibieron en 2021. "Y eso nos permitió también enfocarnos cada vez más en la tecnología y menos en la logística, que es algo en lo que nos estamos alejando, para centrarnos en el factor tecnológico, que finalmente es el diferenciador con las grandes marcas", añadió Moller.

En el ámbito local, en tanto, el fundador de la startup dijo que tienen para este año un plan de crecimiento "agresivo" con Walmart. Esto significa que estarán sumando cada vez más marcas a los puntos de venta, por ejemplo, productos alimenticios, para así "ojalá ir convirtiendo este supermercado en el supermercado del futuro".

NUEVO GOBIERNO

Otra de las prioridades para este 2022 es su campaña "Envase 239, que lanzaron el año pasado, que busca cambiar un decreto bajo el cual se hace ilegal en Chile dispensar productos de higiene personal a granel, "que además es la categoría que genera más plástico después de los líquidos. Entonces, estamos tratando de entrar en todas las categorías que hoy día contaminan un montón", dijo Moller.

Dicha campaña se la presentaron en 2021 a la senadora Marcela Sabat y también al Ministerio de Salud. Ahora, con el cambio de gobierno, también tienen pensado presentar la campaña a las nuevas autoridades.

En ese sentido, sostuvo Moller, "esperamos que la agenda ambiental sea relevante. Confiamos en Maisa Rojas que lo va a tomar como bandera, pero es algo que vamos a seguir presionando y algo que vamos a empujar hasta que se apruebe. Porque lo interesante es que esto no beneficia solamente a Algramo, sino que cualquier persona en Chile podría dispensar".

Sobre el gobierno entrante, el fundador y CEO de Algramo indicó que, bajo su perspectiva, "se viene un período bien interesante, porque vamos a tener que aprender a hacer cosas que antes no hacíamos, que es sentarnos a conversar y a discutir los temas. Tengo mucha fe, por ejemplo, en la agenda ambiental que tiene el gobierno. Obviamente por mi trabajo es la bandera que empujo, y veo que hoy día ninguno de los gobiernos está tomando las acciones que se deberían tomar. Entonces, en ese sentido, tengo harta esperanza". ●