

# ADGYA

#694

La Cámara del Mayorista y Distribuidor de Golosinas, Galletitas y Afines

**BUENOS NEGOCIOS, NUEVAS TENDENCIAS,  
LA EXPOSICIÓN SE REAFIRMA COMO LA  
MÁS IMPORTANTE DEL SECTOR**



**+5200 VISITANTES**

**+109  
MARCAS**

**VISITANTES POR REGIÓN**

CABA: 19,91%  
GBA: 36,02%  
PCIA. BUENOS AIRES: 14,17%  
INTERIOR: 29,90%

**+ RONDAS  
DE NEGOCIOS**

**VISITANTES EXTRANJEROS  
EL 70% DE PARAGUAY Y URUGUAY**

**+ RUBROS**

# Una propuesta innovadora en el mercado local

CONECTAR INTERESES DE TODOS LOS ESLABONES DE LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN NUNCA FUE TAN FÁCIL. CON UNA SOLA APP, SE POTENCIAN LAS VENTAS Y LA COMUNICACIÓN ENTRE FABRICANTES, MULTINACIONALES, DISTRIBUIDORES, MAYORISTAS, PREVENTISTAS, PUNTOS DE VENTA Y CONSUMIDORES FINALES. UNA OPORTUNIDAD 100% WIN-WIN.

Instal-Shop nació hace más de 25 años como una empresa fabricante de muebles exhibidores para diversos rubros, y terminó enfocándose en el mundo de las golosinas y kioscos, brindando soluciones integrales, que van mucho más allá del mobiliario. Actualmente, la empresa funciona como socia estratégica de los distintos actores del sector, gracias a Picking Up!, una aplicación que posibilita conectar a fabricantes, distribuidores, mayoristas y puntos de venta, facilitando, perfeccionando y potenciando la comunicación y las ventas. A través de ella, se pueden difundir promociones, ofertas y novedades de manera directa, como también realizar compras. El kiosquero además puede vender al consumidor final, cerrando el circuito comercial con la figura de los repartidores sociales que hacen, de forma peatonal, el *delivery* de los productos.

Basada en el poder de la sinergia, Picking Up! pretende alcanzar la masividad, con la ventaja de ser un desarrollo netamente local, no tener ningún tipo de comisiones y, sobre todo, buscar el beneficio para todas las partes involucradas. A través de una interfaz sencilla, esta *app* propone un complejo engranaje de actores y servicios implicados en la cadena de comercialización reunidos en un solo lugar, con información de primera mano disponible y que funciona las 24 horas.

## DETECTAR NECESIDADES Y OPORTUNIDADES PARA CRECER E INNOVAR

Daniel Iribarren, Director de Instal-Shop, se fue adentrando en el nicho



golosinero, siempre tras la innovación, gracias a su actitud arriesgada, guiado por su intuición y su mirada perspicaz. Hoy se autodefine como un enamorado del rubro, pero no siempre fue así: terminó de convencerse cuando descubrió el potencial que tiene. A mediados de los años 90, el sector comenzó a sufrir una mutación: el kiosco ventana tradicional se fue transformando en un kiosco abierto, que de a poco fue incorporando otros servicios para fortalecer su imagen de tienda de proximidad, como el correo y la recarga de celulares con tarjetas prepagas; un concepto de kiosco totalmente innovador. Para ese entonces, los muebles de Instal-Shop ya eran disruptivos. Con diseños novedosos y modernos, que hacían lucir la mercadería, invitaban

al cliente a entrar al kiosco y comprar. Pero pronto, las marcas fueron adueñándose de esos exhibidores, ofreciéndole al kiosquero el armado del punto de venta con muebles que ellas les proporcionaban, ploteados con sus productos más famosos. Daniel entendió que era momento de acercarse a los fabricantes, muchos de ellos empresas multinacionales, para generar alianzas que le permitieran continuar liderando el negocio de los exhibidores. Fue así como Instal-Shop se convirtió en socio estratégico de grandes marcas al producir esos muebles publicitarios para los fabricantes.

Años más tarde, impulsado por su incansable curiosidad y su espíritu empresario, Daniel advirtió la necesidad de tener información de primera



mano sobre lo que ocurría en el punto de venta para poder mejorar sus exhibidores y así, asesorar a los fabricantes de cómo destacar sus marcas y categorías en el espacio comercial y lograr que el consumidor, en su misión de compra, elija sus productos. *“El año 2014 fue la bisagra. Era tanta la información y el aprendizaje que teníamos, que decidimos armar un punto de venta propio, un kiosco a la calle, real. Colocamos sensores de movimiento, cámaras, micrófonos. Hicimos un laboratorio para estudiar el comportamiento del consumidor y poder evaluarlo nosotros mismos”,* cuenta. *“Desde una pantalla en streaming ubicada en nuestras oficinas veíamos cómo el comprador interactuaba con los muebles, con el kiosquero, con el planograma. Y vimos que teníamos mucha información de la mesa redonda de las compañías, que pocas veces coincidía con la realidad de la calle. Entonces, nos pusimos la camiseta del kiosquero y ahí entendimos, de abajo para arriba, todo lo que pasaba. Por un lado, desde la parte fabril, nos permitió perfeccionar muchos de los muebles, y por otro, brindar*

*información precisa a los fabricantes y distribuidores para posicionar mejor sus productos y aumentar las ventas”,* relata. Gracias a ese kiosco experimental, la empresa sacó al mercado, por ejemplo, cigarrerías de autoservicio, exhibidores giratorios de productos y heladeras para chocolates, elementos totalmente disruptivos para ese entonces. *“Vimos la necesidad, lo fabricamos y lo acercamos. Nuestro kiosco realmente nos ayudó, nos potenció”,* afirma Daniel.

#### **EL NACIMIENTO DE PICKING UP!**

Otro hallazgo del kiosco propio fue la falencia en la comunicación. *“Desde mi rol como kiosquero, veía que arriba se hablaba de determinada promoción. Y cuando venía el preventista, no me lo decía. El famoso teléfono descompuesto; el mensaje se iba desdibujando, o perdiendo”,* expresa Daniel. *“Ahí es cuando nace, en el año 2016, el canal de comunicación como aplicación, con la búsqueda de que las compañías y distribuidores oficiales, que eran nuestros clientes, puedan llegar con una aplicación a los puntos de venta”,* recuerda.



Y además, que ofreciera la posibilidad de comprar por el mismo medio. Para el **preventista**, lejos de verla como una amenaza, Picking Up! funciona como un aliado, ya que el comerciante recibe previamente la información, lo que agiliza la atención del vendedor y mejora su *performance* en el punto de venta. Además, el comercio ya no sufre quiebres de *stock* debido a que no depende de la visita del vendedor para realizar un segundo o tercer pedido, sino que digitalmente puede comprar en cualquier momento del día. *“Para sorpresa de todos, constatamos que la mayoría de los pedidos adicionales se realizan fuera del horario comercial,*



incluso teniendo puntos muy altos los fines de semana y en fechas de eventos digitales”, asegura Daniel. Y agrega: “Lo más importante de este circuito es que, por decisión de los distribuidores, el vendedor sigue comisionando por esas compras al igual que por la venta

tradicional, detalle que generó no solo la aceptación de la herramienta, sino la correcta comunicación del programa de activación en la plaza.”

Sin dudas, esto potencia a toda la cadena comercial. Daniel enfatiza que Picking Up! no es un e-commerce, sino un verdadero canal de comunicación, con el agregado del e-commerce. “Se trata de una plataforma en la que me hablan, me envían videos, me capacitan, me proporcionan material para que yo pueda implementar en el negocio, como buenas prácticas”, explica. Al mismo tiempo, los **fabricantes** logran expandirse posicionando sus productos en la tienda digital de todos los puntos de venta y haciendo llegar publicidad al consumidor final. En cuanto a los **distribuidores** y **mayoristas**, se aseguran la comunicación

directa con el punto de venta, enviando un solo mensaje, que llega a miles de comerciantes, que es acompañado del catálogo digital, y que estará disponible 24/7.

Pero el alcance de la app no termina ahí. El **comerciante** recibe un *portfolio* de productos que a su vez, puede editar y usar para vender al público a través de una app complementaria dirigida al consumidor final: *Delivering Up!*. De esta manera, el kiosquero no solo cuenta con un negocio *online* que maneja él mismo, sino que dispone del servicio de entrega a través de los **repartidores sociales** de la zona, que hacen entregas a pie. Esta app vuelve a posicionarlo con ventaja competitiva frente a otras aplicaciones que funcionan con comisiones, lo que implica también sobreprecios que impactan directamente sobre el **consumidor final**. “Somos un jugador más en plaza. No es que esta app va reemplazar a otras que hoy se usan, pero buscamos un esquema más ordenado y más sano, ya que detectamos que en estos últimos años algunas multinacionales realizaron acciones y activaron programas de venta directa al consumidor final, o bien que empresas de delivery, utilizando la información de compra de los consumidores, instalaron tiendas propias para abastecer la zona. Este accionar debilitó tanto a los mayoristas como a los puntos de venta cercanos, al no utilizar correctamente la digitalización del canal”, analiza Daniel. La propuesta, sin dudas, es prometedora: invita a ser parte de la evolución de la venta digital en Argentina, apostando al crecimiento del sector en su conjunto.



**Fábrica exclusiva de Pochoclos**  
[ventas@biggys.com.ar](mailto:ventas@biggys.com.ar)

- ✓ Dulces Acaramelados
- ✓ Dulces y Salados

# PICKING UP!

## La App que digitaliza el Canal de forma integral

# Beneficios !



### Industria

Comunicación directa al PDV & Consumidor Final

Posicionamiento de productos en el e-commerce B2B & B2C

Incorporación de material P.O.P  
Planograma In Store

Programa de visibilidad  
Perfect Store



### Distribuidor

Catálogo 24/7

La App no comisiona sobre las ventas

Confección de promociones  
Flyer de comunicación

Múltiple listas de precios asociadas por clientes

Envío de notificaciones push a grupo de clientes



### Punto de venta

Compra y venta Integradas en una sola App

Todos los proveedores en un solo lugar

Digitalización del portafolio del Negocio

La App no comisiona sobre las ventas



### Repartidor

Independencia horaria

Distancias reducidas

Entregas rápidas

Reparto peatonal Seguro y sin gastos

Trabajo saludable y rentable

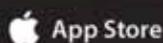
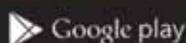


### Consumidor Final

Compras sin sobrepagos

Envío gratis

Entrega en tiempo récord



CONOCÉ MÁS