

Campaña “Pequeños Gigantes” promueve las compras a comercios detallistas

- Iniciativa es un homenaje a las pulperías, abastecedores y minisúper.
- En Costa Rica el trabajo de las tiendas de barrio o pulperías representan casi el 50% de las ventas de alimentación a nivel nacional.
- Se compartirán mensajes para apoyar a los pequeños comercios a superar la emergencia sanitaria, la reducción de clientes y los problemas de suministro.

San José, 20 de mayo 2020.- Con el fin de promover que los costarricenses se queden en sus casas y eviten lugares que concentren aglomeración de personas, las pulperías, los abastecedores y los minisúper, se convierten en los protagonistas de las comunidades, pues son el punto comercial más cercano a los hogares y que, tomando todas las medidas de seguridad, reducen riesgos de transmisión del COVID-19.

Por esta razón, el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) y las Cámaras Nacional de Comerciantes Detallistas y Afines (CANACODEA) y de la Industria Alimentaria (CACIA), se unen nuevamente a la iniciativa del Sistema Coca-Cola denominada: “Pequeños Gigantes”. Este proyecto, que además es impulsado por otras 13 empresas privadas, entre ellas Kimberly-Clark, Kellogg’s, Pozuelo, La Abejita, Pastas Roma, Manza-Té, Nutrisnacks, Dos Pinos, Café Montaña, Helados Malavasi, Capullo y Sardimar, busca que los consumidores costarricenses compren con confianza sus alimentos y bebidas en las pulperías, los abastecedores y los minisúper, para reactivar el comercio detallista de cada uno de nuestros barrios, lo que redundará en beneficio de todas las comunidades.

“En seguimiento y apoyo a las actividades empresariales en los sectores comercio, industria y servicios hemos apoyado la elaboración de guías, protocolos e iniciativas que permitan fortalecer capacidades en el parque empresarial de cara a una apertura responsable de los comercios. Acatar las órdenes sanitarias es básico para que el país avance hacia una salida de la actual crisis. Destaco la disciplina y capacidad de adaptación de las pulperías, abastecedores y minisúper, quienes por medio del programa “Pequeños Gigantes” son ejemplo de cómo las nuevas prácticas en los negocios ayudan a preservar la salud pública y el trabajo de miles de personas, que desde su comunidad, se empeñan para proveer a las familias de alimentos y reactivar poco a poco la economía local”, manifestó Victoria Hernández, Ministra de Economía, Industria y Comercio

Un estudio de la consultora FUNDES en Latinoamérica señaló, que en Costa Rica el trabajo de las tiendas de barrio o pulperías representan casi el 50% de las ventas de alimentación, y este negocio se convierte en el ingreso y sustento para cientos de familias. En América Latina, según el estudio, hay más de 10 millones de pequeños minoristas que representan una parte significativa de las ventas al menudeo.

“Pequeños Gigantes es un homenaje a los detallistas que están con sus vecinos y sus familias cerca de sus casas todos los días del año. Su tamaño grande se mide en el servicio que prestan, las horas que dedican, los riesgos que corren, la atención personal, la ayuda al vecino, a las familias, tener los productos y servicios que los consumidores necesitan, dar fiado. Por su impacto positivo, exhortamos a

los consumidores para que también sean gigantes y ayuden a nuestros detallistas a salir adelante”, señaló Olga Vargas, directora ejecutiva de la Cámara de Comerciantes Detallistas

Las relaciones comunitarias de las tiendas de barrio no sólo permiten dar crédito sin garantía y muy bajo riesgo de incumplimiento, relacionando a los consumidores con sus tiendas, sino que también los lleva a representar un papel central en la comunidad. Los dueños y administradores de las pulperías, abarroterías, minisúper son vistos como líderes confiables y puntos de referencia para el bienestar de los barrios. Finalmente, los productos individuales y de empaques pequeños coinciden con las preferencias y necesidades de los clientes con presupuestos y espacios de almacenamiento limitados.

“La industria alimentaria y de bebidas, como actor responsable, ha ayudado a los pequeños detallistas con recomendaciones, que les permitan proteger la salud de sus colaboradores y familias y al mismo tiempo, la confianza de los clientes que pueden visitar una tienda segura, ordenada y siguiendo estrictamente las directrices del Ministerio de Salud y las autoridades competentes”, concluyó Mario Montero, Vicepresidente Ejecutivo de CACIA.

Junto a nuestros aliados de siempre

Todas las empresas que forman parte de *“Pequeños Gigantes”*, reconocen la importancia de las tiendas de barrio para la comunidad. Por eso, desde que inició la emergencia por el COVID-19, se realizan esfuerzos para apoyarlos.

Muestra de ello, es que, desde finales de abril, se impulsa junto a aliados de la industria, *“Mi Negocio Abierto”*, cuyo objetivo es brindar un plan de acción a los dueños de estos negocios para reactivar su operación. Ahora *“Pequeños Gigantes”*, se suma a esta alianza para que todos compremos a estos negocios.

*“Para nosotros es un privilegio contar con el apoyo de otras empresas en esta iniciativa. Instamos a los consumidores a decir **“Yo #ComproCerca”** y a unirse en torno a esta propuesta y poner sus videos o fotos en el Instagram Compracerca_cr y hacernos gigantes a la par de los comerciantes detallistas”,* comentó William Segura, Gerente de Asuntos Públicos y Comunicación de Coca-Cola para Centroamérica.

Además del MEIC, CANACODEA, CACIA y Coca-Cola, la iniciativa ha sido promovida y apoyada por las empresas, Kimberly-Clark, Kellogg’s, Pozuelo, La Abejita, Pastas Roma, Manza-Té, Nutrisnacks, Dos Pinos, Café Montaña, Helados Malavasi, Capullo y Sardimar.

Razones para apoyar al comercio detallista:

1. **Apoyo económico:** al comprar en una tienda está apoyando el sustento de familias enteras.
2. **Más cerca:** lo más probable es que tenga un punto de abastecimiento cercano, así evitará recorrer grandes distancias y tendrá menos riesgo de contagio.
3. **Apoyo a las comunidades:** los tenderos abren no solo para sostener a sus familias, sino para que la comunidad esté abastecida de productos.
4. **Son seguras:** los detallistas han adoptado medidas de higiene y seguridad para proteger a sus trabajadores y a sus clientes.
5. **Fían:** es el único lugar donde siempre han confiado en usted y le han ‘fiado’. Es un buen momento para devolverles la atención.
6. **Son de fácil acceso:** en todas partes hay una pulpería, abarrotería o minisúper que le proveen de lo necesario.
7. **Es seguro:** comprar alimentos y bebidas en las tiendas de barrio es algo seguro.
8. **Puede pedir a domicilio:** algunos de estos negocios te ofrecen servicio a domicilio.
9. **Reduce el riesgo de contagio:** en la tienda de barrio encontrará menos personas por lo que el riesgo de contagio es mucho menor.
10. **Calidad en el servicio:** los detallistas te conocen y saben qué le gusta, así que le brindarán un excelente servicio.