



MULTIVENDE



CASO DE ÉXITO

DIVERSIFICACIÓN Y TECNOLOGÍA COMO PUENTE HACIA EL CRECIMIENTO DE SUPLETECH

Cómo el enfoque en brindar experiencias personalizadas
ha impulsado su liderazgo en el sector

La capacidad de adaptación y transformación constantes, son cualidades de gran valor en el ámbito empresarial. En el mundo digital, son claves para la **vigencia** y **competitividad** de las marcas, pues suelen ser el impulso perfecto para la diversificación y la oportunidad para ampliar las perspectivas a futuro en todas las áreas.

Esas cualidades representan el espíritu y trayectoria de **Supletech**, pues en un entorno altamente competitivo como es el amplio mercado de la nutrición, rendimiento deportivo y bienestar físico, generar valor va más allá de ofrecer un producto o servicio de calidad, sino que se ha convertido en la capacidad de las marcas de crear **experiencias memorables** y brindar a sus clientes una **propuesta única** dentro de su categoría.

Supletech es una empresa que ha logrado posicionarse en el mercado desde el **talento** y la **innovación**. En su experiencia nos enseña que a través de la búsqueda constante de la optimización y el uso de todas las herramientas que pone a disposición la tecnología, es posible no solo **crecer** sino fijar horizontes **más desafiantes** y romper cualquier esquema tradicional para redefinir el éxito **bajo sus propios términos**.

DESDE VIÑA DEL MAR HACIA LA INTERNACIONALIZACIÓN

En 2013, Lovro Tomicic sienta las bases de su empresa en **Viña del Mar** a través de su primera tienda física, para luego expandirse a la Región Metropolitana, Antofagasta y La Serena. En ese contexto, ve el comercio electrónico como una tendencia que adquiriría fuerza a nivel mundial y que ya comenzaba a hacerse sentir en Chile.

A partir de ese momento, fue solo cuestión de tiempo para que su enfoque en expandirse en conjunto con las oportunidades del mercado y su **potencial como marca**, llevaran a Supletech a centrar su visión de negocio en el **eCommerce**, ya no solo como una alternativa de crecimiento sino como un medio plenamente consolidado y decisivo en el contexto global.



Supletech es una empresa con sello chileno, que nace en Viña del Mar impulsada por el espíritu de emprendimiento de su fundador **Lovro Tomicic**, y recorre un largo camino desde las tiendas físicas hasta el mundo online para posicionarse como una de las marcas de **suplementación nutricional y deportiva** más relevantes a nivel nacional.

Es una marca enfocada **en impulsar la transformación hacia el bienestar**, tanto desde la nutrición dentro de un estilo de vida saludable como en el **rendimiento deportivo** a nivel profesional. Busca impulsar el cambio desde la acción, acompañando y facilitando como expertos, la adopción de hábitos nutricionales que permitan tener un estilo de vida saludable y sostenible a largo plazo.



Tal como señala Lovro “Cuando visualizamos el crecimiento de las grandes plataformas marketplace de nuestro país, es cuando vimos una oportunidad de **posicionar nuestra marca** en cada una de ellas, de esta manera el comercio digital para nosotros iba en una curva ascendente en cuanto a **experiencia, desafíos y nuevas oportunidades**”.

Durante la etapa inicial de emprendimiento y de formación de la marca en medios digitales, usaron los espacios de ecommerce de redes sociales como Facebook. Luego, con el incremento de las ventas, la marca decide partir con su **propia plataforma de ecommerce**, un proceso que como punto de entrada formal al comercio electrónico requería **esfuerzo, constancia** y la capacidad de **reinventarse** constantemente ante el acelerado desarrollo tecnológico del sector.

Partieron con el software OpenCart y posteriormente migraron a **PrestaShop**, plataforma a través de la que concretaron su inicio en el comercio electrónico. Posteriormente, siguiendo de forma acertada las tendencias del mercado y ante el protagonismo que adquirirían los **marketplaces**, comenzaron a posicionar sus productos también en estos canales.

Luego de 9 años en el mercado, la **diversificación de canales** le ha permitido a la marca no solo vender en canales físicos y online, sino también **sumar nuevas líneas de productos** especializados, realizar ventas al detalle a través del **comercio B2C** e impulsar su crecimiento y desarrollo como mayoristas a través de sus **alianzas B2B**.

En este sentido, Supletech se ha convertido en la vitrina para el **desarrollo de su rubro en el país**, a través del manejo e impulso tanto de marcas propias como de marcas de terceros en sus distintas plataformas, lo que es una muestra más de cómo la diversificación ha jugado un papel clave en su crecimiento.

Dentro de sus procesos internos como empresa, tal como cuenta su fundador “la venta online nos permitió tener una mayor **cantidad de productos**, mejorar nuestras **estructuras de costos**, y también crear nuestro **ecommerce B2B**, de manera de apoyar a aquellas personas que buscaban emprender en este mercado.”

En paralelo, **su presencia en el retail físico se ha fortalecido**, expandiéndose en la Región Metropolitana y permitiéndoles inaugurar en el 2021 tiendas en el Mall Costanera Center y en el Mall Arauco Maipú. De esta forma, Supletech pasó de tener una tienda única en Viña del Mar en sus inicios, a tener actualmente **7 sucursales en 4 regiones de Chile** y con perspectivas de expandir sus operaciones a nivel internacional.

UN CAMINO DE TRANSFORMACIÓN Y OPORTUNIDADES

El crecimiento siempre va acompañado de una mayor **exigencia** en las operaciones de cualquier negocio, pues requiere que los equipos se adapten a nuevos procesos y que surjan también nuevas áreas que inicialmente pueden no estar consideradas,

pero que en el caso del ecommerce, son propias de la **transformación digital**.

En el panorama de crecimiento de Supletech, este proceso implicó para la marca, la necesidad de manejar catálogos en múltiples sitios, cargar constantemente nuevos productos, manejar de forma cuidadosa y asertiva los inventarios, gestionar la demanda además de todas las tareas logísticas diariamente.

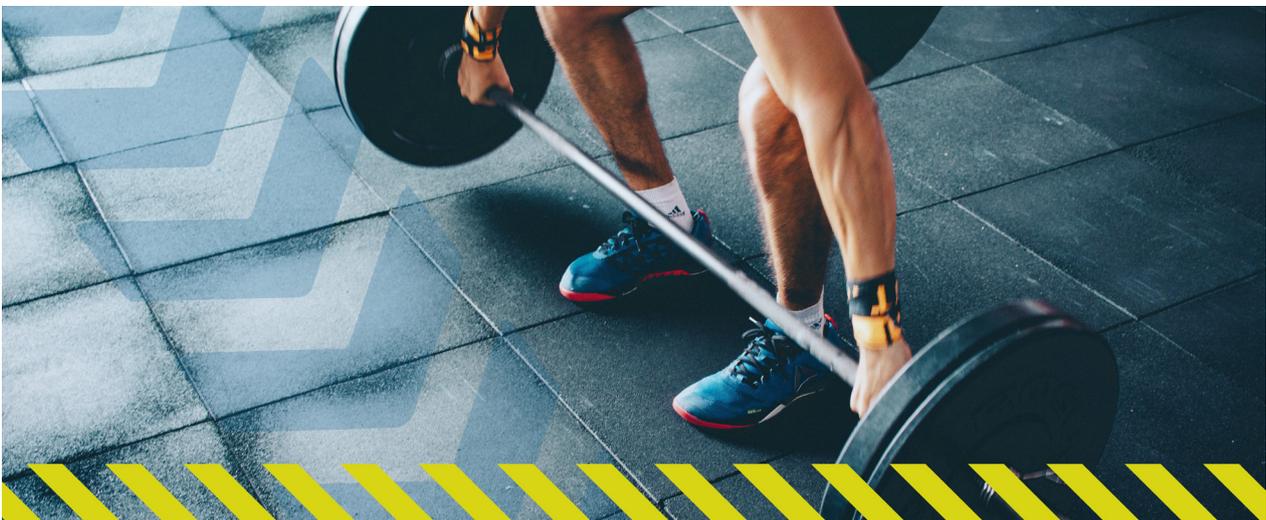
La magnitud de su operación, evidenció la necesidad de nuevas y mejores formas de manejar el área online. Es en ese momento cuando Multivende pasa a ser la **herramienta tecnológica** para optimizar la administración y orden de su gestión en canales digitales así como lograr que su crecimiento fuese acompañado de igualmente **mejores niveles de servicio** para sus clientes en cada canal.

Los mayores desafíos de Supletech siempre estuvieron determinados por la visión como marca de tener presencia nacional, lo que implicaba penetrar en grandes mercados así como mercados de nicho de forma consistente. En ese sentido, poder resolver todos los aspectos de la **administración diaria** de sus canales de venta físicos y digitales, era necesario para ir más allá en su operación y enfocarse en fortalecer sus propuestas comerciales para responder a necesidades diversas de la sociedad en el ámbito de la salud, la nutrición y el bienestar.

En este sentido **Lovro** señala que: “Queremos estar a la **vanguardia** con lo que el comercio electrónico exija, siendo líderes y pioneros en innovación, pero por sobre todo, lograrlo con procesos operativos y logísticos eficientes, que nuestra comunidad de sienta satisfecha en todo el proceso de compra, tanto en la plataforma web donde se inicia la relación, hasta que se concreta cuando le llegan sus productos.”

Con esto en mente, dentro de los aspectos clave de la operación que pudieron solucionar a través de la **omnicanalidad**, la administración de productos para distintas plataformas fue trascendental. Pues la marca pasó de gestionar manualmente en cada plataforma un catálogo en constante crecimiento, a una **administración masiva y simultánea** en sus diversos canales ecommerce para las distintas líneas de productos, pudiendo sumar productos, imágenes, categorías, variaciones y toda la información propia de su rubro con menos esfuerzo y lograr cumplir con sus objetivos para tener un mejor posicionamiento en el tiempo óptimo en cada canal.

Otro aspecto fundamental fue eliminar el riesgo de sobre vender productos por errores operacionales, pues en la escala de su operación los quiebres de stock eran algo que necesitan prevenir y en ese sentido, la integración respondía a lo que técnicamente requerían para **gestionar el inventario con un mayor control**.

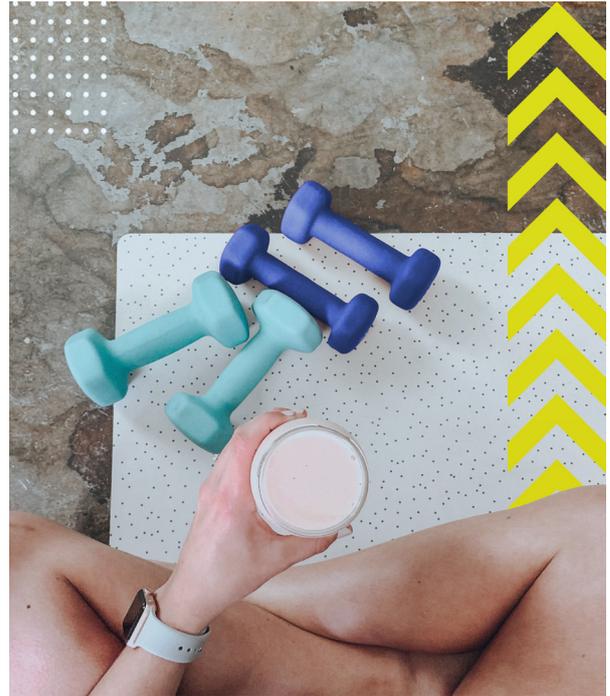


Esto sumado a la facilidad para implementar estrategias comerciales enfocadas en ofertas, las reposiciones automáticas y la integración de los órdenes en todo el flujo de preparación de pedidos, fue determinante en un escenario de aumento de las ventas para **generar eficiencia** en todos los aspectos.

Así, centralizar múltiples procesos cotidianos, evitar trabajar de forma disociada - como equipo y como marca - con respecto a diversas plataformas y el impacto visible en la reducción de tiempos de reacción, fueron cambios neurálgicos en el proceso de decisión inicial y luego significaron una base para **impulsar nuevos proyectos** con una operación más sólida.

ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES QUE POTENCIAN EL CRECIMIENTO

Como equipo, Supletech ha experimentado un cambio positivo en primer lugar gracias a la eficiencia que ha podido aportar la **omnicanalidad** y que ha dado lugar a la creación de nuevas áreas



enfocadas en **potenciar su éxito** en los canales digitales. Han estructurado un equipo completo y especializado para la administración de la plataforma que actualmente lidera las operaciones y gestión omnicanal, así como un equipo de marketing digital que ha venido a complementar la expansión de las actividades comerciales.

Todo esto se ha traducido en un trabajo más eficiente, con herramientas, procesos y mejoras continuas que impulsan no solo que el equipo se involucre y sume valor para explotar el potencial de tecnologías más avanzadas, sino que esto también ha permitido establecer y lograr **objetivos más ambiciosos**.

De esta manera, el impacto se ha hecho notar en los KPIs operacionales y en el crecimiento tangible como empresa. La **relación producto creado vs. producto publicado** en cada marketplace ha mejorado notablemente y para la marca, ha significado que cada una de las líneas de productos esté disponible de forma simultánea en todas sus plataformas.

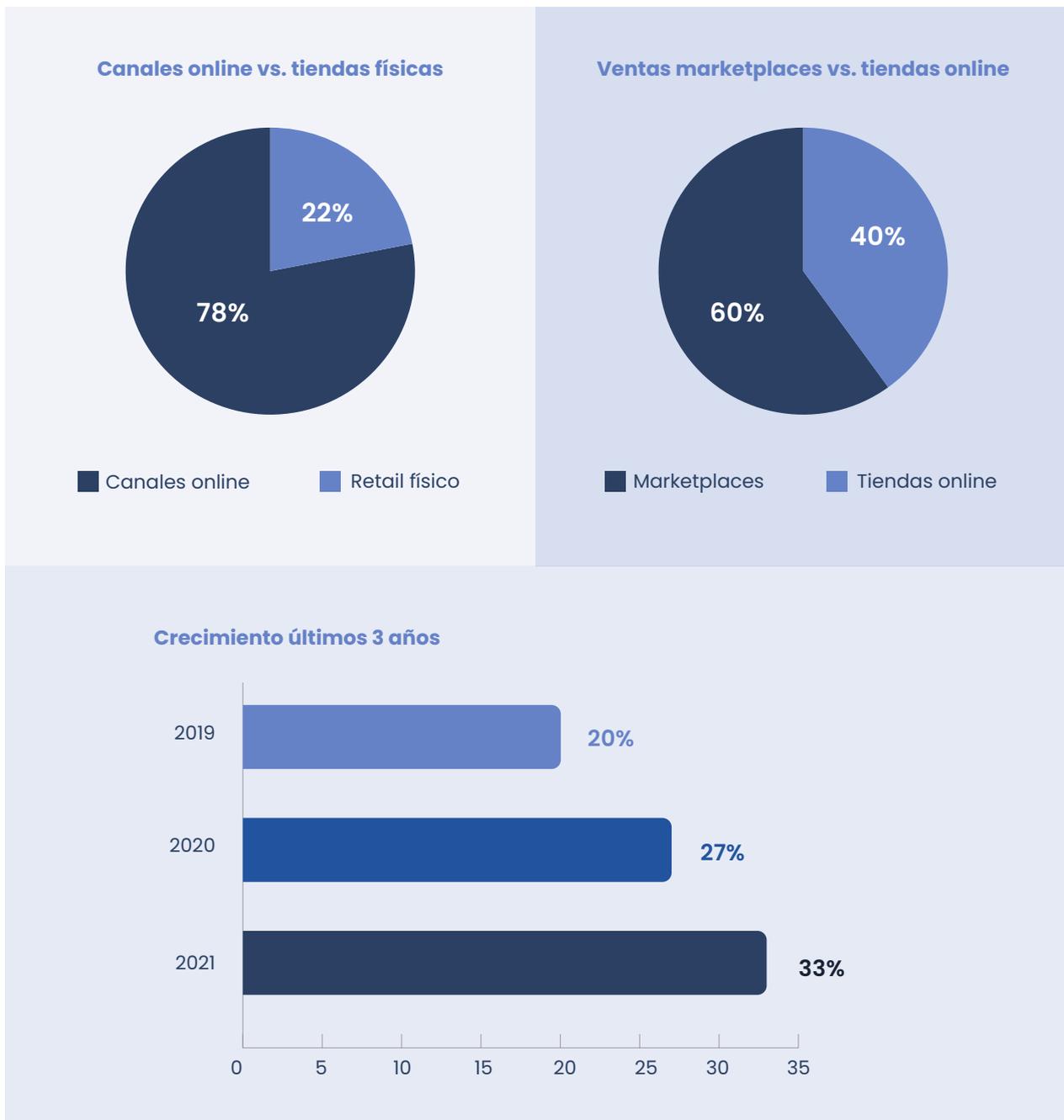
Además, la **rotación de productos** en bodega también es un indicador con mejoras notables, impulsando la salida de productos que

anteriormente no tenían. Igualmente los índices de manejo de inventarios con respecto a los indicadores de asertividad y minimización de diferencias, han mejorado de manera sustancial.

Por otra parte, en el último año, **los canales online representaron el 78% de sus ventas al detalle**, mientras que con respecto a su performance en distintos medios digitales, el **60% de las ventas provienen de los marketplaces** mientras que el

otro 40% se corresponde a sus ecommerce propios.

En términos de crecimiento general como marca, ha experimentado una evolución que para cualquier empresa es un claro símbolo de éxito a largo plazo: **crecimiento sostenible año tras año**, con un incremento a nivel porcentual en los últimos 3 años que va desde el **20%** en 2019, **27%** en 2020, **33%** en 2021 y con proyecciones a futuro que siguen esta tendencia.



No podemos hablar de cifras, sin considerar la magnitud de la operación de Supletech, pues en el retail físico cuenta con **7 tiendas a nivel nacional** mientras que en el mundo online, está presente en **6 de los marketplaces más relevantes del**

país: Mercado Libre, Falabella, Linio, Paris, Ripley y PedidosYa y cuenta además con **7 ecommerce propios** orientadas a sus principales líneas de productos.



- **Supletech (supletech.cl)**

Es la plataforma oficial de la marca, donde consolida su oferta de **múltiples líneas de productos** y la propuesta de valor que la ha convertido en la marca líder de nutrición y suplementación alimenticia del país.



- **Vegan Pro (veganpro.cl)**

Especializada en alimentación y suplementos para **veganos**, esta línea de productos es una muestra de cómo ha desarrollado sus marcas propias de acuerdo a las tendencias del mercado y a las necesidades de sus consumidores.



- **Women Whey (womenwhey.cl)**

Con foco en ofrecer las mejores alternativas en **suplementos deportivos para mujeres** y promover mejores resultados en la actividad física, ofrece también accesorios, recetas fit y blog con rutinas y tips de ejercicios.



- **By Gala (bygala.cl)**

Igualmente enfocada en productos para mujeres, se especializa en potenciar buenos hábitos complementando los requerimientos de vitaminas y proteínas para la **nutrición y bienestar femeninos**.



- **Pro Collagen (procollagen.cl)**

Partiendo de suplementos con base en el **colágeno hidrolizado**, ha desarrollado toda una línea de productos pensada para promover y facilitar el consumo eficiente de esta proteína esencial dentro de la suplementación alimenticia.



- **Alpha Buff (alphabuff.cl)**

Línea de productos enfocada en impulsar el **rendimiento mental**, la **energía** y **concentración**. Su propuesta de valor se centra en ofrecer una alternativa natural y saludable como suplemento para gamers.



- **Forzagen (forzagen.cl)**

Dedicada a promover la variedad de productos de la marca con foco en mejorar el **rendimiento deportivo**.



Para Supletech, tener una estrategia omnicanal significa lograr la perfecta integración entre las tiendas físicas y los diferentes canales digitales al mismo tiempo que se minimiza el tiempo de entrega y se potencian mejores experiencias para los clientes.

Esto apunta directamente a ofrecer una propuesta de valor más allá de ser líderes en precios o diferenciación, sino que se centra en **generar confianza** a través de un proceso de venta que funcione correctamente, con productos que realmente respondan a las necesidades de los clientes y 100% enfocado en una experiencia consistente en todos los canales. Así, la satisfacción del consumidor inicia desde la compra, pasando por la entrega hasta impulsar con sus productos la transformación hacia el bienestar.

Supletech ha recorrido un camino extraordinario y sigue **evolucionando**, pues su proyección a futuro

plantea metas ambiciosas y desafiantes. Desde el ámbito operativo, espera potenciar aún más las **líneas de productos propias** y consolidar los procesos de **retiro en tienda** de las compras online a través de la omnicanalidad.

A nivel empresarial, sus proyectos para **escalar a mercados extranjeros** se encuentran en pleno proceso de implementación, principalmente a través de un programa de aceleración para ampliar su mercado de venta a marketplaces norteamericanos.

Potenciar la marca y afianzarse como **líderes en su rubro dentro y fuera de Chile**, es un proceso que requiere complementar los canales físicos y digitales, especializarse de acuerdo a los objetivos y necesidades de los clientes y enfocarse en innovación y la expansión del negocio mientras **la tecnología resuelve el resto de la operación**.



MULTIVENDE.com