

ALLUMA

CASO DE ÉXITO

¿CÓMO LOGRARON VENDER EN 16 MARKETPLACES
DESDE UNA SOLA PLATAFORMA?



• • •

¿Qué necesita una empresa para crecer en el mundo online? En el eCommerce, esta pregunta tiene una larga lista de posibles respuestas. Sin embargo, uno de los factores fundamentales en cualquier escenario es la **diversificación de los canales de venta**.

Parece una tarea sencilla: mientras mayor es la **presencia online** de una marca, mayor es su **visibilidad**, lo que significa que puede impactar a una **audiencia más grande** y con ello **impulsar sus ventas**. No obstante, para quienes están dentro de la industria del comercio electrónico, esto representa un **desafío operativo** que no todas las empresas pueden asumir, y mucho menos hacerlo con éxito.

Es por esa razón que hoy contamos la historia de **Alluma**, una de las empresas colombianas que ha logrado hacer frente a ese desafío operativo y **abrirse camino al crecimiento exitosamente**. ¿Cómo? A través de la tecnología y la integración de plataformas para llegar más lejos, de forma más sencilla.

“

Alluma Trade es una empresa colombiana que nace en el año 2020 fundada por **Mario Garcés y Alma Martínez** con el propósito de llevar al mercado “productos de primera calidad, por el menor precio posible”, gracias a su operación como **importadores directos** y **representantes oficiales** de las marcas que comercializan.

”

Como ocurrió con múltiples empresas en Colombia y el mundo, la dinámica de pandemia en el año 2020 **transformó su modelo de negocio**. Pasaron de ser solo distribuidores y trabajar bajo un formato B2B abasteciendo a supermercados y puntos de venta, a vender directamente al consumidor final a través del comercio electrónico, dando origen al nacimiento de la marca **Alluma Trade** y bajo la dirección de **Juan Camilo Garcés**.



Juan Camilo es el Director de eCommerce de Alluma desde la fundación de la empresa. Como profesional con conocimientos en eCommerce y diseño, ha sido el encargado de la estrategia de la marca para consolidar su presencia online y crecer en los canales digitales.

De acuerdo a Juan Camilo, “El comercio electrónico no solo nos ofreció **rentabilidad** en un contexto de crisis, sino que su potencial nos permitió **equiparar los demás canales** de manera muy rápida y hacer de las ventas online parte fundamental de la estrategia de crecimiento a largo plazo.”

El crecimiento inicial de Alluma se vio reflejado directamente en su equipo de trabajo, generando la necesidad de incorporar **soluciones tecnológicas** para abordar los nuevos desafíos operativos y logísticos ocasionados por el **aumento en el volumen de pedidos**.

En ese proceso de profesionalización entró en su panorama de posibilidades la integración omnicanal a través de Multivende, como una solución “con un **valor diferencial** que aportó mejoras muy importantes en su operación”, al permitirles lograr el **control de sus productos, precios e inventario** para múltiples categorías desde un solo lugar.

Alluma es una empresa multicategoría, comercializa productos de las principales marcas en hogar, herramientas, electrodomésticos, entre otras. Una de sus categorías más importantes es la de **Juegos de herramientas** para el hogar a través de su marca propia **Alluma Tools**.

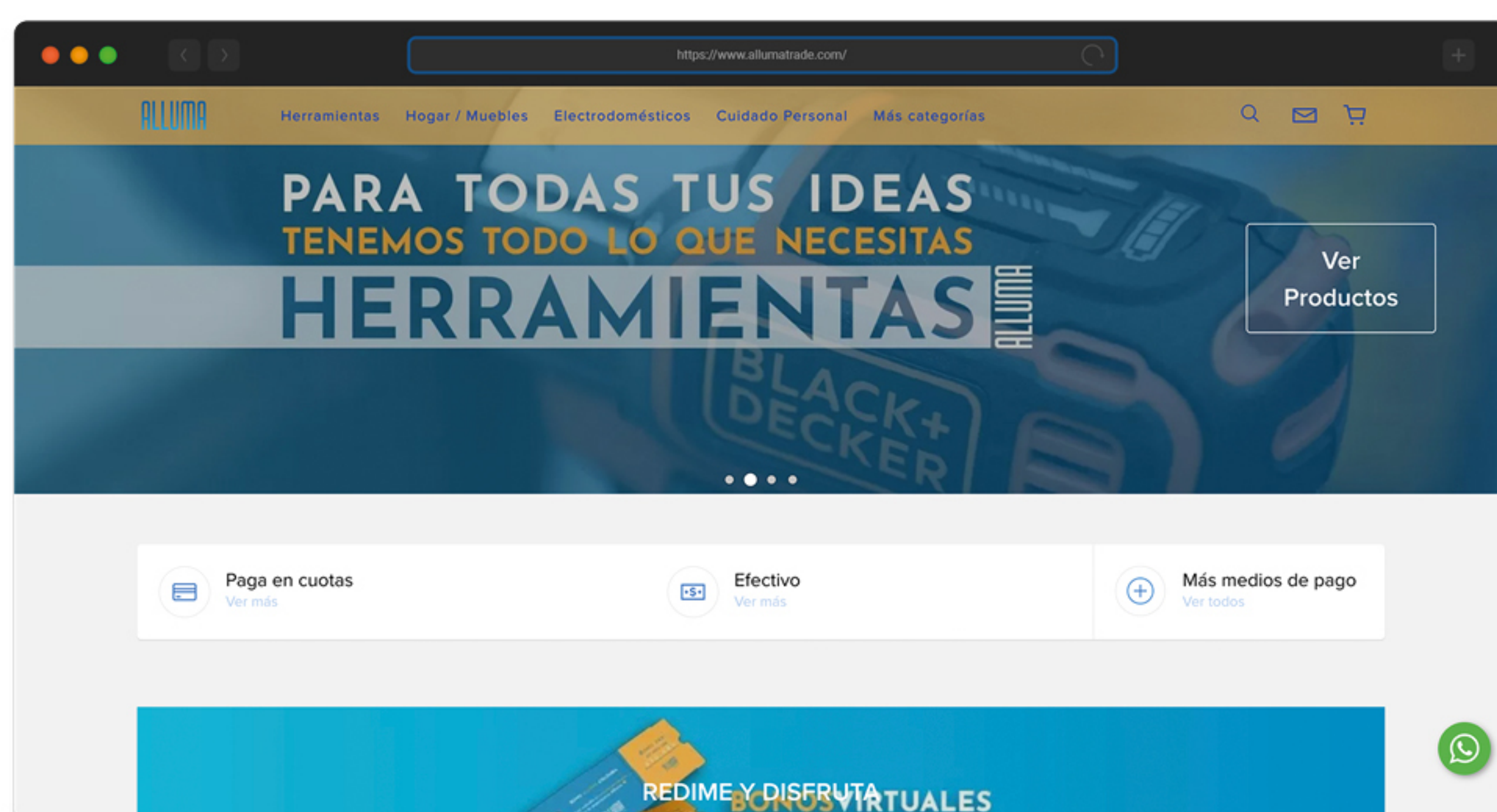
16 PLATAFORMAS, 1 INTEGRACIÓN

20 productos y 2 plataformas de venta, éste fue el inicio de Alluma en el mundo digital. En el año 2020 comenzaron vendiendo a través de Mercado Libre y Linio, para luego empezar su **transformación omnicanal** con Multivende en el 2022.

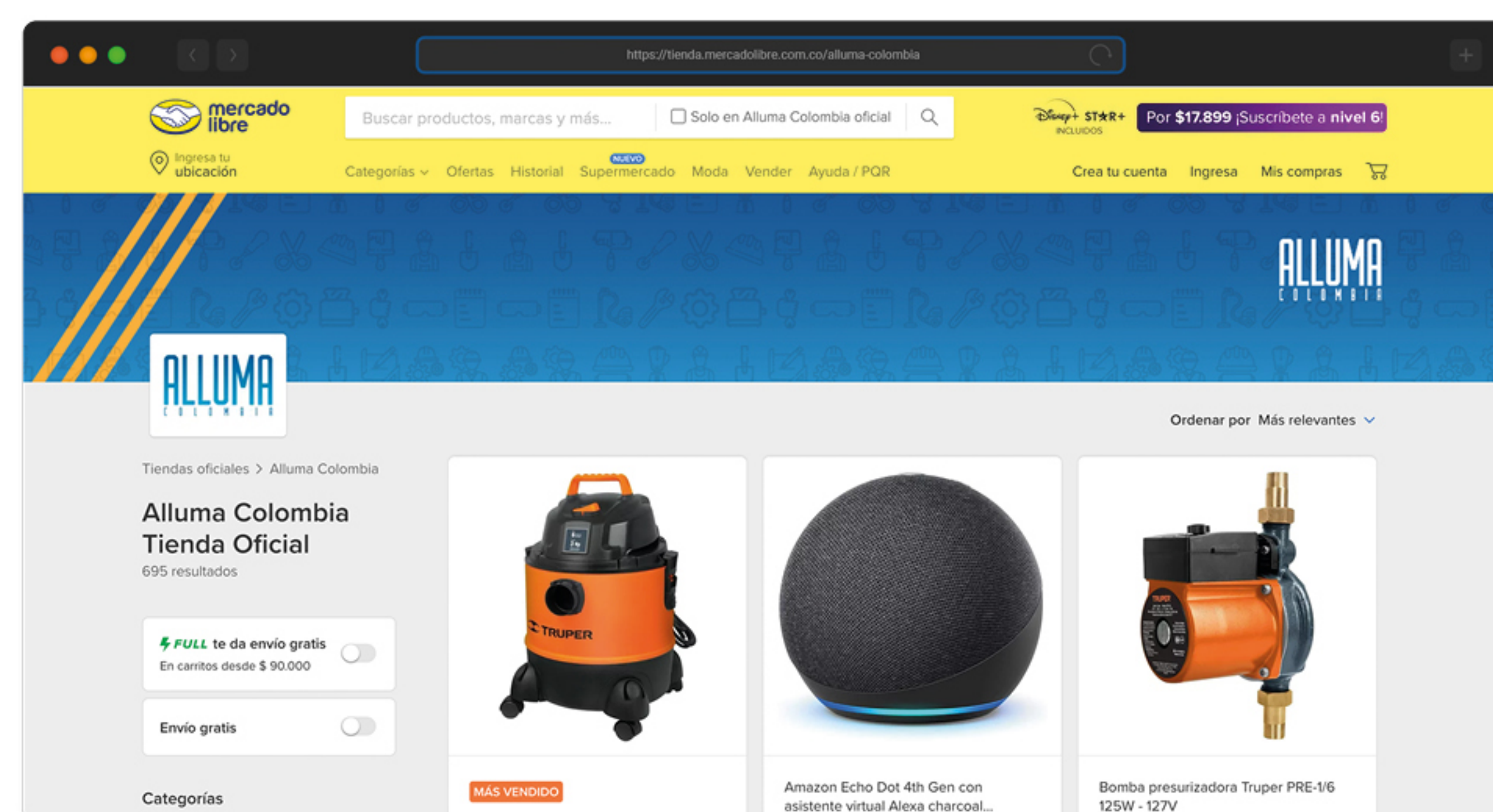
Como una empresa con operaciones online ya iniciadas en estos canales de venta y un buen desempeño como vendedores, la integración comenzó con la importación de su catálogo desde Mercado Libre hacia Multivende para posteriormente,

vincular los productos con Linio, proceso que les permitió integrarse y manejar de forma centralizada ambos marketplaces **manteniendo su reputación e historial de ventas** en ambas plataformas.

Una vez centralizada su operación, pasaron a la apertura de **Dafiti**, iniciaron el proceso de apertura de **falabella.com** y crearon su tienda online propia en **Mercado Shops** desde Multivende, lo que significó para el equipo de Alluma no tener que empezar un trabajo desde cero en nuevas plataformas, sino que pudieron **partir desde su catálogo ya creado en Multivende** para dar de alta nuevos canales de forma más sencilla y en menos tiempo.



Tienda online de Alluma creada con Mercado Shops



Tienda oficial de Alluma en Mercado Libre administrada desde Multivende

En este punto el camino de Alluma iba en ascenso pero, ¿Cómo logró pasar de vender en 5 canales online a tener presencia en 16 plataformas? La respuesta se encuentra en la relevancia que han adquirido las ventas online en Colombia, relevancia que ha

impulsado el surgimiento de **nuevas plataformas marketplaces** que entran al mercado provenientes de diferentes orígenes y que vienen a sumar **nuevas oportunidades de venta**.

En su mayoría estos nuevos marketplaces fueron creados sobre la base de **VTEX**, plataforma de eCommerce que permite a sus usuarios **convertir su tienda online en un marketplace** donde otros vendedores – también usuarios de VTEX – pueden sumar sus catálogos de productos.

Si bien Alluma no usaba VTEX como plataforma de venta, como una marca en pleno auge dentro del rubro tenía como propósito buscar la diversificación

y visibilidad en estas nuevas plataformas y es en este punto donde la **integración** se convirtió en el medio para **romper estas barreras tecnológicas**.

Gracias a las posibilidades de integración de Multivende con VTEX y en conjunto con el *Marketplace Bridge* de la agencia colombiana Tucan, Alluma pudo comenzar a **vender de forma centralizada en 11 de los principales marketplaces de VTEX** presentes en el eCommerce de Colombia.

Alluma y sus Marketplaces de VTEX



UN PUENTE TECNOLÓGICO HACIA LA EXPANSIÓN ONLINE

La tecnología existe para generar **soluciones**, y la solución que hizo posible parte de la **diversificación de Alluma** es fundamental dentro de su historia de éxito: Si bien la posibilidad de convertir una tienda online en un marketplace tiene un gran potencial dentro del ecosistema, su alcance y viabilidad se veían limitados para Alluma por la necesidad de usar la misma plataforma tecnológica para acceder a estos canales online.

En ésta brecha, surge el **Marketplace Bridge** de la agencia colombiana **Tucan**, que funciona como un **punto hacia los VTEX marketplaces** y permite a empresas que no tienen tienda online creada en ninguna plataforma de eCommerce o que usan una plataforma distinta a VTEX, poder vender en estos marketplaces.

Con la integración nativa de Multivende hacia este ambiente, Alluma pudo comenzar a administrar estos nuevos marketplaces con el **funcionamiento estándar** de la plataforma, maximizar su visibilidad online y gestionarlos con un **stock centralizado** y una **administración más eficiente, ordenada y escalable**.

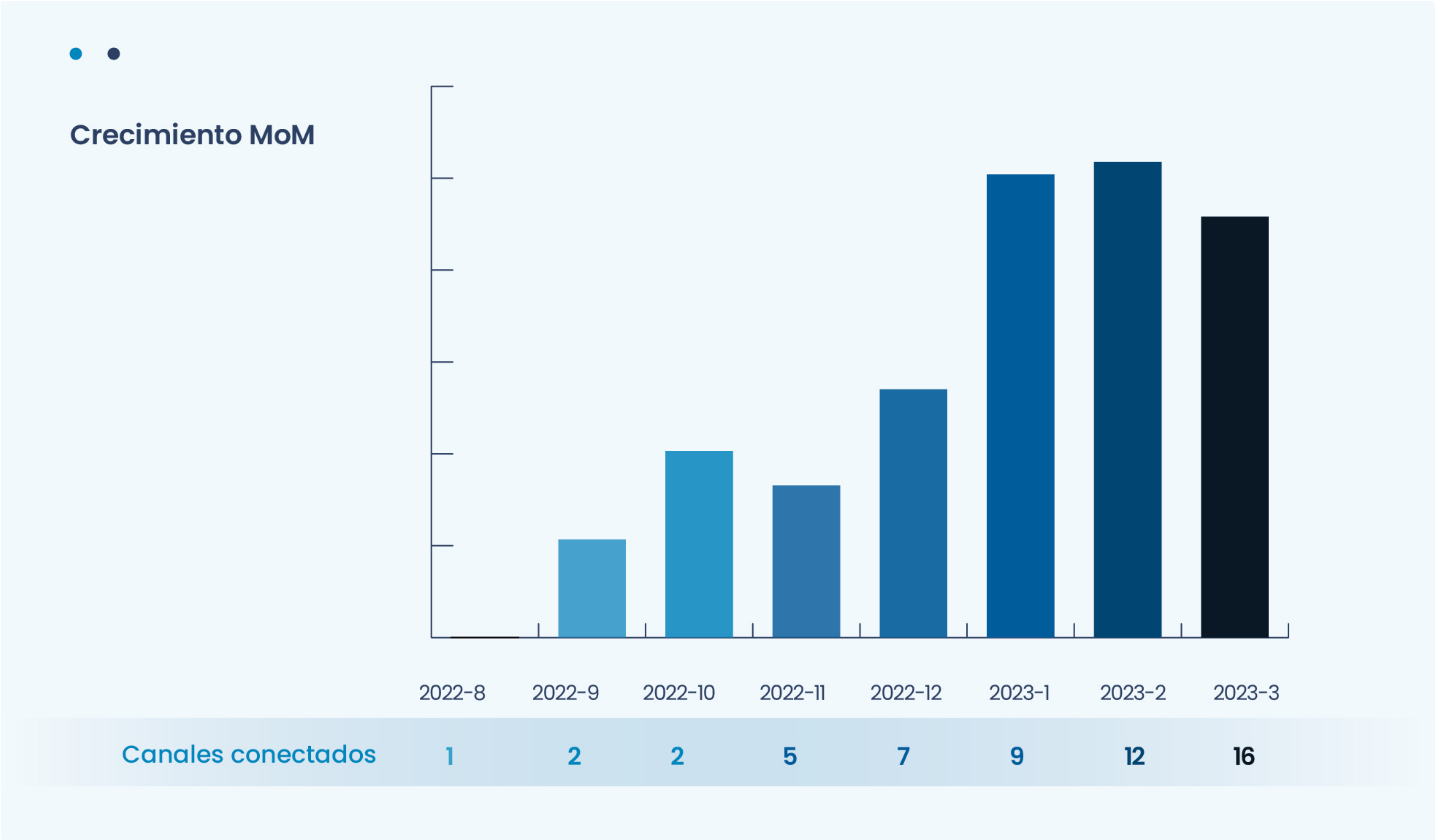


DIVERSIFICACIÓN = CRECIMIENTO SOSTENIDO

La integración de la empresa a múltiples canales de venta ha tenido un impacto directo en su crecimiento: después de centralizar su operación y sumar 16

canales de venta integrados, Alluma logró duplicar sus ventas online.

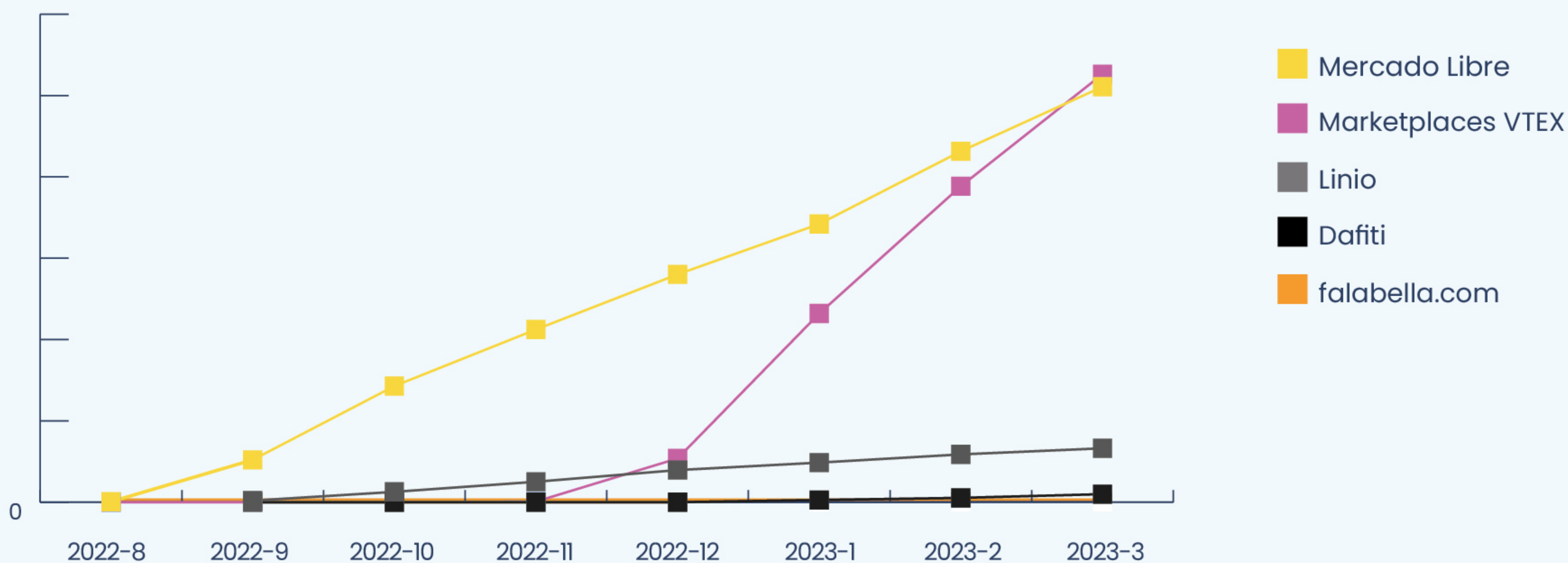
En 2022 cuando iniciaron su camino en la omnicanalidad Alluma vendía solo en 2 canales y a medida que han sumado nuevas integraciones su crecimiento en ventas ha sido sostenido.



CRECIMIENTO DE MARKETPLACES DE VTEX MOM

• •

Crecimiento MoM

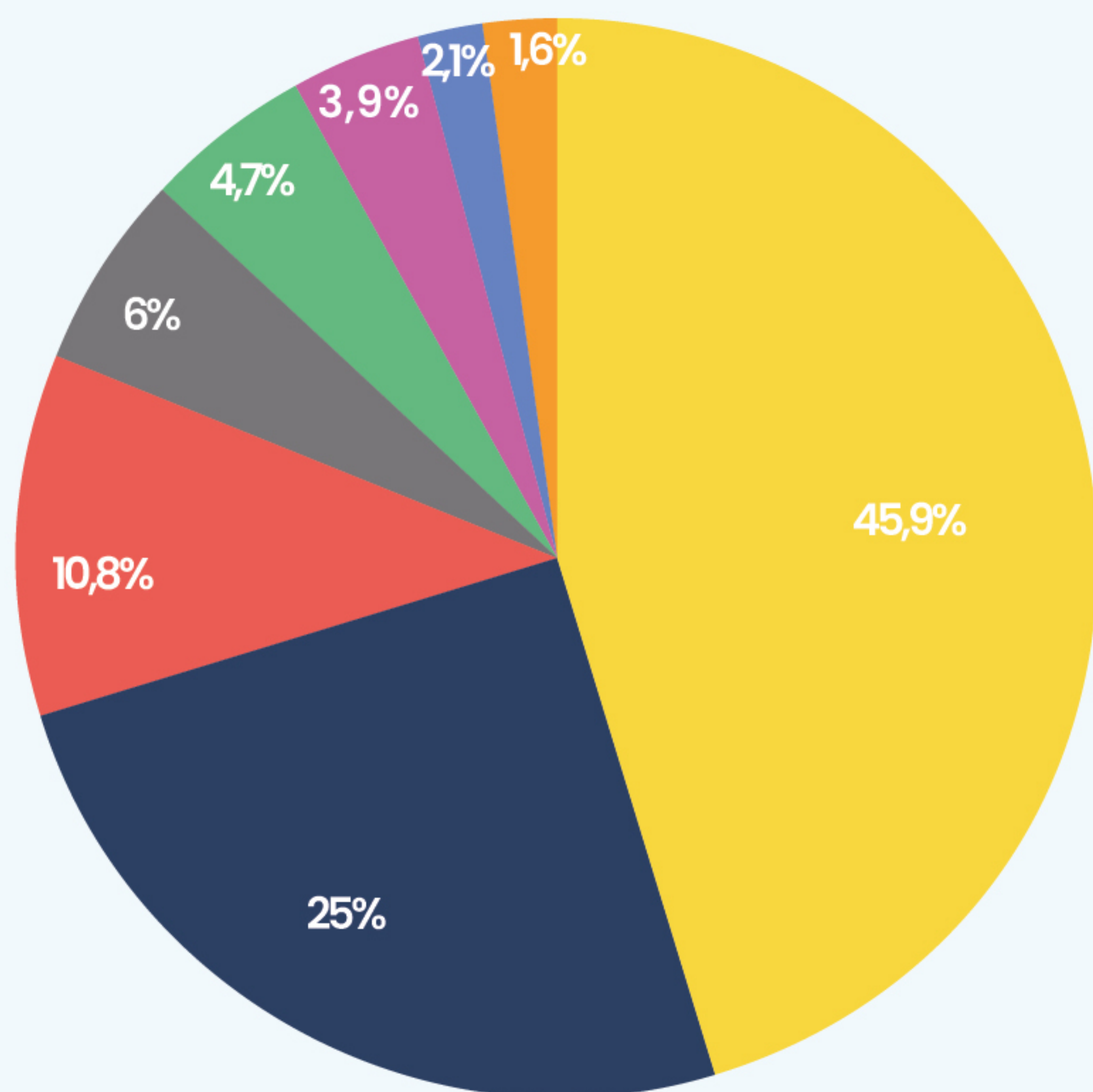


La diversificación de canales también ha **transformado la distribución de ventas** de Alluma: para marzo 2023 el crecimiento de los marketplaces de VTEX en conjunto ha llegado a sobrepasar las ventas de Mercado Libre.

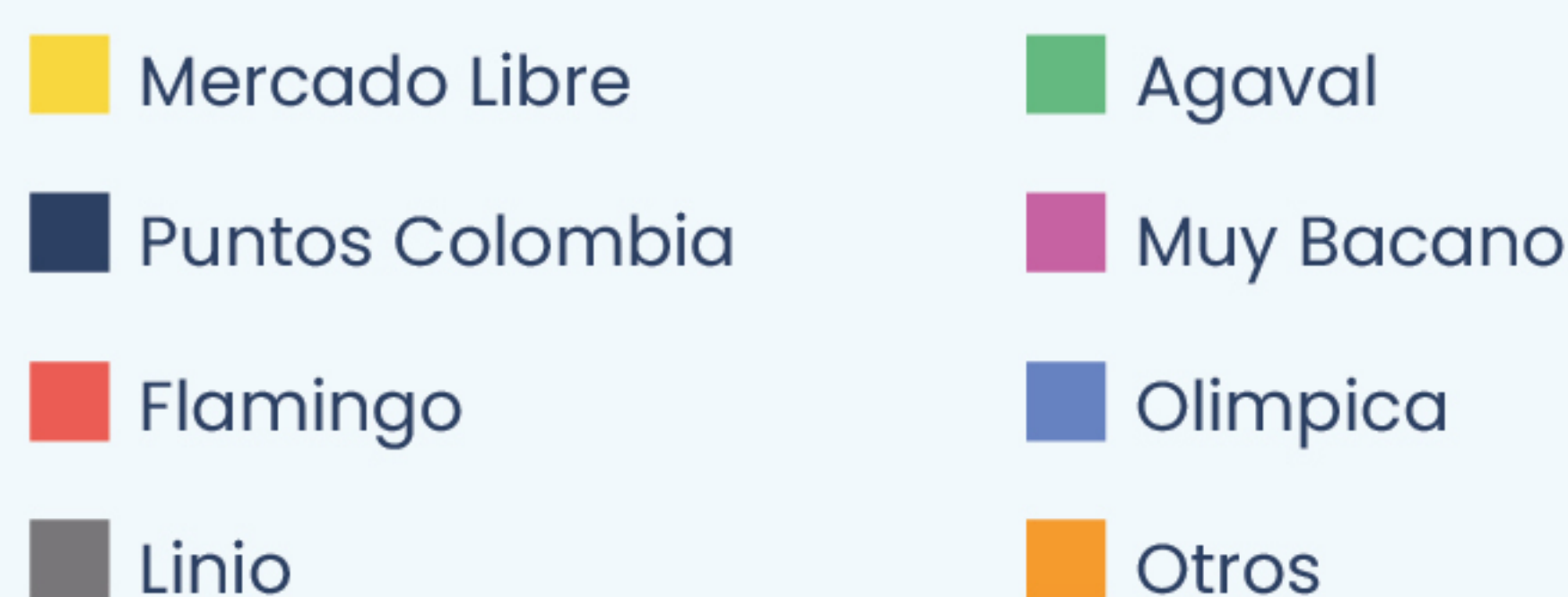
DISTRIBUCIÓN DE VENTAS POR CANAL

• •

Distribución por canal



En la distribución por cada canal conectado lidera **Mercado Libre** con el 46% de las ventas, marketplace donde Alluma también cuenta con una tienda oficial; seguido por **Puntos Colombia** (25%) y **Flamingo** (11%)*



*Periodo 08-2022 al 03-2023

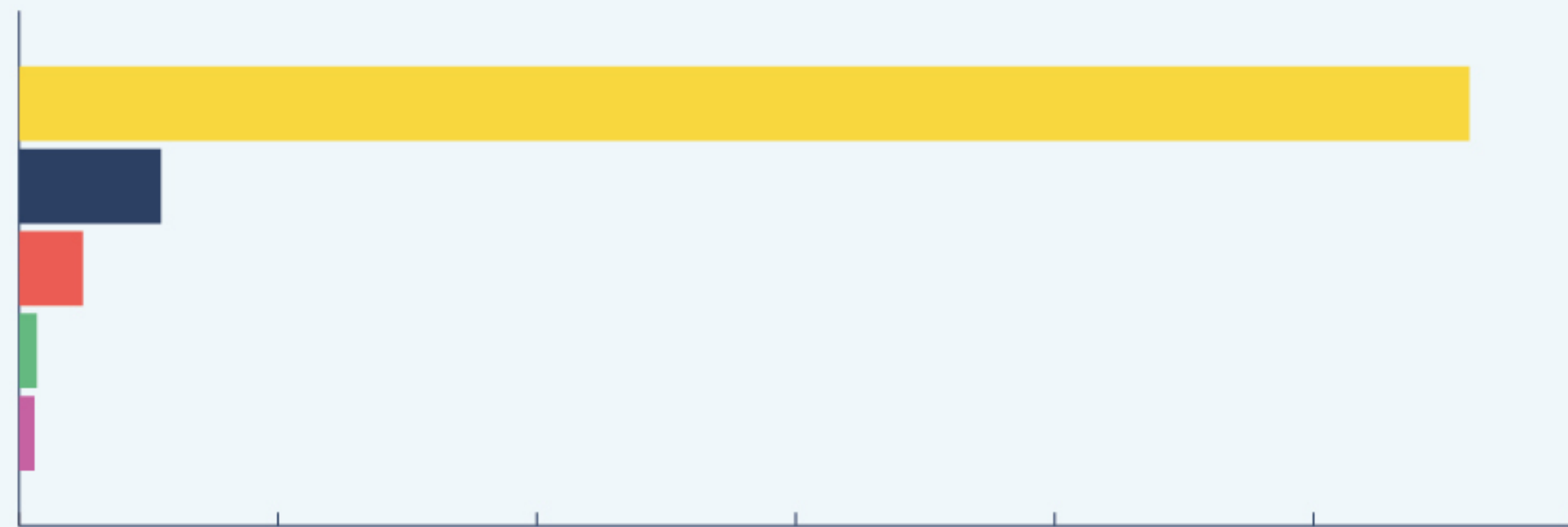
*Mercado Libre y Mercado Shops se consideran parte de la misma conexión

*Otros por share de ventas: Dafiti, Pepe Ganga, Market RCN, Ubuntec, Mercaldas, falabella.com

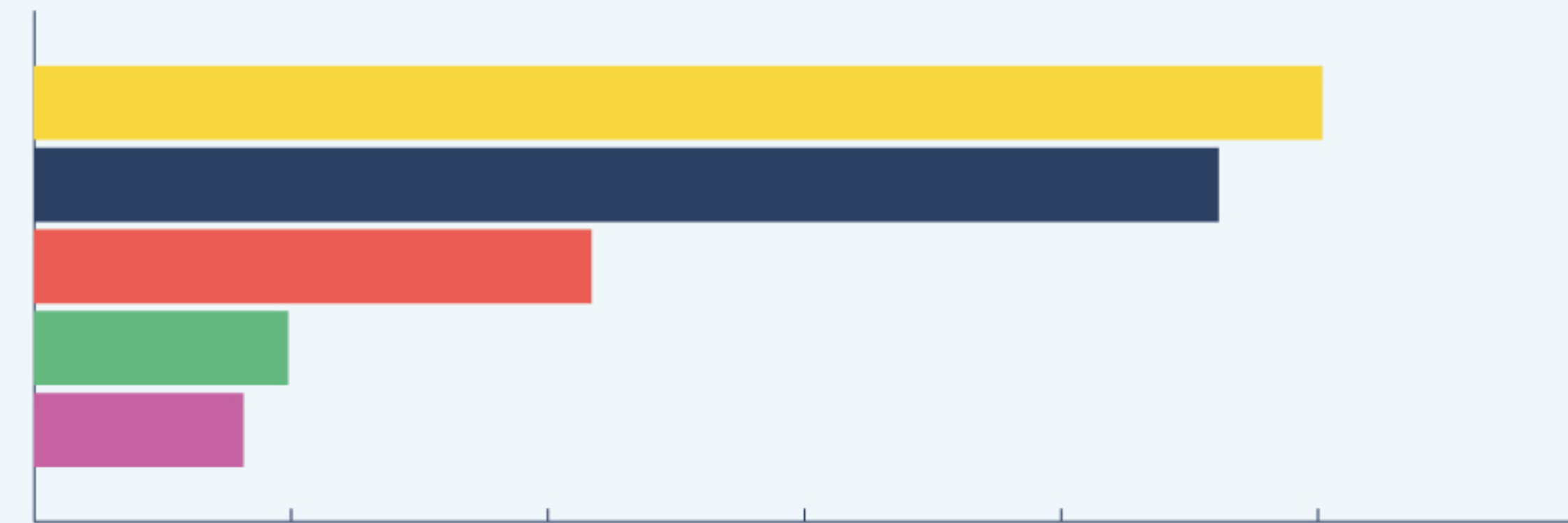
• •

Top 5 de canales en 2022 vs. 2023

2022



2023



■ Mercado Libre
 ■ Puntos Colombia
 ■ Flamingo
 ■ Agaval
 ■ Muy Bacano

En el **performance por año**, es notable la evolución en el share de ventas de canales como **Puntos Colombia** y **Flamingo**, que comenzaron con una participación muy pequeña y han crecido notablemente para Q1 2023.

**Periodo 08-2022 al 03-2023*

A nivel de la gestión operativa, la integración **resolvió puntos críticos** en el manejo de todas las actividades diarias para lograr tener una operación online exitosa, pues el crecimiento online siempre va de la mano con el aumento de la carga operativa y logística y abordarlo con tecnología fue lo que permitió a Alluma **superar estos desafíos**.

Algunas de las mejoras operativas más significativas han sido la **disminución de los quiebres de stock** y el **manejo más preciso de los precios** en los diferentes canales gracias a la automatización, sincronización de información y acciones masivas.

Igualmente han podido lograr – con el mismo equipo de trabajo – **aumentar su capacidad de envíos y de gestión de ventas**. Esto ha sido producto de la agilización de múltiples acciones en bodega y una operación más ordenada y eficiente, que incluso ha hecho posible operar sin necesidad de contrataciones en los momentos de aumento de demanda generados por las temporadas de ventas.

El proceso de **aprendizaje constante** del equipo involucrado en el manejo de la plataforma en conjunto con el apoyo técnico y de soporte de Multivende han

disminuido el tiempo ocupado en las actualizaciones manuales de productos, precios e inventario, lo que también han significado una modificación trascendental dentro de la dinámica operativa de la empresa.

EL FUTURO ONLINE DE ALLUMA

Actualmente Alluma tiene presencia en 16 canales forma integrada y 9 canales manejados individualmente sumando así **25 plataformas de venta con más de 1.000 productos creados**. Su propósito es consolidarse dentro de sus principales categorías, seguir incluyendo canales de venta en su integración omnicanal y continuar aprovechando las oportunidades de la industria.

Alluma ha sido un ejemplo de cómo la diversificación de canales y la optimización operativa tienen un impacto directo en el crecimiento de las ventas y también ha sido una prueba de cómo la tecnología y la evolución del ecosistema del eCommerce, **rompen barreras constantemente** para poner al alcance de los vendedores todas las posibilidades que el mundo digital tiene para ofrecer. ■

