

DIGITALIZACIÓN EXITOSA



ENTEL DIGITAL

Gestión de stock y retención de clientes: los principales beneficios de la transformación digital de Desechables Chiguayante

Hace solo cuatro meses implementaron un CRM de gestión que cambió radicalmente su negocio, aumentando el número de clientes frecuentes de 64% a 80% y disminuyendo su sobrestock.

Un emprendimiento que comercializa insumos de repostería por redes sociales y WhatsApp fue el origen de Desechables Chiguayante en el año 2019. Pero cuando llevaban solo ocho meses funcionando, la pandemia les impidió continuar con sus operaciones, por lo cual su dueña, Viviana Pulgar, decidió utilizar ese tiempo para capacitarse a través de tutoriales de YouTube y abrir una tienda en formato *online*, la que posteriormente les dio el impulso para abrir un local físico. Ambas acciones le permitieron multiplicar diez veces sus ventas en solo tres meses, lo que también aumentó sus desafíos.

Inversión en productos que no se vendían, desconocimiento del cliente y falta de *feedback* eran algunas de las complicaciones que necesitaban revertir. Para ello, recurrieron al programa de asistencia digital Fortalece Pyme de Corfo, que desarrollaba el Centro para la Industria 4.0 C4i de la Universidad de Concepción (UdeC), donde pudieron adquirir las herramientas tecnológicas y de gestión claves para crecer. Una de ellas fue Hubspot, una plataforma de CRM que les permitió implementar un sistema de gestión de clientes con el que por primera vez, obtuvieron métricas respecto a la tasa de retención, promedio de ventas, compras acumuladas por cliente, mix de productos y la tasa de conversión.

“Yo que soy una empresaria pequeña, estoy teniendo métricas a las que tienen acceso las empresas grandes. Ahí está la importancia de digitalizarse en definitiva, que juegas a lo grande, contra los Goliat, siendo



ENTEL DIGITAL

La empresa ofrece una amplia variedad de insumos para repostería.

chiquitito”, comenta Viviana.

Gracias a esta transformación digital, la empresa mejoró considerablemente la gestión de inventario del negocio, dándole un uso más eficiente a su presupuesto y disminuyendo su stock retenido en un 12%. “Dejé de adquirir lo que finalmente no me van a comprar. Hoy miro la bodega y ya no veo la mitad de la bodega parada. El uso del espacio, del presupuesto y del inventario es mucho más eficiente”, asegura la emprendedora.

Benjamín Germany, gerente general del C4i de la Universidad de Concepción, comenta que la incorporación de sistemas de gestión de relación de clientes, que son más bien transversales, es clave para que las empresas den los primeros pasos en su proceso de digitalización, y poco a poco les va permitiendo obtener información para tomar decisiones de manera más informada y finalmente, impactar los indicadores esenciales del negocio. “Hemos observado que este tipo de herramientas mejoran los indicadores comerciales entre un 5% y un 15% en las pymes, y eso gatilla rápidamente una mejora estructural en los equipos comerciales, administrativos, en el marketing y las ventas, lo que radica en un crecimiento general y en procesos mucho más robustos”, afirma.

Además, entre los datos que les entrega la plataforma, la empresa hoy puede conocer cuáles son los productos favoritos de cada zona, por lo que, a partir de esta nueva información, tienen considerado abrir una nueva sucursal en Talcahuano. Sumado a esto, a futuro esperan avanzar con nuevas herramientas digitales que les permitan tener un conocimiento mayor y un mejor uso de los datos que van recopilando a favor de la inteligencia de su negocio.

Y es que gracias a esta apertura al mundo de la digitalización, se encuentran en constante búsqueda de mejoras tecnológicas que les permitan seguir creciendo. Para Viviana, luego de empezar a digitalizar un negocio, no hay vuelta atrás: el camino solo sigue hacia adelante.