

ECONOMÍA/EMPRESAS COMERCIO ELECTRÓNICO

Un punto de inflexión a tiempo

Diciembre 2, 2015 05:00

TIEMPO DE LECTURA: 4 MINUTOS

-a +A



11



Cluval es un outlet de marcas en línea que supo adaptar al requerimiento de los usuarios los plazos de entrega de sus productos



Federico de Armas, CEO de Cluval

Por Aníbal Falco

En agosto de 2014, luego de un año de investigación del mercado europeo y una presentación en el Centro de Innovación y Emprendimientos de la Universidad ORT con la intención de reforzar la idea bajo un marco de formalidad, Federico de Armas y Ricardo Frechou lanzaron en Uruguay el primer outlet en línea: [Cluval](#).

El giro de la empresa radica en generar vía web "eventos" que ofrecen variados productos de diferentes marcas reconocidas en el mercado durante un período de 20 días.

Tanto de Armas como Frechou estaban convencidos de que al ofrecer buenas marcas a buen precio, y con la comodidad del envío a domicilio, los consumidores uruguayos estarían dispuestos a sacrificar algo, el tiempo en este caso.

Al principio, luego de efectuada una compra el tiempo de espera para recibir el paquete estaba condicionado hasta que finalizara el "evento" de 20 días, y a partir de ahí, los días requeridos para que llegara el envío.

"Si seguíamos con este modelo del inicio íbamos a durar solo un rato", dijo entre risas De Armas mientras relataba como debieron cambiar durante el proceso. En la actualidad el tiempo estipulado para recibir el producto no supera los cinco días.

Otro problema que surgió en el correr de este año y medio fue que ofrecían productos cuando el stock seguía estando físicamente en posesión de las empresas originales, lo que los llevaba poner a la venta más artículos de los que realmente había en stock, y esto tenía como consecuencia no poder cumplir con el usuario. Ahora todo es stockeado previamente por Cluval, lo que llevó a que las oficinas donde se habían instalado resultaran pequeñas. La necesidad de espacio ha provocado que la empresa haya tenido que mudarse cuatro veces en los últimos nueve meses.

Reducir costos

Una preocupación que desvela a los responsables del emprendimiento, que cuenta con diez empleados, es lograr acortar los costos de empaque y envío de los productos.

Luego de trabajar con varias empresas de envíos en que los servicios no se adecuaban a la exigencia de los usuarios, Cluval opera hoy con el Correo Uruguayo. "La verdad es que hemos logrado una buena sinergia con ellos. Generamos un feedback continuo sobre qué es lo que pretende el usuario y nos fuimos desarrollando mutuamente. Nos ha sorprendido para bien, dado los prejuicios que podíamos tener", aseguró De Armas.

Destacó como un problema a resolver los altos costos de empaque y la dificultad para acceder a ciertos insumos necesarios que llevan a adaptarse "con lo que hay, que es justamente lo que no queremos".

Competir con el de afuera

Para De Armas, Cluval no compete con outlets con locales físicos de Uruguay, sino que son solo un canal más. "Si en 15 o 20 días te quitamos mercado, hay algo para replantearse", sostuvo.

En cambio, sí visualiza como competencia las compras al exterior. Al estar en el país, lo que De Armas ve como ventaja es la capacidad de dar soluciones rápidas y las múltiples facilidades de pago.

El [emprendedor](#) agregó que una cualidad que tiene el [e-commerce](#) es que acerca las marcas a buen precio a todo el país.

"Estamos cansados de la porquería. Queremos que la gente pueda acceder a marcas de primera calidad simplemente porque es mejor. Nuestra línea de pensamiento desde el comienzo es democratizar las cosas", indicó De Armas.

Cambiar el concepto de los outlets de marcas

El CEO de la empresa, Federico de Armas, indicó que la idea de la propuesta es cambiar el concepto del outlet en Uruguay, "que está asociado a mercaderías con fallas", y para eso se revisa cada producto que pueda significar una potencial venta.

La mercancía ofrecida por Cluval se presenta de forma segmentada y durante un plazo preestablecido, teniendo como diferencial que cada marca tiene su espacio separado y que no se trabaja con productos con fallas. "En caso de que el producto haya pasado el control de calidad y tuviese alguna falla, devolvemos el dinero sin discutir.

No nos interesa generar un problema para el consumidor en ese sentido. Nuestra cultura empresarial apunta a confiar en el usuario. Hacia ese lugar queremos ir y creemos que se puede llegar", aseguró de Armas.

40%

Es el porcentaje de hombres que compra, mientras que un 60% corresponde a mujeres, según datos recabados por la empresa.

3.000

Es la cantidad promedio de usuarios en su mayoría de entre 25 y 45 años de edad, que utilizan Cluval mensualmente.

5

Son los días de demora de entrega de envío que maneja la empresa luego de realizada la compra y efectuado el pago.

[Ver más](#)
[ecommerce](#)
[Compras online](#)

Notas Relacionadas



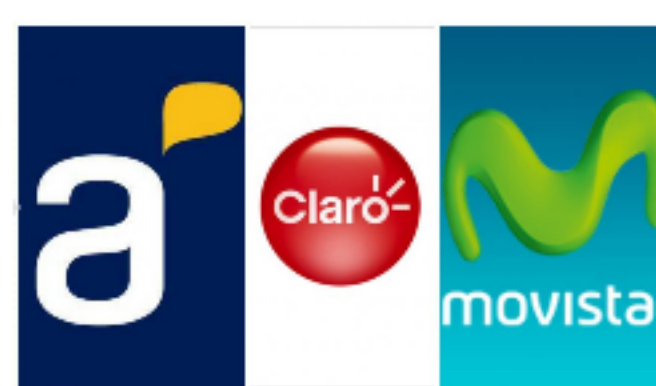
EFFECTIVO CLIC

El primer préstamo uruguayo para realizar compras online



E-COMMERCE

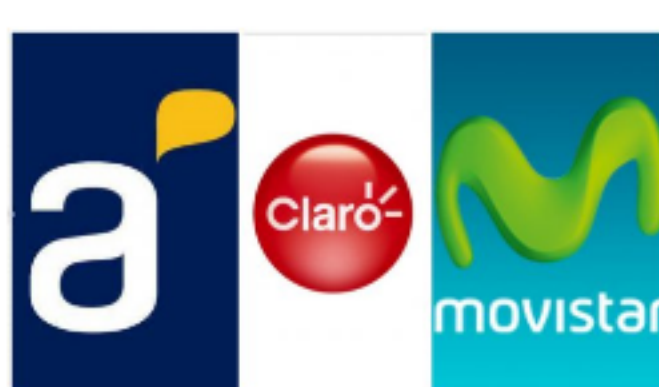
Outlets online: al cruce de las compras al exterior



INFORME

¿Cuáles son los nuevos negocios de las telefónicas?

Populares de la sección



INFORME

¿Cuáles son los nuevos negocios de las telefónicas?



EXPOSICIÓN

Uruguay escapa por ahora a recortes en filiales de Abengoa

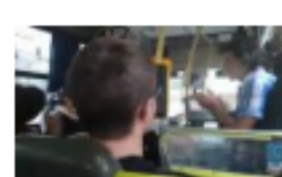


DESEMBARCO

Re/Max promete sacudir la actividad inmobiliaria

[Informar un error en la noticia](#)

Las más leídas



El pasajero que tocó La Tarantella a pedido del guarda



05:00 ¿Cuáles son los nuevos negocios de las telefónicas?



05:00 El mayor sistema de espionaje de la historia del país comienza a operar



05:10 Señorita Peel: encontrar el camino



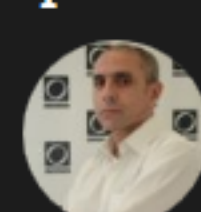
Las imágenes del desastre ambiental en Brasil

Blogs

Mercedes-Benz F 015 : el asiento del piloto de espaldas al camino.

09:26 La evolución natural en el diseño de automóviles, parecería llevar a los vehículos autónomos

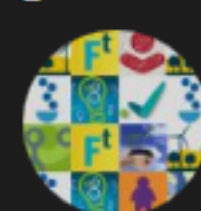
¿Matar a los delincuentes antes de que nazcan?



El aborto y una teoría escalofriante

por Gabriel Pereyra

Servicios al rescate de la productividad



Los servicios se han constituido en piezas clave de las economías del mundo

por BID

¡Chocolate por la noticia!



Un recorrido por la historia mágica de un producto que sedujo al hombre a lo largo de la historia

por Ángel Ruocco

No valió la pena



Sin duda, a la señora presidenta no le cayó muy bien el resultado

por Ricardo Peirano

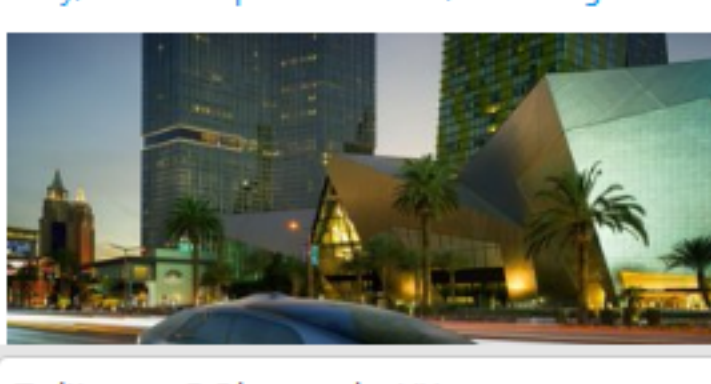
Tweets

Las imágenes del peor desastre ambiental en América del Sur bit.ly/1XEmvay pic.twitter.com/AySgJ7KzYk



Abrir

Blog de Gabriela Pallares. Mercedes-Benz F 015: El asiento del piloto de espaldas al camino. bit.ly/1XGFWxC pic.twitter.com/ksYKGX3gAC



Twitter a @ObservadorUY

[Cartas del Lector](#)
[Suscripciones](#)
[Beneficios 365](#)
[El Observador +](#)
[Clasificados](#)


Secciones

Portada

Economía y Empresas

Mundo

Cromo

Salud

Viajes

Seisgrados

Publicaciones

Recomendadas

Nacional

Opinión

Agro

Espectáculos

Estilo

Especiales

Remates

Cinemas

Social

Facebook

Twitter

Youtube

Google +

Instagram

Pinterest

Servicios

Cartas del Lector

El Tiempo

Fúnebres

Horóscopo

Res

Restaurantes

Política de Privacidad

Términos y condiciones

Temas

Ursec

premios Florencio

Verano

Playa

Islam

astrología

Federico Fasano

Romeo Santos

Abengoa

mercado inmobiliario

Daniel Fernando Blanco

Guardavidas

Liliana Tintori

China Zorrilla

vino

Daddy Yankee

Prince Royce

 POWERED BY:

 CUAREIM 2052, C.P. 11.800
 COPYRIGHT © 2015 EL OBSERVADOR | MONTEVIDEO - URUGUAY