

Título: Chilena llegó a Walmart de EE.UU, y uno de sus productos es el más vendido en el marketplace

Claudia Alvial comenzó hace tres meses a comercializar sus accesorios para guagua en el país del norte

Chilena llegó a Walmart de EE.UU. y uno de sus productos es el más vendido en el marketplace

La marca Amamantas es confeccionada íntegramente en Chile.

JOAQUÍN RIVEROS

En un par de meses, Claudia Alvial, 43 años, un hijo, cumplió el sueño de todo emprendedor chileno. Uno de los productos de su marca de accesorios para guaguas "Amamantas", se vendió tan bien en el marketplace de Walmart de Estados Unidos, que de abril a la fecha se transformó en "best seller". "Es una distinción que se les da a los productos más vendidos en sus categorías en el marketplace en todo Estados Unidos. Se trata de nuestros cojines maternos que conforman uno de sus kits de accesorios", explica Alvial (<https://n9.cl/ream3>).

La emprendedora el año pasado fue una de las ganadoras del Walmart Chile Growth Summit, cuya segunda versión fue lanzada el jueves por la supermercadista, iniciativa que capacita a emprendedores para que sean proveedores del retailer

La convocatoria apunta a emprendimientos que cuenten con productos fabricados, cultivados o ensamblados en Chile, así como



MARICLA GUERRERO

Claudia Alvial comenzó con sus primeros diseños en el 2013 cuando estaba embarazada.

bienes y servicios que estén disponibles para la venta. Las postulaciones estarán abiertas hasta el 28 de agosto en la web de walmartchile.

"Esta iniciativa permite a negocios de distintos tamaños acelerar su desarrollo mediante su incorporación a nuestra red de proveedores, ya sea en tiendas físicas, canal online o nuestro marketplace. Además, está en línea con nuestro plan de inversión, que contempla más de US\$1.300 millones a cinco años e incluye, entre otros hitos, la apertura de 80 nuevas tiendas en el país", afirmó el gerente comercial de Walmart Chile, Alejandro König.

La historia de "Amamantas" comenzó en 2013, cuando Alvial estaba embarazada de su hijo. "Quise comprar accesorios de mamá y todo lo que había en Chile era igual, sin estilo, sin un carácter que lo identificara, como que ser mamá nueva era sinónimo de ser fome. A mí siempre me ha gustado la moda, así que busqué cosas diferentes fuera de Chile, que eran mucho más atractivas", relata Alvial.

"Luego probé si las podía confeccionar y me salieron muy bien. Como varias de mis amigas también estaban embarazadas, las vieron y les encantaron. Ahí me di cuenta que había un nicho en Chile", recuerda.

Luego de eso, en pandemia, Alvial participó en Potencia Pyme, otro programa del retailer, que capacitaba para ser proveedor.

"Había que mostrar el modelo de negocio, la forma de escalar el producto y por qué era necesario que estuviera en las góndolas. Los míos eran necesarios porque no había competencia, éramos sustentables y con precios accesibles", afirma.

Una diferencia clave de la oferta de Alvial es sus productos son confeccionados en Chile. "Nosotros partimos con los diseños, en base a tendencias de moda en el mundo y los mandamos a confeccionar a nuestras modistas, que trabajan en nuestro taller o en sus casas, cosa muy importante en un país en que el desempleo femenino está en dos dígitos. Todo lo que usamos es algodón orgánico certificado y no generamos desechos, porque los que tenemos los reutilizamos para baberos y cosas pequeñas", explica.

En opinión de la emprendedora, el éxito en EE.UU. se debe a la estrategia de ingreso, además de la confección. "El programa de Walmart puso a mi disposición dos ejecutivos, uno para ver la estrategia, el stock, los tiempos, etc., y otra preocupada dedicada al marketing de la marca", dice.

"Eso, además que es un producto sustentable, de buena calidad, que llega a un precio competitivo y que cumple con lo que pide EE.UU.: registro de marca, certificado de origen, certificado de que sirven para niños menores de 12 años (CPC), entre otras cosas", indica