



Exum llevará al exterior su app para conectar distribuidores de alimentación y clientes

La startup ganadora del premio a la mejor innovación de ecommerce en el primer BNEW, Exum, levantará este año una tercera ronda de inversión para afianzarse en el mercado español e iniciar su expansión internacional. Se trata de una plataforma de gestión que pone en contacto a proveedores y distribuidores con restaurantes y particulares para la venta de alimentos, bebidas y suministros. «No nos quedamos solo en el concepto de marketplace, pues la herramienta permite administrar cada cliente de forma individual y privada como cualquier otro gestor de clientes (Customer Relationship Management, CRM)», ha explicado su cofundador y director general, Joan Sanmartí. Exum, que ha superado el centenar de pedidos entregados en sus primeros tres meses de vida, cuenta actualmente con más de 30 proveedores en España y 500 usuarios entre particulares y establecimientos.

La compañía opera actualmente en todo el territorio español mediante geolocalización, pero muestra interés en países del sur de Europa, Norteamérica y América Latina. «Es una estrategia en fase de desarrollo», ha especificado el cofundador y director de Operaciones de Exum, Adrián Guerrero. Su valor añadido es que permite vender tanto a restaurantes como a particulares de forma controlada, como si de un CMR se tratara, hecho que facilita la comunicación diaria y optimiza los procesos de recogida de pedidos. En este sentido, su fórmula de estandarización de tarifas permite al proveedor reducir errores en el proceso de venta, aunque también posibilita la personalización de tarifas para cada comprador o la comunicación de ofertas.

Aunque el objetivo de la compañía era activar el B2C a partir del segundo trimestre de 2021, la pandemia les obligó a pivotar y ofrecer una solución que incluyera al particular desde el principio. «El cierre de los restaurantes y la reducción de la actividad en la hostelería es solo la punta del iceberg», ha explicado Guerrero. «Detrás hay una estructura de proveedores y servicios que también se han visto afectados, por lo que adaptamos Exum rápidamente al particular para ayudar a los proveedores a amortiguar el impacto de la reducción de ventas, combatir el exceso de stock y el desperdicio de alimentos».

En relación a ello, Sanmartí ha reconocido que «no tiene nada que ver la manera de comprar de un restaurante con la de un particular, por lo que tuvimos que reajustar la aplicación de una manera rápida para dar apoyo a nuestros proveedores y distribuidores», ha reconocido Sanmartí. En este sentido, Exum invierte recursos hoy en día para acompañar al vendedor Horeca en su transformación digital hacia la venta a usuarios particulares. Por ejemplo, en este trimestre lanzará páginas web para compradores, pasarelas de pago o gestores de tienda en forma de web app. «A diferencia de otros marketplaces, asesoramos y acompañamos a nuestros partners en sus necesidades tecnológicas, como campañas de marketing digital y asesoramiento de venta online», ha detallado Guerrero.

Exum también actúa como una red social, permitiendo una conexión bidireccional entre vendedores y compradores. Ello permite, por ejemplo, comunicar las incidencias en el momento y evitar viajes innecesarios. Aunque se trata de una tecnología «fácilmente escalable a otros sectores», sus fundadores aún no han explorado esta posibilidad por la limitación de recursos de la startup. En cuanto a sostenibilidad se refiere, “nuestra plataforma permite optimizar los repartos a los proveedores, y que ellos elijan los días de entrega por zonas, combinando así los pedidos en un mismo reparto”, ha recalcado su director de Operaciones.

En referencia al reciente galardón que la startup recibió en el BNEW, Sanmartí ha recordado que “para nosotros fue un honor recibirlo, cuando empiezas a desarrollar una idea para solucionar un problema de tu día a día no te imaginas que pueda tener un reconocimiento tan grande”. Asimismo, ha remarcado que “es un reconocimiento a tantas horas de trabajo no visibles y ayuda a dar voz a emprendedores con grandes ideas que, lamentablemente, a veces no encontramos los medios para hacerlas prosperar”.

EL NACIMIENTO DE EXUM EN EL ALTILLO DE UN RESTAURANTE

La concepción de Exum nació en abril de 2018 en el altillo de un restaurante familiar, donde residían los dos fundadores. “Cada uno teníamos nuestro trabajo, pero llegó un día en el que las pérdidas nos hicieron despertar alarma y preguntarnos por qué se daban en un restaurante con el local lleno”, han rememorado. En los dos años posteriores, ambos analizaron los procesos que se realizaban de cocina hacia adentro e identificaron que uno de los principales problemas era la gestión de pedidos con proveedores y distribuidores. «Se trata de un puente roto en el que la única conexión digital era el envío de whatsapps escritos o notas de voz a cualquier hora y sin ningún control», ha manifestado Guerrero. No solo eso, «otros métodos menos digitales eran las fotos de los pedidos escritos a mano o visitas comerciales a horas indebidas».

Esta situación llevó a los emprendedores a desarrollar una versión beta en forma de app para facilitar el proceso, que les permitió reducir los errores en el 90% y realizar los pedidos de forma estandarizada. Sin embargo, pese a la herramienta, identificaron que el puente con los proveedores y distribuidores seguía roto. «A pesar de lo mucho que les gustaba nuestro proyecto a los restaurantes, después

de varios intentos de venta no conseguimos convencer a ningún cliente, por lo que replanteamos nuestro modelo y añadimos al proveedor en la ecuación», ha reconocido Sanmartí. «De nada sirve que un restaurante pida sin precios actualizados, sin saber las promociones del día o sin poder encontrar nuevos productos».

La nueva fórmula atrajo el interés de un inversor privado con experiencia en el sector, con el que los emprendedores cerraron una primera ronda de inversión por valor de 200.000 euros en octubre de 2019. Esta cuantía se destinó al desarrollo del producto, a la vez que el proyecto se empezó a popularizar. A esta ronda se le añadiría una segunda poco antes del lanzamiento oficial de Exum, esta vez de 300.000 euros, con las que la startup inauguró sus oficinas en Sant Vicenç de Montalt (Barcelona). Este fue el punto de partida de Exum, que comenzó a funcionar en octubre de 2020.