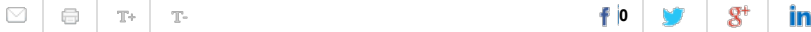


SEVILLA CORDOBA **5€** COMPRA YA > ALSA

Información.es » Economía » Alicante » Alicante » Alicante

Suscriptor



Noticias de Alicante | Noticias de Ibi | Noticias de Alcoy/Comtat/Foia | Noticias de Xixona

El despegue del e-commerce alicantino

Las gafas de sol ilicitanas que se venden por todo el mundo son sólo la punta de lanza de un sector, el comercio electrónico, que cada vez cuenta con más casos de éxito en la provincia

DAVID NAVARRO | | 09.10.2016 | 04:12

Los expertos aseguran que la clave está en la especialización y el trabajo duro.

El anuncio a principios de esta semana de que una firma ilicitana especializada en **gafas de sol** recibirá una **inyección de capital** de 50 millones de euros por parte de un grupo de inversores entre los que se encuentran los fundadores de Tuenti, Félix Ruiz y Hugo Arévalo? ha puesto de actualidad un sector, el del « e-commerce » o **comercio electrónico**, que cada vez adquiere un mayor peso en la economía española y alicantina. Aunque el caso de la firma especializada en la venta de gafas de sol a precios asequibles es absolutamente excepcional, lo cierto es que ya se cuentan por decenas las compañías de la provincia que han conseguido hacerse un hueco dentro de este complicado negocio, donde **Amazon** mantiene un liderazgo indiscutible y donde posicionarse en Google suele ser el principal quebradero de cabeza de sus responsables.



El despegue del e-commerce alicantino **JUANI RUZ**

Fotos de la noticia

Así, iniciativas como *Planetahuerto.es*, *Tuymilmas.com*, *Disfraces.com*, *Pharmacius.com*, *Cortinadecor.com*, *Turronesydulces.com* o *Stattys.es* forman parte de un grupo cada vez más numeroso de compañías alicantinas que se dedican, básicamente, a vender productos a través de internet. Un ecosistema floreciente que supone casi un milagro si se tiene en cuenta «que ningún gobierno de la zona ha puesto el foco en este sector ni le está prestando ayuda, como sí ocurre en Madrid o Barcelona», donde proyectos como el «22@» llevan años impulsando la economía digital, se lamenta el CEO de la consultora Orizon y presidente de Jovempa Alicante, Ángel Pineda.

«A poco que se les prestara atención, muchos de estos negocios podrían crecer y convertirse en medianas empresas de entre 100 y 200 empleados, que son las que fortalecen el tejido productivo», señala Pineda.

«Cada año hay más proyectos y la lástima es que hay **empresas tradicionales** que también le podrían sacar mucho partido al comercio electrónico pero no se atreven a dar el salto. Te dicen que no quieren líos», explica, por su parte, el catedrático de Organización de Empresas de la Universidad Miguel Hernández, **José María Gómez Gras**, quien señala la barrera generacional que representa esta decisión en muchas compañías familiares, con unos hijos que «ven que el comercio electrónico es el futuro y unos padres que se resisten».

Ya hace unos años, al inicio de la crisis económica, las tiendas «on line» se convirtieron en uno de los negocios de moda, cuando muchos de los profesionales que habían perdido su trabajo tras el estallido de la burbuja inmobiliaria tuvieron que buscarse la vida al agotar las prestaciones del paro. Era una opción aparentemente barata? sobre todo, por el ahorro que supone no pagar el alquiler de un local, al menos al principio? y sencilla pero la realidad es bastante más complicada. «Ocho de cada diez proyectos de "e-commerce" que se ponen en marcha fracasan», reconoce Fabián López, el creador de *www.turronesydulces.com* y hoy en día uno de los mayores expertos en la materia en Alicante, impulsor también de Ecommaster, desde donde intenta transmitir sus conocimientos.

Natural de Xixona e hijo de turroneros, empezó vendiendo este dulce tradicional alicantino mientras

¿Está tu negocio al día?
Compruébalo con nuestro
test de digitalización

one
Profesional
Comienza el test >
Vodafone
Power to you

Suscriptor | Economía

Contenido exclusivo para suscriptores digitales



Ramón Jerez: «El 'boom' de la construcción no va a volver»

«Ahora se trabaja sobre la demanda», subraya el presidente de la patronal alicantina de la...



Bienvenido Mr Hammond

El ruido ocasionado por la publicidad dada a la división interna en el PSOE ha restado mucho...

Democracia y empresa

La democracia es buena? Si nos referimos a democracia como el sistema político que defiende la...

Todas las noticias de Economía

estudiaba Telecomunicaciones en la Universidad Politécnica de Valencia, con el objetivo de pagarse los estudios, en el año 2000. Tres años más tarde decidió comprar el dominio pero seguía viendo la web como una forma de tener unos ingresos extra mientras trataba de labrarse una carrera profesional como ingeniero. Así hasta que en el año 2008 decidió dedicarse en cuerpo y alma a su negocio.

A través de su portal, López vende principalmente los turrónes que él mismo produce bajo su propia marca en las instalaciones de Jijona S.A., una suerte de cooperativa donde diferentes productores elaboran sus especialidades compartiendo la maquinaria. En su caso, a las dificultades propias de cualquier comercio electrónico, le añade la estacionalidad: «Hay que ser muy cuidadoso porque sólo tenemos uno o dos meses para vender lo que hayamos fabricado. Cualquier incidente, cualquier cambio que haga Google de un año para otro puede provocar que ya no estés bien posicionado y te quedas con la mercancía», explica el emprendedor. Pagando es fácil situarse en la parte alta cuando se realiza una consulta en el buscador, pero eso requiere mucha inversión.

Además, advierte, «también se puede morir de éxito. Hay que tener en cuenta que, a medida que aumentan tus ventas, necesitas más logística, almacenes, acumular stock para ser rápido... Todo eso no es fácil y también requiere dinero». Por eso considera todavía más meritorio el éxito de Hawkers, que ha sido capaz de gestionar ese crecimiento desmedido.

Para Fabián López otra de las claves del éxito es la especialización, centrarse en un producto específico y no tratar de competir con los portales generalistas como la ya citada Amazon. Es decir, optar por portales verticales frente a los horizontales. Es lo que hacen los ilicitanos de moda pero también otras «e-commerce» alicantinas, como la agencia de viajes www.tuymilmas.com, especializada en turismo para solteros. «La idea surgió de forma bastante sencilla. Mi socio (Sergio Medina) era un soltero empedernido y sus amigos se había echado novia todos y yo había roto con mi pareja. Nos dimos cuenta de que la gente necesita gente. Para salir, para divertirse, para todo», explica su fundadora, Beatriz Carrillo.

Los inicios fueron duros. Tardaron un año en lanzar la web y transcurrió otro más hasta que empezaron a ganar dinero. «Yo me había dejado mi trabajo (en una panadería) para dedicarme por completo y todos me decían que estaba loca», recuerda la empresaria. Eso fue en el año 2009, hoy en día ya se puede asegurar que son un negocio consolidado, con una facturación que supera los 1,5 millones de euros y una plantilla de 16 personas, entre fijos y eventuales. Madrid y Barcelona son las provincias que más clientes aportan porque es en las grandes ciudades donde el fenómeno «single» está más extendido y donde se acepta con más naturalidad.

El éxito le animó a lanzar nuevos proyectos y ya tienen en marcha otro portal especializado en viajes para familias monoparentales ¿madres o padres solos con niños? y otro más para cicloturistas. «Estamos dispuestos a escuchar ofertas pero es que yo quiero seguir trabajando en mi empresa, para mí es muy importante», señala al ser preguntada sobre qué ocurriría si un día llegara un inversor dispuesto a inyectarles millones de euros.

La reticencia a buscar socios es una característica muy alicantina y española, en general. «Los empresarios son muy individualistas y no quieren que nadie les controle, tener que rendir cuentas, lo que limita operaciones como la de Hawkers», señala el catedrático Gómez Gras. «No quiero tener como socio ni al banco», corrobora Juan Vicente García Belda, propietario de www.disfrazzes.es, que ya factura alrededor de dos millones de euros anuales y emplea a 21 personas.

García Belda era comercial de una pirotecnia y ayudaba también a montar los castillos y las mascletás. «No lo veía una profesión de futuro y estaba el tema de la seguridad, que también me preocupaba. Al estar en el mundo de la fiesta, vi la oportunidad que ofrecía la venta de disfraces», señala el emprendedor. En diciembre de 2007 abrió la tienda física en Ibi y sólo tres meses después ya tenía la tienda «on line», que hoy en día aporta más del 85% de la facturación de la empresa.

«No es nada fácil. Gastamos mucho dinero en temas como el alojamiento de los servidores, estudios de mercado, posicionamiento, estudio del comportamiento del cliente dentro de la web... Eso se nos lleva una buena parte del presupuesto», explica Juan Vicente García Belda. Pero, como en el mundo real, al final no sirve de nada todo ese despliegue tecnológico y de marketing «si no hay un buen producto y no ofreces un buen servicio. Puedes anunciarte como el mejor del mundo, pero si no responde a la realidad, lo llevas crudo», asegura el emprendedor. Por lo que se ve, cada vez hay más empresarios en la provincia que logran dar en el clavo.



Noticias relacionadas

Un negocio de 20.000 millones. Economía

Temas relacionados: [Amazon](#) [CEO](#) [Comercio electrónico](#) [Tuenti](#)



Cuponísimo

ANTES 60€ -69% 19€

Fusion World of Flavours

Cocina libanesa y árabe

Más ofertas en cuponisimo.diarioinformacion.com

INFORMACIÓN

[Mapa web](#) ▶

Alicante

[Elche](#)
[El tiempo](#)
[Farmacias de Guardia](#)
[Tráfico en Alicante](#)
[Cartelera de cine](#)
[Hércules CF](#)
[Elche CF](#)

Clasificados

[tucasa.com](#)
[Iberpisos](#)
[Iberanuncio](#)
[Ibercoches](#)
[Iberempleo](#)
[Cambalache](#)

Especiales

[Lotería Navidad](#)
[Lotería el Niño](#)
[Fórmula 1](#)
[Premios Cine](#)
[Premios Globos de Oro](#)
[Elecciones Generales](#)
[Resultados Elecciones](#)

informacion.es

[Contacto](#)
[Conózcanos](#)
[Localización](#)
[Club información](#)
[Promociones](#)
[Aviso legal](#)
[Política de cookies](#)
[RSS](#)

Publicidad

[Tarifas Prensa](#)
[Tarifas Internet](#)

Otras webs del Grupo Editorial Prensa Ibérica



Otras webs del Grupo Editorial Prensa Ibérica

[Diari de Girona](#) | [Diario de Ibiza](#) | [Diario de Mallorca](#) | [Empordà](#) | [Faro de Vigo](#) | [Información](#) | [La Opinión A Coruña](#) | [La Opinión de Málaga](#) | [La Opinión de Murcia](#) | [La Opinión de Tenerife](#) | [La Opinión de Zamora](#) | [La Provincia](#) | [La Nueva España](#) | [Levante-EMV](#) | [Mallorca Zeitung](#) | [Regió 7](#) | [Superdeporte](#) | [The Adelaide Review](#) | [97.7 La Radio](#) | [Euroresidentes](#) | [Lotería de Navidad](#) | [Premios Cine](#)

