



## El futuro está en la Red

# EMPRENDEDORAS ONLINE

*Si quieres crear tu propio NEGOCIO, Internet es el mejor aliado. Aquí tienes ocho historias de éxito para montar un 'e-commerce'. Sigue su estela.*

POR CRISTINA MITRE. FOTOS: MARÍA DE MIGUEL. REALIZACIÓN: EQUIPO DE ESTILISTAS ELLE

Según el dicho, «a perro flaco todo son pulgas». En España, donde encontrar un trabajo es hoy muy difícil, la actividad emprendedora tampoco despunta, sólo representa un 5,1% (*Libro blanco de la iniciativa emprendedora*) y la crisis no ayuda. Ahora, la idea de montar tu propio negocio parece no ser *rending topic*. Y, por si esto fuera poco, el pequeño empresario no está bien visto por los españoles. Su índice de popularidad es de un 48%, frente al 73% en Estados Unidos o el 62% en Francia. Sólo los funcionarios están peor valorados. Sin embargo, todavía hay quien se empeña en llevarle la contraria a las esta-

dísticas... como las nueve protagonistas de nuestro reportaje. Forman parte del 36,4% de mujeres españolas que han decidido ser emprendedoras. Ellas apostaron por crear su empresa, y hacerlo, además, en el entorno *online*.

«En mayo, durante los días más intensos del movimiento 15M, decidimos que teníamos que montar algo que uniese Internet y la cosmética. En octubre la web ya estaba operativa», cuenta

**MUCHAS VENTAJAS** UNA WEB EXIGE UNA MENOR INVERSIÓN QUE UNA TIENDA, PUEDE SER INTERNACIONAL Y ESTÁ ABIERTA LAS 24 HORAS DEL DÍA

Anabel Vázquez, cabeza pensante junto a su socia María Martínez de [www.laonicum.com](http://www.laonicum.com), un cuidado catálogo de cosmética muy selecta destinada tanto a mujeres como a hombres.

Esther Asin es otro ejemplo de emprendeduría. Trabajaba en el departamento de Internet de una televisión de pago y en el año 2011 puso en marcha [www.bebepeque.com](http://www.bebepeque.com), una web que vende desde juguetes hasta alimentación infantil. «Siempre me atrajo mucho el mundo 2.0 y, además, necesitaba un trabajo que pudiera compaginar con mis hijos». Optó por un *e-commerce* frente a la tienda física, porque «exige una menor inversión, tienes una total flexibilidad en el horario y abarcas una zona geográfica mucho más amplia, a nivel internacional o, por lo menos, peninsular. De este modo puedes vender 24 horas al día sin necesidad de tener personal».

### LA CLAVE DEL ÉXITO

Pese a la crítica situación económica, las cifras de facturación del comercio electrónico en España no paran de engordar: 9.201 millones de euros, según datos del 2011. Un 25,70% más que en 2010 y hasta un 60 % más que en 2009. La mayoría de las mujeres que lideran *startups* crean empresas que tienen que ver con iniciativas de comercio y servicios, como la hostelería,

## Haz networking

**DÉJATE VER** En redes sociales como [www.womenalia.com](http://www.womenalia.com), en la que encontrarás información muy útil para las mujeres emprendedoras.

**FOROS** Date a conocer en eventos anuales como *Investor Day* ([investorday.es](http://investorday.es)), *Red Innova* ([redinnova.com](http://redinnova.com)) y en el *European E-commerce*

*Conference* ([www.eec-conference.com](http://www.eec-conference.com)), donde podrás mostrar tu negocio a inversores y conseguir un premio al proyecto más innovador.

### EL DISEÑO DE LA WEB

Es fundamental tener muy clara la estructura de la página y lo que quieres transmitir. «En el caso de *botwist*, com eran la sencillez y la delicadeza», dice Elena Taboada, que, junto a su socia Ani Desmonts, ha creado una

colección de camisas para mujeres y niñas, con estampados inspirados en la cultura gallega. Por su parte, Ágata recuerda: «Lo más importante es que la navegación sea sencilla. Puse mucho énfasis en que en tan sólo tres clics se pudiese realizar el pedido». Y Aitziber

## NEGOCIO 2.0 AHORA ES POSIBLE MONTAR TU PROPIA TIENDA HASTA EN LAS REDES SOCIALES, COMO FACEBOOK

afirma: «Tiene que ser intuitiva y clara, que muestre lo que tú quieres mostrar, pero que el proceso de compra sea muy fácil». Carmen Dapena de *lapety.com*, una web en la que se encuentran piezas únicas como joyas artesanales y objetos de decoración, está de acuerdo pero insiste en que «el diseño ha de ser muy cuidado, sobre todo en nuestro caso, porque, además de vender productos, transmitimos emociones y un estilo de vida». Esther recuerda que la mayor dificultad al poner en marcha *bebepeque.com* fue «no acertar con los proveedores para la parte tecnológica. No vale que el primo de tu amigo te la monte baratísima. A mí me pasó y fue un verdadero desastre. Al final, tiras mucho tiempo y dinero». Para dar cuerpo a [www.kidsme.es](http://www.kidsme.es), Anna contrató a una diseñadora que se encargó de toda la parte gráfica, y también a un «equipo experto en *e-commerce* que ejecutó ese diseño con una herramienta potente y sólida».

### RETOS Y SOLUCIONES

Cuando la web ya está funcionando, promocionarla, generar tráfico y lograr que el cliente compre son algunos de los desafíos más inmediatos. «Darme a



### botwist.com

**Sus creadoras** Elena Taboada y Ani Desmonts (ambas tienen 36 años).

**Su proyecto** «Decidimos mezclar las cosas que más nos gustaban: gráfica textil, moda y niños, en un proyecto muy vinculado a nuestra tierra, Galicia», dice Elena.

**Experiencia previa** Son diseñadoras gráficas.

conocer y ofrecer un servicio muy personalizado fueron las mayores dificultades. Intentamos contestar a todos los *e-mails* de los usuarios y solucionar sus dudas al momento. Muchas veces acabo llamando a mis clientas y se quedan alucinadas. «¿Pero no era *online*?», me preguntan», dice Virginia Pozo. Para conectar con el público objetivo de manera eficiente y con poca inversión hay que lograr que la marca aparezca en los primeros puestos cuando se hace una búsqueda en Google. Esto se logra de forma gratuita siendo una autoridad en los contenidos incluidos en la página o pagando por palabras claves, lo que se conoce como *ad-words*. «Para mí, han sido fundamentales», dice Esther Asin, que también reconoce la importancia de realizar ▶

VIRGINIA LLEVA BLAZER DE SANDRO. CAMISETA DE ASPESI. PANTALÓN DE COOSYÉS Y SANDALIAS DE JIMMY CHOO.  
ELENA. TRAJE DE CHAQUETA DE BOSS. CAMISETA DE BOTWIST.COM Y SANDALIAS DE ZARA.



### coosy.es

**Su creadora** Virginia Pozo (28 años).

**Su proyecto** «Mi madre tiene varias tiendas y quería seguir la tradición pero adaptada a los nuevos tiempos con una web dedicada a ropa y accesorios para mujeres».

**Experiencia previa** Es licenciada en Derecho y trabajaba en un banco.