

# Emprendedores & EMPLEO

Expansión

## Emprendedores del lujo que quieren llegar a todos los públicos

La venta online de productos exclusivos aún no convence a las grandes marcas, pero los emprendedores apuestan por ella para superar los altos costes de entrada y no limitar su oferta a las zonas más selectas.

**Alba Casilda.** Madrid

Al mismo tiempo que muchos emprendedores lanzan sus ideas *low cost* y convence a los consumidores con sus iniciativas de ahorro, otros encuentran su oportunidad en el lujo. Están apostando por la creación de negocios online para llegar a todos los públicos y no limitar sus ventas a las zonas más exclusivas. Las posibilidades son infinitas y van desde los ámbitos más tradicionales, como moda o cosméticos, hasta plataformas que reúnen a nuevos diseñadores.

Las ventas del sector han crecido un 6% este año hasta alcanzar 5.500 millones de euros, según el informe Luxury Briefing de Cushman & Wakefield. Entre los responsables de estas cifras se encuentran los emprendedores con nuevos proyectos en este sector. Además, algunos de estos empresarios también están interviniendo en el crecimiento de las grandes firmas. “Se está creando una dinámica por la que ideas brillantes desarrolladas por emprendedores son compradas e implementadas a mayor escala por grandes marcas del sector. Como es el caso de El Ganso que fue adquirido en un 49% por L Capital, el fondo de riesgo de LVMH, el pasado mes de octubre”, explica Robert Travers, socio y director de agencia de retail en Cushman & Wakefield en España.

### En Internet

A pesar de que en este ámbito la creación de negocios online resta posicionamiento frente a las tiendas físicas, los *e-commerce* permiten a los emprendedores comenzar su andadura en el sector. Además, la creación de tiendas en



### DESIGNERS'ROOMS

Verónica Báez es la fundadora de este 'marketplace' creado en 2015 y en el que ya venden sus colecciones diseñadores como Miguel Marinero, Álex Vidal y Makara.

**BELÉN MAGANO** “La realización de las piezas suele superar las cinco semanas. Son creaciones artesanales y personalizadas en color, tejido y forma” explica Belén Magano, fundadora de la firma que lleva su mismo nombre y que diseña ropa de hogar.



### Para darse a conocer es esencial contar con un plan de expansión ambicioso

la Red está ayudando a que el lujo sea más accesible. Así opina Sara Werner, CEO y cofundadora de la tienda online Cocunat de productos de cosmética 100% natural que alcanzan hasta los 100 euros. “Es la única forma de llegar a todas las personas que quieren cuidarse, independiente-

mente de su lugar de residencia. La cosmética natural y saludable es un bien escaso, no se encuentra con facilidad”, comenta Werner.

La firma nació en 2013 y hoy cuenta con un catálogo con más de 50 marcas y 3.000 referencias procedentes de todo el mundo. Desde el principio, se han querido diferenciar en el cuidado de la calidad de su oferta. Lo consiguieron al establecer un proceso de selección de varias fases en las que se estudia la marca y la composición de los productos.

### Es imprescindible contar con una estrategia de marketing desde el principio

En Belén Magano, empresa que diseña colecciones de mantelerías, ropa de cama y ajuar de novia, de hasta 3.000 euros, también insisten en la materia prima. A punto de cumplir un año en el mercado, desean expandir su idea y complementar su tienda online con la apertura de un es-

tablecimiento. “Para el lanzamiento destinamos 35.000 euros y reinvertimos parte de los ingresos en materiales, marketing y en las artesanas que saben manipular los tejidos”, explica su fundadora, Belén Magano, que a final de año estima superar los 100.000 euros de facturación.

Estas firmas están marcando una nueva forma de consumir el lujo. Sin embargo, para poder competir con las grandes marcas es muy importante contar con un plan de expansión como el de Ma-

### LA CLAVE

Madrid y Barcelona fueron las ciudades en las que se abrieron más negocios de lujo en 2014, con la presencia de 57 nuevas marcas. En 2015 se instalaron 33.

gano. “Para ello es esencial conseguir acceso a capital de bancos o de fondos de capital riesgo. En el mundo globalizado en el que nos movemos hoy, crecer solo en el sector del lujo es muy difícil debido a los altos costes de entrada”, matiza Travers, de Cushman & Wakefield en España.

### Nuevos conceptos

Este ámbito también se está mostrando como un área flexible que da cabida a proyectos que van más allá de los negocios tradicionales. Ése es el caso de Verónica Báez, fundadora y CEO del marketplace Designers'rooms. Tras desarrollar su carrera en grandes marcas, puso en marcha este portal en el que los diseñadores ponen a la venta sus colecciones de la temporada actual y de la próxima. Para Báez, la dificultad se ha encontrado en contactar con los diseñadores, por lo que recomienda contar con una buena estrategia de marketing. “Nosotros intentamos que los profesionales de la moda ganen visibilidad, ya que de esta manera sus prendas no se quedan sólo en la pasarela o en su tienda. Actualmente trabajamos con tres diseñadores y de aquí a seis meses queremos colaborar con diez”, comenta Báez.

Con la idea de dar a conocer lo que se mueve en las pasarelas también nació El Baúl de Cookie&Chic, una tienda que adapta la alta costura a la moda infantil e invita a los más pequeños a realizar sus creaciones. La inversión inicial fue de 12.000 euros y más allá de las complicaciones financieras, Ruth Abuín, cofundadora del negocio, destaca la importancia de testar los diseños y comercializarlos al público objetivo.

Hoy en  
**EmpleaTV**  
Los 10 empleos  
más raros  
Expansion.com

## Trabajos inusuales, pero bien remunerados

Embalsamador, catador de helados, modelo de pies o asesor genético. Estos son sólo cuatro ejemplos de diez de los puestos más raros que te puedes encontrar. Empleos que,

aunque te parezca mentira, no están mal pagados. Sorprende el de vendedor de perritos calientes en la Gran Manzana, con el que se puede llegar a ganar más de 91.000 euros

al año. En este vídeo te ofrecemos un pequeño listado de los trabajos más raros del mundo, pero con los que cobrarás un sueldo digno. La pregunta es: ¿estarás capacitado?

