



> PERSONAJES ÚNICOS / JAIME RUBIO

Este emprendedor fundó La Tienda Home hace ocho años, la primera 'web' española de venta de colchones en internet. Confía en el comercio electrónico como alternativa empresarial, aunque aconseja buscar sectores poco atomizados. Por **M. Climent**

El auge de la tienda 'on-line'

Vender colchones por internet hace ocho años parecía una 'cosa de locos'. Hoy, La Tienda Home es líder en la venta *on-line* de artículos de descanso y tapicería. «Una parte muy importante de nuestro éxito ha sido ser los primeros del mercado», afirma Jaime Rubio, director general de Home. Desde su sede central en Gandía, el portal se ha consolidado como «referente» en comercio electrónico en España.

Rubio opina que «ser diferente» es crucial para el éxito de cualquier empresa. Antes de abrir Home, el comercio electrónico era «un modelo de futuro que funcionaba en otros países», aunque en 2003 era prácticamente inexistente en el territorio nacional. Como buen emprendedor, se lanzó a la aventura. No se equivocó. Abrir este mercado le ha permitido «hacer las cosas bien, paso a paso y marcando el ritmo de quienes han venido detrás». Cuando cambia el terreno de juego, también lo hacen las normas. «Internet tiene unas reglas muy diferentes a las del mercado físico», destaca. Existen cuestiones «fundamentales» que se deben «cuidar al máximo», como son «la exclusividad de producto, la logística y una buena gestión interna».

Uno de los aspectos fundamentales a tener en cuenta es la seguridad en la compra. «Si la página tiene un servidor seguro, pago securizado o, como en el caso exclusivo de Home, un aval bancario que cubre la devolución de cualquier importe si el cliente no recibe la mercancía, la seguridad es muy superior a la de cualquier comercio físico», indica Rubio. El fundador de La Tienda Home recomienda a los usuarios que comprueben la «trayectoria de la empresa». «No



Jaime Rubio, director general de La Tienda Home, en sus instalaciones de Gandía. / BENITO PAJARES

«Internet tiene reglas muy diferentes a las del mercado físico que hay que cuidar al máximo»

es lo mismo comprar en una web que está consolidada que en otra acabada de nacer y que dentro de unos meses no sabemos si existirá», comenta.

Rubio anima a los emprendedores a iniciarse en el comercio electrónico, «siempre y cuando la categoría que escojan no esté atomizada». Él mismo reconoce que ahora no montaría una web que vendiese electrónica o colchones, porque son mercados que están «saturados» de competencia. «Intentaría buscar productos que se vendan en el

mercado físico, pero que todavía no se estén comercializando en la red», desvela.

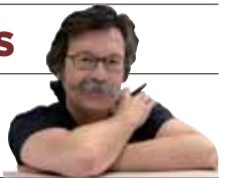
A la hora de abrir una tienda *on-line*, no es necesario ser experto en internet. Sin embargo, Rubio aconseja «buscar asesoramiento externo especializado». Otro punto a tener en consideración es que «una idea no triunfa si no hay una buena gestión detrás». En este sentido, el director general de Home señala que es «importante» trabajar en el aspecto externo de la web y en la gestión interna, de forma que se pueda ofrecer al usuario «una atención personalizada y de calidad». «Vender es importante, pero lo que realmente hace crecer a cualquier empresa es conseguir que los clientes queden satisfechos», opina.

«La seguridad de una tienda 'on-line' puede ser muy superior a la de cualquier comercio»

La crisis también ha afectado a los sectores que están creciendo, como el comercio electrónico. Para hacer frente a este efecto, La Tienda Home apostó por «nuevos proyectos» como la introducción de nuevos productos (sofás) o la internacionalización de la empresa (acaba de abrir una web en el mercado francés). ¿El resultado? Durante los últimos meses, la firma valenciana ha crecido «entre un 80% y 100%» respecto a ejercicios anteriores, mientras que el resto del sector está cayendo «alrededor de 20 puntos».

> MATERIA GRIS

Javier López Tazón



Vivan los garajes

Durante la semana pasada hemos publicado decenas de páginas sobre él y sobre la compañía que fundó. Me refiero, claro está, a Steve Jobs y a Apple. Una de las ideas fuertes que más se ha difundido, además de su capacidad para crear y vender (en el mejor sentido de la palabra) ilusión es que realmente no fue un creador, que no inventó nada, sino que tuvo el acierto de ver más allá de productos ya existentes y convertirlos en un objeto diferente, en un nivel superior.

Independientemente de que pueda discrepar cuando se plantea esa idea en términos absolutos (no en vano, Steve Jobs, a pesar de no ser el ingeniero que escribe el código, es la cabeza que organiza toda una empresa para llegar a un sistema operativo como el que ahora está integrado en los ordenadores o en los dispositivos móviles de Apple —y sé que me dirán que el sistema está basado en Unix—), Jobs, junto con Steve Wozniak, crearon Apple y se dedicaron a cambiar el mundo de la informática y la tecnología en general.

El cofundador de Apple muere con 56 años y la compañía de la manzana ya ha cumplido los 35. Cuando empieza su andadura empresarial tiene ¡21 años! y una formación universitaria irregular e incompleta. Vale, igual, como dicen, no fue un inventor, no creó nada que no existiera, pero cambió radicalmente la manera en la que hacemos muchas cosas, desde manejar un ordenador hasta comprar música o mantenernos en contacto a través de móviles y tabletas.

Emprendedor, arriesgado, visionario, capaz de rodearse de equipos para alcanzar un objetivo. Vale, eso lo es prácticamente cualquier innovador. Lo que sucedió en su caso es que su visión fue acertada y sus ideas, convertidas en productos absolutamente deseables, cuajaron entre un público que se convirtió en feligrés.

Yo no me excluyo de esa religión. El cuidado por el diseño interior y exterior de los productos de Apple es exquisito, aunque lo fabriquen en China, como todo el mundo.

Hemos hablado mucho, pero me sigue rondando la sensación de que no hemos colocado en el debido nivel de importancia el software. ¿Sabéis qué hizo Steve Jobs cuando lo despidieron de Appel? Ojo, no necesitaba trabajar.

Apple nació en un garaje, igual que había hecho HP. Y Youtube. Y Google...

Montó otra empresa tecnológica, NeXT. Desarrolló un ordenador con sistema operativo propio. Años más tarde, una languideciente Apple compró NeXT por 400 millones de dólares y Jobs volvió a casa. Con ese sistema operativo y la visión de Jobs, Apple remontó el vuelo y se convirtió en la que hoy conocemos.

Apple nació en un garaje, igual que ya lo había hecho HP en 1918. Bill Gates y Paul Allen comenzaron en el garaje de los Gates; Chad Hurley y Steve Chan pusieron las bases de Youtube en... un garaje y Google ¿adivinan dónde? En España deberíamos construir más garajes. javier.lopez@elmundo.es

Javier López Tazón es redactor jefe de *Ariadna*, el suplemento de tecnología de EL MUNDO.

MI TWITTER

...ESTA SEMANA. La sección recoge mensajes en Twitter sobre innovación, en 140 caracteres.

@sábado Innovatec S&C lanzará un dispositivo que controlará los aparatos electrónicos utilizando tan sólo con los ojos.

@domingo La Universidad de Stanford desarrolla un sistema capaz de localizar las zonas del cerebro que

se estimulan cuando se siente dolor.

@lunes La Universidad de Singapur crea una membrana capaz de almacenar energía eléctrica y que podría sustituir a las pilas y baterías.

@martes Symantec lanza una herramienta de prevención de pérdida de datos para iPad.



@miércoles Científicos estadounidenses entrenan monos para que controlen un brazo

virtual utilizando sólo sus ondas cerebrales.

@jueves Icer crea unas pastillas de frenado con tecnología multicapas que bloquean mejor las ruedas.

@viernes Investigadores del CSIC desarrollan un nuevo modelo para la predicción de meteotsunamis.