

Sunglasscity, Canaryfly y Yonogluten, mejores comercios online de las Islas Canarias

Los Ecommerce Awards reconocen la labor a las mejores tiendas online de las Islas Canarias en el marco del evento Ecommerce Tour Las Palmas 2018

Sunglasscity, Canaryfly y Yonogluten se consolidan como los mejores comercios online de las Islas Canarias, según el jurado del Ecommerce Tour Las Palmas 2018 celebrado el pasado día 28 de junio. Más de 150 asistentes se dieron cita en la quinta parada del RoadShow #EcommerceTour, donde se pudieron conocer, compartir, analizar las últimas tendencias en comercio digital.

El primer premio fue para Sunglasscity, una tienda online especializada en gafas de sol, que en agosto cumplirá dos años y que cuenta con 3 tiendas físicas en Tenerife y lleva unos 20 años en el mercado. Lanzaron la web en agosto de 2016 y venden a toda Europa y ciertos países del resto del mundo como Hong Kong, Australia, Chile, Japón, Kuwait o Qatar, aunque sus principales mercados son España y Alemania. El segundo puesto www.canaryfly.es, una compañía aérea canaria que opera vuelos regulares de pasajeros entre las Islas Canarias y que tiene en el comercio electrónico a su principal canal de venta. El tercer premio se lo llevó www.yonogluten.com, una tienda online nacida en Las Palmas de Gran Canarias especializada en la venta de alimentación de productos sin gluten. Un proyecto que responde a la demanda de muchos clientes, de las Islas y de la península que desean comprar alimentos libres de gluten.

Los casos de éxito locales y las claves que las hicieron triunfar

En el evento se dieron a conocer las tendencias más importantes en comercio electrónico, logística, transformación digital, email marketing y omnicanalidad, de la mano los comercios electrónicos locales más relevantes de las islas.

Aloe Plus Lanzarote: se trata de una tienda canaria especializada en la venta online de productos de estética, cuidado facial y corporal, creados a partir del aloe cultivado en más de 5 hectáreas situadas en la isla de Lanzarote. La empresa destaca la importancia de la buena combinación entre lo online y lo offline "Hemos tenido un incremento desde su creación de más del 250%, gracias por las sinergias online y offline. Los clientes de ecommerce acaban visitando la tienda", asegura Casandra Peraza, Ecommerce Manager de la empresa.

Hiperdino Supermercados: la conocida cadena local hace 2 años que vende online en Canarias, tanto envasados como frescos, y aunque ve cómo el consumidor de la alimentación se va adaptando al canal online hace hincapié en los retos de logística en las islas.

Omnirooms: creada hace más de 3 años, Omnirooms facilita las reservas de hotel a personas con movilidad reducida. El portal cuenta con 53 alojamientos en más de 20 destinos de todo el mundo. La empresa fue la ganadora del Premio Emprendedor 2017 entregado por la Confederación Canaria de Empresarios. "Queremos que 37 millones de europeos tengan las mismas oportunidades de reservar

sus hoteles vía online como el resto de turistas”, apuntó Pedro Hernández, CEO de la compañía.

Poolmania: esta empresa nació hace 6 años “nuestro éxito fue apostar por este mercado de nicho, donde observamos en su momento que había verdadera demanda de material de billar”, señala Diego Suárez, Ecommerce Manager.

Patricia Santana Swimwear: esta firma, nacida en 2015, es un ejemplo del uso de los nuevos canales para la introducción de nuevas formas de compra ajustadas a los nuevos modelos de vida eco-sostenibles. Ayram Pérez, su Ecommerce Manager señaló: “Luchamos contra el fast fashion, que presentan los modelos y se posicionan rápidamente a través de los buscadores, gracias a producir y diseñar propuestas innovadoras”.

Canarias Exclusive: “hace 4 años creamos un producto basado en experiencias turísticas, en plena época de la crisis y donde se buscaba más los ‘chollos””, explica Javier Fernández, su CEO, que resalta la necesidad de implementar estrategias de redes sociales, para poder ofrecer el producto, a través de la especialización en Facebook Ads. “El mismo Facebook contactó con nosotros por nuestros fantásticos resultados en marketing”, explicó.

Spalopia: Rubén Mahugo, director de marketing de Spalopia explica su estrategia. “A causa de los pocos márgenes que hay en productos de spa en la venta online, se ha desarrollado un motor de reservas para que los propios spas puedan vender su producto en sus propias páginas web, quedándose así un porcentaje mayor del beneficio generado por ellos que con otras alternativas”.

La logística y sus particularidades en Canarias fue otro de los principales debates del encuentro. Javier Vargas, CEO y Fundador de E-LOG y David Murillo, Director Territorial Z. Norte y Responsable de Ventas Nacional de E-LOG, presentaron las dos vertientes que afectan al archipiélago canario, la entrega de paquetería ecommerce con origen Península/Europa, y las herramientas para potenciar la venta y crecimiento de las startups y ecommerce de Canarias hacia la Península y el resto de Europa. “Normalizamos la venta online en Canarias, facilitando que el comprador canario acceda a una experiencia de compra similar a la de un residente en la Península. Con e-log ningún ecommerce paga más de 6€ por un DUA Aereo, ni más de 4€ por un Bajo Valor, y pagará solo 10€ por un DUA Marítimo, ya que la ‘guerra’ con las navieras es mucho más ardua y complicada y de momento no se muestran muy dispuestas”. Con las nuevas incorporaciones para los envíos en Canarias, e-log ya tiene cerrado un acuerdo con Celeritas gracias al cual disponen de 50 puntos de entrega en toda Canarias. Y además están trabajando en crear una potente red de Lockers en todo el archipiélago.

Datos de contacto:

Rocío Sanguino
916611737

Nota de prensa publicada en: [Las Palmas](#)

Categorías: [Marketing Canarias](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>