

Miles de empresas españolas encuentran en el e-commerce una alternativa a Amazon

En los últimos doce meses más de 5.000 empresas españolas han duplicado sus ventas gracias a los canales de venta online, según Ecommerce Business Club

Con 15.000 millones de facturación al trimestre, el comercio electrónico en España goza de una excelente salud. Según los últimos datos disponibles casi un 8% de las ventas en el país se llevan a cabo por Internet.

¿Cuál es el mayor obstáculo que tienen las empresas nacionales para prosperar en este sector? La presencia de un pez gordo, Amazon, que ocupa cada vez más espacio en el estante: entre un 20% y un 30% del mercado.

Además de vender directamente sus propios productos, Amazon actúa como intermediario. Cualquier empresa puede utilizar su plataforma de venta, pero para ello debe pagarle un 15% de la facturación. Los "peces chicos" se enfrentan así a un dilema: pasar por el aro de esas comisiones, lo que reduce significativamente unos márgenes de beneficio ya estrechos, o perder el acceso a un escaparate incomparable al que cada día se asoman millones de clientes de todo el mundo.

La única salida a ese dilema consiste en potenciar la venta online propia. Muchos empresarios se han dado cuenta de ello: "Cada vez tenemos más clientes interesados en soluciones de ecommerce independientes", asegura Mario Dudas, director de Mariodudas.com y especialista en ventas online con Google Shopping. "En el último año y medio hemos notado que se ha disparado la necesidad de aumentar las ventas online sin pasar por un intermediario cuyas condiciones rozan lo abusivo".

La necesidad de desarrollar la venta online choca sin embargo con un obstáculo: la carestía de profesionales y empresarios con una formación adecuada. No existen programas universitarios ni cursos oficiales de ecommerce en España. Muchas empresas fracasan en este mundo por falta de formación, a pesar de que sus productos son de calidad:

"En nuestros inicios teníamos prendas hechas con la mejor calidad y diseño pero no conseguíamos venderlas", asegura Isabel Catalán, fundadora de Mostylion. "Analizamos la situación y decidimos educarnos para entender dónde estábamos fallando. Logramos los objetivos y en la actualidad contamos con más de cien ventas al día de forma recurrente".

Con esa experiencia en la mochila, Isabel Catalán junto a Juancar Mostajo y Javier Laín crearon Ecommerce Business Club (EBC), un proyecto educativo destinado a cubrir el principal hueco que existe en el mercado online en España, la formación. Su método combina la teoría, la práctica y el acompañamiento de mentores expertos. De esta forma aseguran que cualquier empresario puede partir de cero y crear una tienda online "rentable, estable y escalable".

La filosofía de EBC es la de un gran club donde los emprendedores digitales se conectan. "Somos una

comunidad donde día a día nos ayudamos. Sin esta inteligencia colectiva hoy no estaríamos aquí, porque gracias a los aprendizajes y cicatrices de otros hemos caminado a hombros de gigantes. Puedes aprender por conciencia o por experiencia, nosotros preferimos la segunda opción".

En tan sólo un año EBC ha formado a más de 600 emprendedores digitales. Entre todos ellos este año han facturado más de diez millones, una cifra que esperan triplicar en el 2023.

Datos de contacto:

Mariodudas.com

641407895

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Marketing Emprendedores E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>