

## **Pequeñas marcas españolas se han convertido gracias al desarrollo en las redes sociales en grandes potencias con interesantes facturaciones**

**En España existen compañías que han logrado alcanzar grandes éxitos empezando desde lo más simple. Es el caso de Mr, Wonderful, Wallapop, Hawkers, Cabify y Pompeii** Siempre parece que las mejores ideas vienen de fuera, como Instagram o Amazon. Sin embargo, en el ideario español existen muchísimas bombillas encendidas. Proyectos que surgieron de la nada y que con el tiempo coparon todo el mercado. Estas son solo nueve de ellas, que han llegado a lo más alto.

### Mr. Wonderful

Cualquiera con una red social en su vida los conoce. Son los responsables de llenar nuestros días con frases motivadoras trayendo a España el concepto "quote" que tan bien funciona en otros países. Sus creadores son Javi Aracil y Angi Cabal, un matrimonio que comenzó haciendo sus invitaciones de boda y terminó diseñando frases que aportan buen rollo en tazas y carcasas por todo el mundo.

A día de hoy cuentan con 1.200 puntos de venta en todo el mundo, incluyendo la FNAC y El Corte Inglés. Además, tiene presencia online en 26 países y la oficina ha crecido un poco: de la pareja original a 150 empleados. Eso sí, con su sede en Barcelona, manteniendo las buenas costumbres. ¿Y si hablamos de dinero? A nadie le sorprenderá saber que Mr.Wonderful factura como si no hubiera un mañana, pero es que cerraron 2016 con 30 millones de euros.

### Wallapop

Wallapop es una de las apps más utilizadas para la compra-venta por Internet, habiendo ganado terreno a muchas otras empresas en los últimos años. Su nacimiento tuvo lugar en Cataluña de manos de dos empresarios: Gerard Olivé y Miguel Vicente.

Es una empresa con mucho secretismo y existen muchos rumores sobre su financiación y sus beneficios, ya que hasta el momento Wallapop no cobra al usuario por las ventas o el uso de la aplicación. En 2015 cerró una ronda de financiación de 95 millones de euros y ya planea su entrada en Estados Unidos. Por que sí, el país que vio nacer a esta app ya se le ha quedado pequeño.

### Hawkers

La firma de gafas de sol nació (y vive aún) a medio camino entre Elche y Alicante. De hecho, su oficina

mantiene la decoración y cartelería de su anterior propietario, y sus dueños lo prefieren así. "Si pudiéramos el logo de Hawkers vendrían a pedirnos gafas y nosotros queremos estar a nuestro rollo" dicen los 4 jóvenes de Elche responsables de este fenómeno.

Todo comenzó con Iñaki Soriano, Pablo Sánchez, Alejandro y David Moreno, los cuatro fundadores de la empresa. Ahora son 45 empleados, dedicados a probar y viralizar productos. Su experiencia es tal que han logrado hacer algo a las mil maravillas: vender y lanzar su producto sin un solo céntimo de financiación. Así, utilizando las herramientas de publicidad de Facebook, lograron facturar 15 millones de euros.

## Cabify

Cabify es, hoy en día, la joya de la corona de las startups españolas. Creada en España por el empresario Juan de Antonio, es la primera aplicación que permite contratar diferentes vehículos con conductor vía online. Esta novedad les ha valido numerosas rondas de financiación, siendo la última de 120 millones de euros.

En la actualidad cuenta con más de 800.000 usuarios en todo el mundo y presencia en España y Latinoamérica, donde han logrado adaptarse a las diferentes costumbres y legalizaciones. Han cambiado el mundo del transporte privado tal y como lo conocíamos, lo que se ha traducido en una facturación de 100 millones de euros en 2016.

## Pompeii

Pompeii es una firma de calzado que transmite estilo. Su filosofía buenrollera de la vida, sus diseños llenos de color y su uso (exclusivo) de redes sociales para crear comunidad y acercarse al público joven les ha convertido en una marca muy deseada. Pero además, esta marca ha sido creada y funciona solamente en España y están tan orgullosos de ello que forma parte de su eslogan: "Zapatillas made in Spain".

Su uso de Facebook ha marcado un hito en la historia de las startups españolas, porque decidieron invertir en el producto y aprovechar el boca a boca de la red social para aumentar sus ventas, sin invertir en comunicación. Comenzaron con 300 euros y un boceto de unas zapatillas. Ahora facturan cerca de los 600.000 euros y se han lanzado a la aventura de la industria textil.

El contenido de este comunicado fue publicado primero en la web de Tendencias

## **Datos de contacto:**

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Finanzas](#) [Moda](#) [E-Commerce](#) [Dispositivos móviles](#) [Innovación Tecnológica](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>