



La mentalidad del cliente, freno principal de los negocios por Internet

● Tres jóvenes presentan en Zamora sus respectivas empresas de venta virtual

CARLOS GIL

Hacer negocios en Internet sigue siendo complicado por el freno que supone la mentalidad de los clientes, aunque los nuevos medios de pago y las empresas que cada vez ofrecen cosas más útiles están abriendo nuevas perspectivas. Así lo creen los tres jóvenes empresarios virtuales que ayer participaron en el Club La Opinión-El Correo, el zamorano Javier Carbajo, el salmantino Bernardo Hernández y el madrileño José Luis Cáceres, los tres residentes en Madrid. El consultor y formador Javier Carbajo Aguirre es el creador de "quesos.com", una empresa que tiene su fuerte en la información de las novedades del mundo del queso, las tablas especiales para regalo que se distribuyen por toda España y la posibilidad de acceso a cualquier tipo de queso de

la península y las islas sin moverse de casa. Carbajo cree que «el bautismo de la gente en la compra por Internet se da cuando necesitan adquirir algo y no pueden conseguirlo de otra forma». Una vez que prueban el sistema, por supuesto, repiten.

«"quesos.com" nació en el año 2000 y desde entonces estamos llevando todo tipo de quesos artesanos a domicilio», explica Carbajo. «La gente nos pide sus tablas de queso por Internet, con distintas variedades e instrucciones en las porciones sobre la procedencia del producto y su elaboración». Una de las novedades es la venta de quesos para fondue y un aparato suizo que permite sacar "flores de queso".

Bernardo Hernández, director de desarrollo de negocio y socio fundador de "Idealista.com", explica que éste «es un portal inmobiliario que intenta acabar



Javier Carbajo, José Luis Cáceres y Bernardo Hernández, ayer en Caja Duero / Foto Ana Díaz-Cano

con la ansiedad de buscar casa». Los vendedores pueden dejar sus ofertas en el portal de Internet, al que acceden los compradores que buscan casa. «Somos el primer portal inmobiliario español. Tenemos 28.000 inmuebles en nuestra base de datos y entran 350.000 personas al mes con doce millones de páginas vistas», explica Bernardo. «Se gana dinero, pero es como todo, para que la gente pague el servicio tiene que valer para algo. Ese es el secreto de los negocios de Internet, que realmente sirva para algo. El problema de los últimos años es

que la gente ha asociado Internet como algo complicado que después de mucho esfuerzo no les valía para nada». El secreto está, por tanto, en modelos de negocio de utilidad para los usuarios, de tal forma que cuando entren en Internet encuentren lo que buscan.

El invento de José Luis Cáceres es algo diferente. Se trata de una comunidad virtual de los amantes del snowboard (una especie de surf por la nieve), que consigue ingresos, sobre todo publicitarios, como medio para mantener el servicio para los

aficionados a este deporte. «Las aficiones de la gente pueden convertirse en un buen negocio», explica Cáceres. «Una de las principales dificultades de una comunidad es mantenerla. Por eso lo que hace "Canalsnowboard" es prestar servicios de la comunidad a las tiendas del sector a nivel nacional». Este tipo de portales especializados «puede surgir con otros deportes y aficiones, como la caza, la pesca y otro tipo de "hobbies" donde la gente está muy implicada. La idea es perfectamente exportable a otro tipo de afición».