

Una perfumería 'online' europea

Perfume's Club facturó 28,5 millones de euros en 2011, en su tercer año

PEPE VARELA

Natural de Palma de Mallorca, Gerardo Cañellas Pujol es, a sus 27 años, el tercer eslabón de una esbirpe de empresarios que llevan más de 50 años dedicados al negocio de los perfumes y cosméticos de lujo. Siendo niño, el hoy empresario pasaba muchas horas en la perfumería que su padre regentaba en la capital balear. En un cartón iba apuntando los días que le quedaban para ser mayor y poder trabajar. Ya lo ha conseguido. Hoy dirige Perfume's Club, una tienda *online* con más de 5.000 referencias en perfumería, cosmética, peluquería, maquillaje, líneas de baño... Con webs específicas para España, Alemania y Reino Unido, en menos de 72 horas es capaz de enviar un producto a cualquier rincón de Europa.

Curiosamente, según explica Gerardo, la idea de estar en Internet surgió a raíz de "ver cómo les estaba yendo a algunos de nuestros clientes con presencia en la Red, además de comprobar la subida que habían experimentado las ventas *online* de perfumes en 2009. En realidad, era un riesgo tener clientes a los que haríamos la competencia en la Red, pero no nos arrepentimos de haber tomado la decisión... todo lo contrario". Porque "en el negocio del comercio, o evolucionas o mueres".

Su oportunidad se presentó en

2008, cuando su padre le ofreció ocuparse de la parte de la venta al por mayor del negocio. "Me dijeron que hiciera lo que quisiera con la empresa. Vi la oportunidad en Internet, estudié lo bien que les estaba yendo a perfumerías extranjeras *online* y pensé que, teniendo un almacén lleno de productos de perfumería y cosmética, bien podíamos aprovecharlo para abaratar precios", recuerda.

Pese a la experiencia familiar en el negocio a pie de calle, Cañellas y su equipo enseguida comprobaron que llevar una tienda *online* era algo muy distinto a gestionar una tienda física, "aunque al principio nos movimos mucho por intuición; después de meses de trabajo en los que fotografiamos una a una las 3.500 referencias con que empezamos y diseñamos y programamos la web al mismo tiempo, aprendimos". En Perfume's Club tenían muy clara la parte comercial, cómo hacer que los productos fueran atractivos a ojos del cliente. Las dificultades se presentaron en el desarrollo de la parte tecnológica, "fue lo que más problemas nos dio, sobre todo negociar la pasarela de pago con los bancos, algo que deja al comerciante muy al descubierto", denuncia.

Pese a ser consciente de que el mercado de la cosmética y perfumería de lujo en Internet está maduro "y tiene mucha competen-



Gerardo Cañellas, de 27 años, dirige la tienda digital del negocio familiar.

Perfil

► Titulado en Administración y Dirección de Empresas por el Institut Químic de Sarrià (Barcelona), **Gerardo Cañellas Pujol es natural de Palma de Mallorca y tiene 27 años.** En 2008 se embarcó en el lanzamiento de Perfume's Club.

Proyectos

► **Seguir creciendo en Inglaterra, Alemania y Portugal** y aprovechar las oportunidades que pudieran darse en Estados Unidos, Japón y en economías emergentes, tales como la china o la de los países latinoamericanos.

cia", Gerardo cree que Perfume's Club puede hacerse su hueco. "Para eso tenemos que ofrecer buenos precios, ahorrando costes, al tiempo que ponemos en valor nuestra experiencia en el negocio en el trato con el consumidor, algo de lo que carece nuestra competencia". Según el director de Perfume's Club, "la oportunidad en Internet está en organizar la logística y la distribución para ofrecer el mejor precio a tu cliente final, sin que por ello tenga la sensación de que se está comprando un producto de bajo coste. También hemos encontrado que hombres que no compraban perfumes en comercios de calle, sí lo hacen a través de la web".

El emprendedor cree que la perfumería y la cosmética son productos ideales para su venta a través de Internet, "no necesitas parártelo, lo puedes comprar pa-

ra regalar o para autoconsumo y se compra por impulso, razón por la cual cuidamos mucho el diseño y contenido de nuestra web. Por ejemplo, tenemos un equipo de redacción especializado en temas de belleza; contamos con la colaboración de Iasaweis, la videobloguera más seguida en temas de belleza, y Verónica Blume, quien da consejos y trucos de belleza en nuestro blog", indica.

Y así es como una tienda de venta de perfumes de los años cincuenta se ha convertido en toda una multinacional. Haber recibido el Premio E-Commerce a la mejor tienda de venta de productos de 2011 así lo certifica. Y es que el éxito de Perfume's Club es evidente: 28,5 millones de euros facturados en 2011, y "para este año esperamos un 70% más". La firma ha creado 300 puestos de trabajo entre directos e indirectos. ■