

> JÓVENES EMPRENDEDORES EN RED

El aceite español se refina en el 2.0

Ricardo Carmona, creador de 'DirectodelOlivar.com', moderniza el negocio tradicional del olivo de Jaén a través de un canal de venta alternativo en Internet. Por **Beatriz Elías**

En ocasiones, una frase inspiradora incita a una persona a cambiar de vida. Leer o escuchar una cita que haga saltar una chispa para plantearse el «ahora o nunca». En el caso de Ricardo Carmona, fueron las palabras del aventurero Albert Bosh las que despertaron su espíritu emprendedor latente: «Vivimos tiempos sensacionales, en especial para los que saben afrontar con una actitud más curiosa que asustada, más confiada que recelosa, más atrevida que conservadora, más activa que pasiva, más emprendedora que resignada...». Y este arrojo de valentía fue la semilla de *DirectodelOlivar.com*. Esta joven empresa fundada por Carmona se dedica a la venta de aceite de oliva de la comarca de Sierra Mágina (Jaén) y de diversos productos relacionados con el olivo. «Estaba cansado de ver cómo uno de los mejores aceites de oliva se vende a granel y a unos precios por debajo de los costes reales de producción. Lo que me llevó a pensar que podía construir un canal de venta alternativo, para que los pequeños productores pudieran vender su aceite», comenta el CEO de la iniciativa. Así es como nació la plataforma de comercio electrónico *DirectodelOlivar.com*.

Sin embargo, la capacidad emprendedora de Carmona ya se había puesto en marcha hace dos años con la creación de *codeeta.com*. Esta empresa, fundada junto a cinco socios, ofrece aplicaciones funcionales (*widgets*) a emprendedores en Internet, agencias de marketing y diseñadores, para facilitar el marketing y la venta online en sitios web, blogs y páginas de Facebook. Un negocio que le ha servido como guía y experiencia en su nueva aventura.

Llegó el momento

En agosto de 2010, tras doce años de trabajo en multinacionales de tecnología, sintió la necesidad de crear algo propio y de forma individual: «El espíritu emprendedor lo he llevado dentro desde siempre, pero encontraba una excusa o un motivo para aparcarlo. Finalmente, tomé una decisión, me dediqué de pleno e hice que la idea funcionase», explica el empresario.

Al principio compaginó su empleo con la puesta en marcha del nuevo proyecto. Algo bastante complicado, reconoce, porque «cuando tienes un trabajo dedicas toda tu energía a esa labor, y tienes que utilizar tu tiempo libre para montar la empresa». Así que a los dos meses dejó Siemens: «Era una cuestión de energía, de tiempo y de compromiso. También llegué a esa edad -Carmona tiene 38 años-, en la que dices 'lo hago ahora o no lo hago'. Y el contexto actual no está fácil para dejar un empleo fijo en una multinacional, unos ingresos que te pueden ayudar en los ini-



Ricardo Carmona, fundador y CEO de *DirectodelOlivar.com*. / JMCADENAS

cios del nuevo proyecto... Pero había que intentarlo».

DirectodelOlivar.com comenzó como un canal de comercio electrónico dedicado exclusivamente a la venta de aceite. Pero Carmona se percató de que sólo con esa línea de negocio la empresa no iba a ser rentable. «Le planteé a mi hermana introducir nuevos productos relacionados con el aceite de oliva, como cosmética y arte del olivo (artesanía y decoración)». De este modo, la iniciativa se diversificó y se convirtió en una empresa casi familiar.

Afrontar los retos

Carmona reconoce ahora que el desafío es darse a conocer. «Las barreras de entrada en Internet son menores que para una empresa *offline*; pero, a la vez, la mortandad y la competencia es mayor. Por eso, lo importante es hacerse visible y conseguir la atención de los clientes», apunta. En este sentido, Carmona apuesta por generar información re-

«El producto se puede copiar. Debemos generar valor para diferenciarlos»

«Estaba cansado de ver cómo uno de los mejores aceites se vende a granel»

levantando para diferenciarse de la competencia: «La experiencia de compra o el producto son relativamente sencillos de copiar. Debemos aportar valor a través de historias y de contenidos que generen interés, para vender un producto que es intangible para el comprador. Tienes que gustar para crear una comunidad afín».

Por otro lado, el CEO está centrando los esfuerzos en conseguir presencia en buscadores, blogs y redes sociales. «He contado con 30.000 euros de fondos propios, pero en la segunda fase de la empresa, que se centrará en el marketing online y en la promoción, se consumirá el 80% del presupuesto. Así que tendré que recurrir a la financiación ajena», concreta el emprendedor, quien añade que «un buen posicionamiento es la única opción de supervivencia para una empresa pequeña en este entorno del 2.0».

Pero, sin duda, el mayor de los retos tiene que ver con afrontar el miedo. «Una de mis principales luchas es contra el riesgo. Hay que tener fe en uno mismo. Si fracasas, algo habrás aprendido; pero no te puedes lamentar por no haber hecho lo que querías», afirma Carmona. Para él, la cultura española no potencia el espíritu emprendedor y eso hace que ser funcionario o tener un puesto fijo se valore más que tener un negocio propio. «Soy ingeniero en Telecomunicaciones y máster en Comercio Electrónico. Mi carrera iba enfocada al trabajo por cuenta ajena, pero dejar una nómina ha sido de lo más motivador. Ahora me siento más ilusionado y muerto de miedo que nunca», reconoce. Y ya tiene en mente otro negocio: formación y consultoría en comercio electrónico.

ie business school



Invitación a la conferencia:

“Cobertura de Divisas en el entorno actual”

Ponente: Carlos Gallo Villoria. Director Departamento Total Return, InverCaixa Gestión SGILC y Profesor de Finanzas, IE Business School.

Se presentarán los programas: Executive Master en Dirección Financiera y Executive Master in Finance.

Fecha: Jueves, 12 de mayo a las 19:30h. **Lugar:** C/ María de Molina, 4 - Madrid.

Inscríbete en: www.ie.edu/eventos

IE Business School • María de Molina, 13. Madrid • Tel. 91 568 96 10 • admissions@ie.edu

www.ie.edu/business