

RAÚL JIMÉNEZ

DIRECTOR DE SHOOMO.COM

“Cada vez es más difícil comparar precios en la Red”

“Shomo es un buscador de productos que compite con los líderes”

I. GALO

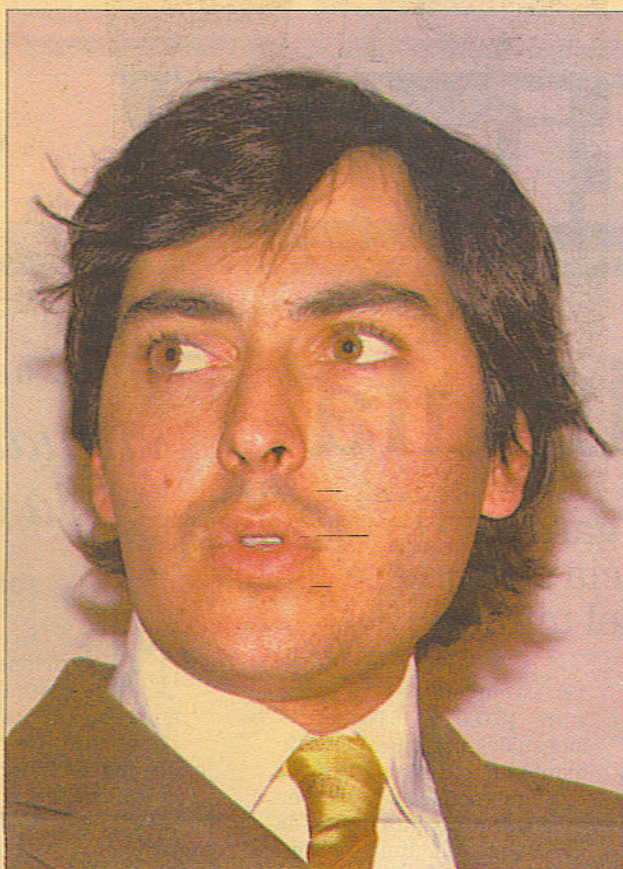
Madrid. Con comparaciones de precios y características de más 300.000 productos de los principales comercio electrónico, Shoomo el último buscador de productos compite con los grandes por un mercado en crecimiento. El pasado mes de diciembre, logró 700.000 consultas a sus servicios. LA GACETA entrevistó a Raúl Jiménez, su creador y director.

En los últimos tiempos aparecen continuamente nuevos proyectos de buscadores de productos. ¿Qué diferencia a Shoomo?

El número de webs que venden productos o servicios por Internet está creciendo de manera exponencial en los últimos años, y esto hace que cada vez sea más difícil para los usuarios visitar todas las tiendas y comparar precios entre cada una de ellas. Shoomo.com ha desarrollado una tecnología propia de búsqueda de productos, denominada ShoRank. Además otro de nuestros factores diferenciadores es la experiencia de nuestro equipo en el mercado español. Shoomo.com.

Los portales de compras online tienen los productos de las mismas tiendas. ¿Por qué no incorporan tiendas pequeñas y medianas?

Shoomo.com tiene previsto dar cabida a todas las tiendas del mercado que deseen vender sus productos por Internet, tanto grandes comercios como pequeños. En una primera fase, hemos alcanzado más de 50 grandes acuerdos con tiendas como El Corte Inglés o FNAC. En una segun-



Raúl Jiménez, creador y director del buscador de productos Shoomo.com.

La demanda de productos en la Red se centra en los viajes y la electrónica

da fase, a partir del segundo semestre, trataremos de incorporar a todas las pymes que estén interesadas.

¿Cómo puede ayudar a las pymes este tipo de portales?

Las pymes tienen pocas ocasiones para equipararse a los grandes actores del mercado. En Shoomo.com la pyme logrará la misma importancia que uno de sus principales competidores. En un buscador de productos como Shoomo.com, las pequeñas y medianas empresas obtienen una excelente rentabilidad en términos de retorno de la inversión. Según se desprende de diferentes estudios y datos internos, los índices de conversión para muchas tiendas minoristas son dos

veces mayores en los buscadores de productos que en los buscadores generalistas como Google o Yahoo.

¿Qué coste y requisitos técnicos tendría para un pequeño comercio que venda online?

Los costes de introducir un catálogo de productos en el escaparate de Shoomo.com están basados en los resultados. Sólo pagará por cada venta generada gracias a nuestro portal, o bien por cada clic que realicen nuestros usuarios en sus productos.

¿Cuál es el gasto medio de un comprador en un buscador de producto?

El Shoomo.com en el último mes de enero de 2006 fue de 247 euros. En general, estamos notando un crecimiento sustancial en el último año. Doce meses atrás, el gasto medio de nuestros usuarios era de 197 euros.

¿Hay algún tipo de producto que los usuarios se resisten a comprar online?

Existen ciertas tendencias en cuanto a los productos más demandados en la Red. Desde nuestro lanzamiento, hemos constatado que los productos más demandados por los usuarios son, por este orden: viajes, electrónica, informática y cine y DVD.

Shoomo.com gestiona compras.com. ¿Cómo lo habéis conseguido?

Hemos llegado a un acuerdo importante de explotación del dominio Compras.com con una empresa argentina que era propietaria de este dominio desde el año 1995.