

Masaltos.com venderá su calzado para ganar estatura en Aliexpress



Antonio Fagundo, CEO de Masaltos.com, junto a su tío y fundador de la empresa, Andrés Ferreras.

BELEN VARGAS

● La alianza con Alibaba asegura la presencia de la empresa sevillana en los tres principales 'marketplaces' que operan en España, tras los acuerdos con Amazon y El Corte Inglés

Redacción SEVILLA

Una de las empresas andaluzas pioneras en la venta *on line*, Masaltos.com, ha firmado una alianza con Aliexpress que permitirá vender su calzado en el segundo *marketplace* del mundo, perteneciente al gigante chino Grupo Alibaba.

Según confirmó la compañía que dirige Antonio Fagundo en un comunicado, Masaltos.com se incorpora a la modalidad Aliexpress Plaza, que permite a los *e-commerce* vender sus productos tanto en España como en el resto de Europa.

Con 26 años de trayectoria, Masaltos.com vende ya más de 16.000 pares de zapatos al año, de los que más del 95% son pedidos *on line* a clientes de más de 110 países. Su portfolio está compuesto por más de 100 modelos de zapatos de ceremonia, de vestir y moda casual.

La plataforma Aliexpress Plaza facilita a los clientes la recepción de sus compras en un plazo mucho más corto, ya que el servicio se opera desde Europa, en lugar de implicar un envío desde China. Además, garantiza un mejor y más ágil servicio posventa, lo que supone una clara

ventaja para los compradores de productos *on line*.

La alianza permite a Masaltos.com vender su producto en un marketplace que tiene más de 150 millones de clientes por todo el mundo (de los cuales 60 millones compran ahí regularmente) y más de 200 millones de visitas mensuales a su sitio web.

"Cuando nos aliamos, lo hacemos con los mejores," asegura Fagundo, CEO de Masaltos.com, quien añade: "Con esta alianza, nos asentamos en la élite de los *marketplaces*, entre Amazon, El Corte Inglés y Ali-

press, que son los que más venden en España, los que mejor atención al cliente tienen, y mejores valoraciones obtienen, tanto de sus trabajadores como de los clientes".

Ciertamente, en España Aliexpress es el sitio web de venta *on line* con mayor cifra de negocio después de Amazon. En 2018 superó incluso a la tienda electrónica de El Corte Inglés.

Por ello, Fagundo lo tiene claro: "Queremos estar en todos los lugares donde estén los clientes, para que todo sea mucho más fácil".

Además de esas tres alianzas, Masaltos.com tiene suscritas otras con Pikengo y DooYoo y hace un fuerte uso de sus redes sociales con fines comerciales. Así, la compañía cuenta con perfiles en Facebook (aquí incluso tiene su propia tienda virtual),

Twitter, Instagram, Pinterest y 21 Buttons, donde ofrece a los consumidores una comunicación interactiva con la propia marca y con sus redes de amigos.

Con estrategias de ventas y promociones muy efectivas, el grupo chino Alibaba ha logrado unos ingresos de casi 40.000 millones de dólares en el año 2018, de los cuales un 75% fue recaudado en un solo día, el 11 de noviembre, Día del Soltero.

Los consumidores españoles se sitúan entre los que más acuden al *marketplace*. De hecho, ocupan el quinto puesto mundial tras China, Rusia, Estados Unidos y Brasil, y el primer puesto entre los europeos.

La estrategia de expansión de Aliexpress ha implicado la búsqueda activa de empresas ven-

Esta pionera andaluza de la venta 'on line' se une a un sitio con 150 millones de clientes

dedoras *-sellers-* en Europa. Entre los requisitos de reclutamiento se incluye que sean compañías con productos de calidad. Con ello consigue mejorar su imagen, todavía muy asociada a productos asiáticos.

Para Aliexpress Plaza, Masaltos.com supone un punto de inflexión: es la primera empresa que venda zapatos con alzas para hombre dentro del portal de Alibaba, ayudando al gigante chino a expandirse en el mercado europeo.

El hecho de que los zapatos se fabriquen en España y cumplan con los estándares de calidad europeos y de la alta zapatería italiana encaja con esos objetivos de consolidación, mejora de la reputación y penetración en Europa de Aliexpress.

De hecho, el carácter internacional de Masaltos.com, el buen nombre de la marca, la calidad y la rapidez con que entrega los envíos han sido claves en la negociación para firmar la alianza, según la propia empresa sevillana.