

26.8k Follows



(https://twitter.com/Mkt4eCommerce)



(https://www.facebook.com/Marketing4eCommerce)



(https://www.youtube.com/user/marketing4ecommerce2)



(https://www.linkedin.com/company/5026520)



(https://www.instagram.com/mkt4ecommerce/)

(https://t.me/marketing4ecommerce)



(https://marketing4ecommerce.net)



INTERACTÚA CON TUS CLIENTES COMO EN UNA TIENDA FÍSICA GRACIAS AL ÚNICO LIVECHAT VISUAL

Guillem Sanz, fundador de Bebitus, tras anunciar su marcha: “Me voy con una mezcla de melancolía y orgullo”



[RAFAEL SOTELO \(HTTPS://MARKETING4ECOMMERCE.NET/AUTHOR/RAFAEL-SOTELO/\)](https://marketing4ecommerce.net/author/rafael-sotelo/) × 23 ABRIL,

2018 × [ENTREVISTAS \(HTTPS://MARKETING4ECOMMERCE.NET/ENTREVISTAS/\)](https://marketing4ecommerce.net/entrevistas/) ×



1



1 Shares

Durante los últimos ocho años, **Guillem Sanz Marzá** (Barcelona, 1977) ha dedicado sus esfuerzos a hacer que Bebitus pasase de ser una [startup \(http://marketing4ecommerce.net/guia-de-supervivencia-para-startup-de-ecommerce/\)](http://marketing4ecommerce.net/guia-de-supervivencia-para-startup-de-ecommerce/) a convertirla en una empresa de comercio electrónico de éxito en el sur de Europa. [Ahora, tras su salida del equipo directivo \(https://marketing4ecommerce.net/guillem-sanz-fundador-ceo-bebitus-cede-relevo-la-direccion-erich-renfer/\)](https://marketing4ecommerce.net/guillem-sanz-fundador-ceo-bebitus-cede-relevo-la-direccion-erich-renfer/), Guillem Sanz emprenderá otros proyectos personales, pero seguirá

apoyando y colaborando con Bebitus y windeln.de. Para conocer un poco más acerca de este punto y aparte en su trayectoria profesional y descubrir por dónde pasan sus planes de futuro, hemos hablado con él.



Entrevista a Guillem Sanz, Fundador y CEO de Bebitus

Acabas de anunciar tu salida de la dirección de Bebitus: ¿Cómo ha sido el momento del adiós? ¿Con qué sensaciones dejas la empresa?

Son sensaciones **contradictorias**. Por un lado, se me va a hacer extraño dejar de participar en el día a día de una empresa a la que he dedicado buena parte de los ocho últimos años de mi vida. Por otro lado, me voy con la tranquilidad de saber que Bebitus queda en las manos del **magnífico equipo humano** que hemos formado durante los últimos años en la sede de Barcelona. Me siento como el padre que ve volar del nido a su hijo: con una **mezcla de melancolía y orgullo**.

En el comunicado se explica que a pesar de que dejas la dirección, seguirás “apoyando y colaborando” con Bebitus y windeln.de ¿En qué consistirá esta colaboración?

Aunque mi marcha se ha anunciado ahora, hay un **periodo de transición que se prolongará hasta el 1 de julio**. En este periodo, iré delegando progresivamente mis responsabilidades directivas en Bebitus y trabajaré para que la transición sea lo más fluida posible, de manera que nuestros clientes, proveedores y socios no perciban ningún impacto.

A partir del 1 de julio estaré oficialmente desvinculado de Bebitus, pero **seguiré asesorando a la empresa** y a su matriz Windeln.de en todo lo necesario, para **garantizar que Bebitus continúa afianzando su liderazgo** en el mercado de la puericultura online en España, Portugal y Francia.

¿En qué situación queda Bebitus ahora que se ha integrado definitivamente en Windeln? ¿Seguirá existiendo como marca?

El acuerdo de integración con Windeln.de alcanzado en 2015 especificaba que Bebitus **continuaría operando con su marca en los mercados en los que está presente** (España, Portugal y Francia), y que la sede operativa y el centro logístico seguirían en Barcelona. No solo los hemos mantenido, sino que el equipo humano ha crecido más de un 40 %.

El proceso de integración se completó el pasado mes de octubre y Bebitus se ha convertido en la división de Windeln.de para los mercados del Sur de Europa, donde está posicionada como **marca de referencia** en la venta de productos online para bebés.

Hace siete años que creaste Bebitus, ¿cómo surgió la idea?

Como suele ocurrir, fue una **casualidad**. Durante un viaje a Estados Unidos me empecé a interesar por **Diapers.com**, un e-commerce de productos para bebés que Amazon compró en 2010 por más de 500 millones de euros. El éxito de Diapers se debía a su enfoque de "one-stop shop".

Los padres y madres podían encontrar en una sola tienda online **todos los productos que necesitan sus bebés**, desde pañales a cunas, tronas, alimentación, juguetes, etc. Pensé que este modelo tenía mucho sentido, tras realizar un estudio de mercado comprobé que nadie lo estaba haciendo en nuestro país ni tampoco en el sur de Europa (los mercados naturales para una futura expansión) y entonces decidí crear Bebitus.

En 2011 Internet era muy distinto de cómo es ahora en campos como la navegación mobile, el uso de las redes sociales o, directamente, la conectividad de la población ¿Te imaginabas que tu eCommerce iba a durar tanto tiempo? ¿Cuál fue el principal reto que tuviste que superar para que saliese adelante?

(https://s3.amazonaws.com/cdn.wp.m4ecnet/wp-content/uploads/2016/12/30184850/20161230_182723.png) Nunca sabes cómo va a salir un emprendimiento de este tipo, pero **estaba convencido de que Bebitus tenía potencial para consolidarse** en el mercado español y en otros países como Portugal y Francia. La mayor dificultad al principio fue convencer a las marcas de que se sumaran al proyecto, porque tenía claro que Bebitus solo funcionaría si detrás estaban los fabricantes más prestigiosos del sector.

Me refiero a **Nestlé, Dodot, Philips Avent, Jané, Blemil**, y un largo etcétera de marcas líderes en sus segmentos, que confiaron en nosotros desde el primer día. Nunca les podré agradecer lo suficiente esta confianza, cuando solo teníamos un pequeño local en el centro de Barcelona y **lo hacíamos todo entre cuatro**: desde subir las descripciones de productos a la web a preparar los pedidos o ir a comprar cajas de cartón cuando se acababan.

Realmente, ha llovido mucho desde entonces.

¿Cómo ha sido la evolución de Bebitus? ¿Cuál ha sido el principal cambio a lo largo de este tiempo?



Encuentra tu producto

BUSCAR

CUIDADO DE LA PIEL



Cuidado de la piel > 783 productos

Ordenar



Filtrar



Leti AT4

Crema Facial Leti AT4 50 ml

0m+



10,50 € (210,00 €/l)



Weleda

Gel de Baño y Champú Bebé
Caléndula Weleda 200 ml 0m+

0m+



8,15 € (40,75 €/l)



Physiodose

Suero Fisiológico Senti2 30
Monodosis de 5 ml

0m+



2,05 € (10,66 €/l)



Inicio



Promos



Dodot



News



Menú

En estos siete años, Bebitus se ha convertido en el **e-commerce de productos para bebés líder en el sur de Europa**. Somos los primeros en nuestra categoría en el mercado español y el portugués, y tenemos una posición consolidada en el mercado francés. Ofrecemos el mayor surtido del sector, con **más de 17.000 productos de las marcas líderes**, contamos con 500.000 clientes registrados y casi 1,5 millones de visitas mensuales a nuestras páginas.

Llegar hasta aquí no ha sido nada fácil. Nos hemos tenido que ir adaptando a la evolución del mercado y de las preferencias de los consumidores.

En este sentido, un momento clave fue cuando **en 2014 nos dimos cuenta de estábamos recibiendo más visitas desde dispositivos móviles que desde ordenadores personales**. En colaboración con **Google** (<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/canales-de-publicidad/movil/bebitus-redisena-su-estrategia-mobile/>) y con nuestra agencia de desarrollo y UX, **Webimpacto**, realizamos una completa transformación de nuestra plataforma de e-commerce para **enfocarnos más en el canal móvil**, que hasta ese momento había sido secundario para nosotros. Esto ha tenido un impacto muy positivo y nos ha permitido seguir creciendo en los tres mercados en los que opera Bebitus.

Imagínate que pudieras viajar en el tiempo hasta 2011. ¿Qué consejo le darías al Guillem de aquella época?

Le diría: *"Guillem, respira hondo, tómatelo con más calma... ¡y disfruta del viaje!"*. **Ser emprendedor no resulta fácil**. Durante los primeros años de vida de Bebitus, me volqué completamente en el proyecto: sin horarios, sin vacaciones, sin descanso semanal, sin saber si a final de mes pagaría las facturas...

Fue una época emocionante, pero agotadora. Y ahora me doy cuenta de que a menudo me preocupaba demasiado por algunas cosas y reconozco que me perdí momentos importantes con mi pareja, mi familia y mis amigos. Pero claro... ¡es fácil dar consejos cuando no estás metido en la vorágine de una startup!

. @DrGuillemSanz (@bebitus): "La primera época de Bebitus fue emocionante, pero agotadora (<https://twitter.com/share?>

text=.%40DrGuillemSanz+%28%40bebitus%29%3A+%22
La+primera+%C3%A9poca+de+Bebitus+fue+emocionant
e%2C+pero+agotadora&via=Mkt4eCommerce&related=
Mkt4eCommerce&url=https://marketing4ecommerce.ne
t/guillem-sanz-fundador-de-bebitus-deja-la-empresa-
me-voy-con-una-mezcla-de-melancolia-y-orgullo/)

DORA&VIA=MKT4ECOMMERCE&RELATED=MKT4ECOMMERCE&URL=HTTPS://MARKETING4ECOMMERCE.NET/GUILLEM-

Hagamos un poco de futurología: ¿dónde te ves dentro de un año? ¿hacia dónde vas a encaminar tu carrera a partir de ahora?

En primer lugar, **quiero dedicar más tiempo a mi familia**. El año pasado tuvimos mellizos con mi pareja, **Alexandra Viguera**, que además es cofundadora de Bebitus y ha jugado un papel totalmente fundamental para el éxito de este proyecto. Los dos hemos trabajado duro mucho tiempo y ahora nos gustaría disfrutar de los primeros años de nuestros hijos.

En segundo lugar, me gustaría compartir la experiencia y conocimientos que he acumulado estos años con otros profesionales. Por ejemplo, mediante la **mentoría a emprendedores**, la asesoría a empresas inmersas en procesos de transformación digital, la colaboración con fondos de inversión y capital riesgo en la búsqueda y evaluación de startups con potencial para invertir, o la participación como experto independiente en consejos de administración.... **¡Creo que no me voy a aburrir!**

Y un poco más difícil: ¿Cómo te imaginas que evolucionará el eCommerce de aquí a 2020? ¿Cómo crees que evolucionarán las tecnologías, los hábitos de consumo, etc.?

Creo que en pocos años el e-commerce completará su integración total en nuestro nuevo modelo de sociedad de consumo. Más pronto que tarde, pienso que **la barrera entre el mundo online y el offline se difuminará**. Ya no habrá empresas que venden en Internet y empresas que venden en el canal físico: **solo existirán marcas que crean propuestas de valor** y las ofrecen a los consumidores a través del canal que estos prefieran en cada momento (en un establecimiento físico, en una página web, en una aplicación, integradas en una red social, etc.)

Artículos relacionados

[App Bebitus: opiniones, análisis y valoración
\(https://marketing4ecommerce.net/app-bebitus-
opiniones-analisis-y-valoracion/\)](https://marketing4ecommerce.net/app-bebitus-opiniones-analisis-y-valoracion/)

[\(https://marketing4ecommerce.net/app-bebitus-opiniones-analisis-y-valoracion/\)](https://marketing4ecommerce.net/app-bebitus-opiniones-analisis-y-valoracion/)

[\(https://marketing4ecommerce.net/guillem-sanz-fundador-ceo-bebitus-cede-relevo-la-direccion-erich-renfer/\)](https://marketing4ecommerce.net/guillem-sanz-fundador-ceo-bebitus-cede-relevo-la-direccion-erich-renfer/)

[\(https://marketing4ecommerce.net/bebitus-com-opiniones/\)](https://marketing4ecommerce.net/bebitus-com-opiniones/)

[Erich Renfer asume el mando de Bebitus tras la salida de su CEO y fundador, Guillem Sanz \(https://marketing4ecommerce.net/guillem-sanz-fundador-ceo-bebitus-cede-relevo-la-direccion-erich-renfer/\)](https://marketing4ecommerce.net/guillem-sanz-fundador-ceo-bebitus-cede-relevo-la-direccion-erich-renfer/)

[Tienda online Bebitus.com: opiniones y valoraciones \(https://marketing4ecommerce.net/bebitus-com-opiniones/\)](https://marketing4ecommerce.net/bebitus-com-opiniones/)

Y sin duda, **los dispositivos móviles jugarán el papel más destacado** en este nuevo modelo de sociedad de consumo omnicanal, en la que los consumidores serán realmente los reyes y las marcas deberán conectar con ellos a un nivel emocional.

Cuestionario rápido:

- **¿Cuál es la primera red social que abres en el día?** LinkedIn, me encanta porque sabes con quién estás hablando realmente y por su potencial de networking
- **¿iOs o Android?** Sin duda, Apple. Mi oficina está dentro de mi iPhone.
- **¿App o web?** Soy más de apps, pero depende de lo que necesite hacer.
- **¿En qué eCommerce y hace cuánto has hecho tu última compra online?** Compré en Stikets (<https://www.stikets.es/>), ayer por la noche.
- **¿Y qué era?** Etiquetas personalizadas con los nombres de mis hijos para su ropita, y biberones.
- **¿Último libro leído?** *El cisne negro: el impacto de lo altamente improbable*, de Nassim Taleb. Rompe muchos esquemas mentales que todos tenemos arraigados.
- **Recomiéndanos una serie de ficción:** Últimamente hemos hecho algunos maratones de *Suits*. Aunque lamentablemente está lejos de ser de ficción... 😞
- **¿Qué web has conocido últimamente que te haya sorprendido para bien?** [Wikiloc \(https://es.wikiloc.com/\)](https://es.wikiloc.com/). Es una web y una app genial para planificar excursiones.
- **¿Qué es lo que más te gusta hacer que no tenga nada que ver con lo digital?** Deporte, sin duda. Me encanta el running y la BTT.
- **Hilemos una cadena mágica: ¿A qué conocido tuyo crees que deberíamos entrevistar? ¿Por qué?** La verdad es que soy muy afortunado y mi entorno está repleto de personas súper interesantes. Imposible decir un solo nombre.

Mantente informado de las noticias más relevantes en nuestro canal de **Telegram**

(<https://t.me/marketing4ecommerce>)

Otros artículos vinculados con:


[BEBITUS \(HTTPS://MARKETING4ECOMMERCE.NET/TAG/BEBITUS/\)](https://marketing4ecommerce.net/tag/bebitus/).

[GUILLEM SANZ \(HTTPS://MARKETING4ECOMMERCE.NET/TAG/GUILLEM-SANZ/\)](https://marketing4ecommerce.net/tag/guillem-sanz/).

[ESCRIBIR COMENTARIO \(.\)](#)

¡MANTENTE AL DÍA!

¡Susíbeme!

Acepto recibir comunicaciones comerciales perfiladas conforme a la [política de privacidad](https://marketing4ecommerce.net/politica-de-privacidad/) (<https://marketing4ecommerce.net/politica-de-privacidad/>), de Iniciativas Virtuales. 

TOP AUTORES

 [Susana Galeano \(https://marketing4ecommerce.net/author/susana-galeano/\)](https://marketing4ecommerce.net/author/susana-galeano/) (126)

 [Alberto González \(https://marketing4ecommerce.net/author/alberto-gonzalez/\)](https://marketing4ecommerce.net/author/alberto-gonzalez/) (46)

 [Xabier Grandio \(https://marketing4ecommerce.net/author/xabier-grandio/\)](https://marketing4ecommerce.net/author/xabier-grandio/) (37)

 [Rafael Sotelo \(https://marketing4ecommerce.net/author/rafael-sotelo/\)](https://marketing4ecommerce.net/author/rafael-sotelo/) (27)

 [Laura Alonso \(https://marketing4ecommerce.net/author/laura-alonso/\)](https://marketing4ecommerce.net/author/laura-alonso/) (17)

ANÚNCIATE
CON NOSOTROS

[\(/anunciantes/\)](#)



[\(/autores/\)](#)



[\(/colaboradores/\)](#)

NUESTRO GRUPO

4ECOMMERCE^{MX}

[\(http://marketing4ecommerce.mx/\)](http://marketing4ecommerce.mx/)

4ECOMMERCE^{CO}

[\(http://marketing4ecommerce.co/\)](http://marketing4ecommerce.co/)

4ECOMMERCE^{CL}

[\(http://marketing4ecommerce.cl/\)](http://marketing4ecommerce.cl/)

SÍGUENOS



(<https://twitter.com/Marketing4Commerce>)



(<https://www.facebook.com/Marketing4Commerce/>)



(<https://www.youtube.com/user/marketing4ecommerce?>



(<https://www.linkedin.com/company/5026520/>)



(<https://www.instagram.com/mlt4ecommerce/>)

(<https://t.me/marketing4ecommerce>)

© 2018 [Creative Commons 3.0 \(http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/\)](http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/)



(<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>) 

(<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/legalcode>)

[eCommerce \(/ecommerce/\)](/ecommerce/) [Marketing \(/marketing/\)](/marketing/) [Tecnología \(/techtrends/tecnologia/\)](/techtrends/tecnologia/) [Entrevistas \(/entrevistas/\)](/entrevistas/)

[Empleo \(/empleo/\)](/empleo/) [Anunciantes \(/anunciantes/\)](/anunciantes/) [Contacto \(/contacto/\)](/contacto/) [Aviso Legal \(/aviso-legal/\)](/aviso-legal/)

[Política de privacidad \(/politica-de-privacidad/\)](/politica-de-privacidad/)

