



Desde la izquierda, Luis Rodríguez, Néstor Taveras, Alan Taveras y Alfredo Llop, creadores de Brands of Puerto Rico.

COMPañÍAS REGISTRADAS

- ☛ Sugar Lab
- ☛ UVitA PLAYerA
- ☛ Artónico
- ☛ LolliPop Cases by Mr.Ivan
- ☛ De Hojas
- ☛ Sotomayor Fashion Brand
- ☛ Purple Swan
- ☛ Spoon Food Tours
- ☛ Peel and Heel
- ☛ Spasm Clothing
- ☛ Made With Love By Di' Bu
- ☛ Editorial El Antillano
- ☛ Suxess
- ☛ camoclothing
- ☛ Coqueterías Para Tu Cuerpo
- ☛ Noxiuz
- ☛ Purple Swan
- ☛ COA Sunglasses
- ☛ EcoEco Brand
- ☛ Linda Mami
- ☛ FRSH COMPANY
- ☛ Nectar Sunglasses PR
- ☛ Quesos Vaca negra

Motivan la exportación de productos locales

●●● Jóvenes comprometidos crean plataforma virtual Brands of Puerto Rico

Por Yalixa Rivera Cruz
yrivera@elnuevodia.com
Twitter: @yalixariveraEND

Decididos en contribuir con Puerto Rico y motivados por ayudar al pequeño y mediano manufacturero local, cuatro jóvenes visionarios decidieron emplear su conocimiento tec-

nológico en favor de esta industria para crear la plataforma de intercambio comercial www.brandsofpuertorico.com.

Su meta es poder establecer un canal de distribución virtual con exposición global para que las empresas locales, que fabrican productos en la Isla, puedan promover y vender sus productos en cualquier parte del mundo.

Néstor Taveras, uno de los fundadores de la iniciativa colectiva, explicó que en tan sólo dos meses que lleva de concebido el proyecto, han logrado atraer a unas 36 empresas locales entre las que figuran Sugar Lab, empresa que manufactura dulces, LolliPop Cases, fabricantes de carcasas pa-

ra celulares, y Sotomayor Fashion Brand, dedicados a la confección de ropa.

En el proyecto también colaboran, Alan Taveras, Luis Rodríguez y Alfredo Llop.

“Nos pusimos la meta de llegar a 75 empresas. Al momento tenemos 36 empresas registradas. Una vez lleguemos a los 75, estaremos listos para lanzar”, explicó Taveras.

Las proyecciones es poder subir el sitio de comercio en línea, donde cada participante tendrá su propia tienda virtual, a fines de mayo.

“Viendo las noticias sobre la degradación del crédito de Puerto Rico y de todos los puertorriqueños que se es-

tán yendo de la Isla, pensamos en que teníamos que hacer algo para ayudar a los que se quedan aquí y tratan de crear una marca o un producto”, sostuvo el portavoz.

La página contará con videos de los productos de la forma en que se fabrican, fotos, entrevistas a los empresarios e información general sobre los productos y las empresas participantes.

“Queremos que la gente sepa que en Puerto Rico hay gente talentosa haciendo productos locales y que no todo lo que se vende llega de afuera”, aclaró.

El grupo ya tiene creada la plataforma e infraestructura de comercialización virtual y se encuentran en estos momentos en la recopilación del contenido que va a alimentar el sitio Brands of Puerto Rico.

MODELO DE NEGOCIO. Taveras aclaró que las empresas que integren el sitio no tienen que pagar para pertenecer al proyecto, sino que su lucro estará en el 10% del costo de la venta.

Además indicó que ellos no se involucrarán en el proceso de envío de productos. Esa tarea será responsabilidad de la empresa.

“Inicialmente nos queremos concentrar en las pequeñas y medianas empresas, porque sabemos que son las que más necesitan ayuda para dar a conocer sus productos e inyectarle dinero extranjero a sus negocio. Pero igual nos encantaría que estuviera ahí una empresa como Medalla”, aseguró.

Con esta iniciativa esperan fortalecer la cultura de exportación y apelar a la comunidad de puertorriqueños que vive fuera de la Isla, pero que añora los productos locales.

Junto a este esfuerzo, el grupo de jóvenes se propone ofrecer una serie de talleres y seminarios a las empresas que integren Brands of Puerto Rico para optimizar la operación de sus negocios y lograr el éxito.

Las empresas interesadas en pertenecer a esta iniciativa pueden registrarse en www.brandsofpuertorico.com.