

VICENTE GRIMALT

PRESIDENTE Y FUNDADOR DE ALE-HOP

Por Álvaro Ruiz de Velasco



Foro de Marcas
Renombradas
Españolas



¿Qué significa para ALE-HOP formar parte del Foro de Marcas Renombradas?

Para nosotros, ser parte del Foro de Marcas Renombradas Españolas

(FMRE) es un gran reconocimiento al recorrido y esfuerzo que ponemos en ofrecer algo creativo e innovador. Este foro reúne a algunas de las empresas más destacadas de España, y formar

parte de él refuerza el valor de nuestra marca tanto a nivel nacional como internacional.

Además, nos brinda la oportunidad de compartir experiencias con marcas líderes, generar sinergias y por encima de todo, seguir aprendiendo. También supone una gran responsabilidad: representamos a la Marca España en el mundo y queremos seguir demostrando que la creatividad, la innovación y la calidad pueden ir de la mano con una experiencia de compra sorprendente y accesible.

LAS MARCAS SON LA IMAGEN DE UN PAÍS, YA QUE CONSTITUYEN UN FACTOR DE GRAN RELEVANCIA PARA MEDIR LA SALUD Y LA COMPETITIVIDAD DE UNA ECONOMÍA. DESDE SU CREACIÓN EN 1999, EL FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑOLAS (FMRE) TRABAJA PARA DEFENDER ESA IMPORTANCIA DE LA MARCA Y DE LA INTERNACIONALIZACIÓN PARA NUESTRAS EMPRESAS.

“Cada tienda ALE-HOP es un pequeño escaparate de lo que España tiene para ofrecer”

¿Qué representa la Marca España para ALE-HOP?

La Marca España es un valor que merece ser reconocido y reforzado. En muchas ocasiones, no ponemos el suficiente énfasis en nuestros orígenes ni en la influencia que han tenido en nuestro recorrido profesional. Lo mencionamos de forma sutil, cuando en realidad es un pilar fundamental de nuestra identidad.

Yo mismo, me considero un claro ejemplo de ello. Pocos conocen que ALE-HOP es una marca española, y todavía menos que nació de una forma muy sencilla: Con 16 años, empecé a recorrer las fiestas de los pueblos con una furgoneta que hacía de hotel, almacén, tienda y oficina, vendiendo productos típicos de mi pueblo, Gata de Gorgos, Alicante. Ese espíritu emprendedor y cercano sigue siendo un eje clave en nuestra forma de hacer las cosas y es lo que considero que debe reflejar la Marca España.

La Marca España también es creatividad, diseño, calidad y una forma única de conectar con el público. Me gusta pensar que cada tienda ALE-HOP es un pequeño escaparate de lo que España tiene para ofrecer: diversión, ilusión, variedad para todos los gustos, un enfoque fresco, es accesible y sorprendente. Queremos que cuando la gente entre en nuestras tiendas, no solo se lleve un producto, sino una experiencia divertida y memorable, algo que sin duda forma parte de la identidad de nuestra marca y de lo que España representa en el mundo.

En 2024 han inaugurado 33 nuevas tiendas. ¿Cuáles son las claves de esta expansión tan rápida?

No creo que nuestra expansión sea especialmente rápida; más bien, siempre hemos apostado por un crecimiento prudente y sostenido. Si hay una palabra que define nuestra evolución, esa es solidez.

Cada nueva apertura es el resultado de una estrategia bien definida. Antes de dar el paso, estudiamos cada ubicación con detalle para asegurarnos de que tiene el flujo de público adecuado y que encaja con nuestra propuesta. Esta planificación, junto con un modelo de negocio basado en la autofinanciación y la reinversión constante, nos permite crecer con estabilidad y adaptarnos con agilidad a las tendencias del mercado y a las expectativas de los ALE-HOPers, como definimos a nuestros clientes.

Pero no se trata solo de abrir tiendas, sino de crear experiencias. Desde el diseño del espacio hasta la selección de productos, cada detalle está pensado para sorprender y hacer que cada visita sea especial. Y, por supuesto, nada de esto sería posible sin un equipo comprometido que comparte nuestra visión y hace que todo funcione.

¿Cuál es el impacto económico de ALE-HOP en las ciudades donde opera?

Nuestra presencia tiene un impacto positivo tanto a nivel de empleo como en el dinamismo comercial de cada zona. Cada nueva tienda genera

empleo directo y ayuda a reactivar la actividad económica de su entorno.

Además, nuestras tiendas atraen a un gran número de visitantes, lo que contribuye al turismo comercial y beneficia a los negocios cercanos. También intentamos integrarnos en cada comunidad colaborando con iniciativas locales y apoyando el desarrollo económico de cada zona.

¿Cuáles son los próximos pasos en la internacionalización de ALE-HOP?

Actualmente sumamos más de 340 puntos de venta en España, Portugal, Italia y Croacia, y es nuestra prioridad consolidar la marca en estos países. En cualquier caso, siempre estamos explorando nuevas oportunidades en otros mercados. Queremos seguir creciendo, pero sin perder nuestra esencia, adaptándonos a las particularidades de cada país y sin dejar de lado lo que nos hace únicos.

Estamos convencidos de que nuestro modelo de negocio tiene potencial para seguir cruzando fronteras.

¿Qué expectativas tienen para ALE-HOP en 2025?

Para 2025, queremos seguir ampliando nuestra red de tiendas y consolidarnos como un referente en el retail. Vamos a seguir apostando por la innovación, desarrollando nuevas líneas de productos y mejorando la experiencia de compra tanto en tienda física como en nuestro e-commerce.

Otro de nuestros objetivos es reforzar nuestra identidad de marca y conectar aún más con nuestro público. Queremos seguir sorprendiendo, divirtiendo y ofreciendo algo diferente. Además, estamos comprometidos con seguir implementando prácticas más sostenibles, respondiendo a las expectativas de nuestros clientes y de la sociedad en general.

“Actualmente sumamos más de 340 puntos de venta en España, Portugal, Italia y Croacia, y es nuestra prioridad consolidar la marca en estos países”
