

Los zapatos hechos de uva que lo explican todo

Innovar fue clave para cinco emprendedores de éxito cuyos responsables se confesaron en Pontevedra como si estuviesen en un diván: «La financiación me tortura», se escuchó decir

MARÍA HERMIDA
PONTEVEDRA / LA VOZ

Lo dijo Tatiana González, una funcionaria que fundó junto a su marido la marca de zapatos veganos y sostenibles Beflamboyant pensando que sería una especie de entretenimiento que les llevaría un par de horas al día y que acabó convirtiéndose en «una dedicación de treinta horas al día», y lo dijo bien: «Si no fuese por la innovación, mi empresa de calzado sería cualquier otra. Pero apostamos por trabajar con pieles orgánicas como las del maíz, la viña o la uva, por hacer zapatos con un 80 % menos de impacto ambiental y nos preocupamos por las condiciones laborales de quienes los hacen. Innovamos y la gente compra nuestro calzado por valores». Ese calzado confeccionado con uva del que habló Tatiana, en realidad, explica todo lo que sucedió el miércoles por la mañana en Pontevedra, en el marco del Foro Empresa, donde cinco emprendedores, entre ellos la citada fundadora de Beflamboyant, demostraron que fue esa apuesta sin complejos por innovar lo que les hizo tener éxito. Pero, ojo. No fue un relato de autoelogio. Casi al contrario, como si estuviesen en el diván del psicólogo, los empresarios confesaron los miedos que pasaron y los temores o retos actuales; también los giros que algunos dieron para adaptarse al mercado.

Una vez más, el comedor del Galicia Palace se llenó para hablar de emprendimiento de la mano del Foro Empresa Pontevedra. Hubo primero dos intervenciones para abordar tanto la experiencia de la Pont Up Store como de la aceleradora con la que cuenta la Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE). Lue-



Quién es quién en Foro Empresa de Pontevedra. De izquierda a derecha, Guillermo Lamelas, de Alén Space; Tatiana González, de Beflamboyant; Sabela Gippini, de Galiwonders; María Ángeles Romero, de Taste Lab y Manuel García, de Xvalue Labs. CAPOTILLO

go tomaron voz los emprendedores, moderados por Andrés del Río, de Banco Sabadell, patrocinador del foro. Del Río señaló que llegó a Pontevedra hace año y medio, y que su conclusión es clara: «Aquí hay talento, hay ilusión y sobra dinero para emprender, nosotros queremos ayudar a ello», manifestó.

El primer emprendedor en contar su historia fue Guillermo Lamelas, que explicó su firma Alén Space, una empresa de tecnología, ayuda a otras a desarrollar su negocio en el espacio a través del diseño, fabricación y operación de pequeños satélites para la aplicación que necesite cada compañía. Luego Tatiana habló de los zapatos veganos y, a continuación, Sabela Gippini explicó por qué su Galiwonders rompió moldes como agencia de viaje: «Ahora mismo que un extranjero pueda contratar el Camino de Santiago y todo lo que necesite para venir de

forma telemática es algo que se ve normal... cuando nosotros comenzamos, hace nueve años, no existía nada de eso».

Sabela reflexionó sobre cómo logró sacar adelante el proyecto de Galiwonders en cuanto a la financiación y señaló: «Como no necesitábamos una suma enorme, tiramos con ahorros y con ayuda de familiares. Pero ahora nos preguntamos qué hubiese pasado si hubiésemos buscado financiación externa... quizás hubiésemos logrado todo muchísimo más rápido».

«Es un error de principiante»

Esa reflexión abrió el debate y otros de los emprendedores reconocieron que da mucho vértigo endeudarse. Pero que a veces es un error no hacerlo: «Yo reconozco que me trae por al calle de la amargura la financiación. Nosotros arrancamos con un *crowdfunding* con el que logramos recaudar 54.000 euros. Y luego ac-

cedimos también a financiación bancaria, pero a corto plazo. Es un error de principiante... ahora estamos mirando el largo plazo», señaló la CEO de Beflamboyant.

A la mesa estaban empresas muy distintas, algunas surgidas como *spin-off* universitarias, es decir, iniciativas empresariales que parten del profesorado universitario para transferir al mercado sus conocimientos. Es el caso de Taste Lab, tal y como explicó María Ángeles Romero, una de sus fundadoras. Esta firma de tecnología se dedica a hacer análisis sensoriales de productos para evitar la realidad actual: que el 80% de lo que llega al mercado acaba fracasando. Analizan todo lo que entra por los sentidos; desde cómo huele a cómo es el tacto de un producto. Romero explicó cómo tuvieron que dar un giro a lo que hacían para poder crecer: «Íbamos a las empresas a ofrecer lo que hacíamos, nuestros análisis sensoriales, y

la reacción era mala. Hablábamos, por ejemplo, con el departamento de marketing, y todo el mundo tenía miedo porque nos decían que lo que nosotros íbamos a hacer era ya su trabajo... nos pasaba lo mismo con más departamentos. Nos dimos cuenta y ahora lo que ofrecemos es un *software* que les permite hacer todos esos procesos mucho más rápido y les soluciona la vida. Ahora no solo son nuestros clientes, sino también nuestros prescriptores, ellos nos aconsejan a otras compañías».

Romero explicó que comenzaron haciendo análisis sensoriales a productos alimenticios y fueron abriendo el abanico. Y, antes de terminar la alocución, en el propio Foro Empresa, le salió un posible cliente: Beflamboyant, porque Taste Lab podría estudiar la reacción de los consumidores ante el tacto con sus zapatos de piel de uva o maíz. No está todo inventado, claramente.