

Jóvenes emprendedores: el combustible del sector de la moda

Si hace unos años el highlight de las firmas de moda era aparecer en una revista, hoy mueren por ser nombrados en alguna cuenta de Instagram con miles de seguidores. Los tiempos cambian y solo destacan aquellos que saben adaptarse a las nuevas (y no tan nuevas) tecnologías. Las firmas que os presentamos hoy son españolas, con jóvenes empresarios de menos de 30 y que visten a un público millennial. Y su filosofía es, posiblemente, la clave de su éxito.

Pompeii Brand, Tita Madrid y Maria Pascual, o lo que es lo mismo, tres firmas de moda made in Spain -la primera diseña zapatos, la segunda bolsos y esta última joyas- con fundadores de menos de 30 años. Pero, ¿a qué se debe su éxito? Es posible que las RSS hayan tenido parte de la culpa en que hoy en día gocen de prestigio y rendimiento, pero lo cierto es que para que la fórmula funcione se le ha de añadir pasión, constancia y fe (si no crees tú mismo en lo que haces, ¿quién lo va a hacer?).

Jóvenes e ¿inexpertos? Los inicios

"Desde el principio supimos que nuestro negocio se iba a centrar en la venta online", Jorge Redondo de Tita Madrid

Jorge Redondo, uno de los dos creadores de Tita Madrid, no vacila ni un solo momento al decir que "no teníamos ni idea del sector. Todo lo que la moda nos transmitía lo queríamos pasar a otras personas. Junto a mi hermano decidimos que la mejor manera de embarcarnos en esta aventura era mediante los bolsos". Lo de María Pascual es totalmente distinto, lo suyo lo lleva en el ADN. Y es que su comienzo fue casi sin querer: desde que es pequeña recuerda estar creando joyas con todo lo que encontraba por casa (quién dice cuentas de color habla de hilos de todo tipo. ¡Arriba la imaginación!).

Poco a poco su entorno se fue fijando en sus creaciones y le fue encomendando pedidos. Primero una página en Facebook, más tarde en pequeños markets de Barcelona -su ciudad de origen- y de repente... Instagram. Y ahí todo se le fue de madre (en el buen sentido de la expresión).

María Pascual frente a la Pink wall de Los Ángeles (aka la boutique de Paul Smith)

Pompeii es la firma de calzado de los millennial de hoy en día. Sus más de 96.000 seguidores en Instagram y su manera de ver la vida han hecho que ésta sea una de las marcas jóvenes más consolidadas de nuestro país. Sus creadores, cuatro amigos de veintipocos, son muy prudentes a la

hora de hablar de su éxito asegurando que "todavía somos muy pequeños como para considerarnos un éxito". Con una inversión inicial de 18.000 euros produjeron 349 pares en la única fábrica de Elche que aceptó este pequeño pedido.

Pompeii sus cuatro fundadores. De izquierda a derecha Jaime Garrastazu, Jorge Vidri, Nacho Vidri y Cosme Bergareche Instagram, el Santo Grial para muchas firmas

"Nuestro éxito en RRSS se debe, en gran parte, a entender qué tipo de contenido quieren consumir los usuarios y clientes de Pompeii", Nacho Vidri - portavoz de Pompeii

Poco podían imaginarse Kevin Systrom y Mike Krieger, creadores de Instagram, que esa aplicación que presentaban en octubre de 2010 se convertiría en un nuevo negocio para las firmas. Hoy en día con una cuenta de IG alguien o algo puede hacerse famoso, así de simple. Y las marcas de las que hablamos hoy consideran esta red social como su Santo Grial. Casi todos los aspectos son positivos: estás en constante contacto con la clientela, sabes qué se lleva en todo momento y qué gusta (y qué no).

La firma Pompeii ha apostado por una comunicación directa e interactiva con su clientela mediante Instagram

Según Nacho Vidri, portavoz de Pompeii,

La mayor virtud de internet y las RSS en general es que tienes una compañía que la gente puede tocar, que puede sentir. Nuestro gran reto es crear una marca que sentir a través de Internet, y para eso nosotros consideramos que es imprescindible humanizar la marca. Por otro lado, cuando las cosas se ponen feas o tienes problemas, tienes la necesidad y la obligación de enseñarlo, y lógicamente corres el riesgo de que la gente vea tus debilidades. Nosotros creemos que eso sigue siendo una virtud, porque todos hacemos cosas mal, pero no todo el mundo lo entiende de la misma manera.

Por otro lado, María Pascual lo tiene claro cuando se le pregunta por esta RSS. Ella se rige por impulsos y buenas vibraciones, y tiene clara una cosa "no pago a las chicas para que lleven mis joyas. Si les gusta que se las pongan, pero no voy a pagar para que algo mío salga en la cuenta de nadie" -nos comenta de manera categórica-. Y es que ya se sabe, con el fenómeno de esta red social muchas vieron una nueva manera de hacer dinero y hoy en día una fotografía se paga caro (muchas firmas llegan a pagar miles de euros para que uno de sus productos aparezcan en la cuenta de las chicas más seguidas).

Y es que hay chicas con un don en particular que gusta y engancha: la de hacer fotos bonitas y naturales que se convierten en un escaparate mucho más atractivo que el que las tiendas nos pueden ofrecer. "Las redes sociales son absolutamente todo para nuestro negocio, y las instagramers logran

conectar con el público gracias a la calidad de sus imágenes. Sus seguidoras ven cómo queda el producto y eso es un input a la hora de vender algo".

Marcar la diferencia... He aquí la clave de todo

Ser diferente y desmarcarse del rebaño. Para muchos esta sería la clave del éxito, pero no siempre se da con una buena idea. Pero si nos fijamos en Pompeii encontraremos todo aquello que una firma debe hacer para llevarse a su público al bolsillo: ser claros, directos, sinceros, divertidos y... originales. Romper con los moldes e ir más allá, eso hicieron hace unos días con motivo del archifamoso Black Friday.

Y es que su manera de comprar nada tenía que ver con la habitual y puso en jaque a su clientela. ¿Las normas? Distintas a lo visto hasta entonces: el usuario disponía de 12 casillas con un símbolo de interrogación. Cada una de ellas correspondía a un zapato, pero el cliente compraba a ciegas. ¿La mejor parte? Su precio estaba rebajado al 40%.

La noticia La moda se nutre de gente joven: así son los empresarios con menos de 30 que triunfan fue publicada originalmente en [Tendencias](#) por [Charlie](#) .

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Moda Emprendedores](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>