

# Pompeii pisa fuerte

ElPaís.com - 18 de abril de 2016

Jaime Garrastazu, a sus 24 años, es el cofundador y responsable de marketing de Pompeii, una firma de zapatillas cien por cien española, urbana, desenfadada<sup>1</sup> y dirigida a los *millennials*<sup>2</sup>, que nació hace año y medio. Ha vendido 15.000 zapatillas y factura 560.000 euros en 2015 y hoy tiene 50.000 seguidores en las redes sociales. Y sigue sumando<sup>3</sup>.

**pompeii:**

Detrás de Pompeii están cuatro amigos de la infancia -al principio eran cinco-: Garrastazu, Cosme Bergareche y los hermanos Nacho y Jorge Vidri. Ellos decidieron “montar algo” y apostaron por diseñar zapatillas; “sin saber ni de moda ni de redes sociales ni de nada que tenga que ver con lo que hacemos ahora”. Dibujaron de manera rudimentaria un modelo, y ese boceto<sup>4</sup> se convirtió en el germen de la startup a la que se dedican a tiempo completo desde enero del año pasado, cuando decidieron abandonar sus primeros trabajos en auditorías y bancos.

Con los 18.000 euros iniciales que consiguieron reunir, solo les llegó para fabricar 349 pares de zapatillas en la única de las fábricas de Elche que les aceptó el pedido pequeño, y, además, confió en chicos de 22 años. Pero ellos, que se definen como inconformistas, convirtieron la falta de recursos en exclusividad. “El éxito de lanzamiento de Pompeii fue crearnos perfiles en las redes sociales y empezar a generar contenido que la gente no podía adquirir. Así estuvimos mes y medio antes de tener las zapatillas. El día que las lanzamos, teníamos entre 3.500 y 4.000 seguidores en las redes y solo 349 pares que vender. Se agotaron<sup>5</sup> en dos días, y eso para nosotros fue vida”, recuerda Garrastazu sobre una primera colección en la que bordaron los números de serie. Según él, la clave es, primero, tener un buen producto (fabricado en lona<sup>6</sup> en verano y serraje<sup>7</sup> en invierno) que hoy está más de moda que nunca y venderlo solo online a 55 euros como máximo y, después, haber sabido aprovechar un altavoz ilimitado como es la Red.

“Nuestra visión como compañía es conectar con todos los *millennials* del mundo, como nosotros. Y sabemos que no nos vale lo de siempre, hay un cambio generacional que está cambiando la forma de vender”, analiza el madrileño. Y se lanza a poner ejemplos: en Pompeii siempre hay alguien al otro lado del teléfono -nada de contestadores- en el departamento de atención al cliente, que ellos llaman Happiness porque “al final creemos que el cliente se tiene que ir feliz”; tras un retraso de 20 días en unos pedidos, lanzaron la campaña Sorry, en la que no solo pidieron disculpas públicas y regalaron el calzado a los afectados sino que dieron códigos de descuento a toda su comunidad. En otra ocasión, fueron sus seguidores quienes decidieron a qué ONG se iban a donar decenas de sus coloridas zapatillas con taras<sup>8</sup> que no podían poner a la venta.

El futuro de estos emprendedores parece prometedor. Si todo va bien, a finales de año se cambiarán de unas oficinas que ya les están quedando pequeñas a sus 17 empleados y habrán alcanzado una facturación de más de dos millones de euros con sus *pompas*. Garrastazu da un plazo de tres años para alcanzar los 100 millones de euros. “Queremos crear el próximo Inditex, ¿por qué no?”, se pregunta quien no tiene miedo al fracaso. Primero, quieren expandir su marca internacionalmente (el 10% de sus ventas vienen hoy de países europeos) y este verano lanzan su primera colección de ropa. Quieren vestir a hombres y mujeres de la cabeza a los pies. O, en su caso, de los pies a la cabeza.



(670 palabras)

<sup>1</sup> desenfadado: *décontracté*

<sup>2</sup> la generación Y, también conocida como generación milenial, *milenians*, del milenio o milénica -del inglés *millennial generation*-. No hay precisión o consenso respecto de las fechas de inicio y fin de esta generación, pero los comentaristas utilizan la década de 1980 como referencia.

<sup>3</sup> sumar: *additionner, ajouter*

<sup>4</sup> el boceto: *le croquis*

<sup>5</sup> agotarse: *s'épuiser*

<sup>6</sup> la lona: *la toile*

<sup>7</sup> el serraje: *la croûte de cuir*

<sup>8</sup> la tara = el defecto