
Modaes

Back Stage

Jaime Garrastazu (Pompeii): “Empezar en Internet no es por disrupción, sino porque no hay otra”

El cofundador de la compañía de calzado ha sido uno de los ponentes en la mesa redonda sobre *start ups* y modelos de negocio disruptivos en Barcelona Fashion Summit, que se celebra hoy en el Teatre Nacional de Catalunya (TNC).

Modaes
2 feb 2017 - 18:40

Jaime Garrastazu (Pompeii): “Empezar en Internet no es por disrupción, sino porque i

La disrupción llega al Barcelona Fashion de la mano de **Hawkers**, **Pompeii** y **Ursulitas**. El encuentro, que hoy se celebra en el Teatre Nacional de Catalunya (TNC), ha dado voz a *start ups* que están cambiando las reglas en el sector. Bajo el título *Funky business: buscando el hype en la industria de la moda*, participaron Francisco Pérez, uno de los fundadores de **Hawkers**; Jaime Garrastazu, cofundador de **Pompeii**; Úrsula Ponce, impulsora de **Ursulitas**; Shanel Chellaram, de **Zocöh**, y Javier Jiménez, de la incubadora de *start ups*, **Lanzadera**.

“Cuando emprendes con pocos recursos, Internet es la salida natural, porque la inversión es menor que la de otro canal”, ha explicado Garrastazu. “No es por disrupción, sino porque no tienes otra”, ha añadido. En este sentido, Ponce ha afirmado que, en realidad, no han inventado la rueda, “pero hemos puesto el foco en algo que los demás no estaban haciendo”.

Chellaram ha asegurado que la moda es un sector en el que no se ha innovado demasiado y, en especial, en las áreas de producción y distribución. “Hay muchas marcas que intentan hacerse un hueco en el mercado tradicional, pero les es muy difícil”, ha señalado. Jiménez, por su parte, ha subrayado que no cree en mercados maduros o saturados y que, de las cien *start ups* que están o han pasado por la

1/2

<https://www.modaes.com/back-stage/jaime-garrastazu-pompeii-empezar-en-internet-no-es-por-disrupcion-sino-porque-no-hay-otra>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

aceleradora, veinte son del sector de la moda.

“No saber qué va a pasar te impulsa a hacerlo”, ha afirmado Garrastazu. “No conocer el sector ha jugado a nuestro favor, si hubiéramos sabido las complejidades del producto, quizá no hubiéramos entrado”, ha señalado. Pérez, de **Hawkers**, ha explicado que entraron por accidente, ya que en un principio quisieron hacer tazas. Sin embargo, ahora que han despegado en el mundo de las gafas, prefieren continuar explorando y profundizando en este mercado antes de intentar competir con el resto de las marcas de moda.

Los ponentes coincidieron en no temer a hacerse grande. Según Ponce, es necesario rodearse de un equipo con talento y que crea en el proyecto. Jiménez, por su parte, ha afirmado que “el empresario no debe tener miedo a creer”. “Si dejas de pedalear caes, hay que ser consciente de lo que te pasa, pero sin creértelo, ese día es tu fin”, ha señalado.

Barcelona Fashion Summit, organizado por Modaes.es, con la promoción del Consorci de Comerç, Artesania i Moda de la Generalitat de Catalunya en el marco de o8o Barcelona Fashion, celebra hoy en Barcelona su quinta edición con cerca de 800 profesionales del sector. Bajo el título Next Generation: el futuro de la industria de la moda, el foro está patrocinado por Grup Met, Salesforce Commerce Cloud, Saphir y Simon y reúne a directivos de empresas como **Desigual**, **Mango**, **Grupo Cortefiel**, **Zalando** y **Alibaba**, entre otros.