

## EMPREENDEDOR

# Moda de ciencia ficción

Machina combinó moda y tecnología en una idea de negocio. Así abrió un mercado que hasta entonces no existía en México.

POR GABRIELA GUTIÉRREZ M.



Para ver la chamarra en acción: <http://vimeo.com/wearablemachines/videos>

**LINDA LOBATO** (26 años), **DANIEL FERNÁNDEZ DE CÓRDOVA** (29) —ambos en la foto— y **ANTONIO PERDIGÓN** (26)  
Empresa: **Machina**

Inicio de la empresa: **noviembre 2011**  
Facturación primer año: **700,000 pesos**  
Facturación de enero a septiembre de 2013: **1,500,000 pesos**

**D**aniel Fernández de Córdoba dice que su nombre es Daniel Machina. Viste una sudadera gris. Selecciona una canción de su teléfono móvil que está sobre la mesa y comienza a agitar los brazos con un movimiento que recuerda al Hombre Araña. Debajo lleva una playera con dibujos que bailotean al compás de la música. “Es ‘wearable technology’ —tecnología para vestir—”, dice Fernández.

Cuando Antonio Perdigón, uno de los fundadores y autor intelectual de Machina, presentó su propuesta de tesis para graduarse de la carrera de Moda y Diseño Textil en Centro, su universidad, sus profesores la rechazaron por ser ‘poco realista’.

Sin embargo, a finales de 2011, esa idea irreverente permitió a Daniel, Antonio y Linda Lobato fundar Machina —una marca de ropa y accesorios que incorpora *gadgets* de última tecnología dentro de sus diseños— que facturó 700,000 pesos en 2012 y 1,500,000 pesos de enero a septiembre de 2013.

Su catálogo de productos tiene playeras, sudaderas con *bluetooth* para controlar dispositivos o con audífonos en la capucha, pero el

que les ha dado mayor celebridad —incluso para llamar la atención de medios como *The Washington Post* y la BBC— es una chamarra con tecnología que permite que el usuario produzca su propia música y cuesta 450 dólares.

La empresa tiene una tienda en línea y realiza proyectos para eventos como Campus Asia, que representan 70% de sus ventas y le dejan utilidades entre 15 y 35%. “Es más fácil, no requieres publicidad y haces el mismo trabajo con un contrato más grande”, dice Fernández. Desde ambos canales de distribución, Machina espera alcanzar el punto de equilibrio en el primer trimestre de 2014.

Machina aprovecha dos nuevas tendencias: tecnología para vestir y el internet de las cosas, explica Pablo Salazar, director del fondo especializado en proyectos de tecnología Naranya Ventures. “Sin embargo, en México estos mercados aún interesan a pocas personas. Ésa es una limitante”, dice.

Para Gabriela Arriaga, directora de la boutique Leonardo1452, especializada en la detección de nuevas tendencias, Machina debería aprovechar la curva del nicho de mercado y al consumidor

pionero, pues esto le daría mayor proyección y presencia de marca. “Deberían intentar que músicos vistieran su chamarra”, recomienda.

Pero Machina lo tiene claro: su mercado está fuera de México. El día de la entrevista, Antonio Perdigón estaba en Asia. “Estamos lo mismo en Finlandia que en Singapur. Sólo nos falta llegar a África”, dice Lobato. ■

**70%**

DE SUS INGRESOS VIENEN DE PROYECTOS ESPECIALES.

**450**

DÓLARES CUESTA LA CHAMARRA PARA HACER MÚSICA.

## CÓMO GANA DINERO

Machina tiene una tienda virtual y realiza proyectos especiales, como lotes de playeras para Campus Asia México y Brasil, así como playeras con luces led, que algunas empresas solicitan para promocionar sus marcas.

### RETOS PRINCIPALES

**RETO:** Administrar el capital de inversión. Cuando Machina ganó el concurso de Wayra 2011, la inexperience hizo que gastara en poco tiempo los 50,000 dólares del premio.

**SOLUCIÓN:** Recaudó 77,000 dólares a través de kickstarter.com. Pero aprendió que debe invertir en una cosa a la vez y a hacer proyectos rentables con poco dinero.

**RETO:** Encontrar a un buen programador para desarrollar software, apps y la página web de Machina a precio accesible.

**SOLUCIÓN:** Contrató a Azmat Ullah, un programador paquistaní que trabaja desde su país. Gracias a eso, Machina ahorra entre 60 y 80%, de lo que pagaría por contratar a un programador mexicano calificado. “Nos comunicamos en inglés y vía chat”, dice Daniel Machina.