
Empresa e Iniciativa Emprendedora

Personatge – Agustín Gómez

ENTREVISTA: Agustín Gómez 'Wallapop: El aterrizaje del unicornio'

MAR GALTÉS 26/06/2017



Agustín Gómez, cofundador y consejero delegado, repasa la historia de la empresa.

Wallapop se consideró durante un tiempo lo más cercano al primer unicornio español (empresa valorada en más de **1.000 millones de dólares**), antes incluso de haber ingresado un sólo céntimo de los clientes. Su consejero delegado y cofundador, Agus Gómez, hace oídos sordos. **“Nunca he hablado de valoraciones por responsabilidad. Una valoración es una herramienta, pero no es un valor real: pone el foco en el espectáculo de millones y vanidades, yo no conecto con esto. Wallapop no vale nada hasta que sea una empresa súperrentable”.**

Gómez ejerce de outsider en el ecosistema emprendedor, y se reivindica como chico de barrio en contraposición a la imagen de “rockstar startupera”. Se prodiga poco, y cuando lo hace, como recientemente en un instituto de Gavà, es para **“contarles a los chavales que no somos genios, que somos normales; que te sonrían los dioses no lo puedes controlar, pero el proceso de crear una empresa es precioso”.**

El nacimiento

Agustín Gómez Martínez (l'Hospitalet, 1979) es ingeniero de telecomunicaciones, trabajó en Accenture, Boston Consulting e Isoco, y con su amigo David Muñoz, de Santa Coloma, tenían el gusanillo de montar su propia empresa. **“Queríamos utilizar la tecnología para conectar a las personas, como en los mercados y mercadillos de toda la vida. Nosotros somos del extrarradio, y necesitábamos a alguien conectado con el mundo digital”**. Y explica que justo entonces Miguel Vicente y Gerard Olivé (Antai) habían detectado una empresa austríaca que hacía algo en segunda mano desde el móvil. Era otoño del 2013. **“Fue la inspiración, y cuadró todo. Pero no fue un eureka absoluto. Wallapop salió de mucho trabajo y de acertar añadiendo un chat a la geolocalización”**.

Los cuatro habían puesto 100.000 euros para empezar, luego recibieron 1,4 millones de inversores locales. **“Nos catapultamos al número 1 de la AppStore. Nos dimos cuenta de que teníamos algo muy especial que crecía muy rápido”**. Wallapop transformó la categoría de los clasificados de segunda mano en el móvil, y la marca se ha convertido en un genérico. **“A los seis meses salimos en Francia y Reino Unido, y nos pusimos a buscar financiación internacional”**. Gómez explica que conquistó a Accel Partners (“el fondo de Facebook”) en Londres, y luego a Insight (“el fondo de Twitter”). **“Empecé a pensar que teníamos que ir a Estados Unidos”**.

Entrada de inversores

Entraron nuevos inversores: NEA (“el fondo de Snapchat”), DST (de Yuri Milner, que “es una estrella de Silicon Valley”), el fondo 14W (“de Alex Zubillaga; de los principales inversores de Wallapop, y ¡mi inversor favorito!”), compraron SellIt de Fabrice Grinda. Gómez está muy orgulloso del consejo de administración de Wallapop, que preside: **“Hay gente muy poderosa”**. Los fondos tienen la mayoría, pero nada dice de cuánto han invertido: las rondas son el gran misterio de estos casi cuatro años de Wallapop, en los que podría haber levantado unos 150 millones. **“El dinero me da igual, por eso he podido aguantar la presión. La codicia te puede volver loco”**.

Sí explica que la mayoría del dinero se destinó a lanzar en EE.UU., que **“es lo más duro que hemos hecho en la vida”**... Y en cuatro meses apareció LetGo, del grupo sudafricano de clasificados Naspers, creada en Barcelona para el mercado estadounidense. **“Teníamos la misma estrategia y nos estábamos desgastando, decidimos unir fuerzas”**: fusionaron LetGo con el negocio americano de Wallapop, que allí desapareció como marca.

La fusión con LetGo

De eso hace un año, y marcó un punto de inflexión. **“Cuando estás en un crecimiento bestia, te contamina la forma de pensar racional. Y estando en la cresta de la ola decidimos bajarnos. Ha sido un proceso personal de desmitificar y entender. Ahora es más real: producto, monetizar, operaciones. Estamos en la cueva, trabajando muy duro”**. Dice Gómez que esta fase puede durar aún 12-18 meses, “hasta ser rentables”. Tampoco da más detalles, **“porque si no cotizamos, no quiero lo peor de una empresa en bolsa”**. Gómez no cree “en la industrialización del éxito”, ni “en los que van de gurú pero no han hecho cosas grandes: la escala y la presión lo cambian todo, te pegas hostias tremendas, pero tienes aprendizajes salvajes”.

Ahora en Wallapop trabajan un centenar de personas, **“operamos con costes light, engrasando la maquinaria”**. El foco está claro: **“Quiero hacer un mercadillo gigantesco, y que la experiencia de compra sea lo más completa gracias a la tecnología. En todo el mundo somos cinco players en esta disrupción de los clasificados, y tenemos la ventaja competitiva de ser líderes en nuestro mercado. Y somos independientes, pequeños y rápidos”**.

No se considera un financiero ni un hombre de negocios: **“A mí me encanta el producto, y en Wallapop hay infinitas cosas por hacer. Tengo entretenimiento para años”**.

Enllaç entrevista:

<http://www.lavanguardia.com/economia/emprendedores/20170625/423671015279/wallapop-agustin-gomez.html>

Preguntes:

Guarda el fitxer amb el nom: PAGNomCognom.pdf

Respón amb les teves paraules i **mínim 2 línies**.

- 1. Per què tenen tant d'èxit les empreses anomenades unicorn?**
Las empresas llamadas "unicornio" tienen tanto éxito por varias razones, relacionadas con su capacidad de innovación y porque llaman la atención de inversores, también porque están valoradas en más de 1000 millones de euros.
- 2. Cerca 2 empreses d'aquest any que s'hagin convertit en unicorns.**
Las dos empresas que he encontrado que se han convertido en unicornio este año son DataSnipper y Pennylane.
- 3. Per què diu Agustín que Wallapop no val res la seva empresa? Que n'opines?**

Agustín dice que su empresa no vale nada porque no ganan beneficios con la app, opinó que tener una app durante muchos años que no te de beneficios no es nada rentable para la empresa pero si pueden aguantar con el dinero de los inversores pues bien para ellos.

4. **Agustín i el seu amic David per a què volien utilitzar la tecnologia?**
Querían utilizar la tecnología para conectar a las personas y darles la impresión que estuvieran como en el mercado de su ciudad o pueblo.
5. **Que van afegir a Wallapop per a que tingues tant d'èxit?**
Wallapop lo que añadió fue un chat de geolocalización que era un chat que no tenía ni una app en esa época, por ejemplo milanuncios no tenía ese chat.
6. **Què li afegiries a l'aplicació Wallapop?**
Yo lo que le añadiría a Wallapop sería que el cliente pudiera seguir en cualquier momento donde se encuentra su pedido, es decir si está en reparto o está en el almacén.
7. **Després de crear l'empresa, van cercar inversió local. D'on pots trobar inversors?**
Para encontrar a inversores lo primero tienes que buscar alguna empresa que sea grande para que te den dinero para tu app, si logras que apueste por ti y por tu app pues te haran una inversion.
8. **Després de sis mesos, a quins mercats van obrir l'aplicació?**
A los seis contactaron con el fondo de inversión de Facebook y con el fondo de inversión de Twitter, para que financiaran a su empresa.
9. **Comenta dues dificultats que pot tenir una empresa per obrir en nous mercats.**
Las dos dificultades que pueden tener es adaptarse a la cultura y al mercado de ese país y enfrentarse con la competencia local que se encontraba ya.

10. Quins fons d'inversió i inversors particulars van trobar?

NOM DEL FONS O INVERSOR	PAÍS O EMPRESA RELACIONADA
Accel Partners	Facebook
Insight	Twitter
NEA	Snapchat
DST	Rusia
14W	Venezuela
LetGo	Sudafrica

11. Segons Agustín què és ho més dur que ha fet l'empresa?

Lo más duro que ha hecho Agustín es destinar la mayoría del dinero de las inversiones a EE.UU .

12. Wallapop es va fusionar amb una empresa, quina? Per quin motiu?

Se fusionó con la empresa LetGo porque tenían la misma estrategia de empresa y se estaban desgastando las dos empresas así que unieron fuerzas.

13. Quantes persones treballaven actualment a Wallapop?

Wallapop tiene trescientos sesenta y cinco trabajadores fijos en su empresa.

14. Agustín comenta que en el món dels classificats són “cinco players”, quins són aquests players (o competidors)?

Los “players” que dice Agustín son otras empresas que se dedican a lo mismo, que tienen la misma idea de app.

15. Defineix amb dos paraules als emprenedors de Wallapop.

Trabajadores y sostenibles.

16. Quina opinió tens de l'aplicació Wallapop?

Mi opinión de Wallapop que es la mejor o de las mejores empresas para dar vida a materiales una segunda vida y si siguen de esta manera será la app más utilizada del mundo para este negocio.

