



100 millones de Hair Ties y un Vodka Tonic

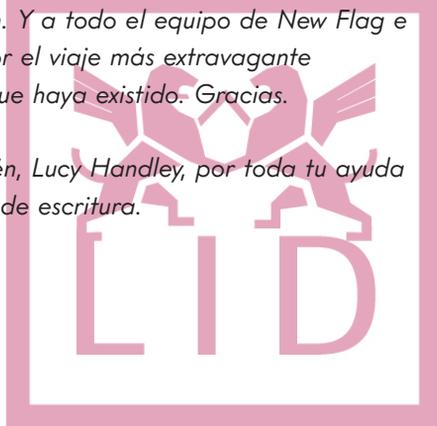
LA CURIOSA HISTORIA
DE UNA EMPRENDEDORA

SOPHIE TRELLES-TVEDE



A mis padres, por enseñarme la importancia y el valor de la narración. Y a todo el equipo de New Flag e invisibobble, por el viaje más extravagante e inesperado que haya existido. Gracias.

Gracias también, Lucy Handley, por toda tu ayuda con el proceso de escritura.



Nota:

Esta es una historia real. En favor de la simpleza, algunos personajes resultan de la combinación de varias personas. En favor de la privacidad, los nombres de algunas personas han sido cambiados.

Índice

Prefacio	7
1. Construyendo bicicletas para peces	9
2. La goma elástica de cable telefónico para chicas	14
3. El Sr. Bernhard tropieza con nuestro sitio web	21
4. Mi papá apostó la casa	28
5. De repente, teníamos 22 años	35
6. Una fuga de agua en Leamington Spa	42
7. El palé en la acera	52
8. Cincuenta sombras de rosa	60
9. La gran infiltración de <i>hair ties</i>	64
10. El Mercedes y el pasante	74
11. No existe una casilla para eso	78
12. Mei y la fábrica de invisibobble desaparecida, primera parte	85
13. ¿Es la imitación la forma más elevada de la adulación?	91
14. Todos los gusanos de China	103

15. Mei y la fábrica de invisibobble desaparecida, segunda parte	118
16. La muchacha cabello amarillo y la muchacha cabello naranja	130
17. Desastre del día	138
18. Tres en una cama	144
19. Aquello por lo que intercambié 1.350 Vodka Red Bulls	149
20. Estamos justo detrás de las pastillas para el popó	154
21. La cereza del postre	162
22. De niños haciendo un <i>collage</i> en la clase de manualidades a adultos innovadores	172
23. Invis-a-booble. Imboba-vizzle. Invibi-sobble	180
24. Construye ese muro, <i>jaja</i>	187
25. Los buenos viejos tiempos	195

Prefacio

Estoy en el aeropuerto de Múnich haciendo cola mientras sostengo una carga muy preciada. Llevo esperando unos 20 minutos. Avanzo lentamente a medida que los otros pasajeros van cruzando el control de seguridad. Siento cómo una mezcla de nervios y emoción me atraviesa el cuerpo.

Hoy vuelo a Chicago. Tengo una reunión con un potencial cliente. Confío mucho en nuestros productos y presentación, pero este distribuidor está acostumbrado a colaborar con marcas muy establecidas, por lo que no va a ser una venta fácil.

A estas alturas soy una experta en hacer mi equipaje de mano para cualquier tipo de viaje; después de Chicago volaré a Ámsterdam y más tarde, a China, a supervisar la planta de producción y las próximas innovaciones y colecciones. A pesar de eso, la mayoría de mi maleta está ocupada por muestras de productos.

Finalmente, llega mi turno y coloco mi maleta en una gran bandeja plástica. Al cruzar el detector de metales, espero la llegada de mi maleta al otro lado de la cinta de rayos X, pero no llega. Parece que es algo sospechosa y debe ser revisada. Suspiro y espero al agente a cargo.

—¿De quién es esto? —pregunta un hombre uniformado, calvo y de mediana edad.

—Mío —contesto, mientras me inunda la idea irracional de que puedo haber empaquetado algún tipo de arma por error.

—¿Qué tiene aquí adentro? Se ve muy extraño en la máquina de rayos X —dice, mientras abre el cierre de mi maleta—. Pareciera llevar un montón de cositas serpenteantes apiladas una encima de la otra —me explica.

Cositas serpenteantes. Esa es una forma de decirlo.

—Eh, son *hair ties*¹ —digo mientras él abre la maleta.

—¡Ah, sí! Me parecían familiares —dice, sonriendo—. ¡Esas gomas con forma de espiral que no dejan marcas en el cabello ni provocan dolores de cabeza! ¿Las que vienen tres en un cubo de plástico?

Me quedo mirándolo, francamente asombrada. Este tipo de seguridad, viejo y calvo, ¿sabe sobre mis gomas elásticas?

Mi nombre es Sophie Trelles-Tvede. En 2011, cuando era una estudiante de 18 años cursando el primer año de Administración en la Universidad de Warwick, inventé una goma elástica con forma de espiral a la que llamé *invisibobble*.

Entre mi cofundador, Felix, y yo invertimos en el negocio USD 4.000 (alrededor de 3.000 libras esterlinas), que es el equivalente a unos 1.350 vodka tonics de un bar estudiantil.

Por entonces no soñábamos ni de casualidad con que nuestra pequeña idea, nuestro minúsculo producto, podría convertirse en una marca global comercializada en peluquerías, farmacias de Norteamérica y Europa, lujosas tiendas departamentales, gigantescas empresas norteamericanas de mercado minorista, cadenas de moda, tiendas generales y de belleza, aeropuertos, cruceros y ¡hasta en las capas heladas de Groenlandia! (donde el transporte está a cargo de trineos tirados por perros). Jamás jamás imaginé que cambiaríamos para siempre la forma en que las *hair ties* se hacen, se promocionan y se venden.

Pero, de algún modo, lo hicimos. Desde que iniciamos, vendimos más de 100 millones de *hair ties* alrededor del mundo, en 85.000 puntos de venta repartidos en más de 70 países. Hoy facturamos decenas de millones de dólares al año, pero, sobre todo, cambiamos la categoría de accesorios para el cabello y el escenario de venta minorista para productos capilares.

Esta es la historia de *invisibobble*.

1. Cintas para el cabello. (*N. del T.*)

1. Construyendo bicicletas para peces



LO QUE APRENDÍ:

- **A veces debes obligarte a hacer amigos.**
- **El aburrimiento es el padre de la invención.**
- **Sujetar el cabello con un cable de teléfono no te da dolores de cabeza.**

Bum. Bum. Bum. Plaf. Plaf. Plaf.

Aún antes de ver lo que pasaba, escuchaba a los hombres arrojando camas. Gritaban, maldecían y tiraban de las estructuras de metal de a una, cuatro o cinco a la vez, antes de arrojarlas, sin ceremonia, desde el camión al suelo. Parecían las camas de una prisión, y yo me acostaría sobre una de ellas. Y lo haría cada noche como estudiante de primer año de Administración en la Universidad de Warwick, en el Reino Unido.

Mi mamá y yo presenciamos el espectáculo de las camas de pie, junto al edificio que sería mi residencia. Se trataba de un bloque feo y bajo de la década de 1970. Estaba, al menos, a 20 minutos a pie del campus universitario (y que era algo así como mi cuarta opción). La Universidad de Warwick se sentía tan lejos de Zúrich, Suiza —desde donde volamos— como se podía llegar a estar.

Nací en Dinamarca en 1993. Nos mudamos a Suiza cuando todavía era bebé porque mis papás creyeron que sería un buen lugar para iniciar un

negocio. Tuve la suerte de crecer en una casa de color salmón en un pueblo junto a un lago. Allí vivían menos de 2.000 personas. Crecí rodeada de colinas verdes, ganado y el aroma confortable del cálido estiércol vacuno. Era el tipo de lugar donde los trenes siempre pasan a tiempo, la limpieza es casi perfecta y las personas parecen brillar con el aire alpino.

A medida que caminábamos por los largos pasillos de la residencia, me sentía más y más melancólica. Los estudiantes internacionales teníamos permitido llegar una semana antes para acostumbrarnos a las particularidades de la vida estudiantil. Había muy poca gente alrededor. Mi dormitorio se encontraba al final de un largo corredor de puertas cerradas. Además de una de aquellas camas maltratadas, había un lavabo, un armario, una silla y un largo escritorio de madera clavado a la pared. Me pregunté qué me esperaba.

Mamá me dijo adiós entre lágrimas y comprendí que para hacer contacto con otro ser humano iba a tener que visitar el campus principal y almorzar la comida gratuita de la universidad. Sin embargo, había un problema. Sufría de un síndrome conocido popularmente como “cara de perra”². Lo heredé de mis papás. La gente no solía sentirse cómoda conmigo naturalmente. Si a esto le sumo que soy bastante tímida y no muy buena para las conversaciones triviales (algo en lo que tuve que volverme experta), iba a tener que hacer un gran esfuerzo para cultivar nuevas amistades.

Me miré en el espejo, practiqué mi sonrisa y respiré hondo. Abrí la puerta e, inmediatamente, vi a otra chica en el pasillo. Era francesa, se llamaba Marie. Caminamos juntas al campus. ¡Gracias a Dios por Marie!

La mayor parte de los primeros meses me la pasé yendo a fiestas, durmiendo, concentrándome en no morir por mis resacas inducidas por el vodka tonic y aprendiendo a lidiar con la suciedad de un piso de estudiantes.

Alrededor de 18 de nosotros compartíamos una cocina. Un día alguien cocinó un pollo en una cacerola inmensa y lo abandonó sobre la cocina. Nadie reclamó la propiedad del ave hervida. Después de unas tres semanas, la llevamos hasta un rincón de la sala. Con el tiempo, por la tapa de la cacerola,

2. En inglés, *resting bitch face*. (N. del T.)

comenzó a salir una pelusa blanca, que gradualmente fue trepando por la pared. Resultado: pasaba el menor tiempo posible en la cocina.

Era un asco, pero no lo más asqueroso. Sin duda, los baños eran peores que la cocina, especialmente los miércoles por la mañana. La noche del martes era la más intensa en el club del campus. Después de varias horas de copas, besuqueos y tal vez un curry a las 2 de la mañana, nuestros sistemas digestivos estaban en problemas y resultaban en la destrucción de los inodoros.

Por esos días decidí que era buena idea comprar una bicicleta para recorrer la distancia que separaba la residencia de la universidad. Lo que no calculé fue que tener ruedas significaba esperar hasta el último segundo antes de dejar mi habitación y luego matarme pedaleando para llegar a tiempo a las clases. Llegaba tarde más de lo que me hubiese gustado, sin aliento y muy sudada. Después de unas pocas semanas, prácticamente dejé de ir a las clases.

Hacia diciembre comencé a experimentar horribles sentimientos de culpa. Había una especie de luz roja de alarma en mi cabeza que fue creciendo. Lo cierto es que había hecho muy poco durante las últimas diez semanas. A medida que se acercaban las vacaciones de invierno, no podía evitar sentirme avergonzada e insatisfecha.

Este curso de Administración en Warwick había sido mi sueño, pero ¿la verdad? ¡Estaba aburridísima!

Pensé acerca de lo que podría hacer con mi tiempo en forma productiva. “¿Unirme al equipo de básquetbol? Nah, tengo un hombro en mal estado y una rodilla poco confiable”. “¡Ya sé! Voluntaria en una caridad. ¿Pero mantendría mi compromiso?”. “¿Qué hay del esquí?”. Me anoté al equipo de la universidad, pero renuncié en forma inmediata cuando descubrí que esquiaban en AstroTurf³.

Necesito estar muy muy interesada en una actividad para poder destacarme en ella; de lo contrario, olvídenlo. Desesperada por encontrar algo para ocupar mi mente, me encerré en mi dormitorio durante una semana completa de diciembre. Me senté en el escritorio clavado a la pared, pensando en cosas que podría hacer y vender; un proyecto paralelo que, idealmente, me permitiera dejar de sentir aburrimiento y culpa.

3. *AstroTurf* es una marca de césped artificial utilizada en superficies para la práctica de distintos deportes.

Una tarde comencé a pensar en cómo las *hair ties* me provocaban dolores de cabeza. Creaban una especie de tensión en mi cuero cabelludo debido a que mi pelo tiraba de él. Eso hacía que doliera por todas partes, lo cual era, realmente, muy desagradable. ¿Habría alguna forma de resolver creativamente ese problema?

Esa noche había una fiesta en el campus y la temática era “mal gusto”. Debía vestirme con el look más feo posible, beber muchísimo y esperar que mi vestimenta fuera tema de conversación (y, además, tuviera un impacto positivo en mi cara de perra). Mientras salía, vi el cable enrollado del teléfono de línea de mi habitación, lo desconecté y me sujeté el cabello con él. Lo envolví alrededor de mi coleta un par de veces para que las espirales sobresalieran. ¡Se veía perfectamente feo!

La mañana siguiente desperté con el cable todavía en mi cabeza. Y fuera de sentirme algo confundida por el par de vodka tonics de más, no había tensión alguna por el cable que sujetaba mi coleta.

No me dolía la cabeza.

Sentada en mi pequeña y simple habitación en la Universidad de Warwick, a 734 millas de mi pueblo en Suiza y a más de 100 millas de distancia de Felix, quien por entonces era mi novio, me pregunté si tal vez —solo tal vez— había encontrado algo interesante. Sentí un pequeño hormigueo en el estómago.

Yo, Sophie Trelles-Tvede, una estudiante de una reconocida escuela de Administración para cuyo ingreso había trabajado hasta el cansancio, estaba sintiendo entusiasmo por algo que no tenía ninguna relación con cómo esperaba sentirme al final de mi primer trimestre.

Experimentaba un cosquilleo de entusiasmo por un PEDAZO DE CABLE DE TELÉFONO ENROLLADO.

Llamé a Felix, que estudiaba en la Escuela de Negocios de la Universidad de Bath, a unas tres horas en tren de distancia.

—¡Fui a una fiesta del mal gusto y me sujeté mi cabello con un cable de teléfono y acabé despertando indoloro de cabeza!

—¿Qué?

—¡Sujeté mi cabello con un cable de teléfono espiralado y no tengo dolor de cabeza! Se me ocurrió que podría hacer *hair ties* con el cable y podría ser un lindo proyecto paralelo.

Hubo un silencio. Mi idea seguramente le había sonado a Felix como algo sin ningún sentido, como si quisiese vender pendientes para perros o hacer bicicletas para peces.

Pero me dijo: “¿Cuánto dinero gastaste?”.

Esto era típico de Felix. Él quiere primero los detalles y los números, y solo se entusiasma una vez que hay pruebas de que algo funcionará. Podía perdonarlo, al fin de cuentas, se estaba preguntando por qué esto sonaba como una buena idea.

Felix también se sentía frustrado con su carrera. Su hermano mayor, Dani, y su socio, Niki, estaban viviendo en Múnich, de donde era Felix. Estaban pasando por un gran momento como distribuidores alemanes del cepillo para el pelo Tangle Teezer (los distribuidores hacen exactamente eso: compran productos al por mayor a un fabricante y luego lo distribuyen a distintos lugares donde esos productos pueden ser vendidos, como salones y peluquerías).

El Tangle Teezer era popular en el Reino Unido, pero no en Alemania, por lo que Dani y Niki ayudaron a expandir la marca; antes de eso, estaban vendiendo una manta con mangas, pero al parecer solo hay un número muy limitado de personas dispuestas a comprarla. Escuchamos ya todo sobre lo que Dani y Niki estaban haciendo, aprendiendo sobre los negocios y la vida real y, a la vez, haciendo dinero. Honestamente, su éxito nos generaba bastante envidia.

Felix también sabía sobre los dolores de cabeza que sufría regularmente por las *hair ties*, y una vez que comprendió que un cable de teléfono espiralado podría resolver ese problema, se involucró más con la idea.

—Ok —dijo Felix al otro lado del teléfono—. Cuéntame más.

2.

La goma elástica de cable telefónico para chicas



0 INVISIBOBLES VENDIDAS

LO QUE APRENDÍ:

- Si creas una nueva palabra para nombrar a tu producto, aparecerás en primer lugar en Google (al menos al comienzo).
- Como estudiantes, no teníamos nada que perder iniciando un negocio.
- Las personas se llevan la gloria por atraer inversiones, pero no tiene por qué ser así.

En 2012 las *hair ties* solo eran elásticos cubiertos de tela que se vendían en paquetes de 30 por alrededor de una libra. Las mujeres las necesitaban para atar sus cabellos en una coleta o sujetar las trenzas de sus hijas. Eran baratas, no importaba la marca y, definitivamente, no eran amigables con el pelo.

Además de darme tremendos dolores de cabeza, las puntas de los elásticos se unían por una pequeña pieza de metal soldada que a menudo se enredaba en mi cabello. Eso resultaba muchas veces en un pequeño montón de pelos que asomaban caprichosos por encima de mi cabeza, y debía tirar hacia atrás para intentar alisarlos. No siempre el resultado era un peinado aceptable. Usando un pedazo de cable telefónico, no sentía que hubiera cabellos esforzándose por sobrevivir y, de alguna manera, todo se mantenía prolijo.

Experimentando con la idea noté algo más: al retirar el cable telefónico, no dejaba marcas en mi pelo. Mi cabello es largo, fino y rubio, y las gomas comunes siempre me dejaban una especie de abolladura extraña; sabía que este era un problema que otras personas, con distintos tipos de cabello, también conocían.

Para las semanas de Navidad y principios de 2012, Felix y yo y éramos expertos en cables telefónicos. Nos dimos cuenta de que venían en espesores ligeramente variados y de que, en ocasiones, el cable en sí era completamente circular, aunque en la mayoría de los casos había un lado plano en el interior. Instintivamente pensé que los cables de tipo circular se verían mejor y que, además, serían más amables con el cabello.

Lo que necesitábamos era alguien que pudiera hacer para nosotros únicamente la cubierta, sin los componentes eléctricos de teléfono en el interior. Un fabricante que pudiera, también, pegar y unir los extremos para hacer una goma circular. Desde un primer momento quisimos que nuestro producto fuese, por sobre todo, diferente a las *hair ties* comunes. El material debía ser plástico con una superficie suave que tuviera elasticidad. Además, debía mantener su forma y sentirse bien en el cabello.

Sin embargo, no puedes buscar en Google “cuerda de teléfono sin el cable” y hallar una gran cantidad de resultados. Definitivamente no es lo mismo que crear una nueva versión de un clip para papel. Existen otros tipos de productos con forma de espiral —cuadernos espiralados, el Slinky, las mangueras para la ducha— pero todos tienen los componentes metálicos que no queríamos.

Hicimos una búsqueda en Alibaba, que es una especie de versión china, y de grandes proporciones, de Amazon, donde se puede comprar cualquier cosa, desde langostas vivas hasta vibradores a control remoto. Allí encontramos cerca de 15 posibles proveedores y enviamos un e-mail a cada uno con el asunto “Goma elástica de cable telefónico para chicas”. Esa frase nos pareció la mejor manera de explicar lo que creíamos estar buscando: una goma elástica para el cabello con forma de espiral, parecida a un cable telefónico.

Encontramos a un tipo llamado Liang, quien fabricaba tanto los cables telefónicos como los que usan los guardaespaldas. Lo convencimos para que hiciera nuestras primeras pruebas. Debimos negociar un poco, los fabricantes a menudo tienen establecidas cantidades mínimas para cada orden. Entonces, le escribí inventando cifras en el aire.

Maill De: Sophie Tvede

Para: 趙李

Enviado: Lun 6/2/2012, 7:46 a. m. UTC+0800

Asunto: Re: Re: Goma elástica de cable telefónico para chicas

Hola Liang,

Si me dices cuántos días demorará el envío de la muestra y cuántos días te llevará hasta que puedas enviarla, te transferiré el dinero en el transcurso de las próximas 24 horas vía PayPal.

En caso de estar satisfecha con los productos, haremos una orden de prueba de 15.000 unidades. Si continúo satisfecha, haremos una orden de 200.000 unidades.

Muchas gracias,

Sophie Trelles-Tvede

Un par de semanas más tarde, las muestras de nuestras *hair ties* de cable telefónico para chicas llegaron a mi residencia en Warwick. Efectivamente, eran *hair ties* hechas de un material similar al del cable telefónico y unidas mediante una soldadura. Pero las había de distintos espesores y tamaños, algunas estaban hechas con el tipo de cable que tenía el lado plano y otras redondas. ¡Eran horribles!

Había imaginado una goma elástica pequeña, colorida y con forma de espiral que se sintiera suave y se viera bonita. En lugar de eso, los colores eran un amarillo enfermizo y un verde triste. Se estiraban muchísimo, se sentían ásperas al tacto y olían a químicos. Pero era todo lo que teníamos, así que debía, al menos, probarlas.

De pie frente al espejo, sujeté mi cabello con una de ellas y agité mi cabeza rápidamente de un lado al otro. La coleta se mantenía firme.

Incliné mi cabeza y la agité violentamente varias veces como si intentara quitar agua de mi oído. La goma elástica se mantenía en su lugar.

Hice movimientos circulares constantes con mi cabeza como si fuera una lanzadora de bala en las Olimpiadas. Todo en orden.

Luego intenté con cabeceos. Me di con la coleta en un ojo, pero la goma elástica se seguía sintiendo cómoda y no se movía. Era un poco pesada

en mi cabello, pero si lográbamos afinar detalles, podría convertirse en un producto realmente bueno. La dejé en mi cabello por una hora y no hubo marca cuando la quité. Y algo crucial: no sentí dolor de cabeza.

Llamé a Felix que, siendo un tipo de pelo corto, no tenía más opción que la de confiar en mí.

—Estas *hair ties* funcionan —dije.

—Genial. Podemos hacerlo. A todo o nada.

Desde el primer momento Felix dejó muy en claro que NO debíamos tener un emprendimiento pequeño y hogareño “ja, ja”. Esto quiere decir una empresa pequeña que está pensada como algo divertido en lugar de algo que se supone que te permita vivir de ella. “Esto lo haríamos, y lo haríamos juntos y en serio”.

Creo que el 99% de las ideas se mantienen justamente como eso: ideas. Antes yo pensaba que para crear tu propio negocio debías seguir estos pasos:

- Obtener una licenciatura. Hallarte. Descubrir qué es lo que te interesa (3 años).
- Obtener una maestría. Ahondar con más profundidad en algunas ideas para el desarrollo de tu carrera (1 año).
- Conseguir un trabajo épico. Ganar dinero. Alcanzar estabilidad financiera (25 años).
- Crear la empresa con la que soñabas hacía mucho mucho tiempo, cuando estabas en la universidad (que a esta altura seguramente ya habrá creado otra persona, por lo que no te queda demasiado por hacer).

Esos eran mis preconceptos y creo que muchas personas sienten que ese es el único camino para convertirse en emprendedores. Pero aprendí que no es necesariamente así.

Teníamos 18 años cuando tuve la idea para nuestras *hair ties* y cumplí 19 en enero de 2012, año en que comenzamos nuestro negocio. Creo que si hubiese esperado a tener una carrera de 25 años, esta empresa de un accesorio para el cabello jamás hubiese empezado. El riesgo económico y personal aumenta a medida que envejeces, y si hubiésemos esperado, seguramente alguien más habría inventado la goma elástica espiral para el cabello, o yo

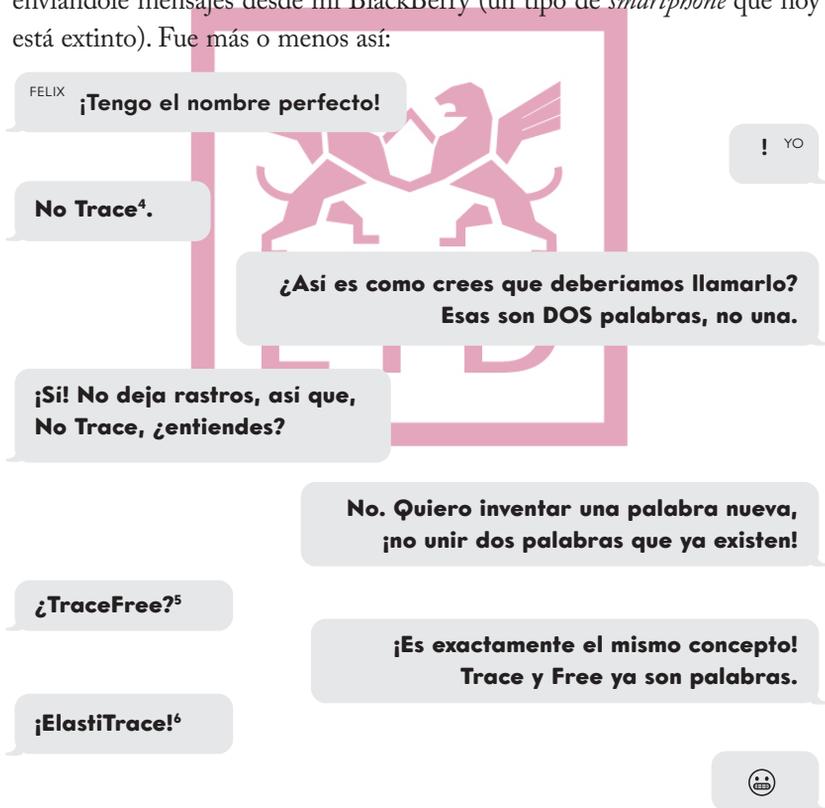
hubiese pensado que la idea era demasiado ridícula como para arriesgar por completo mi carrera profesional.

Nuestro producto, la goma elástica de cable telefónico para chicas, era un poco ridículo, pero yo le tenía fe. Antes de intentar comenzar a venderlo, necesitábamos un nombre. Quería una palabra completamente nueva, una que se sintiese femenina, adorable, divertida, y que explicase, al menos en parte, lo que el producto hacía.

Además, debía ser un nombre que, al ser escrito en Google, no produjera ningún resultado previo. Así, cuando el nombre de la marca fuera inventado y las personas comenzaran a oírlo, aparecería en la primera página.

Felix tomó mis consideraciones para el nombre en forma muy literal.

Una noche me senté en mi dormitorio, de piernas cruzadas sobre la cama, enviándole mensajes desde mi BlackBerry (un tipo de *smartphone* que hoy está extinto). Fue más o menos así:



4. En español, 'sin rastro'. (*N. del T.*)

5. En español, 'libre de rastro'. (*N. del T.*)

6. En español, 'elastirastro'. (*N. del T.*)

Anoté nuestras ideas. Era una lista muy poco inspiradora:

No-TrAce TraceFREE ElastitrACE
HairKindly SpiralhAIR

Luego recordé que mi amiga británica Hope siempre se refería a las *hair ties* como “bobbles”, un nombre que siempre me había sonado gracioso. Y pensé: este producto no deja rastros. En algún punto de una noche de febrero, la palabra “invisible” apareció en mi mente, y cortando el “le” del final se podía unir con la palabra “bobble” para terminar en *invisibobble*. Entonces, es como una goma elástica para el cabello que no deja una marca.

Todavía sentada en mi cama, escribí “invisibobble” en Google.

“¿Quisiste decir burbuja invisible?”, me respondió Google. Hice clic en el primer resultado para “burbuja invisible” y llegué a un sitio web que decía: “Todos tienen una burbuja invisible alrededor de su cuerpo. La burbuja establece el límite de cuánto se puede acercar alguien antes de que uno se sienta incómodo, y también establece el límite de cuánto uno puede acercarse a alguien más”.

Por mucho que esa burbuja invisible sonara como un superpoder que desearía tener, estaba tan lejos de nuestra idea como era posible.

No había resultados para *invisibobble*. ¡NINGÚN resultado!

“Tal vez esta palabra, *invisibobble*, me persiga por un tiempo”, pensé. “Probablemente no, pero es posible, así que, recuerda este momento”.

Felix consideró que *invisibobble* era aceptable, pero que quedaba en segundo lugar con respecto a todas las maravillosas sugerencias que él había hecho. Sin embargo, decidimos seguir y diseñar un logo. Para hacer que *invisibobble* fuese más fácil de leer, escribimos “invisi” y “bobble” en diferentes tonos de verde y creamos un diseño utilizando la versión barata, para estudiantes, de Photoshop. Añadimos la bajada “el anillo para cabello que no deja rastros”, algo que todavía hoy aparece en nuestro empaquetado.

Puedes tener productos tan complicados como un reactor nuclear o tan simples como un hacha de piedra, y la goma elástica espiralada para el cabello *invisibobble* está definitivamente más cerca del hacha de piedra. Eso de

7. En inglés, ‘invisible bubble’. (N. del T.)

ninguna manera significa que sea una invención menos meritoria, pero, sin duda, fue así para muchos amigos que se burlaron de mí desde un principio.

La gente realmente tenía sus dudas cuando les pedía su opinión.

“Parece una especie de resorte raro”.

“¿No se enredará en tu cabello?”.

“¿Acaso alguien te vomitó eso encima?”.

Decían que era feo, que no les gustaban los colores, o que no se veía muy moderno. Colocar algo que parecía un cable telefónico en tu cabello era una idea muy rara.

En ese entonces hubo unos chicos en la universidad que recibieron una beca de 25.000 libras esterlinas (cerca de USD 30.000) para desarrollar un accesorio que permitía, por medio de internet, regular la intensidad de una bombilla eléctrica desde un *smartphone*. Era una gran idea y recibieron todo tipo de halagos por ganar esa beca; pero no hubo ninguna inversión para mi producto, y las reacciones de las personas eran, cuanto menos, escépticas.

Las *hair ties* eran un producto funcional y de escasa participación, casi como el papel higiénico. Con el papel higiénico, siempre y cuando tu trasero quede medianamente limpio, las personas están contentas, con alguna que otra excepción. Es algo que necesitas, pero que nunca ansías comprar.

Nosotros teníamos la oportunidad de hacer que las *hair ties* pasaran de ser el accesorio capilar equivalente al papel higiénico a algo mágico que las personas amasen y desearan y por lo que estuvieran dispuestos a pagar más dinero.

3.

El Sr. Bernhard tropieza con nuestro sitio web



LO QUE APRENDÍ:

- Puede que las personas no compren cosas si hay demasiadas opciones.
- La combinación de creatividad y eficiencia es esencial para una empresa emergente.
- No saber nada sobre una industria puede ser una ventaja para trabajar en ella.

Más allá de que estaba muy entusiasmada —a pesar de los odiadores—, Felix fue quien estableció fechas límites. Cuando lo visitaba en Bath, yo quería que pasáramos tiempo juntos después de haber trabajado duro en las invisibobbles durante todo el día, pero él se quedaba despierto hasta tarde para terminar el logo o escribir textos para nuestra web.

El invierno anterior a que comenzáramos las clases en la universidad, ambos trabajamos como instructores de esquí. En Suiza, donde yo trabajaba, pagaban muy bien; en Austria, donde trabajaba Felix, pagaban muy mal. Yo ganaba 25 francos suizos (alrededor de GBP⁸ 21 o USD 26) por hora sin

8. Al momento de la presente edición, 1 GBP representa USD 1,36. Unificaremos las referencias monetarias en USD por su uso universal.

contar las propinas, y no debía pagar impuestos porque ganaba menos del salario mínimo anual.

Ahorramos cerca de USD 2.000 cada uno. Felix había necesitado trabajar mucho más que yo, pero nunca imaginamos que fuéramos a invertir una gran porción de los ahorros de nuestras vidas en miles de pequeños y coloridos pedazos de plástico enrollado que serían enviados desde China en un contenedor.

Sin embargo, eso es exactamente lo que hicimos, porque una vez que llegamos al punto en que estábamos satisfechos con nuestras muestras, la primera orden que encargamos al tipo de Alibaba, por 15.000 invisibobbles, nos costó alrededor de USD 3.800. Fue una decisión de inversión muy fuerte, especialmente considerando que la mayoría se había reído de nosotros; pero estábamos seguros. Los zapatos nuevos y las vacaciones podían esperar: esta era una verdadera idea.

El precio incluía el packaging, porque necesitábamos encontrar una forma más interesante de presentar nuestras gomas para el cabello que simplemente abrocharlas a un pedazo de cartón. Había visto paquetes de dos esmaltes para uñas que se vendían en pequeñas bolsas tipo Ziploc y me habían parecido adorables, por lo que enviamos una a Liang y le pedimos producir 5.000 unidades. También le pedimos unas bolsas más grandes en las que pudieran entrar cinco y diez gomas, y logramos que imprimiera en los paquetes la dirección web que íbamos a comprar: invisibobble.com.

También necesitábamos que todo llegara en poco tiempo, porque, a pesar de las fechas límites creadas por Felix para asegurarse de que siguiéramos a buen ritmo, teníamos una fecha real acercándose: la exposición Hair & Beauty. Se trata de una gran feria comercial en Frankfurt a la que asisten compradores y peluquerías y en la que se exhibe de todo, desde extensiones para el cabello hasta mobiliario para salones de belleza. New Flag, la empresa de Dani y Niki, tendría un puesto de Tangle Teezer allí, y sería una enorme oportunidad para llevar las invisibobbles a la industria profesional del cabello. ¡Faltaban solo dos meses!

El sábado 17 de marzo de 2012 a la 1:49 de la mañana Felix me envió un e-mail. “REALMENTE necesitamos estas *hair ties* antes de que mi hermano y Niki vayan a la convención. Nos proporcionaría un comienzo verdaderamente bueno”, escribió. Cinco días más tarde llegó otro e-mail.

Mail De: "Felix Haffa" <felix@invisibobble.com>
Para: Yo
Enviado: Jue 22/3/2012, 1:23 a. m.
Asunto: ¡¡¡¡¡ fijate desde qué e-mail estoy escribiéndote

Ah... Felix. Había sido mi novio más o menos desde los 15 años, cuando nos conocimos en la secundaria en Zúrich. Antes de empezar a salir, yo lo veía como un chico apuesto, con algunos pocos amigos con los que estaba todo el tiempo. No creo haberlo visto sonreír jamás en esa época, y encontraba al grupo, en general, bastante intimidante y un poco arrogante.

Empezamos a hablar cuando hicimos un viaje escolar al lago Garda en Italia, sin embargo, y una vez que lo conocí mejor, comprendí que lo suyo era más parecido a la introversión que a la arrogancia. Cuando volvimos a Zúrich me invitó a salir.

Felix dice que pensaba que yo era tímida y bonita, y que le daba miedo hablarme. Y mientras que él era muy competitivo en todo lo que hacía, sacrificando pasar tiempo con amigos para poder estudiar, en la escuela yo era un poco más sociable. A pesar de eso, éramos similares en el sentido de que preferíamos estar solos para avanzar con nuestros estudios. Él es, además, la persona más motivada que se pueda conocer, alguien obsesionado con los detalles y siempre esforzándose por ser mejor. Actualmente, si vendemos algo por USD 1.000.000, él preguntará “¿por qué no USD 2.000.000?”, y si recibimos novedades de que un negocio no está saliendo como lo planeamos, me hará preguntas al respecto cerca de tres veces al día hasta que el problema esté resuelto.

Felix siempre fue una persona resolutiva. Necesita ocuparse de que las cosas se hagan; yo soy mucho más creativa. Puedo enfocarme muy bien en nutrir nuestra marca y en pensar las cosas a largo plazo, mientras que Felix piensa mucho más en los números y en cómo podemos obtener dinero *ahora mismo*. Creo que se necesitan ambos estilos para que una sociedad comercial sea exitosa, a pesar de que esa diferencia ocasionó algunas discusiones a lo largo del camino.

Bueno, ahí estábamos, en marzo de 2012, sin saber realmente nada acerca de nada, porque todavía éramos adolescentes, esperando que nuestras 15.000 pequeñas piezas de plástico espiralado y 5.000 pequeñas bolsas viajaran 5.000 millas desde la fábrica de un tipo llamado Liang que vivía en algún lugar de

China hasta el hogar de los papás de Felix en Múnich, a donde viajaríamos para las vacaciones de Pascuas.

Por entonces nuestras *hair ties* medían apenas más de una pulgada de diámetro y estaban disponibles en 27 colores diferentes. Les dimos nombres: Submarine Yellow⁹ a uno que era muy vívido, Turtle Green¹⁰ a uno de color medio fangoso, Space Blue¹¹ a otro de color azul brillante. Éramos tan creativos...

Mirando hacia atrás, 27 colores y tres tamaños diferentes de empaque eran demasiaaadas opciones para el comienzo. Está demostrado que en los supermercados, mientras más acotada sea la selección de cualquier producto, mayores serán las chances de que alguien lo compre. Es decir, si hay tres tipos de mermelada —fresa, frambuesa y albaricoque— la decisión es bastante fácil. En cambio, si hay 20 tipos de mermelada de fresa, 20 tipos de mermelada de frambuesa y 20 tipos de mermelada de albaricoque, además de distintas combinaciones de las 3, todo se vuelve tan abrumador que a menudo las personas se dan por vencidas y no compran nada.

En fin, una vez que recibimos todo, lo desparramamos sobre el piso de la sala de los papás de Felix. Nos pusimos a separar las 15.000 *hair ties* en pilas de diferentes colores como si fuera un gigantesco arcoíris multicolor en la alfombra. Fuimos empujando gradualmente las mesas, sillas y sofás hacia las paredes para tener más espacio.

Nos sentamos en el piso, gateando entre las pilas y empaquetando las gomas en las bolsas con la marca de invisibobble de dos, cinco y diez unidades, armando múltiples combinaciones de colores; también armamos paquetes de cinco y diez únicamente negras.

Toda la casa olía como una fábrica de plástico, y después de unos tres días, el padre de Felix, que nos había estado evitando, entró a la sala.

“Guarden. Ahora. ¡TODO!”, gritó, enfurecido. Creo que los papás de Felix no habían considerado realmente la desorganización que causaríamos, y, definitivamente, no comprendían por qué teníamos tanta fe en que alguien en verdad compraría una goma elástica espiralada para el cabello. Tuvimos la suerte de que el hermano de Felix rentara un depósito en

9. En español, ‘submarino amarillo’. (N. del T.)

10. En español, ‘verde tortuga’. (N. del T.)

11. En español, ‘azul espacial’. (N. del T.)

Múnich para New Flag, por lo que una vez que terminamos de empacar nuestras 15.000 gomas para el cabello, Dani nos permitió mover allí todo nuestro stock.

Teníamos un nombre y teníamos nuestros productos; ahora necesitábamos un sitio web. Utilizamos software de Shopify y tomamos fotografías de una de nuestras amigas usando invisibobbles de diferentes colores en su cabello. Nuestro logo combinaba con la invisibobble Turtle Green, y nuestra página de inicio tenía una presentación de diapositivas de varias imágenes: invisibobbles en la coleta de nuestra amiga, un paquete multicolor de diez unidades, una pila de gomas rojas, negras y amarillas y, finalmente, una imagen de nueve gomas Turtle Green que parecía una pila de pequeñas orugas verdes y enrolladas.

El sitio tenía información sobre el producto, los colores disponibles, una sección “acerca de nosotros”, las opciones de envío a Alemania, Austria y Suiza, y un apartado de preguntas frecuentes. En verdad se veía bastante profesional.

El día en que lanzamos el sitio recibimos nuestra primera orden.

Un alemán llamado Uwe Bernhard había pedido un pack de cinco invisibobbles de colores variados por EUR 8,49 y pagado la tarifa estándar de envío de EUR 1,99, lo que llevaba el total a EUR 10,48 (alrededor de USD 11,50).

De alguna manera el Sr. Bernhard había tropezado con nuestro sitio web, lo había explorado y había decidido hacer un pedido. La sensación era maravillosa: mitad “oh por Dios, esto es completamente único, nunca ocurrió antes, ponlo en una licuadora, defeca encima, vomita encima, es una sensación de-otro-mundo” (tomando algo prestado de Lady Gaga describiendo lo que siente por el director Ryan Murphy), y mitad morirnos de risa de pensar en que un hombre de edad, cabellera y profesión indefinidas había visto nuestras invisibobbles, le habían gustado, había tomado su tarjeta de crédito y comprado un paquete.

No es que no creyéramos en invisibobble, pero al fin y al cabo éramos dos adolescentes aburridos que no tenían la menor idea de lo que estaban haciendo y, de repente, ganamos EUR 10 gracias a un tipo cualquiera. Estábamos extasiados y pusimos su pequeño paquete de invisibobbles cuidadosamente

dentro de una cajita de cartón con una nota de envío escrita a mano y una tarjeta de agradecimiento. Esperábamos que si el Sr. Bernhard había comprado invisibobbles, otros harían lo mismo.

Por alguna razón, desde entonces, los pedidos empezaron a llegar. En un buen día podíamos llegar a vender productos por entre USD 55 y USD 70. Pero sabíamos que no era rentable continuar haciendo envíos pequeños desde el sitio web y que para poder crecer debíamos encontrar un distribuidor. Dani y Niki sugirieron que enviáramos paquetes gratuitos a los salones de belleza junto con sus pedidos de Tangle Teezers; con suerte, a los peluqueros les gustaría el producto y empezarían a encargarnos también invisibobbles.

Lo que ignorábamos en ese momento era que los salones solían tener acuerdos de exclusividad con grandes fabricantes como L'Oréal o Schwarzkopf que implicaban que solo pudieran vender champús y otros productos de esas compañías, que producían marcas como Kérastase y Redken. Sin embargo, como no había acuerdos de exclusividad para accesorios de cabello, ingresar en las peluquerías no era un problema.

De haber conocido estos tipos de “reglas” o cualquier otra cosa sobre la industria de la belleza y el cabello, tal vez nos hubiéramos contenido, o tal vez habríamos pensado que incluir paquetes de invisibobbles en los envíos de Tangle Teezers era un error, pero en ese momento, siendo niños, no sabíamos nada. De verdad. Quiero decir que sabíamos tan poco que ni siquiera sabíamos que no sabíamos nada.

A los peluqueros, efectivamente, les gustaron las invisibobbles que enviamos con los Tangle Teezers, y gracias a que las *hair ties* eran tan pequeñas no les era difícil encontrar un lugar donde ubicarlas. Hicimos un acuerdo por el cual podían comprar 100 *hair ties* por USD 56 y les enviábamos una jarra tipo pecera sin costo adicional para colocarlas. La idea era que fuera fácil para un cliente comprar un paquete de invisibobbles después de cortarse el cabello. Gastar cerca de USD 5,60 en un pack de 3 invisibobbles no era nada en comparación con lo que seguramente habría pagado por su corte o por su lujoso secado de cabello.

Y a pesar de poner a prueba la paciencia del papá de Felix, logramos tener los paquetes de gomas para el cabello listos para la exposición de Frankfurt. Yo no pude ir porque se acercaba la época de exámenes en Warwick, pero lo que sucedió nos voló la cabeza. Mi papá había manejado su propia empresa y se había interesado por invisibobble, por lo que le envié las novedades.

Mail De: Yo
Para: Tvede
Enviado: Jue 17/5/2012, 12:56 p. m.
Asunto: pequeño update

En la exposición en Frankfurt había un tipo que es el dueño de 10 peluquerías y tiene contacto con más de 600 salones de Alemania que mostraron un fuerte interés en nuestras *hair ties*.

No parece estar interesado en ofrecernos una ganga, pero si logramos que esto funcione, sería increíble porque podríamos, potencialmente, vender nuestras gomas para el cabello en 600 peluquerías de todo el país, y sería un gran comienzo. ¡Si esto sucede, obtendríamos una publicidad impresionante y tendríamos mayores posibilidades de vender en grandes tiendas departamentales! Todo es muy emocionante.

Sophie

El tipo de las peluquerías se llamaba Rick Vahr, e hizo un pedido de algunos cientos de invisibobbles para vender en sus propios salones. Si se vendían bien, sería fácil para él entregar muestras a su equipo de ventas para llevar el producto a otras peluquerías, gracias a que las invisibobbles son muy pequeñas. Si eso resultaba exitoso, podría llegar a firmar un contrato con nosotros para distribuir a cada uno de los 600 salones. Debíamos ubicar 15.000 invisibobbles, por lo que necesitábamos seguir adelante.