

# RETAIL ABIERTO 2022-23

## JORNADA DE EMPRENDIMIENTO

Facultad de Economía y Empresa de Oviedo  
16 de noviembre de 2022  
29 de marzo de 2023

### Primer Caso De Emprendimiento: Blue Banana Brand

D. JUAN FERNÁNDEZ-ESTRADA  
*Co-Ceo Y Co-Fundador Blue Banana Brand*

PRESENTACIÓN:  
D<sup>a</sup>. María Eugenia Fernández Moya  
*Cátedra Fundación Ramón Areces De Distribución Comercial*



Juan Fernández-Estrada, en pantalla, cofundador y co-ceo de la marca Blue Banana Brand

La intervención de Juan Fernández-Estrada se planteó con el objetivo de dar a conocer a nuestros alumnos un caso de emprendimiento con gran éxito, su marca: Blue Banana Brand. Debido a su residencia actual en Australia, la participación fue vía online.

Durante su participación en la jornada narró cuatro puntos clave de su empresa: sus inicios, la estrategia de marketing, el crecimiento y los planes de futuro.

Blue Banana comenzó su andadura en el año 2016 y fue creada por dos estudiantes de 19 años (Juan Fernández-Estrada y Nacho Rivera). Su misión era conectar con los futuros consumidores a través del espíritu aventurero, honestidad y productos con alta calidad. No querían vender solo prendas, sino un modo de vida aventurero, escapar de la monotonía de la vida urbana diaria.

La estrategia de marketing se basa en contenido, ruido y ser un icono. La X es el elemento de diseño imprescindible en sus prendas. La X se les ocurrió en un viaje interrail por Europa, concretamente por el escudo de la ciudad de Ámsterdam que conlleva una X. El éxito de Blue Banana Brand se debe en gran parte al uso acertado de las redes sociales.

Con un capital inicial de apenas 2000 euros y con una estrategia clara de "hacer ruido" por las redes, Blue Banana ha ido creciendo a pasos agigantados, tanto a nivel humano como a nivel de facturación. En el año 2016 comenzaron con dos personas (los fundadores) con unos ingresos de 42.000 euros a llegar en el año 2022 a una facturación de 12.781.000 euros y un equipo de 115 personas. Su venta online se trasladó también a offline a través de tiendas físicas en Madrid, Valencia, Barcelona, Sevilla, Zaragoza, Málaga y Bilbao.

Por último, el ponente nos detalló sus planes de futuro, que se basan en mejorar la sostenibilidad, y en una expansión nacional e internacional. Internacionalmente se centró en su apertura próxima en México.

## SEGUNDO CASO DE EMPRENDIMIENTO: QUETZAL COLLECTION

D<sup>a</sup> PÍA MENÉNDEZ-GRAIÑO

FUNDADORA Y DISEÑADORA DE LA FIRMA QUETZAL COLLECTION

PRESENTACIÓN:

D<sup>a</sup>. MARÍA EUGENIA FERNÁNDEZ MOYA

Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial



Pía Menéndez-Graño, fundadora y diseñadora de la firma Quetzal Collection

Pía Menéndez-Graño articuló su intervención sobre una serie de reflexiones como emprendedora novel. En su intervención quiso responder a cuestiones como qué, cómo, y por qué ser emprendedor. También relató la filosofía de Quetzal, el compromiso, la visión y los valores, así como los recursos tanto monetarios como emocionales de su andadura como emprendora y sus objetivos.

Quetzal nació en enero de 2022 de la ilusión y la necesidad personal por crear smokings de mujer, recuperar la moda sartorial y acabados en mano. Crear ropa de calidad que perdure en el tiempo, sin perder la elegancia, buscando siempre el "patrón perfecto".

La ponente resaltó que sus prendas están confeccionadas de la mano de artesanos españoles, apoyando el "Made in Spain". También subrayó que la propuesta de valor de la firma se basa en calidad, cuidado y diseño.

En relación al compromiso, la firma se compromete con talleres locales y con el compromiso del medio ambiente a través de tejidos naturales. La visión se basa en construir una marca de lujo en el mercado español y enfatizó que es una marca "slow-fashion". En cuanto a los valores la ponente hizo hincapié en la sostenibilidad de sus prendas, buen servicio al cliente y en la búsqueda continua de la excelencia en todo el proceso de producción.

Una de sus reflexiones fue sobre los recursos escasos y limitados: la ayuda familiar que agradece, pero a la vez le llena de mayor responsabilidad, también relató que la inversión de sus  $\frac{3}{4}$  partes se destina a inmovilizado material (patrones). La conferenciante resaltó de la importancia como emprendedor de ser una persona auténtica y de saber poner precio a nuestros valores, a la autoestima. Humildemente comentó también la importancia de aprender de errores y aceptarlos, y de tratar de innovar y reinventarse.

Por último, se refirió a los objetivos de emprender. Destacó en enfocarse sobre qué producto vas a ofrecer, qué te diferencia, qué valores quieres transmitir con tu negocio y que te preguntes si te gusta tanto como para levantarse día tras día con ilusión ya que emprender requiere esfuerzo, sacrificio, pasión, talento e ilusión