El crecimiento acelerado de Gama Profit

Un joven emprendedor de Terrassa plasma su idea de negocio en una compañía ahora puntera en la venta online de productos de nutrición deportiva TEXTO: **MIQUEL ÀNGEL LUQUE**

Parte del equipo humano de esta empresa terrassense, todo un referente en su sector.

Es "imposible conectar los puntos hacia adelante, sólo puedes hacerlo hacia atrás. Así que tenéis que confiar en que los puntos se conectarán alguna vez en el futuro. Tienes que confiar en algo, tu instinto, el destino, la vida, el karma, lo que sea". De esta manera, Steve Jobs explicaba en el año 2005 en el célebre discurso en la Universidad de Stanford por qué dejó sus estudios universitarios. Pablo Gamalero abandonó el instituto Can Jofresa de Terrassa a los 18 años cuando sólo le quedaban dos asignaturas para acabar el bachillerato. Diez años después, este egarense, de origen argentino, ha crecido personalmente y profesionalmente aceleradamente. Dirige Gama Profit SLU, que con la marca comercial PonteMasFuerte, es una de las empresas líderes de ventas de productos de nutrición deportiva en España a través de Internet. La Cambra de Comerç de Terrassa reconoció este año esta firma como Mejor Iniciativa Comercial y de Servicios por su "espectacular proceso de crecimiento y expansión" en los últimos tres años.

Con 17 años, Pablo Gamalero empezó a aficionarse a ir al gimnasio. Tenía una complexión muy delgada porque había dado el estirón muy tarde. En ese momento descubrió que necesitaba la ayuda extra de vitaminas, proteínas y minerales para mejorar su rendimiento. Pero no sabía nada sobre nutrición. Así que de manera autodidacta consultó en Internet para averiguar qué tipo de productos podía tomar con su corta edad.

También visitó una tienda especializada que hoy se mantiene abierta, pero salió decepcionado. Percibió claramente que lo único que querían en ese establecimiento era vender a toda costa y que el personal que atendía a los clientes no sabía distinguir las propiedades de los productos. Sin ninguna otra opción, compró el suplemento pero tuvo que informarse otra vez en Internet sobre lo que se estaba tomando. En esa búsqueda de información, se dio cuenta que ese producto se podía conseguir en Estados Unidos de forma mucho más económica, incluyendo el gasto de transporte el cambio de la divisa. Así fue como la siguiente vez ya hizo la compra por Internet en Estados Unidos.

En esa época tomar proteínas era tabú. Este joven tomaba un batido de proteínas en el gimnasio y todo el mundo lo miraba como si se estuviera haciendo algo prohibido. Por eso, optó por tomar suplementos sin decir nada a nadie. Sin embargo, los resultados en su físico pronto se hicieron evidentes. La dieta, el entrenamiento intenso y la suplementación adecuada provocaron el continuo interrogatorio por parte de sus compañeros de gimnasio. Cuando conocieron su metodología, sus amigos quisieron seguirla. De esta manera fue como en el siguiente pedido a Estado Unidos, este joven incluyó productos para sus amigos. Para que cuadraran los números tuvo que calcular los gastos de aduana con un margen elevado para evitar el error. Cuando llegaron los productos, se dio cuenta que los gastos aduaneros fueron inferiores a los previstos. Repartió los suplementos a sus amigos y cuando recogió el dinero le sobró. Sus productos le habían salido gratis.

La siguiente vez ya pidió para los amigos de sus amigos. Entonces, él ya no necesitaba suplementarse y el excedente de dinero sobrante de las aduanas se convirtió en beneficios. "Me quedé pensando en lo sencillo que había sido, me senté con mi padre y le dije: tengo un negocio", relata el joven emprendedor. Abandonó el instituto pensando que el instituto no le iba a aportar nada en la vida. Quería ser empresario.

Además el proyecto empresarial en el que iba a embarcarse reunía sus dos grandes pasiones: la informática y el deporte. La respuesta de su padre, Juan Gamalero, fue muy clara: si realmente quería ser emprendedor lo primero que tenía que hacer era un curso para saber cómo crear una empresa. En ese momento, la Cambra de Comerç de Terrassa organizaba un curso de nuevos emprendedores para tener nociones básicas, donde padre e hijo se inscribieron. A raíz de ahí, elaboraron un plan de empresa que les sirvió para pedir un crédito ICO, que consiguieron de La Caixa. La inyección de 20.000 euros que obtuvieron la utilizaron para comprar género y disponer de stock. Por eso contactaron con diferentes proveedores europeos. A mismo tiempo, Pablo Gamalero había elaborado una página web, que empezó a funcionar captando clientes de la empresa que llamaron Special Tech Fitness.

LA TORMENTA PERFECTA

A menudo un emprendedor tiene éxito simplemente porque estaba en el lugar y en el momento adecuado. En este caso, se produjeron dos fenómenos que confluyeron en una tormenta perfecta que impulsó el proyecto empresarial presa. Con una carpeta debajo del brazo, Juan Gamalero resolvió los problemas en un par de horas. El tándem padre e hijo se hizo imparable.

de Pablo Gamalero. Por un lado el concepto nutricional empezaba a calar en la sociedad. La filosofía del deporte cambió y se empezaba a asumir que para hacer deporte era necesario suplementarse. "Cuando empezamos el sector estaba en la prehistoria y ahora está en pañales", afirma Pablo Gamalero. Por otro lado, el mercado de la compra por Internet evolucionó. Entregar la tarjeta de crédito para hacer una compra online era impensable hace siete años. Ahora se ha convertido en una práctica diaria.

Pero Pablo Gamalero se encontró con algo que no tenía previsto: la desconfianza por su juventud. Cuando se sentaba a negociar con una empresa de transportes, un proveedor o un representante de una entidad bancaria no se lo tomaban en serio. Por eso, decidió contratar a su padre para que fuera la cabeza visible de la empresa. Con un contrato de trabajo de por medio, Juan Gamalero resolvió los problemas en un par de horas. El tándem padre e hijo se hizo imparable.

NAVES

La evolución del proyecto empresarial del joven egarense se ve reflejado en el crecimiento del almacén. Como pasa en otros casos de reconocidos emprendedores, la casa de sus padres fue la primera sede de la empresa. Su dormitorio era el despacho y una habitación de nueve metros cuadrados era el almacén. Sin embargo, en poco tiempo fueron llenando el piso con los productos, primero un patio interior, luego el pasillo y el comedor. Cuando las cajas ya no dejaban ver la televisión, decidieron buscar un local en su barrio, Can Palet.

Encontraron uno de 140 metros cuadrados, pero al cabo de dos años se les quedó pequeño. El crecimiento era exponencial y optaron por ir a una nave en la avenida de Santa Eulàlia de 500 metros cuadrados, que tendría un showroom para que los clientes pudieran comprar. Pensaban que era el almacén definitivo, pero sólo seis meses después se dieron cuenta que necesitaban más espacio.

> El proyecto en el que se embarcó reunía sus dos grandes pasiones: la informática y el deporte

Se estaban planteando una reestructuración de almacén cuando Juan Gamalero pensó que podrían hacerse con la nave colindante que ocupaba Pharma Egara, que estaba en un concurso de acreedores. Ocho meses después y tras un largo proceso consiguieron un leasing de Banc Sabadell para conseguir estas naves de 2.300 metros cuadrados, donde crearon un showroom de 200 metros cuadrados. Esta expansión ayudó a multiplicar el número de trabajadores, que ahora son 24.

Además, se pasó de ofrecer 25 referencias que se almacenaban en la casa familiar hasta las 3.500 referencias que se pueden encontrar en la sede actual.

Este crecimiento obligó también a dejar de ser autónomo para crear una sociedad en el año 2010. Pasaron a llamarse Pontemasfuerte. La conversión se completó con la fusión de la página web con la definitiva creada ya por el departamento de informática. Una de las imágenes más reconocidas de Pontemasfuerte es la de su mascota, Arnold. Es un perro dibujado con un lápiz por la madre de Pablo Gamalero, que tiene conocimiento de arte gráfico. Se trata de una caricatura de un bulldog. Los clientes fueron los que escogieron el nombre en una encuesta por Internet donde podían votar entre una decena de nombres. Esta mascota se creó para una campaña de merchandising en la que querían regalar camisetas a los clientes y de promoción en gimnasios. El logo tuvo tanto éxito que se llegó a reconocer la empresa como "la del perro". Este fue el principal motivo por el cual se plantearon el cambio de nombre. Pontemasfuerte reunía todas las condiciones. Era una marca en español, un nombre fácil y que identificaba con el gimnasio.

POLICÍAS Y BOMBEROS

La atención al cliente es el ADN que diferencia Pontemasfuerte de otras empresas del sector. Durante doce horas al día, hay activa una línea directa con un nutricionista que aconseja lo que se puede tomar. El contacto puede ser a través de correo electrónico y de chat.

De hecho, los usuarios que entran a la web pueden encontrar sus productos por marca o nombre del suplemento, pero también por el objetivo que persigue con ese producto. La idea es que este cliente vuelva a comprar y recomiende la página web a otros amigos.

Entre los clientes más fieles se encuentran policías, agentes de los Mossos de Esquadra y bomberos, que a menudo necesitan estos productos para su actividad diaria y para su entrenamiento en el deporte que practican.

El número de clientes y la facturación son los dos grandes secretos de esta empresa. Sin embargo, esta firma dispone de miles de clientes en España, Portugal y Andorra. Recientemente, ha iniciado el proceso de internacionalización a 22 países de Europa. Esta primera fase se ha empezado provocada por el fenómeno de emigración de los jóvenes españoles al extranjero.

En este sentido, se estaban recibiendo muchos pedidos de clientes españoles que solicitaban poder recibir los productos de Pontmasfuerte en sus actuales países de residencia. En el futuro se plantearán desarrollar una internacionalización más ambiciosa, que incluya diferentes idiomas y multiplataforma de pago.

DATOS

- **Empleados.** Veinticuatro
- **Superficie de la nave.** 2.300 metros cuadrados
- **Número de referencias.** 3.500
- **Inversión inicial.** 20.000 Euros.
- **Financiación.** Crédito ICO

Un sector que resiste bien la crisis

En 2013 la sociedad española mostró un creciente interés en el deporte. Según los datos de la compañía de Market Intelligent Datamonitor, la popularidad de sus deportistas fue un ejemplo inspirador para que los españoles hicieran más ejercicio. Como resultado, un mayor número de españoles comenzó gradualmente a depender de la nutrición deportiva como parte de su dieta. La cultura del cuerpo cobró impulso en España, con la generación más joven de inscribirse en los gimnasios y la práctica de otros deportes.

A pesar de la crisis, la nutrición deportiva creció un 1% en términos de valor actual en el año 2013, llegando a 48 millones de euros. La categoría de mejor desarrollo dentro de la nutrición deportiva en España en 2013 fue barras de proteína, que aumentaron un 6% en términos de valor actual.

La nutrición deportiva en España está dominado por unas pocas empresas. Sin embargo, las compañías que ofrecen productos de marca están sufriendo una creciente competencia de la expansión de la cadena francesa Decathlon, que abrió tiendas en todo el 2013, y tiene previsto abrir más a corto y medio plazo.

El desarrollo económico en España durante los próximos años seguirá marcando las ventas en la nutrición deportiva. A pesar de esto, se espera un crecimiento aumentando en una anual de 2% a precios constantes de 2013, para llegar a 54 millones de euros en 2018.

PABLO GAMALERO GERENTE DE GAMA PROFIT SLU

"Debería ser obligatorio enseñar nutrición"

Desde su amplio despacho, Pablo Gamalero, gerente de Gama Profit, puede ver el instituto donde un día abandonó sus estudios. En el pasillo, un espectacular mosaico expresa la filosofía de este emprendedor: Tener una idea, perseguir un sueño, hacerlo realidad y disfrutar del éxito.

¿Continúa yendo al gimnasio?

No. No tengo tiempo. La máquina que hay en la entrada la compré para hacer algo de ejercicio. Trabajé poniendo bordillos pero no acababa tan cansado como cuando empecé con el proyecto empresarial. No es lo mismo el cansancio mental que el físico. El desgaste mental es diferente y trabajar 14 horas y después ir al gimnasio es muy bonito pero es muy difícil. Aunque me gusta el deporte, lo que te apetece es ir a tu casa a descansar; echarte en el sofá a ver la televisión.

¿Entonces no entrena?

Hace mucho tiempo que no entreno en serio, es decir, entrenar cinco días a la semana hacer una dieta y conseguir un resultado. He empezado muchas veces y siempre lo he dejado porque tenía un viaje o una reunión, lo único que conseguía era ir de agujetas en agujetas. Entrenaba una semana y lo pasaba mal. Ahora, me tengo que centrar en lo que me tengo que centrar...

¿Mantiene el grupo de amigos con los que se entrenaba?

Sí. Están todos trabajando aquí.

¿Esto no genera problemas?

Sí, siempre. Con mi padre me peleo veinte veces al día. Es el día a día. Trabajar con familia y amigos es muy complicado. Sin embargo la gente que trabaja con nosotros se involucra mucho más, hay gran confianza, y mucho esfuerzo individual y colectivo. La gente se ha esforzado también con nosotros.

¿Si ahora se encontrara a un alumno del instituto en la puerta pensando si quiere dejar de estudiar porque tiene una idea, qué le diría?

Que adelante. No le voy a recomendar algo en lo que yo no haya creído. Si alguien tiene un sueño y un objetivo, adelante.

¿Qué le aconsejaría?

Que se forme. Que el sueño se convierta en una idea y que la idea se transforme en un objetivo y que vaya paso a paso con los pies en la tierra.

¿Cuáles son las claves del éxito?

Trabajar duro, no necesitar demasiado a los demás y dar pasos muy bien pensados. El problema de la gente es que cuando se quieren aventurar al final no lo hacen o se aventuran demasiado. Las cosas hay que hacerlas que mucha cabeza. Nosotros hemos dado los pasos que correspondían.

¿El sector ha evolucionado, pero aún queda gente que les puede identificar con la venta de productos prohibidos?

La nutrición es todo. Si nutrición no existiría el ser humano Hay una incultura, una falta de información sobre nutrición. En el colegio tendría que ser obligatorio enseñarle lo que es un carbohidrato, una vitamina, una grasa, es decir, la alimentación básica. El proceso anabólico y el proceso catabólico es lo primero que se tendría que enseñar en la escuela. La obesidad infantil se reduciría a la mitad.

Los casos de doping en el deporte no ayudan a limpiar la imagen del sector.

La gente le suele decir al culturista que como se dopa está como está. Pero no ve el esfuerzo que hay detrás. Pero el ser humano se queda con lo negativo. Un caso de doping mancha todo un deporte. El que se está dopando es alguien que quiere estar listo para ayer.