

Clelia Morales (cofundadora). Woom Fertility

“La tecnología impacta en los estilos y modos de vida de las personas y en eso trabajamos”.



Clelia Morales y Laurence Fontinoy
cofundadoras de Woom Fertility

Entrevistamos en este mes primaveral de mayo a Clelia Morales, una de las socias y cofundadoras de la empresa Woom Fertility, que dan apoyo y conocimiento a miles de mujeres para que ser madre resulte más fácil en un mundo que no siempre lo pone fácil. Enisa facilitó su puesta en marcha con un préstamo de 100.000 € en 2016.

Clelia, nos gustaría saber cómo surgió la idea de Woom Fertility.

Tener hijos es uno de los máximos deseos de muchas parejas y debería de ser sencillo, pero no lo es. Cada vez es más complicado.

Laurence Fontinoy y yo fundamos Woom por este motivo. Nosotras también pasamos por esas dificultades que atraviesan muchas mujeres a la hora de concebir. Este ha sido uno de los grandes motores. Y si vemos estadísticas, el 25 % de las parejas tienen un reto en relación a la fertilidad. Una circunstancia que está haciendo que este problema vaya a más es que las mujeres pensamos en la maternidad más tarde, en Europa hacia los 30 años y en España 32-33; y lo que muchas mujeres no saben es que a partir de los 35 la fertilidad cae en picado. Queremos ayudar a estas mujeres a

acelerar el proceso de quedarse embarazadas.

¿Y cómo funciona Woom?

Es una aplicación que funciona con los datos de la propia mujer, no con los datos de las medias. La aplicación da una probabilidad diaria de embarazo, maximizando sus posibilidades reales. ¿Qué significa esto? Por ejemplo, que si una mujer fuma y deja de hacerlo puede ver cómo aumentan sus posibilidades de quedarse embarazada. Es una aplicación enfocada a ganar tiempo, fomentando el bienestar, la salud, la buena vida, para acortar esos tiempos y concienciar, por otra parte, a esas mujeres que bien por edad o por el tiempo intentando concebir, deben pensar en hacer una visita al médico.

La aplicación es muy personalizada. No es igual para una chica de 30 que para una de 38. En el caso de la primera, la aplicación le proporcionará información sobre vida sexual, nutrición, actividad física..., mientras que a la de 38 se le habla de cómo, cuándo y dónde para un tratamiento de fertilidad, para que decida cuál es su mejor opción junto con su médico.

Woom funciona con un algoritmo que hace las predicciones de sus días más fértiles y que, con el tiempo, se vuelve más inteligente. Toda la vida nos han dicho que sobre el día 14 nos podemos quedar embarazadas, pero eso solo ocurre cuando se tiene un ciclo perfecto de

28 días. El algoritmo da también información de valor, aplicado al momento del ciclo de la mujer y de sus circunstancias externas.

¿Cuánto tiempo tiene vuestra empresa? ¿Qué dificultades y oportunidades habéis encontrado en el mercado? ¿Cuáles son vuestros hitos?

Woom cuenta con tan solo diez meses desde que vio la luz en el mercado.

Dificultades y premios los vivimos todos los días.

Tenemos más de 700 testimonios de mujeres que se han quedado embarazadas, gracias a Woom. Cuando te rompes una pierna cuentas la hazaña, cuando tienes dificultad para quedarte embarazada lo llevas en silencio. Por eso, nos hace especial ilusión cuando te dicen: “Llevaba un año intentando

quedarme embarazada, y con Woom al segundo mes, y te dan las gracias.

A nivel de negocio tenemos 100.000 usuarias registradas, con más de 120.000/130.000 descargas y muy buenos niveles de retención. Nuestros planes de expansión internacional se han acelerado. Empezamos a hacer pruebas de adquisición en México con el único objetivo de dar forma al producto, pensando que en América Latina los problemas de fertilidad son distintos a los de Europa; una iniciativa más para recibir *feedback* de usuarias. Es una sorpresa agradable ver que el producto está siendo aceptado tal cual, de forma que buena parte de nuestras usuarias son mexicanas.

Otro objetivo alcanzado, nada fácil de conseguir, es el fantástico equipo que hemos formado.

“No se trata solo de que Woom vaya bien, sino de que los inversores entiendan dónde han puesto su dinero”.





En cuanto a la financiación, las rondas que hemos cerrado nos han permitido dar el impulso. Tenemos un cuadro de *business angels* muy potente: Smart Money especialmente. En la segunda ronda, tenemos *follows* de nuestros primeros inversores y de otros *business angels* que no pudieron entrar en la primera ronda.

Otro hito a nivel de producto ha sido el lanzamiento de la comunidad de usuarias que comparten a diario sus experiencias: dudas, inquietudes... Poder tener apoyo dentro de la aplicación es importante. Pero insisto en que nuestro mayor aliciente son las mujeres que nos cuentan que están embarazadas con la ayuda de nuestra aplicación.

¿Existen competidores en este mercado? ¿Cuál es vuestra apuesta de diferenciación con respecto a ellos?

Hay *players*, principalmente internacionales y, sobre todo, en Estados Unidos, dirigidos específicamente al tema de la fertilidad. En Europa hay uno bastante grande en seguimiento de ciclo, no de fertilidad. Existe una amplia oferta de calendarios, que no

tienen nada que ver; muchos de ellos no son algorítmicos. En este sentido, nos vemos más parecidos a los de Estados Unidos.

Nuestra principal diferencia, y por lo que estamos apostando, son los contenidos, el acompañamiento. No es lo mismo tener un calendario sin más, a que te acompañen y den información sobre por qué te sientes así, te den ánimos, indicar si debes ir al médico... Muchas usuarias nos dan las gracias por esto. Nuestra idea es seguir desarrollando la parte

de *machine-learning* para un acompañamiento mejor y más intenso.

¿El acompañamiento es mediante software o hay personas detrás?

Es una mezcla. Empezamos con expertos —que aún están— como médicos, preparadores físicos... que nos proponían temas. Ahora son las propias usuarias quienes nos dan pistas de lo que necesitan por el comportamiento dentro de la *app*.

Pero el componente humano es muy importante. La idea de la comunidad





“Nos vemos como un claro *player* en la salud y bienestar de la mujer”.

surgió por un chat de Atención al Cliente, en el que comenzamos a darnos cuenta que más que este servicio había una necesidad de ayuda de otro tipo. El *chat* se convirtió en comunidad y actualmente es un espacio para las usuarias, donde se proponen temas y se resuelven dudas o intercambian experiencias.

Por tanto, podemos decir que trabajamos los beneficios de la tecnología, pero con el componente humano.

¿En qué momento llegó la financiación de Enisa y qué supuso?

En un momento muy clave. Laurence y yo pusimos el primer dinero para lanzar la aplicación. Posteriormente, tuvimos la primera ronda

pre-seeding y a continuación Enisa fue la primera que entró.

En la vida de cualquier *startup* y para cualquier emprendedor, tener un apoyo de este tipo supone un balón de oxígeno que nos permitió seguir desarrollando y mejorando la aplicación, a la vez que crecer en usuarios, sin tener que prescindir de las acciones de marketing.

Además del proceso, fue una suerte poder tratar con las personas de Enisa, cercanas e interesadas por cómo nos encontrábamos en esos momentos de bajón e incertidumbre respecto a la concesión o no de la financiación.

Hacéis una labor estupenda. Siempre nos hemos sentido muy acompañados por Enisa. No lo consideramos una mera transacción financiera, sino el comienzo de una relación.

En cada tuit que ponemos, ahí está Enisa felicitándonos o retuiteando... Vemos a Enisa como un *partner*, alguien con quien contar si necesitamos apoyo.





¿Qué futuro le veis a vuestra empresa de aquí a unos años? ¿Adónde queréis llegar?

Tenemos varios sueños y todos confluyen. Nos vemos como un claro *player* en la salud y bienestar de la mujer, con esta misma visión sobre la fertilidad de ahora, acompañándola y ayudándola a entender su cuerpo y a interpretar sus propios datos biométricos, y claramente operando como líderes en América Latina y Europa.

¿Las mujeres en América Latina también tienden a retrasar los embarazos?

Es otra casuística y por eso hablamos de la salud y bienestar de la mujer en general, no únicamente de fertilidad. Este es nuestro primer producto, pero lo contemplamos como el seguimiento de todo un ciclo: preparación, conocimiento del cuerpo, ayuda durante el embarazo —la mujer es una gran olvidada en

“Según las cifras más del 50 % de los emprendedores son mujeres. ¿Son realmente emprendedoras por voluntad propia o tienen que convertirse en autónomas porque no encuentran trabajo por cuenta ajena?”.

los embarazos, incluso por ella misma—, segundas maternidades o menopausia.

Se trata del ciclo completo y, por eso, nuestra visión es ayudar a la mujer en todas sus etapas utilizando sus datos, ayudándola a mejorar y acompañándola con contenidos a través de la tecnología.

Laurence y yo somos fieles creyentes de que la tecnología impacta en los estilos y modos de vida de las personas y en eso trabajamos.

Todavía hay pocas mujeres emprendedoras. ¿Algún consejo para que un proyecto empresarial pueda alcanzar el éxito?



de ser sueños. Pivotar en una *startup* es normal, pero no hay que tener miedo. Laurence y yo somos como un matrimonio y tenemos que afrontar dificultades como hacen los matrimonios. No hay que regalar la empresa, porque al final, la ilusión desaparece si deja de ser tuya muy rápido.

Entender bien dónde te vas a meter, el mercado y que hay un problema que resolver.

Una mujer emprendedora ¿nace o se hace?

Pienso que se hace. Cada uno tiene sus propias motivaciones. En mi caso,

Podemos tener éxito como mujeres y analizar igual de bien cifras, sin dejar de usar nuestro sexto sentido.

Aparte de la empresa, hay otro tema que es “la empresa” de tu casa, de tu familia, de donde provienen muchos de los problemas a la hora de que una mujer quiera emprender.

La dichosa conciliación, ¿no?

Además de estar en la aceleradora SeedRocket, estamos en Ship2B, una aceleradora de emprendimiento social en Barcelona y nuestra empresa tiene el sello de empresa social por lo que hacemos. Cuando

“Escoger bien con quién te casas en los proyectos y enamorar a quienes te acompañan es muy importante”.

Tener visión y poder soñar. No hay nada imposible. Hay muchas mujeres que quizás tienen miedo, reservas... —“No sé si lo podré hacer...”—, la familia, muchos factores...

Desde el minuto uno sabíamos que queríamos estar no solo en España, sino en América Latina, Europa y quizás, más adelante, en otros mercados.

Escoger bien con quién te casas en los proyectos y enamorar a quienes te acompañan es muy importante: tus mentores, tus inversores, tus socios; siempre con investigación y cifras que te puedan avalar detrás. También a la hora de dar *equity*, que es lo más valioso que tienes como emprendedor. Una cosa no quita la otra. Tus sueños tienen que ser lo más realistas posibles, pero sin dejar

durante mi trayectoria en una gran empresa como eBay, donde la innovación y el intraemprendimiento están a la orden del día, me di cuenta de que siempre estaba metida en los inicios de los proyectos, en cosas nuevas —algunas salían, otras no—. Siempre he sido emprendedora: me gustaban los retos.

Las mujeres tenemos mucha intuición, más que los hombres —lo siento— y *Gut feeling*. Siempre se nos han dicho que hay que fijarse en los números y, sí, es necesario, pero también es importante lo que te dice tu cuerpo y cada vez más se confirma esto.

Con los hombres conseguimos un equilibrio muy positivo, pero no intentemos ser ellos. He visto mujeres querer ser hombres y fallan.

estábamos en el proceso de obtención del sello, en un ejercicio con uno de los mentores, nos preguntaba por qué las mujeres tenemos hijos más tarde. Y te das cuenta de que no lo puedes abarcar todo y que, cuando vienen los niños, somos nosotras las que nos quedamos en casa. Una estadística señala que, cuando una pareja se convierte en padres, el 100 % de los hombres no cambian su vida laboral y el 50 % de las mujeres no vuelven a su horario normal. A eso se le suman situaciones como los despidos. He escuchado a empresarios decir: “Vamos a aparcar a esta chica; es muy buena, pero es madre”.

Creo que se puede tener todo como mujer: tener una buena carrera y salir adelante, siempre y cuando

tengas apoyo en tu hogar. Y es cierto algo habrá que sacrificar. En mi caso y en el de Laurence, tenemos unos maridos que valen su peso en oro, porque ellos se han quedado más en casa. La cosa no va de “me ayuda en casa”, sino de conseguir el equilibrio.

Quiero destacar que cuando se dice que más del 50 % de los emprendedores son mujeres, no creo que esta cifra se corresponde con la realidad porque, principalmente, se trata de autónomas, que no es lo mismo. Aunque no hay duda de que las mujeres somos emprendedoras en muchos aspectos, no dejo de preguntarme si algunas mujeres se hacen autónomas al no encontrar un trabajo por cuenta ajena que se adapte a su situación familiar. Son cuestiones que se abordan a la ligera, pero hay mucho que hacer todavía, tanto desde el punto de vista empresarial, como desde el apoyo de la Administración a problemas claves, como puede ser una baja por paternidad obligatoria. Las mujeres estamos estigmatizadas por la baja por maternidad: “Uy, a esta no la contrates porque va a tener hijos”. Si esto fuera igual con ellos, sería distinto.

Falta cultura empresarial, que las instituciones fomenten la igualdad y mucha educación familiar en lo que se refiere a las responsabilidades de los hombres en casa.

**¿Cuántos sois en el equipo?
¿Tenéis chicos?**

Claro que sí y son fantásticos. Somos siete: una persona que nos ayuda en la comunicación; otra que trabaja en la comunidad hablando con las usuarias y el equipo de desarrollo y diseño, además de Laurence y yo como socias.



“Nos falta cultura empresarial, que las instituciones fomenten la igualdad y mucha educación familiar”.

Los hombres que trabajan con nosotras comparten la visión al 100 % y lo mismo sucede con los inversores. Cuando teníamos vacante el puesto de CTO, durante el proceso de selección muchos entrevistados decían que no entendían el proyecto o el producto porque no se ven como

usuarios. Encontrar mujeres desarrolladoras es complicado, pero no tiramos la toalla en el sentido de poder encontrar más mujeres en el equipo o tener más inversoras. No se trata solo de que Woom vaya bien, sino de que entiendan dónde han puesto su dinero.



Las socias y cofundadoras de Woom Fertility: Laurence Fontinoy y Clelia Morales

Las socias de Woom Fertility

Laurence Fontinoy

Laurence cuenta con veinte años de experiencia en marketing y comunicación en el sector tecnológico. Antes de Woom fue directora de Marketing de Google España y Portugal durante más de siete años y ocupó diferentes puestos directivos en eBay España. Es una apasionada de cómo la tecnología y la innovación pueden impactar la vida de la gente.

Clelia Morales

Antes de Woom, Clelia fue directora de Marketing de eBay para el Sur de Europa y anteriormente fue directora de Social Media de eBay Europa. Tiene veinte años de experiencia en Marketing y es firme creyente en cómo la diversidad, y las personas en general, pueden generar grandes cambios en las organizaciones a través de la innovación.

¿Algo más que quieras añadir?

Nos gustaría animar a más mujeres a emprender. Recuerdo que, en mi último puesto como directora de Marketing para el sur de Europa en eBay, nos reunimos el equipo directivo y, de doce miembros, tan solo dos éramos mujeres. Lo primero que dije fue que me parecía tremendo y lamentable. Cuando dejé la empresa más de la mitad del equipo directivo eran mujeres.

¡Claro que se puede! Que las chicas no perdamos la fuerza. Intentemos salir adelante y emprender. Las mujeres tenemos mucho que aportar a este mundo.

Financiación de Enisa

100.000 € en 2016

enisa.es

“Las mujeres tenemos muchísimo que aportar a este mundo”.