



FEMTECH, VISIÓN Y SOLUCIONES TECNOLÓGICAS PARA EL BIENESTAR DE LA MUJER

TEXTO **ALBERTO GAYO**
FOTOGRAFÍAS **WOOM, ISTOCK**

Tecnología e innovación al servicio de la fertilidad. Riesgo y pasión para lanzarse al mercado de las femtech y revolucionar la salud femenina. En solo cinco años, WOOM, la aplicación móvil creada por Laurence Fontinoy y Clelia Morales, tiene más de 1,5 millones de usuarias registradas en 9 países de Europa y América y ha ayudado a más de 100.000 mujeres a quedarse embarazadas. En su propósito de mejorar la vida de las personas ayudándolas a cumplir sus retos, universalizar el acceso a este tipo de servicios y romper tabúes sobre la salud y el bienestar femenino, MAPFRE se ha aliado con ellas para acercar esta tecnología a más y más mujeres.



Laurence Fortinoy y Clelia Morales,
emprendedoras del proyecto WOOM

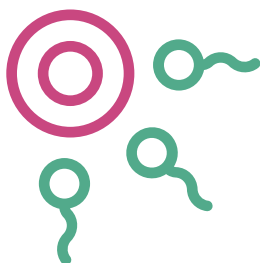
La vida de una empresa *startup* vista como un parto emocionante. Con sus dificultades, sus nervios y su emoción. Sus frustraciones y su inmensa alegría. Así es la historia de WOOM, el proyecto que Laurence Fortinoy y Clelia Morales, pusieron en marcha en 2016 con la intención de asesorar en fertilidad, gracias a la inteligencia artificial (IA), a todas aquellas mujeres que desean quedarse embarazadas. Hoy, después de cinco años, todavía resuena en su oficina de Madrid la alegría de aquella llamada, la de la primera usuaria de la aplicación que les anunció que estaba esperando su bebé. Se llama Isabel y vive en el Levante peninsular español. «Los gritos se escucharon en todo el local. Esa madre todavía nos manda todos los años fotos de su hija», comenta Laurence.

Ha pasado solo un lustro y WOOM es considerada internacionalmente como una de las herramientas tecnológicas más confiable, y de mayor éxito, en salud reproductiva. Más de 1,5 millones de usuarias registradas en 9 países de Europa, Latinoamérica y Norteamérica confirman su acierto. Más de 100.000 embarazos reportados hablan de su valía. En mitad de la emergencia sanitaria por la pandemia de la covid-19, esta *startup* del sector *femtech* logró en una ronda de captación de fondos una inyección de 2



UN 35 % DE LAS USUARIAS DE WOOM ESTÁN EN ESPAÑA, OTRO 30 % EN MÉXICO, UN 20 % EN EL RESTO DE LATINOAMÉRICA Y UN 15 % EN EE.UU. Y REINO UNIDO.

HEMOS CREADO UNA COMUNIDAD GLOBAL CON **MÁS DE 50.000 COMENTARIOS MENSUALES, LA MÁS ACTIVA EN ESPAÑOL SOBRE SALUD FEMENINA»**



millones de euros. Con una plantilla de 22 trabajadores y una empresa filial de desarrollo en Bulgaria, su objetivo era impactar en la vida de las mujeres a través de la tecnología y lo han conseguido. Esa capacidad de transformación y de ayudar a las personas a cumplir sus metas es la que ha hecho que empresas como MAPFRE, en este caso a través de su programa *insur_space*, colaboren con WOOM para para que sus innovaciones lleguen a más mujeres.

Pero ¿qué es WOOM? Hablamos de una solución tecnológica basada en inteligencia artificial. Con asesoramiento profesional —desarrolladores, ingenieros, expertos en *data science*, médicos y psicólogos— permite a las mujeres controlar su ciclo y calendario menstrual y así maximizar las posibilidades de quedarse embarazada. «No solo ayuda a aumentar las

probabilidades de éxito, es una compañera diaria para la mujer en salud y bienestar, facilita la relación entre mujeres de distintas partes del mundo. De hecho, hemos creado una comunidad global con más de 50.000 comentarios mensuales, la más activa en español sobre salud femenina», explica Clelia. La aplicación ayuda a tomar decisiones a través del autoconocimiento del cuerpo y los hábitos de vida de la usuaria, y acorta los tiempos de concepción.

UN ALGORITMO CADA VEZ MÁS INTELIGENTE

Un algoritmo predictivo entrenado y alimentado con datos obtenidos de más de 100 parámetros de la vida de cada mujer sirve para conocer cuánto dura su ciclo menstrual, cuándo le bajará la regla, cuándo empieza el síndrome premenstrual o cuáles pueden ser sus días más fértiles. También aconseja sobre cambios de hábitos relacionados con el deporte, la nutrición o la sexualidad, que puedan mejorar la salud reproductiva de las protagonistas. «El algoritmo que utilizamos ahora —aclara Clelia— se ha perfeccionado, entiende cuándo se adelanta y se retrasa la regla. No es que vaya a saber cuándo ocurre, pero sí va a tener en cuenta todo tu histórico para hacer la mejor predicción. Ahora tenemos tantos datos que cogemos los más limpios

+800.000

PAREJAS TIENEN DIFICULTADES PARA CONCEBIR. ES EN ESTA REALIDAD, EN LA QUE MILES DE MUJERES QUIEREN TENER UN HIJO Y SE TOPAN CON ALGUNA DIFICULTAD, DONDE EMPRESAS COMO WOOM HAN ENCONTRADO UN NICHU

LA MITAD DE NUESTRAS USUARIAS TIENEN UN RETO DE FERTILIDAD,

NO SIGNIFICA QUE ESTÉN EN TRATAMIENTO DE FECUNDIDAD, SINO QUE **ESTÁN TARDANDO MÁS DE LO NORMAL EN QUEDARSE EMBARAZADAS**

«HAY MUJERES DE TODOS LOS PERFILES SOCIOECONÓMICOS PORQUE WOOM ES UNA HERRAMIENTA MASIVA QUE SIRVE A CUALQUIER MUJER QUE DISPONGA DE UN SMARTPHONE



y puros. El algoritmo se ha hecho mucho más inteligente.» En esta “inteligencia” han contribuido especialistas en IA y *data science* de salud de Silicon Valley (California, EE.UU.), la base de operaciones de las más importantes *startups* y grandes corporaciones tecnológicas. Como no hay dos mujeres iguales, una de las muchas virtudes de WOOM es que las decenas de parámetros utilizados por el algoritmo permiten enviar un contenido muy personalizado, y no solo sobre fertilidad, también prácticas deportivas, nutrición, salud mental y salud sexual.

Según los últimos informes de la Sociedad Española de Fertilidad, cerca de 800.000 parejas tienen dificultades para concebir. Es en esta realidad, en la que miles de mujeres quieren tener un hijo y se topan con alguna dificultad, donde empresas como WOOM han encontrado un nicho. La importancia de los datos recopilados por Laurence y Clelia está permitiendo descubrir y profundizar en los factores que influyen en la menstruación: «Empezamos a saber, por ejemplo, que el estrés, a no ser que sea crónico, no tiene por qué afectar mucho. Una de las principales conclusiones de nuestros estudios es que la mayoría de las mujeres no tiene reglas de 28 días. Lo normal es que el ciclo menstrual sea de 17 a 35 días. Solo un 17 % de las

mujeres tiene reglas de 28 días. Esta información normaliza muchas preocupaciones de las mujeres. El otro gran hito de nuestro estudio es que las conclusiones de nuestra data están alineadas con la investigación científica.»

DE GRANDES CORPORACIONES A MONTAR UNA EMPRESA EMERGENTE

Allá por 2006, Laurence y Clelia trabajaban juntas en eBay España, una de las plataformas pioneras de comercio electrónico a nivel global. La primera como directora de *marketing* y la segunda como directora de comunicación. «Nos dimos cuenta de que funcionábamos muy bien juntas», admiten las dos. Laurence, nacida en Bélgica y muy vinculada a España desde pequeña, dejó eBay para empezar a trabajar en Google. En 2015 su camino profesional volvió a cruzarse con el de Clelia, natural de Honduras. «De nuevo fue un flechazo, las dos llevábamos más de 15 años trabajando para grandes empresas y las dos queríamos hacer algo nuevo. Clelia tenía ganas de desarrollar algún proyecto vinculado con el bienestar y yo, por propia experiencia, buscaba vincular mi futuro con el de la fertilidad», comenta Fortinoy. «Dejar la comunidad de una gran corporación que te trata muy bien no es fácil, pero había que

WOOM Y MAPFRE

«La rentabilidad y crecimiento son fundamentales para cualquier startup. Es lo que diferencia a las empresas emergentes tecnológicas y por eso hay que buscar los mejores aliados.» En este marco, WOOM y MAPFRE han sellado una alianza estratégica ofreciendo un mayor compromiso con las clientas de la aseguradora y un servicio más personalizado. «Estamos en el momento álgido de la innovación en el ámbito de la salud femenina. Lo más interesante es que llegará un punto en que WOOM podrá desahogar consultas médicas y hospitales con su servicio. El impacto no solo será positivo y personal para la mujer, sino para el sistema de salud a través de la innovación.

Hace cinco años no pensábamos que se iba a acelerar todo tanto», concluye Laurence.

En una primera etapa Woom estará disponible para clientas de MAPFRE en México y República Dominicana. Muchos lectores se preguntarán de dónde viene el nombre de la startup: WOOM. Las dos primeras letras pertenecen a woman (mujer en inglés) y las dos últimas, leídas de atrás hacia delante, son las dos primeras letras de mother (madre). Si a esta fusión le sumamos que útero se dice womb, ya tendríamos el nombre perfecto.



avanzar y no me arrepiento ni un solo día de la decisión que tomé», añade Morales. Clelia sigue reconociendo la perseverancia de su compañera y Laurence la intuición de su socia.

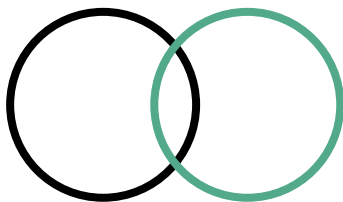
Las dos dejaron sus buenos trabajos y entonces llegó la hora de emprender. Tal y como asegura el último informe *Global Entrepreneurship Monitor*, proyecto de investigación que evalúa la actividad empresarial en cada país, en España 9 mujeres inician negocios por cada 10 hombres emprendedores. En el 60 % de los casos, la falta de apoyo en el entorno social y familiar, la escasa visibilidad, la conciliación laboral o los obstáculos para encontrar inversión provocan un abandono precipitado del proceso de emprendimiento. «Cualquier persona emprendedora parte de un problema que ha visto o para el que cree que tiene una potencial solución. Como emprendedoras, en WOOM la empatía ha sido fundamental porque el 99,9 % de nuestras usuarias son mujeres. Claramente entendemos muy bien lo que les pasa y empezamos por fertilidad porque justo estábamos saliendo nosotras de ese momento. Ahora nos meteremos con la menopausia porque también falta mucha información, queremos ayudar a que la mujer atraviese esa etapa de manera positiva, que la viva de manera

LA EMPATÍA HA SIDO FUNDAMENTAL PORQUE EL

99,9 % DE NUESTRAS USUARIAS SON MUJERES.

CLARAMENTE ENTENDEMOS MUY BIEN LO QUE LES PASA Y EMPEZAMOS POR FERTILIDAD PORQUE JUSTO ESTÁBAMOS SALIENDO NOSOTRAS DE ESE MOMENTO. **AHORA NOS METEREMOS CON LA MENOPAUSIA** PORQUE TAMBIÉN FALTA MUCHA INFORMACIÓN

ESA EMPATÍA ES SIN DUDA UNA DE LAS HABILIDADES DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO, QUE EN EL CASO DE WOOM AÑADE PASIÓN, CREATIVIDAD, ORGANIZACIÓN Y TENACIDAD

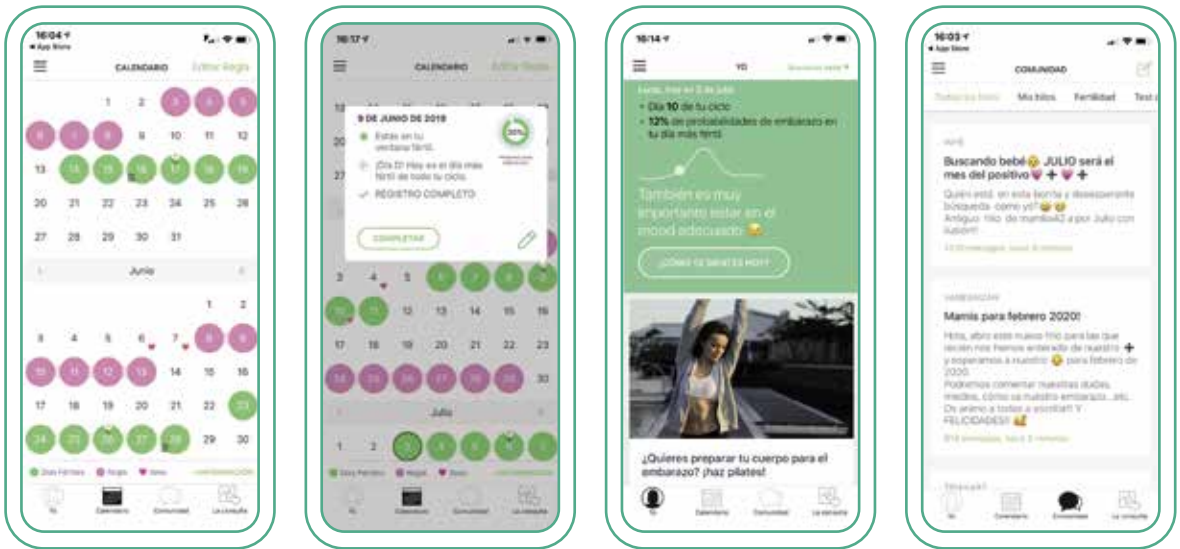


natural y sin tabús», asegura Laurence.

Un 35 % de las usuarias de WOOM están en España, otro 30 % en México, un 20 % en el resto de Latinoamérica y un 15 % en EE.UU. y Reino Unido. «Hay mujeres de todos los perfiles socioeconómicos —explica Clelia Morales— porque WOOM es una herramienta masiva que sirve a cualquier mujer que disponga de un *smartphone*. La mitad de nuestras usuarias tienen un reto de fertilidad, no significa que estén en tratamiento de fecundidad, sino que están tardando más de lo normal en quedarse embarazadas.»

«CUANDO EMPEZAMOS NO TENÍAMOS HECHO NI UN POWERPOINT»

La puesta en marcha de WOOM contó con el apoyo y mentoría de SeedRocket, la aceleradora Google Residency y The Venture City, inversores operativos en *software*. «Cuando empezamos no teníamos ni un PowerPoint. Nos presentamos en SeedRocket y ahora somos hasta mentoras. Ganamos el campus de emprendimiento entre más de 200 *startups*. Fue como un parto, en nueve meses habíamos lanzado el producto», cuenta Laurence. SeedRocket fue muy importante para el lanzamiento de la *app*, «allí es donde hicimos nuestra primera ronda de inversión, entraron



muchos emprendedores en serie que nos ayudaron a crear el producto». Clelia Morales recuerda que con Google Residency perfeccionaron la aplicación y con The Venture City profesionalizaron aún más el crecimiento de WOOM.

El primer embarazo reportado por una usuaria de la aplicación digital supuso también el primer hito emocionante. Cuando comprobaron que tenían más de 20.000 mujeres registradas y 500 habían informado de su embarazo, las fundadoras se dieron cuenta del alcance real de su proyecto. «Otro parto fue tener listo el primer algoritmo con nuestro primer ingeniero y el médico Isidoro Bruna, director médico de los centros de fertilidad del grupo Hospital de Madrid, miembro de la Junta directiva de la Sociedad Española de Fertilidad, y hoy todavía jefe médico de WOOM», recuerda Clelia Morales.

EL MUNDO DEL VENTURE CAPITAL ES MASCULINO AL 97 %, LO QUE HACE QUE A VECES NO ENTIENDAN LO QUE TÚ ESTÁS HACIENDO Y LA IMPORTANCIA EN EL MERCADO

DECIDIMOS BUSCAR INVERSIÓN CON **BUSINESS ANGELS MUJERES Y FONDOS ENFOCADOS A LAS HEALTHTECH Y FEMTECH**

«La principal dificultad que encuentra una mujer a la hora de emprender es la inversión, encontrar capital. Nuestro producto está dirigido a la mujer, que además tiene que ver con la regla y sus síntomas, y el mundo del *venture capital* es masculino al 97 %, lo que hace que a veces no entiendan lo que tú estás haciendo y la importancia en el mercado. Nuestra misión es hacer que lo vean y por eso hicimos una buena segmentación de con quién nos íbamos a sentar a hablar. Decidimos buscar inversión son *business angels* mujeres y fondos enfocados a las *healthtech* y *femtech*», indica Laurence. Esa empatía es sin duda una de las habilidades del emprendimiento femenino, que en el caso de WOOM añade pasión, creatividad, organización y tenacidad. «En algún momento tienes que arriesgar y pisar el acelerador. Si avanzas, vas perdiendo el miedo», aseguran.

