



Karün

Una mirada sustentable

Es enero de 2013 en Santiago y Thomas Kimber, fundador de la marca de anteojos Karün, reflexiona acerca de las posibilidades de expandirse al extranjero. Hasta el momento los anteojos han tenido un gran éxito en Chile, dándose a conocer en numerosos y variados eventos. El desarrollo de este proyecto se ha visto favorecido por la toma de conciencia de parte de la sociedad sobre la necesidad de preservar el medioambiente, contexto en el cual la propuesta de Karün ha tenido gran aceptación. Debido al éxito de la iniciativa y, aprovechando la difusión alcanzada por la marca, Thomas piensa que es el momento de iniciar la expansión de la marca a otros países, pero no sabe cuáles son las estrategias que debe seguir para internacionalizarse.

"A fines del año 2013, Karün se dio a conocer en el mercado nacional gracias a que fue el regalo oficial en la cumbre CELAC (Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños) y también estuvo presente en Lollapalooza".

El interés por la sustentabilidad: punto de partida para emprender

Karün es una empresa chilena dedicada a la fabricación y comercialización de anteojos de sol, fabricados con maderas nativas de árboles caídos, bosques de manejo sustentable o demolición. Su nombre significa "ser naturaleza" en idioma mapudungun. La idea de crear una empresa con estas características surgió de los intereses personales de su fundador, Thomas Kimber, quien desde hace tiempo ha estado vinculado a iniciativas tendientes a promover la sustentabilidad. Incluso fue cofundador de

la campaña Reforestemos la Patagonia.

En 2011 se produjo un boom en las ventas de los anteojos plásticos de colores flúor, los que generan gran contaminación en su proceso de fabricación. Ante esto Thomas, siempre observador y preocupado por evitar los daños al medioambiente, se preguntó cómo compatibilizar la moda con procesos productivos que no contaminen. Thomas, de personalidad inquieta, no se quedó en la mera pregunta sino que tomó la iniciativa y se puso a investigar acerca de los materiales más amigables con el ecosistema y que fueran útiles para fabricar anteojos. Luego de un tiempo pensando el tema vislumbró una posibilidad: las maderas nativas, específicamente las provenientes del sur de Chile. A partir de esta idea, Thomas tomó la decisión de emprender en una empresa dedicada a fabricar anteojos de madera nativa, bajo criterios sustentables.

La idea se hace conocida

Esta idea vivió a inicios de 2013 un período de inspiración determinante. A fines de ese año, Karün se dio a conocer en el mercado nacional, gracias a que fue el regalo oficial en la cumbre CELAC (Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños) y estuvo presente en Lollapalooza. Esto le valió el reconocimiento de parte de organizaciones interesadas en la sustentabilidad medioambiental, entre ellas, la empresa Patagonia. Haber sido el regalo oficial en estos eventos de nivel internacional le otorgó a la marca un espacio de marketing, que a su vez le permitió hacerse conocida en Chile y el mundo. En lo concreto, Karün creó líneas con los nombres exclusivos de los eventos. De ahí en adelante, el desarrollo de la empresa se aceleró, y ser conocida hizo que aumentara la demanda por sus lentes.

Aprender haciendo: el proceso productivo en Karün

Cuando Thomas tuvo la inquietud de iniciar una empresa vinculada con la producción sustentable de lentes, sólo existía claridad respecto de lo que se pretendía hacer y de los principios y valores que estarían en la base de todo el proceso, pero no existía ninguna certeza acerca de cómo llevar a cabo todas las tareas. Por esto, el proceso productivo fue un desafío desde el comienzo, y la forma de aprender fue la de ensayo y error. En este contexto, uno de los principales problemas fue realizar los cortes en las planchas de madera, para luego obtener las piezas que, tras el ensamblaje, forman parte de los anteojos. En un comienzo se intentó hacerlo manualmente, pero

el corte de las maderas tenía muchas fallas, lo que generaba considerables pérdidas. Finalmente, se decidió utilizar máquinas de corte láser, lo que permitía cortes precisos y sin fallas, disminuyendo las pérdidas por errores y logrando un producto final de mejor calidad.

Luego de solucionar los inconvenientes de los cortes de las maderas, se hicieron evidentes los problemas de las bisagras que unen los laterales de los anteojos con la parte frontal. Para solucionar estos problemas, se probó con proveedores de diferentes lugares del mundo, hasta encontrar uno que asegurara la resistencia necesaria para que los anteojos no se quebraran, pues se debía considerar que la madera tiene menor resistencia que los plásticos con los que regularmente se fabrican los lentes. Con esto se lograba superar otra de las barreras que habían obstaculizado el proceso productivo de Karün. Luego de esto se propusieron un nuevo desafío: expandirse al mercado internacional.

Los lentes Karün miran otras realidades

Hasta 2012 la empresa concentró sus esfuerzos productivos y ventas en el mercado chileno, contexto en el cual ha obtenido buenos resultados. Por ello y por las características de los productos de venden, en Karün piensan que están en condiciones de abrirse al mercado internacional, pero no tienen claro cómo hacerlo. Aunque saben que deben empezar por darse a conocer internacionalmente, desconocen las estrategias específicas que deben emprender para establecerse en el exterior. Por ello, Thomas se pregunta, ¿Cómo hacer para instalar la marca Karün fuera del país?