



## Volto

### Diseño nacional con un toque europeo

Es el año 2012 y Magdalena Heilenkotter, fundadora de los zapatos masculinos nacionales Volto, ha posicionado su marca en el mercado vintage, gracias a su participación en una feria de diseño donde tuvo mucho éxito. Para llegar ahí tuvo que superar muchos desafíos, especialmente monetarios, pudiendo finalmente mostrar sus productos y venderlos en su totalidad. Hoy diversas tiendas le piden una gran cantidad de productos para exhibirlos en sus estanterías; sin embargo, Magdalena no cuenta con el financiamiento para realizar una inversión de gran magnitud para estar presente en todos los lugares donde sus productos son queridos.

*“El renacer de los buenos productos nacionales, junto con la proliferación de la cultura vintage, que busca rescatar lo mejor de otras épocas para ponerlo de moda, ha permitido que nuevos mercados sean atractivos para los productores”.*

#### Los inicios

Volto nace en 2011, debido al gusto por el diseño de su fundadora Magdalena quien, a pesar de estudiar la carrera que más le gustaba y que se acercaba a lo que quería realizar durante su vida, sentía que el proceso productivo del diseñador con el cliente no le agradaba del todo. Esto último debido a los constantes cambios que el cliente realiza a la idea original, lo cual terminaba alejándola de sus principios y forzando un diseño que no le satisfacía. Ante este malestar, Magdalena decide tomar un rumbo independiente y centrarse en el diseño y producción del accesorio que más le atraía, los zapatos, con los cuales tiene una especial fijación. Sin embargo, resulta llamativo que su amor por esta prenda corresponde al del calzado masculino y no al femenino.

#### Un poco de historia

En la década de los 80 el calzado de fabricación nacional tenía un puesto ganado e importante dentro del mercado local. La calidad de los zapatos chilenos competía con el de grandes industrias, como la argentina. Lamentablemente, con el correr de los años

este escenario cambió.

En la actualidad, los zapatos presentes en el mercado local casi se limitan a los disponibles a través de las grandes tiendas, las cuales importan todos los modelos desde China, donde el costo de producción es infinitamente menor que en el país, relegando a la industria nacional a morir debido a lo difícil que resulta competir contra los extremadamente bajos precios de los productos asiáticos. Salvo unas pocas zapaterías especializadas que aún se dedican a la elaboración de estos productos, en Chile ya no existe una cultura de producción de zapatos. En los últimos años, y gracias a los incentivos que buscan potenciar el mercado de productos nacionales de calidad, han surgido emprendimientos de jóvenes como Magdalena, que buscan reeditar los buenos momentos de la zapatería nacional.

El renacer de los buenos productos chilenos, junto con la proliferación de la cultura vintage, que busca rescatar lo mejor de otras épocas para volver a ponerlo de moda, ha permitido que nuevos mercados sean atractivos para los productores, dado que existe un nuevo tipo de consumidor que busca autenticidad y calidad. Esto se ve reflejado en la industria nacional de los zapatos.

### **El toque de Magdalena**

Magdalena toma lo mejor del calzado nacional, que sigue siendo elaborado de manera silenciosa en el mercado. Los artesanos locales saben hacer zapatos de excelente calidad, pero fabrican el mismo modelo de décadas anteriores. Ante esto, Magdalena decide intervenir y reeditar el modelo chileno con un toque contemporáneo y vanguardista, según la moda a nivel mundial, modificando un poco la horma (molde con que se fabrica el zapato). Magdalena destaca que no son grandes cambios, y que sólo intenta presentar el clásico modelo chileno, pero reinventado.

### **Proceso productivo**

Magdalena elabora los diseños y luego compra la materia prima, principalmente cuero nacional o argentino. Si bien el cuero chileno es más barato que el trasandino, compra este último porque es de mejor calidad. Posteriormente, manda a hacer el modelo a partir de un conjunto de moldes diseñados en papel, los cuales se traspasan al cuero para generar un prototipo. Este prototipo se prueba y se certifica que cumpla con los requisitos para transformarse en un zapato de uso diario. Una vez

comprobado esto, se puede continuar con el siguiente proceso.

El próximo paso consiste en diseñar los moldes para los distintos tamaños de pie. Teniendo estos pasos listos, se elaboran las suelas, ojetillos, forros y otras partes del zapato, para entregárselos a los artesanos que cosen y unen todas las piezas, logrando un producto final de calidad superior.

### **El primer gran desafío**

En diciembre de 2012, gracias al financiamiento de sus padres y algunos ahorros, participa en una feria de diseño donde logra llevar tres modelos de zapatos masculinos, con 25 pares cada uno, teniendo un total de 75 pares a la venta. La apuesta apuntaba hacia el público joven, ya que se disponía de una versión rupturista con colores contrastantes, y una versión más clásica para los más conservadores. El resultado fue un éxito porque, tanto el mercado joven como el adulto, se mostró muy interesado en adquirir los zapatos, motivo por el cual vendió la totalidad de productos elaborados.

Es importante destacar que el precio de venta de los zapatos Volto, con producción netamente nacional, alcanza los \$50 mil pesos en promedio, teniendo un costo de producción no muy alto en comparación al precio final, por lo que el negocio resulta muy rentable.

### **El gran sueño**

Luego de la exitosa participación en la feria de diseño, un grupo de tiendas dedicadas a la venta de calzado mostró su interés por llevar los zapatos Volto a sus estanterías, por lo cual Magdalena debe fabricar una nueva partida de producción considerablemente mayor a los 75 pares que realizó con anterioridad, pero no cuenta con el financiamiento necesario para una producción de tal magnitud, ya que con lo ganado en la feria debió costear la elaboración, el stand y el préstamo de sus padres.

Ante esta disyuntiva, y teniendo la posibilidad de emerger con un gran negocio muy rentable y que potencia a la industria nacional, Magdalena debe decidir si sigue en esta senda del emprendimiento mediante alguna alternativa de financiamiento, o da un paso al costado y termina con sueño, para entrar de lleno al mundo laboral para el cual se preparó profesionalmente.