

PIB III Trimestre 2019	IPC Octubre 2019	Ventas minoristas Septiembre 2019 Tasa anual	Interés legal del dinero 2019	Paro EPA III Trimestre 2019	Déficit Comercial Hasta agosto de 2019. En millones	Euribor 12 meses	Euro / Dólar Dólares	Petróleo Brent Dólares	Producción industrial Septiembre 2019 Tasa interanual	Coste Laboral III Trimestre 2019	Oro Dólares por onza
0,43%	0,1%	3,6%	3%	13,9%	21.000	-0,261	1,1016	62,44	0,8%	2,4%	1.471,90

# Antonio Fagundo

CEO de masaltos.com

## “España no tiene que envidiar nada a ningún zapatero o fábrica italiana, pero no nos lo creemos”

Ignacio Camuñas MADRID.

El negocio de fabricar zapatos para hacer más altos a los hombres nació de manos de los padres de Antonio Fagundo, actual CEO de masaltos.com. Fundada en 1994, su página web es la más antigua de Andalucía. Desde la fundación de la empresa en 1993, exportan la mayor parte de sus productos a los 120 países en los que venden más de 16.000 pares de zapatos al año en la actualidad.

### ¿Cómo es el proceso de fabricación de vuestro calzado?

Es igual o más manual que la fabricación en serie. La diferencia está en la integración de la cuña. Hay una gama de zapatos que está hecha a mano, otra hecha semi a mano y otra que sí que hacen las máquinas. Nuestro diseño no es como el de un zapato convencional, en el que ya hay unos moldes hechos. Nuestra horma permite meter la cuña dentro y se sigue manteniendo la capacidad cúbica del zapato, para que el pie quepa perfectamente. Nuestra fabricación es más pequeña que aquellas fábricas que producen miles y miles de zapatos. Empezamos en su día trabajando con Italia y fue una experiencia muy interesante, ya que Italia es el país que marca más la moda, la tendencia. Pero España no tiene nada que envidiar a ningún zapatero o fábrica italiana. De hecho, junto a Italia, España es la principal productora de zapatos de Europa, lo que pasa que no nos lo creemos.

### ¿Qué cantidad de zapatos exportan al extranjero?

Exportamos el 70 por ciento de nuestros zapatos, casi las tres cuartas partes de lo que vendemos, lo que para mí es un seguro de vida. Mi padre siempre me decía, haciendo un juego de palabras, que Masal-



JESUS GREEN

“Nuestro zapato tiene un elemento subjetivo que es la cuña, que hace que en los dos segundos que tardas en ponértelo te haga siete centímetros más alto”

tos.com no tiene techo. Ellos empezaron pensando que solo venderían en España y Portugal, que entraríamos en la Unión Europea y que poco a poco irían vendiendo al extranjero. Lo que no pensaban es que en 1996, habiendo comenzado el negocio en 1993, estarían vendiendo fuera. Y todo eso es gracias, entre otras muchas cosas, a la página web que creamos en 1994, que es la más antigua de todo Andalucía.

### ¿Qué estrategia han seguido para tener más peso en el extranjero?

Nosotros nacimos después de la crisis de 1992, aunque no fue como la que vivimos en 2007. En esta última época decidimos destinar gran

de la gente le da corte, y son las mujeres o las hermanas las que les compran el zapato a nuestro cliente final.

### ¿Su producto puede favorecer la estabilidad emocional?

Los zapatos convencionales te pueden gustar más o menos por su diseño, pero nuestro zapato es diferente. Aparte del diseño, los materiales, la calidad y demás, nuestro zapato tiene un elemento subjetivo, que es la cuña, que hace que en los dos segundos que tardas en ponerte el zapato te haga siete centímetros más alto. El cliente más alto que tengo mide 1,91 cm, y es que este tipo de zapato tiene un componente emocional, que ayuda a la autoestima, a coger más confianza en uno mismo, a tener más seguridad, etc. Dicen los estudios que siete de cada 10 mujeres no tendrían una relación con hombres de menor estatura.

### Tras el éxito conseguido, ¿por qué solo cuentan con una tienda física en Sevilla?

Muy pocos hombres dicen que llevan zapatos para ser más altos, por miedo a burlas o comentarios. Son cosas que se guardan para ellos. Antes teníamos una *showroom* en Madrid, pero la acabamos cerrando, porque no funcionaba. Tenemos la tienda de Sevilla, pero no creemos que sea interesante abrir más establecimientos. Yo hago la comparativa de nuestra tienda con un *sex shop*. Nadie entra en un *sex shop*, pero ese mercado sigue vendiendo. En alguna ocasión algún personaje famoso ha entrado en nuestra tienda y es un poco incómodo para ellos, porque todo el mundo le mira y se pone alrededor para ver quién es. Cuando la gente entra a la tienda y les dices “buenos días” se les pone la cara roja.

### ¿Cómo ve el futuro masaltos.com?

Yo soy muy optimista. Soy optimista porque el 95 por ciento de nuestras ventas van por Internet. Eso, relacionándolo con lo de antes, hace que te plantees no abrir más tiendas. A mí me interesa más mantener a los clientes que tengo que captar nuevos clientes, que lo tengo que hacer también. El futuro próximo lo veo en crecimiento, porque cada vez hay más tendencia a la compra por Internet. Además, desde el punto de vista de los comercios electrónicos, cada vez es más fácil salir de España y aliarte con *marketplaces*. ¿Para qué vas a pelearte con portales como Amazon? Hoy en día hay muchas plataformas en Internet que permiten poner publicidad y que, sin saturar al cliente, nos van a permitir un crecimiento.

**Carrera:** Licenciado en Derecho por la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla. Máster en Asesoría Jurídica de Empresas. Además de abogado, es experto en Propiedad Industrial.

**Trayectoria:** Trabajó en el despacho Gómez-Acebo y Pombo en Sevilla. También es profesor de Derecho en la escuela de negocios ESIC-ICEMD y en IE Cajasol.

parte de los recursos que utilizamos en *marketing* y publicidad al extranjero y abandonar un poco España, por la situación económica que vivía el país en aquel momento. En 2007 habíamos vendido a 80 países diferentes y en la actualidad vendemos a 120, todo ello con una sola tienda y un portal web. Entonces no es que guste más fuera que dentro, sino que trabajamos mucho nuestra página web: los diferentes idiomas, el posicionamiento en diferentes países... y así consigues que la gente te encuentre.

### ¿Cuál es el perfil de sus clientes, tanto en España como en el panorama internacional?

En cierto modo es parecido. Nuestros clientes, como vendemos calzado de hombre, habitualmente es un hombre, de entre unos 30 y 55 años y de clase media-alta. Vendemos a gente que trabaja en oficinas, en una notaría... normalmente es gente que tiene que trabajar de cara al público. Pero la realidad es que de cada 10 clientes, seis son mujeres. ¿Por qué? Porque a la mayoría