

EMPRESAS

Un negocio en alza

¿Qué tienen en común Nicolás Sarkozy, Tom Cruise, Mick Jagger y Silvio Berlusconi? A simple vista, poco y nada. Pero los cinco son parte de **una creciente demanda por zapatos que aumentan la estatura, un mercado en expansión** que tiene, sobre todo, a empresas europeas liderando el negocio.

Texto: **FERNANDO VEGA** Fotografía: **AFP**



►► Nicolás Sarkozy es uno de los más famosos compradores de zapatos con centímetros añadidos.

El primer secreto es que no se notan. El segundo, que el comprador los recibe en su domicilio, dentro de una caja, sin indicaciones de tipo alguno. Y el tercero, es la confidencialidad: ninguna empresa se “vanagloria” de sus clientes.

Muy diferente al tacón femenino, este calzado disimula la capacidad para aumentar la estatura a los hombres gracias a un diseño que permite ganar hasta siete centímetros de altura. Los compradores más adinerados pueden llegar a pagar más de 10 mil euros por un par fabricado íntegramente a mano, reconoce Antonio Fagundo, director de marketing de la española Masaltos.com, una de las firmas que -se dice- tiene entre sus clientes al mismísimo ex Presidente francés Nicolás Sarkozy. Este, gracias a los siete centímetros añadidos a su calzado, pudo acercarse más a su esposa, la cantante Carla Bruni. Ella mide cerca de 1,80 metros y él, 1,67 metros.

Elevar la altura de los caballeros es un negocio en alza. “El 90% de nuestras ventas procede de internet. A ello ayuda que damos servicio de atención al cliente en ocho idiomas diferentes: español, inglés, italiano, francés, portugués, alemán, ruso y turco. Chile es un mercado en auge muy importante para nosotros. De hecho, llevamos enviando zapatos a Chile desde 1998. Tenemos muy buenos clientes en Chile”, cuentan en la firma especializada en este tipo de calzados desde hace poco más de una década.

En 2014, la empresa con sede en Sevilla vendió 14.000 pares. Ni la crisis, ni el alza global del cuero, ni los altibajos del euro han logrado reducir la actividad. Es un negocio que crece a dos dígitos. “Por el momento, 2015 se está comportando un poco mejor que 2014, por lo que esperamos aumentar nuestras ventas un 12%-14%”, afirma Fagundo.

Sus principales mercados se encuentran en Europa, Estados Unidos y Japón. “Ahora bien, estamos experimentando un auge de

ventas en Argentina, Chile, México, Emiratos Arabes Unidos y Australia”, agrega.

En esta firma el secretismo es clave. El mismo Fagundo comenta que la mayoría de los usuarios prefiere el anonimato, debido a la delicadeza del producto. El cliente puede adquirir sus zapatos a través de la web y recibirlos en su casa con total discreción. “El embalaje del zapato es blanco y no lleva ningún distintivo. La confidencialidad y el anonimato son los pilares de nuestro éxito”, sostiene el ejecutivo.

Todo comenzó en 1993, cuando el fundador de la compañía, Andrés Ferreras, sufrió una lesión jugando tenis en Alemania. Para curarse tuvo que llevar durante un tiempo unos poco atractivos zapatos ortopédicos. “Entonces, se le ocurrió mejorar el diseño de los zapatos, estilizarlos e integrarles la cuña, puesto que ésta viene incorporada en el zapato y no se puede extraer del mismo. Con esa idea volvió a España y junto con mi madre comenzaron a vender zapatos con alzas por catálogo en 1993, dando el salto a internet en 1994”, explica Fagundo.

Cuña clave

La cuña es la clave de este tipo de zapatos. El tacón para hombre esconde en su interior un alzador, que combinado con la altura del tacón permite a quienes los usan subir hasta siete centímetros.

Según explica Fagundo, en Masaltos.com trabajan 11 personas de manera continua y cada año llegan unos cuantos o cinco practicantes de escuelas de negocios de España, Francia, Alemania y Estados Unidos.

Desde su fábrica exportan más de la mitad de lo que producen y entre sus planes figura ampliar sus líneas de productos. Actualmente, además de zapatos, comercializan accesorios para el cuidado del calzado, como cremas o esponjas, y también producen corbatas, cinturones y perfumes.

Lo que está descartado es fabricar en Asia u otras zonas de costos de producción bajos. “Nuestros zapatos se fabrican en España e Italia y tienen diseño italiano. Es un tipo de producto muy artesanal, hasta el punto de que nuestra gama de más elite, la gama GoodYear-Welt, se hace completamente a mano. Sin entrar a hablar de la calidad, Asia está preparada para fabricar en serie, pero no para fabricar zapatos a mano uno a uno. Ese servicio sólo se encuentra en países con una alta tradición zapatera”, afirma Fagundo.

Se dice que algunos clientes llegan a pagar más de 10 mil euros por sus modelos. ¿Es eso efectivo? ¿Han hecho ventas de ese valor?

Existen clientes que son muy exigentes y quieren un zapato exclusivo de una determinada manera. Ese cliente diseña el zapato y le incluye los adornos que le gustan. Entonces, nos envía el pedido y nosotros se lo valoramos. Ese caso fue un encargo muy especial de uno de nuestros clientes VIP: quería un zapato que él mismo diseñó con cristales de Swarovsky. Se los fabricamos con todo nuestro cariño y, posteriormente, nuestro cliente, agradecido, los paseó por la alfombra roja del Dolby Theatre de Hollywood. **N**



PARA ENTENDER

14 mil pares

de zapatos con alzas vendió Masaltos.com en 2014. Las proyecciones para 2015 son crecer a dos dígitos en todos sus mercados.

La confidencialidad

es una de las claves de este negocio. Los compradores reciben sus zapatos en una caja blanca, sin ningún tipo de indicaciones.

Completamente artesanal

es la producción de estos zapatos. Hay clientes que envían sus diseños y otros que compran los modelos ofrecidos en la web.