

Fecha: 06-04-2025
 Medio: Diario Financiero
 Supl.: Diario Financiero - DF Mas
 Tipo: Noticia general
 Título: LA RUTA DE LA ZAPATERA CHILENA. QUE CONQUISTÓ | BARBIE

Pág.: 20
 Cm2: 698,7
 VPE: \$ 6.190.776

Tiraje: 16.150
 Lectoría: 48.450
 Favorabilidad: No Definida

LA RUTA DE LA ZAPATERA CHILENA QUE CONQUISTÓ A BARBIE

Gianina Rodríguez creció rodeada de cueros y máquinas de coser en la fábrica de calzado Joao, que fundó su padre Juan José Rodríguez en los años '80 y que en su peak llegó a producir mil pares al día. Así creó su propia marca Giani DaFirenze, mientras estudiaba Ingeniería Comercial en la UC. Hoy, cuenta, su marca trabaja con una de las tres o cuatro zapaterías que siguen fabricando zapatos en Chile y hace dos semanas lanzó su primera colección exclusiva para el gigante norteamericano Mattel.

Olor a cuero. Eso es lo primero que se percibe al entrar a la fábrica de zapatos de la marca Giani DaFirenze, ubicada en Av. Santa Elena, comuna de Santiago. Es miércoles a media-día y la planta está en plena producción. Se escucha el sonido de varias máquinas de coser andando y son cientos las cajas de zapatos apiladas en las murallas. Varias de ellas, de un fuerte color rosado. Entre diferentes muestras de cueros y bocetos de zapatos, Gianina Rodríguez (41), fundadora, se sienta a conversar.

Cuenta que su pasión por el mundo del calzado y el diseño es algo que heredó de su padre: Juan José Rodríguez, quien fue dueño de Joao, una de las fábricas de zapatos más exitosas del país durante los años '80. "El siempre decía que en esos tiempos en Chile se exportaban más zapatos que vino", cuenta la hija. Bajo el mando de Juan José, por el año 1988 su fábrica llegó a producir cerca de 1.000 pares diarios y a contratar a más de 200 empleados. Exportaban zapatos a México, Estados Unidos e incluso a algunos países de Europa.

"Pero todo eso cambió por varios motivos, entre ellos, la entrada masiva del producto chino", cuenta Gianina. "Las empresas no llegan a la quiebra porque tú no tengas ventas, sino porque ya no tienes flujos para pagar tus compromisos con responsabilidad. Ahí es donde mi papá ya no pudo seguir con la misma fuerza de producción", dice y agrega: "Entonces, todos nosotros, como familia, tuvimos que salir a ayudarlo y, a partir de eso, yo vi una oportunidad". Ahí nació Giani DaFirenze, marca de calzado nacional que, tras un año de trabajo, acaba de lanzar una colección de zapatos con Barbie.

Mientras estudiaba Ingeniería Comercial en la Universidad Católica, recuerda Rodríguez, comenzó a vender zapatillas de colores a sus amigas y conocidos que mandaba a hacer



Gianina y Juan José Rodríguez

al negocio de su papá. Luego, cuenta, los vendió en ferias santiaguinas de diseño y en una pieza que arrendaba a una tienda en la calle Renato Sánchez. "Ahí organizaba ventas nocturnas. Muy ridícula", rememora Gianina, entre risas.

Una fábrica "posguerra"

Según datos de la Cámara de Industriales de Cuero, Calzado y Afines, si en 1991 en Chile se fabricaban 35,7 millones de pares de zapatos, para el 2019 sólo se hacían 5 millones. Pese a su crítica situación, uno de los emprendedores que nunca dejó la industria fue Juan José Rodríguez.

"Siempre, de alguna manera, aparecían algunos proyectos que él tomaba y que le permitían poder seguir", rememora Gianina. "Pero, con el tiempo, se fue quedando más solo en temas de administración del negocio", agrega.

Para ese entonces, Gianina ya estaba por egresar de la universidad y no pensaba seguir adelante con su marca Giani DaFirenze. De hecho, cuenta, entró a trabajar a un banco. "Pero lo encontraba demasiado aburrido", dice. Entonces, su papá le propuso ser su socia en la zapatería. "Ahí, intuitivamente, decidí apoyarlo", recuerda Gianina.

- ¿Por qué decidiste apostar por un rubro que ya habías visto, según la experiencia de tu padre, que era complicado en Chile?

- Fue algo de mucha intuición y de querer también tomar este desafío. Yo sabía que mi papá era muy buen zapatero. De hecho, te podría decir que su producto, en fabricación, es de los mejores de Chile, por lejos. Y yo, desde mi profesión, sentía que tenía varias cosas para aportar. Mezclando estos dos mundos -de la fábrica y la ingeniería- creé que era imposible que nos fuera mal. Lo que fallaba en la fábrica no era calidad de producto. Y había también un desafío de



poder decirle a mi papá: "Vamos. Hagamos esto juntos".

- ¿Cómo era la fábrica con la que te enfrentaste cuando te uniste al negocio?

- Había pocas personas y se hacían 50 pares diarios. Era una fábrica con pura gente, mi papá incluido, que ama lo que hace y que pelea clara a dar para poder sobrevivir. Como una fábrica posguerra.

Entonces, dice Gianina, comenzó un período de reorganizar el negocio. "Mi marido comenzó a ver la parte de administración y de finanzas, yo de diseño y de salir a vender, y mi papá de producción". Añade: "Y nos empezó a ir increíble".

No pasar desapercibida

Cuando Gianina entró a la fábrica no había capital para retomar su marca Giani DaFirenze. Entonces, dice, decidió apostar por entrar al retail. Tras una serie de reuniones con distintas empresas, recibió su primer gran pedido de

4.000 pares de la marca Tatianne. "Para nosotros fue una locura. Cuando supimos de esa compra, me acuerdo, saltábamos con mi papá y yo lloraba de la emoción", cuenta Rodríguez.

En 2013, rememora, llegó por fin la oportunidad de retomar su marca Giani DaFirenze. Lo hicieron, cuenta, a través de la tienda multimarca Monilitas Alameda, que en ese tiempo colaboraba con diseñadores emergentes y con las tiendas París.

"Esa venta era a consignación. Si no vendíamos, no nos pagaban", recuerda. "Entonces pensé que la única forma de no pasar desapercibida era haciendo una locura. Por eso parti diseñando zapatos con el talón fucsia y con la punta amarilla. Y eso fue increíble porque a la gente le gusto", cuenta y añade: "Después empezamos a ir a ferias y causábamos furor, locura".

En 2015, con una inversión cercana a \$ 100 millones, la marca entró al mall Casa Costanera con su primera tienda física. "Esa fue una inversión importante que implicó deuda personal", dice Rodríguez, entre risas. "Pero sentíamos que era nuestra carta de pre-



sentación". Hoy la marca tiene presencia en Parque Arauco y Costanera Center. "Nuestro crecimiento ha sido muy orgánico, de ir paso a paso ganando cada espacio que hemos podido construir", enfatiza.

Barbie world

Con un equipo de 41 personas -26 en la fábrica y 15 en las oficinas- hoy Giani DaFirenze tiene su foco puesto en la producción de modelos exclusivos. Al día, calcula Gianina, en su fábrica se producen cerca de 120 pares diarios que se venden, luego, en ediciones limitadas. "Hemos llegado a hacer ocho pares de un solo modelo", dice.

La compañía norteamericana Mattel, dueña de la licencia Barbie, contactó a la marca en abril de 2024 a través de un correo electrónico para ofrecerles una colaboración exclusiva. Luego de un año de conversaciones con las sedes de Mattel en Chile, Brasil y México, hace dos semanas la marca lanzó su primera colección -de varias que se vienen- con la multinacional de muñecas. "Esto es un homenaje a todos los que alguna vez soñaron con algo grande", reflexiona Gianina.

Pese a que hoy el negocio se mantiene rentable -factura cerca de \$ 150 millones mensuales-, Rodríguez asegura que aún quedan varios desafíos para la marca por afrontar. El más importante: hacer frente a una incertidumbre cada vez más grande en la industria zapatera. Por eso dice hoy importa una pequeña parte de su producción desde China y Brasil. "Yo no puedo desconocer que quedamos tres o cuatro fábricas chilenas en esto y que cada vez haya menos proveedores y curtiembres en el país", dice. Y agrega: "Voy a poner toda mi fuerza para seguir haciendo zapatos en Chile, pero también pienso que aquí hay una marca que ya se creó y que tiene que seguir". *