

UNA VUELTA DE TUERCA FASHION PARA EL CALZADO DE CARPINCHO

Mercedes García Bartelt. 2006. La Nación, Bs. As., Secc. Emprendedores, 04.09.06.

www.produccion-animal.com.ar

Volver a: [Carpinchos](#)

UNA FIRMA ARGENTINA DESARROLLÓ DISEÑOS INNOVADORES CON MATERIAL TRADICIONAL

María de los Ángeles Carabajal se define como "una zapatera que está aprendiendo a ser empresaria", y en ese proceso está consolidando Huellas Argentinas, un emprendimiento que le agrega el toque *fashion* a un producto tan tradicional como el calzado de **carpincho**.

Carabajal lleva 25 años en el mundo del diseño y trabajó en forma independiente y para terceros. "Siempre busqué romper con lo preestablecido desde el diseño y siempre me consideré una emprendedora empedernida. Fui y voy a todos los foros, congresos y embajadas a aprender", dice.

El año último, luego de distanciarse de otro proyecto, decidió ir adelante con una idea que venía rondando en su cabeza: trabajar el calzado de carpincho lejos de las líneas clásicas para sorprender a los turistas.

"Es un material noble que está muy encajado en determinados diseños. Yo quería darle una vuelta de tuerca, ir un poco más allá", dijo la aspirante a empresaria, que se metió en un negocio en el que cada 10 consultas de compra de productos de 100 dólares 7 son ventas efectivas y son productos relacionados con el cuero.



Carabajal y Matías, uno de sus hijos, con quien comparte Huellas Argentinas

Presentó su idea en Dinámica.SE, el programa del Fondo Multilateral de Inversiones del Banco Interamericano de Desarrollo, que la ayudó a transformarla en un plan de negocios, y con una herencia de su madre la terminó de convertir en una nueva empresa.

"La herencia eran 12.000 dólares, que usamos para armar las primeras líneas. Cuando me senté a diseñar busqué lo nuevo, lo diferente, y así empezaron a surgir botas con piedras, zapatillas de carpincho y hormas y tacos fuera de las típicas alpargatas y botas", recuerda la emprendedora, que trabaja junto a uno de sus tres hijos, Matías.

Carabajal se hizo cargo del diseño, la moldería y el corte y tercerizó el resto del armado del calzado. También seleccionó a los proveedores y en diciembre pasado tuvo listos los primeros productos para salir al mercado. "No pensé en la competencia porque estoy muy segura de mi producto y sé que es diferente del resto. Simplemente salí a ofrecerlo a talabarterías de alto nivel y a locales en centros comerciales", dijo Carabajal. Con el asesoramiento del equipo de Dinámica.SE, concentró su propuesta para llegar a los lugares más exclusivos y se posicionó en tres comercios, uno de ellos ubicado en el Patio Bullrich. Huellas Argentinas también firmó un convenio con el astillero Aqualum, por el cual cada yate vendido va acompañado de una carpeta de carpincho de la empresa y un par de zapatillas.

La empresa factura más de 6000 pesos mensuales, comenzó a buscar distribuidores en los principales puntos turísticos del país y también inició conversaciones con potenciales clientes del exterior. "Participamos en la última Semana Pyme y ahí nos pidieron muestras de Perú, Venezuela, Kuwait e Israel", dijo la emprendedora. La dinámica de trabajo son dos colecciones por año. "El turista busca tanto propuestas de invierno como de verano. Siempre hay un mercado disponible", señaló.

En la colección más reciente se destacan botas con materiales y tachas y zapatillas que combinan estilos urbanos con deportes como el golf, con precios entre los 220 y 670 pesos.

Volver a: [Carpinchos](#)