

Manta Raya: zapatos y carteras de diseño para verse diferente

EXPANSIÓN. Florencia Urroz y Emilia Fernández volvieron de un viaje por Europa con una idea clara: crear un emprendimiento para uruguayas muy activas que quieren verse elegantes con productos exclusivos

POR BERNARDO WOLLOCH
Especial para El Observador

Siempre se llevaron muy bien. Son como las hermanas que nunca tuvieron, dicen Florencia Urroz (26) y Emilia Fernández (27), quienes llevan adelante Manta Raya, un emprendimiento de diseño de zapatos y carteras.

Se conocieron cursando la Licenciatura en Diseño Gráfico en la Universidad ORT. En 2011, tras recibirse, se embarcaron en un viaje por distintos países europeos. El objetivo era derribar fronteras y ampliar terrenos mentales. Se encontraron con ciudades que estaban a la vanguardia de la moda y específicamente en lo que a zapatos se refiere.

En ese momento en Uruguay, afirman las diseñadoras, las opciones eran acotadas, demasiado clásico. "Sin embargo, existía una demanda por parte de la mujer uruguaya que reclamaba mayor cantidad de productos de diseño", recordó Urroz.

A principios de 2012 regresaron de su viaje con la idea de crear su propia marca de zapatos. Consideraban que la industria uruguaya se prestaba: la materia prima es buena y hay un considerable número de fabricantes correspondientes al rubro. Visualizaron que no había nadie diseñando zapatos de plataforma.

"Era una charla entre amigas que teníamos constante, como esas que se dan en los ámbitos más cotidianos", recuerdan las creadoras.

El empujón para salir al mercado vino desde sus respectivos padres, quienes aportaron la inversión inicial. Ese dinero sirvió para el primer diseño de dos pares de zapatos de los cuales decidieron fabricar 20 pares de cada uno.

Vieron que los modelos se vendían rápidamente entre conocidos gracias al boca a boca, y se lanzaron a exponer en distintas ferias de diseño y más tarde, gracias al aumento de la demanda,



Emilia Fernández y Florencia Urroz cuentan hoy con un lugar en St Clemente Fashion House. J. M. RAMOS

a generar un showroom en sus casas.

También las redes sociales fueron un apoyo a manera de vidriera virtual: allí fue donde explotaron su veta como diseñadoras gráficas gestionando sus cuentas de Facebook e Instagram.

El nombre "Manta Raya" no fue escogido al azar. Buscaban el nombre de un animal que llamara la atención. Debía ser delicado y misterioso; fuerte y agresivo, pero que en su hábitat natural se moviera con armoniosidad. Encontraron en la mantarraya la metáfora perfecta para describir el tipo de mujer al que enfocan sus productos: aquella que es delicada y femenina pero a la vez fuerte.

También su zapato funciona como símbolo de modernidad: está hecho con materiales de calidad y a su vez es liviano para una

mujer muy activa durante el día y que busca verse elegante y a la moda.

Modo de trabajo

Urroz y Fernández no elaboran grandes cantidades de un mismo modelo; procuran que cada uno tenga una textura, color o algún otro detalle diferente.

"Las personas que compran nuestra marca buscan exclusividad. Muchos nos dicen que no adquieren productos en los shoppings porque no quieren tener el mismo zapato (que los demás). Hay diseñadores que tienen un tipo de zapato que les rinde y lo producen masivamente", explicó Fernández.

El público objetivo de Manta Raya está compuesto por mujeres jóvenes que quieren diferenciarse pero sin ser excéntricas. Exigen un zapato que no sea ex-

cesivamente caro ya que al ser de diseño, excepto que sea muy clásico, su uso caduca al año aproximadamente.

Por otra parte, trabajar con la industria uruguaya tiene su cuota de riesgo. Al no haber tantas diseñadoras exclusivas, se ven en la obligación de ir una temporada adelantada, ya que deben hacerse un lugar entre los productores más grandes que le dan a las fábricas mayor trabajo.

"Para nosotras 30 pares de botas son tan importantes como 3.000 para las grandes marcas", sostuvo Fernández.

De esa manera, mientras se viene el invierno las diseñadoras de Manta Raya ya piensan en la playa y diseñan los productos para el verano 2015.

A la hora de diseñar se basan en los colores que ya hacen ruido en Europa y EEUU. Mezclan tex-

■ **INVERSIÓN** Con un estimado de US\$ 4.000 como inversión inicial fabricaron 40 pares de zapatos (dos modelos diferentes) que les permitieron salir al mercado.

■ **PRECIOS** Los precios de las botas van de \$ 3.000 a \$ 4.500 uruguayos.

■ **CARTERA** Desde que se establecieron en St. Clemente Fashion House, Manta Raya incorporó las carteras como complemento.

turas y cuidan detalles para llegar a un producto de diseño único.

Proyecciones

Desde los primeros días de marzo Manta Raya se encuentra ubicada en St. Clemente Fashion House (www.facebook.com/SaintClemente), una tienda multimarca (en la calle Ellauri, en el barrio de Pocitos) que busca reunir diseño independiente.

Urroz y Fernández están focalizadas en tener éxito en esta nueva etapa. Por el momento no tienen como objetivo establecerse en un local propio. De esta manera van despacio pero seguro y logran satisfacer lo que buscan sus clientes: diseño exclusivo y trato personalizado.

"Vamos disfrutando el momento; por ahora estamos acá. No nos permitimos pensar en lo que no tenemos", reflexionó Urroz. ●