

Vittoria, slow fashion en el calzado

Escrito por Silvia Fernanda Forigua García

Esta marca de calzado femenino tiene una propuesta diferente enfocada hacia los productos de lujo

El calzado es una parte esencial en el diseño de moda, entendiendo que se basan en los mismos principios de tendencias y creación de productos. De igual manera ambas disciplinas se complementan, pues una no funciona sin la otra, el calzado en la moda es sumamente importante porque puede hacer que el atuendo sobresalga o no combine. Asimismo, en Colombia el calzado, según Procolombia, “cuenta con una industria tecnificada que brinda gran capacidad de producción en calzado e insumos. Gracias a una cultura orientada al trabajo manual, este sector genera empleo en mano de obra especializada que le permiten tener productos con un gran valor agregado en el mercado mundial” (PROCOLOMBIA, s.f.). Es por eso por lo que Vittoria, una marca creada hace cuatro años, es un ejemplo de todas estas empresas de calzado que aportan diariamente a la economía colombiana, ofreciendo productos modernos y de calidad.

¿De quién fue la idea de crear la marca?

La idea fue de Victoria Ganem. “Desde siempre la moda ha sido una de mis grandes pasiones y se dio la oportunidad de crear mi marca y emprendí un camino que no ha sido fácil pero sí muy gratificante”.

¿Por qué decide crear la marca?

“Siempre soñé con tener mi marca, no pude estudiar diseño de moda, pero eso no me impidió prepararme empíricamente y en el momento en el que se me presentó la oportunidad no la dejé pasar”.

¿A qué se debe el nombre de la marca?

“Es mi nombre en italiano, las t tienen un significado especial para mí, son los valores de la marca true, transparencia & talent”.

¿Qué tipo de productos se pueden encontrar en Vittoria?

“Nuestra línea está compuesta por botines con siluetas contemporáneas, llevamos lo clásico a lo pop a través del color, si bien nuestros cortes son clásicos a través de diferentes

detalles hacemos un mix que revela un espíritu más joven y rebelde”.

¿En qué se inspiran para sus nuevas colecciones?

“En el presente, dependiendo de lo que esté pasando en mi vida y en la sociedad en cada momento, siempre tomo inspiración de todo lo que me rodea, las redes sociales son grandes fuentes de inspiración también”.

¿Cada cuánto lanzan nuevas colecciones?

“Hacemos una colección anual, este año (2022) está un poco retrasada porque hemos pasado por una situación complicada con nuestro anterior fabricante”.



¿Qué materiales utilizan para confeccionar sus productos?

“Utilizamos cueros, si bien sabemos que existen miles de esfuerzos para sensibilizar sobre el consumo de carne, es un hecho y los cueros seguirán existiendo. Manejamos pieles nacionales e importadas y garantizamos la duración de nuestros productos. En algunos casos usamos sintéticos garantizados dependiendo de cada diseño”.

¿Quiénes conforman el equipo de trabajo?

“Mi mamá se encarga de la logística de envíos, mi diseñador y director de obra, junto con un solador”, este último es el encargado de “alistar y operar máquinas de costura para unir diferentes partes del calzado y marroquinería. Preparar componentes como cortes, plantillas, hormas y otros, atendiendo a instrucciones de órdenes de fabricación” (SENA, 2015) y una guarnecedora, que es quien “opera máquinas jareteadoras para unir plantillas y capelladas para montaje y realiza diferentes clases de cosidos de unión de partes en el montaje. Alista y opera máquinas de costura para unir diferentes partes del calzado y marroquinería” (SENA, 2015).

¿Cómo funciona su proceso de producción?

“Es un proceso lento y de bajo impacto, normalmente nuestros productos se comercializaban por pre-orden, este año por primera vez empezaremos a manejar stock de cada diseño de la nueva colección”.

¿Cuál es su compromiso ambiental?

“Nuestro modelo es slow fashion (moda lenta), producimos por demanda. Todo nuestro proceso de corte es digitalizado y trabajamos con pieles que son 97% aprovechables. Con los sobrantes, posteriormente los aprovechamos para fabricar muestras o algunos modelos únicos”.

¿Qué características tienen los clientes de Vittoria?

“Son mujeres contemporáneas, independientes que quieren expresar su identidad a través de las prendas que usan. Quieren dejar un recuerdo con diferentes detalles que aplican en sus looks del día a día”.

¿Qué diferencia a Vittoria de otras marcas de calzado?

Nuestro concepto se diferencia por nuestro modelo de producción, por la calidad de la mano de obra y la experiencia de nuestro equipo. Nuestro equipo suma más de 50 años de experiencia en la fabricación de calzado de lujo con técnicas italianas y 100% manuales.



¿Cómo se proyecta Vittoria a mediano y largo plazo?

“Idealmente este año estamos buscando conseguir exposición internacional, varias veces nos han invitado a participar en diferentes eventos en Nueva York y París”.

¿Qué tan difícil es emprender con el tipo de calzado que manejan?

“Conseguir mano de obra garantizada, talento responsable y un equipo comprometido, lo que hace que desarrollar una marca como la nuestra se complique el doble que hacer una marca de otro tipo. Lo más difícil es encontrar gente que si quiere ponerle el corazón y que tenga la experiencia en el desarrollo de calzado de lujo”.

Referencias bibliográficas

PROCOLOMBIA. (s.f.). CALZADO E INSUMOS: LA MANO DE OBRA, EL PLUS DEL CALZADO COLOMBIANO. Obtenido de PROCOLOMBIA: <https://compradores.procolombia.co/es/explore-opportunidades/calzado-e-insumos-0>

SENA. (2015). Agencia publica de empleo. Obtenido de SENA: <https://agenciapublicadeempleo.sena.edu.co/spe-web/spe/demanda/solicitud-sintesis/1919082#:~:text=Solador%20calzado,-Funciones%20o%20actividades&text=Alistar%20y%20operar%20m%C3%A1quinas%20de,instrucciones%20de%20C3%B3rdenes%20de%20fabricaci%C3%B3n.>

