



CATALINA MASCARÓ, LA MUJER TRAS **PRETTY BALLERINAS**

El éxito de caminar con los pies en la Tierra

LA EMPRESARIA ESPAÑOLA VISITÓ SANTIAGO PARA CELEBRAR LOS 10 AÑOS DE LA MARCA EN CHILE Y, DE PASO, REVELAR POR QUÉ SU FIRMA ES PROTAGONISTA EN LOS VESTIDORES DE ROYALS, CELEBRITIES Y PROFESIONALES ALREDEDOR DEL MUNDO.

Por Karin Messenger

PARA EL DÍA O LA NOCHE, CON PUNTA O REDONDOS, TRANSPARENTES O IMITANDO ZAPATILLAS DE BALLE, HACE YA MÁS DE UN PAR DE TEMPORADAS, LOS ZAPATOS PLANOS SON LA OBSESIÓN DE LA ESCENA FASHIONISTA Y DEL STREET STYLE EN LAS GRANDES CAPITALES INTERNACIONALES. Revolución por estilo y comodidad que lleva mucho más en Chile, específicamente, 10 años, desde que la ingeniera comercial Tatiana Fernández apostara por traer firma

española Pretty Ballerinas, favorita de íconos internacionales de la moda y hasta de palacios. Por eso había que celebrar su jugada y unas semanas atrás celebró en un evento como anfitriona de clientas, embajadoras, ejecutivas y, también, de la mujer tras este imperio que se extiende estratégicamente 'a ras de suelo', Catalina Mascaró.

"Las mujeres nos bajamos de los tacones a los flats: hemos decidido que queremos estar elegantes, guapas, pero cómodas.

Te puedes poner taco para un evento, pero en el resto del día unas bailarinas planas”, explica a Velvet a pocas horas de aterrizar desde Barcelona la presidenta del Grupo Mascaró y dueña de Pretty Ballerinas.

Reconocidas por los flashes, son las favoritas de la reina Letizia y las infantas, tanto para una cita informal como para un look más elegante en alguna alfombra roja. También de las actrices Jennifer Lawrence y Katie Holmes, la modelo Hailey Bieber, al igual que de la influencer parisina Jeanne Damas, quienes suelen usar flats-chatitas-ballerinas, algunos de sus muchos nombres en el mundo para este diseño lleno de feminidad y confort.

Catalina Mascaró es la tercera generación a cargo de esta famosa transnacional de zapatos. “Como tienda estamos en 85 países, pero en el mundo hay 193 puntos de venta. Y tenemos mucho recorrido todavía, hay que seguir trabajando”, cuenta con ánimo y sin esconder que quieren más. Y en ese atlas mental está Chile, una de sus franquicias más importantes.

DE LA ISLA AL MUNDO

Este negocio familiar comenzó en 1918 en el pueblo Ferrerías, en la isla Menorca en Las Baleares. Una historia que la entusiasma: “Mi abuelo Pedro y su hermano montaron un pequeño taller donde hacían zapatillas de ballet, que enviaban a Barcelona a las bailarinas del Gran Teatro del Liceo. Había mucha ganadería, por lo tanto, había cuero y existía la tradición en la isla de fabricar calzado”.

Con su padre, Jaime Mascaró, y sus tíos ya a cargo, la empresa se amplió a todo tipo de zapatos. Contrataron a un diseñador italiano y Catalina con su hermana Úrsula ingresaron al negocio familiar. “Desde los 16 años empezamos a trabajar ahí todos los veranos, no estábamos en las oficinas o diseñando zapatos, sino que en la fábrica. Mi padre nos quería enseñar a empezar de abajo”, recuerda.

Luego de estudiar administración de empresas, fue parte del departamento comercial. “Empecé a ir a ferias en Alemania, Asia y Londres y comenzamos a exportar. El 70% de nuestra producción sale del país y el 30% se queda en España”, detalla.

Fue en 2005 cuando creó junto a su hermana y el encargado de nuevos negocios, David Bell, la marca que engloba la categoría de zapatos planos, Pretty Ballerinas. Junto con celebrar los 10 años en Chile, se prepara para festejar dos décadas en el mundo.

—¿Cree que el uso de flats por parte de las celebrities convenció a las mujeres a bajarse de los tacones?

—Recuerdo que Claudia Schiffer tenía un evento y, como estaba embarazada, quería algo plano y bonito. Le mandamos unas bailarinas clásicas en charol negro. ¡Fue un éxito! Porque estaba maravillosamente guapa, elegante y cómoda. Creo que las mujeres nos bajamos de los tacones porque hemos cambiado nuestro estilo de vida. Nos hemos dado cuenta de que con la misma bailarina con que llevas a tu hija al colegio, puedes ir a tu reunión de trabajo o a un evento de la tarde.

—¿Cómo trabajan en estos modelos?



—Las bailarinas tienen un plus en cuanto a materiales, colorido y diseño. Hacemos muchísimos modelos y también investigación. Tenemos a gente viajando por todo el mundo buscando nuevos materiales y tejidos. Y se siguen fabricando en Menorca.

“BALLET CORE”

Desde que Audrey Hepburn las hiciera suyas durante su periodo de máxima fama mundial, los zapatos estilo bailarina fueron adoptados como un estilo que se asocia con elegancia y delicadeza femenina. Por lejos la mejor imagen del look. Con los años ha ido variando en materialidad y diseño, abarcando más mundos, incluso, asociándose al rock, como lo fue en este siglo, con una influyente Amy Winehouse que las llevaba con jeans mientras caminaba en el barrio londinense de Camden.

—¿Cuál es la tendencia que temporada en zapatos bajos?

—Todo lo que imite un poco a la zapatilla de ballet, lo que se denomina “ballet core”, que tenga una cinta para amarrar o con punta cuadrada. Para este verano se usan zapatos con transparencias de red, los colores beige, plata, off white y rosado. Lo que acabamos de ver en nuestro verano es que se usa mucho un vestido maxi con flats. Ahora, para la noche, van los redondos con lazos bonitos, que los hacen artesanos del pueblo, y también los de terciopelo que se usan con el clásico pantalón negro. En Europa ya es otoño-invierno y las tendencias son el diseño Mary Jane (con correas que cruzan el empeine), el terciopelo en color vino (burdeos) y negro y el animal print. Muchas jóvenes los usan con calcetines, aunque yo los prefiero con medias.

—¿Cómo atraen hacia este estilo de zapatos a las más jóvenes, que aman plataformas para verse más altas?

—Les gusta la marca, los modelos que hacemos y también influyen las influencers o ‘it girls’. Creo que nuestro público es selecto y exquisito. No buscan cualquier cosa, buscan también una marca con personalidad, con identidad, con historia.

—¿Es difícil mantenerse en un mercado tan competitivo cuando al frente hay marcas mundialmente reconocidas como Jimmy Choo, Ferragamo o Louboutin?

—Es un mercado competitivo y un mercado global. Antes uno decía: “Yo tengo España protegida, me quedo aquí”. Pero ahora si nosotros salimos, los de fuera entran. Lo más importante es que hacemos zapatos planos principalmente. Estas marcas tienen tal exigencia que hacen una o dos bailarinas y el resto hacen tacos, el bolso o la ropa; es muy diferente. Lo que hemos logrado es que la gente cuando busca este tipo de zapatos va a Pretty Ballerinas.

—De su paso por Chile, ¿qué puede decir de las chilenas? ¿Siguen la moda?

—Le he mandado un mensaje a una prima que siempre va divina y le dije: “Tienes que venir a Chile, te va a encantar”. La gente se arregla, se maquilla, es que están monísimas todas. No quiero comparar con ningún otro país, pero las veo estilizadas a las chilenas. Con una influencia europea muy importante en los zapatos y la moda. De verdad que me doy cuenta de que la mujer de aquí se cuida, invierte en ella, lo cual me parece maravilloso. ■