

Weitzman habló de las claves del éxito de su empresa en la lección inaugural de la UNED

20/10/2015



Weitzman inauguró el curso académico de la UNED | Jesús Cruces.

Más de trescientas personas abarrotaron el martes por la tarde el salón de actos del Centro Cívico para asistir a la lección inaugural de Stuart Weitzman que abría el curso académico de la sede de la UNED en Elda, en el que explicó las claves del éxito de su compañía, "que valen para cualquier negocio", dijo.

El diseñador de las estrellas no defraudó las expectativas de los asistentes, entre los que se encontraban numerosos fabricantes de calzado, empresarios de la industria auxiliar, diseñadores, así como miembros de los más

variados colectivos de la sociedad. Weitzman dijo que comenzó a fabricar en Elda y Petrer el año 1971: "Los responsables de la primera fábrica están aquí y ya van por la tercera generación", dijo. En la actualidad, trabajan para su marca nueve fábricas en exclusividad y otras dos de apoyo: "Esta comarca me ha dado un equipo de empleados y directores que me han permitido hacer mi producto y les doy las gracias".

El director de la UNED en Elda, Pedro Civera, indicó que con este acto la universidad quiere rendir un homenaje a

Weitzman por fabricar su producción íntegramente en Elda y Petrer desde hace más de cuarenta años: “Es un genio, un maestro zapatero de corazón, una persona accesible, cercana, con un gran talento y capacidad de trabajo”, afirmó. Por otra parte, Civera pidió a los fabricantes presentes que implantaran la jornada continua en sus empresas para que los trabajadores tuvieran tiempo de vivir y disfrutar, “porque satisfechos se trabaja mejor”.

Stuart Weitzman hizo gala de un gran sentido del humor y naturalidad. Preguntó en primer lugar cuántos estudiantes había en la sala porque su charla iba dirigida a ellos. Como no eran muchos, dijo que mucha gente iba “a aprender los secretos de nuestra compañía, aunque una cosa es saberlo y otra ejecutarlo”, bromeó.

Para que un negocio funcione, el primer paso es “crear el producto y probarlo durante mucho tiempo antes de ofrecerlo al mercado” para que la gente repita, pues lo más importante en el mercado internacional es tener una marca: “Es como el ADN, la gente quiere saber qué compra; tenemos una película que mostramos a cada persona nueva que entra a trabajar con nosotros y lo proyectamos una vez al año a nuestros trabajadores”.



Más de 300 personas asistieron a la lección inaugural del diseñador | Jesús Cruces.

Otros aspectos esenciales de su marca son la comodidad del calzado como prioridad y una buena publicidad “pues es necesaria aunque no sepamos muy bien su repercusión”. El resto es “buscar la suerte, que viene cuando estás trabajando”. El caso más paradigmático “nos ocurrió hace 15 años con el zapato de diamantes, que fue la respuesta a un problema, pues en la alfombra roja de Hollywood al calzado no le hacen caso”. El resultado fue que las sandalias de brillantes que llevó la actriz Laura Harring, las vieron en directo más de trescientos millones de personas en todo el mundo por televisión, además fue portada de cuatrocientos periódicos. Este momento fue tan importante que “cambió mi compañía, no solo en Norteamérica, donde

ya era fuerte, sino en el mundo y abrimos mercado”. El siguiente hito fue una sandalia con el adorno de una flor realizado con unos pendientes que Marilyn Monroe recibió de que J.K. Kennedy.

El diseñador declaró que el segundo momento empresarial importante para su marca fue abrir una [tienda on-line](#), que vende el doble que sus cuatro tiendas de Nueva York. Las nuevas tecnologías son esenciales para la firma y su vídeo en Youtube se ha visto siete millones de veces “hay que evolucionar y siempre pensar en el mañana”.

“Hoy hemos hecho cuatro pares para Beyoncé”

Stuart Weitzman confesó que regala cientos de pares a las celebridades: “Hoy hemos hecho cuatro pares para Beyoncé y se lo digo a mis fabricantes porque me gusta que lo sepan”. Entre las mujeres que calzan sus zapatos figuran Kate Middleton, la Reina de Inglaterra, Olivia Palermo, Miranda Kerr, Michelle Obama, Angelina Jolie, Jennifer Aniston o Jennifer López. Para llegar a un público más joven ha diseñado zapatos a Taylor Swift, que tiene 55 millones de seguidores en Facebook, por lo que “en siete días, un millón de chicas pidieron sus botas y, aunque ellas no tienen 700 euros para pagarlas, los que las copiaron por 100 euros están teniendo mucha suerte”, dijo bromeando.

Uno de los grandes misterios para el empresario es saber cuál de sus diseños va a triunfar cada temporada, como el caso de su sandalia “Nudist”, un zapato de tacón sujeto con una sola tira y abrochada al tobillo, que fue nominada como número uno por la revista *People*. Por lo que piensa que los buenos diseños no hay que retirarlos.

Otra de las claves del éxito de su marca consiste en contratar a los mejores profesionales del mundo, como la arquitecta Zaha Hadid, para diseñar sus tiendas o el fotógrafo de moda Mario Testino, autor de 130 portadas de *Vogue*. La originalidad la lleva también a sus campañas publicitarias que “nunca han mostrado un zapato porque venden la marca” y han ganado dos premios nacionales en Estados Unidos.



El diseñador visitó el Museo del Calzado y la reproducción de su famosa sandalia del millón de dólares | Jesús Cruces.

Respecto a sus modelos, declaró que pensó en Kate Moss porque “no es el tipo de mujer a quien vendemos, pero representa la rebeldía y quería estar en el mundo de las chicas de 25 años y no solo en el de sus madres”. Kate Moss le confesó que “había resucitado su carrera”. Posteriormente contó con Gisele Bündchen “que es la única opción que me quedaba con un listón tan alto, es la mujer perfecta: con dos hijas, un marido guapo, 36 años, un cuerpo de 18 y las piernas que necesito”. Estas dos modelos han ayudado a la firma a ser líder mundial en la venta de botas: “Si en algo somos campeones es en las botas”. Respecto al próximo año, dijo que la publicidad exige cambiar de modelo cada cuatro años: “Será algo nuevo y emocionante”, dijo.

Para el diseñador, dos de las premisas imprescindibles en el mundo global son “saber inglés, si no, estás en una jaula” y que la empresa ofrezca con un buen servicio.

Para concluir, Weitzman habló de las tentaciones del éxito: “Fabricar demasiado producto lo hace común; mientras que si no tienes suficiente, le buscan un sustituto.

Honradamente, creo que lo mejor es no servir tanto como quieres y tener demanda”.

El público aplaudió con entusiasmo al diseñador, mientras el director de la UNED en Alicante, José Pascual Ruiz, le felicitó por su lección magistral y animó a los estudiantes a perseverar en el estudio. Por su parte, el alcalde de Elda, Rubén Alfaro, cerró el acto agradeciendo al empresario “su compromiso con Elda y la comarca, donde se fabrican los mejores zapatos del mundo” y recordó que “no se puede competir solo por el precio”.

Tras cantar el *Gaudeamus Igitur*, los asistentes pudieron disfrutar de un vino de honor en el vestíbulo del Museo del Calzado.

Stuart Weitzman visitó por la tarde previamente el Museo del Calzado acompañado por su director, Gabriel Segura, el alcalde, Rubén Alfaro, el concejal de Industrial, Manuel Ibáñez, y el director de la UNED en Elda, Pedro Civera. Allí pudo ver en una vitrina la reproducción de su famosa sandalia del millón de dólares. En el libro de honor el Museo escribió: “Es inspirador, fabuloso, si no existiese, habría que inventarlo”.



Weitzman firmó en el libro de honor del Museo del Calzado | Jesús Cruces.