

DE CERCA | **Úrsula Mascaró** Directora creativa del Grupo Mascaró

“Mi creatividad cuesta 129 euros”

Es el precio de muchas de las bailarinas que Úrsula Mascaró diseña para Pretty Ballerinas, marca en la que sólo de vez en cuando da rienda suelta a su creatividad. El resto del tiempo trabaja teniendo claro que el mercado marca, máxima que explica el éxito de Grupo Mascaró.

Emelia Viaña, Madrid

Hay dos circunstancias vitales que han moldeado el carácter de Úrsula Mascaró. La primera tiene que ver con su lugar de nacimiento. “Decir que llevo a Menorca en mi corazón sería decir muy poco. No entiendo mi vida, mi forma de expresarme, de sentir... sin el carácter que imprime esta isla”, asegura Úrsula Mascaró, que presume de haber nacido en Ciudadela, “de forma accidental”, el 5 de agosto de 1969. “Pero me siento muy unida a Ferrerías, el pueblo en el que he vivido siempre junto a mi familia”, matiza. La segunda circunstancia que explica su forma de ser es el hecho de haber sido hija y nieta de fabricantes de calzado. “Recuerdo con mucho cariño el pequeño taller donde mi abuelo Pedro empezó a diseñar zapatillas de ballet en 1918 y la maleta con muestras que mi padre (Jaime) portaba cada vez que se iba de casa para vender por toda España”, reconoce Mascaró, que volvió a esas raíces para lanzar al mercado en 2005 la marca Pretty Ballerinas. “Las bailarinas eran el producto más exitoso de Mascaró, era lo que mejor sabíamos hacer. También era el que nos permitía empezar a vender en Internet porque es un zapato relativamente sencillo que genera pocas dudas en el momento de la compra. La apuesta por el diseño y por hacer bailarinas arriesgadas, divertidas, elegantes y para todo tipo de ocasiones vino después”, explica Mascaró, que lanzó este proyecto junto al que por aquel entonces era su marido, David Bell.

– Perdone el escepticismo, pero presumen de fabricar 520.000 zapatos en España y lo hacen a través de cuatro marcas –Mascaró, Úrsula Mascaró, Pretty Ballerinas y Pretty Loafers–. ¿De verdad todo se hace en Menorca?

Obviamente, compramos materiales en los países donde consideramos que están los mejores proveedores, pero el diseño y la fabricación es cien por cien española. En Menorca están los mejores artesanos del calzado y sería absurdo renunciar a su talento y trasladar la fabricación a otro país.

– Su padre murió hace cuatro años y hoy son su hermana Lina y usted las que dirigen el negocio. ¿Lo sintieron como una obligación?

Nosotras ya trabajábamos en la compañía mucho antes de que mi padre falleciera. Él nos enseñó a amar este negocio y, aunque nunca nos



Úrsula Mascaró se siente especialmente unida a Menorca, aunque viaje constantemente para atender a los clientes de los 85 mercados en los que opera el grupo.

sentimos presionadas para trabajar en Mascaró, siempre nos decía que le había venido muy bien que mi hermana estudiara Económicas y que yo me hubiera decantado por el Diseño. Fue una transición natural.

– Tiene otra hermana pintora, Luisa, que, como artista que es, da rienda suelta a su creatividad. ¿Usted también puede hacerlo?

Mi creatividad cuesta 129 euros, lo mismo que muchas de nuestras bailarinas. Tengo muy claro que trabajo en el mundo de la moda y que lo hago para un determinado público. No puedo hacer el diseño que quiero, sino el que pide el mercado, el que está dispuesto a pagar. Reconozco que a veces necesito fabricar alguna locura, pero son ediciones limitadas porque por precio y por diseño no están pensadas para todos los públicos.

– Estudió diseño en Londres y Milán y sus bailarinas las calzan la Reina Letizia, Kate Middleton, Jessica Alba y Angelina Jolie. ¿No se siente un poco desaprovechada?

“ Pusimos de moda las bailarinas, pero habría sido un error encerrarnos en ese éxito, nos habría llevado inevitablemente al fracaso”

“ Mi padre nos enseñó que hay que levantarse siempre y pelear. El sector del calzado es de locos, pero ¿hay alguno que no lo sea?”

Siempre he hecho lo que he sentido y nunca me he planteado hacer algo distinto que lo que hago en la compañía que fundó mi abuelo. Hoy soy la diseñadora de todas las marcas del grupo y me siento muy orgullosa de poder llevar el apellido de mi familia a todos los rincones del mundo.

– ¿Cree que también lo estarían su abuelo y su padre?

Mi abuelo alucinaría con lo que hemos conseguido y me consta que mi padre estaba muy orgulloso. Ellos nos transmitieron valores tan importantes como el trabajo, la constancia y la tenacidad. Nos enseñaron que hay que levantarse siempre y pelear y eso es lo que hemos hecho. El sector del calzado es de locos, pero ¿hay alguno que no lo sea?

– De hecho, fue Pretty Ballerinas lo que salvó a la compañía porque las mujeres hoy ya no compran tantos zapatos altos como antes.

Hace diez años, los zapatos de tacón suponían el 33% de toda la venta de calzado de mujer. Hoy sólo repre-

sentan el 20%. Su venta no para de bajar y, desde un punto de vista empresarial, fue un acierto apostar por la comodidad de las bailarinas. Eso sí, nunca podrán competir en elegancia con un tacón –otras marcas del grupo sí venden este tipo de calzado y otros como botas o botines–.

– Pero desde que crearon Pretty Ballerinas no han parado de salirles competidores.

Nosotros las pusimos de moda, pero habría sido un error encerrarnos en ese éxito, nos habría llevado inevitablemente al fracaso. Tener competencia es sano y mirar lo que hacen es necesario.

– Tiene tres hijos. ¿Se meterán en los zapatos de sus antepasados?

Son jóvenes y aún están estudiando. Probablemente, su meta hoy no sea trabajar en la empresa de la familia, pero estoy segura de que valorarán el esfuerzo que hemos hecho todos por mantener este legado y de que serán responsables cuando llegue su momento.