
Modaes

Empresa

Victoria se reinventa: invierte nueve millones en su nuevo centro logístico 'eco' en La Rioja

Con una facturación que estima alcanzar los 32,5 millones de euros en 2019, la misma cifra con la que cerraron el ejercicio de 2018, Victoria estrena nuevo centro logístico donde la automatización y la sostenibilidad son las grandes novedades.

Ana Belén G.Boiza
25 nov 2019 - 04:47



1 / 6

<https://www.modaes.com/empresa/victoria-se-reinventa-invierte-nueve-millones-en-su-nuevo-centro-logistico-eco-en-la-rioja>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

Calzado con Denominación de Origen. Cuatro años después de celebrar su centenario, Victoria acaba de inaugurar sus nuevas oficinas en Arnedo: el corazón del calzado. Se trata de la tercera ubicación de la empresa riojana, que empezó su andadura en 1915 en Cervera del Río Alhama, un pueblo riojano alpargatero. De Cervera del Río Alhama se trasladaron a Calahorra en 1999. Veinte años después, vuelven a trasladar de sitio su casa a la que buscan que sea la ubicación definitiva.

Al llegar al Parque Empresarial de la Maja, donde se ubica el nuevo centro logístico, el edificio de Victoria destaca del resto de naves industriales por su anatomía más que por su espacio. Se trata de un **edificio acristalado que ha tenido un presupuesto de ejecución de nueve millones de euros y que cuenta con 7.500 metros cuadrados de almacén y 1.800 metros cuadrados de oficina**. En Arnedo, Victoria también tiene tres de sus seis fábricas (otras dos se ubican en Logroño y la sexta al sur de Alicante).

Las oficinas se han construido bajo el estándar Passivhaus, un sistema pionero en la industria del calzado en España en el que el aislamiento y cerramiento son esenciales para reducir el consumo energético. Además, la compañía ha instalado cien paneles fotovoltaicos que proporcionan al edificio un balance positivo: “es capaz de producir más energía de la que consume; la luz se enciende cuando hay movimiento y las ventanas se abren automáticamente cuando el sistema detecta que hay una elevada concentración de CO₂ en las salas” cuenta Liborio Sevilla, consejero delegado de Victoria.

Además de unas paredes acristaladas que permiten ver y a la vez ser observados, el interior del nuevo centro de Victoria se caracteriza por su olor. **Victoria prepara para la temporada de verano 2020 el lanzamiento de Dear Wolrd, una línea de zapatillas sostenible** que lanzó sus primeros modelos el pasado verano. El de 2020 será la prueba definitiva: “cada año se desechan 300.000 toneladas de neumáticos, hemos cogido parte de esos neumáticos y los hemos convertido en siete suelas que son tres pares y medio de zapatillas no trace”, explica Ana Pérez, directora del departamento internacional de Victoria. **Una línea de productos que ha impregnado con aroma de fresa para mitigar el fuerte olor que desprendían los neumáticos.**

Modaes



Imagen del nuevo almacén de Victoria, que cuenta con un sistema automatizado.

Paseando por las oficinas se accede al **nuevo almacén. Equipado con 34 robots que gestionan de manera automática la preparación de pedidos**, la robotización del sistema de almacenamiento crea una *multishuttle* con veinte *boxes*, lo que equivale a 375.000 pares de zapatillas. Con este sistema, Victoria quiere mejorar la capacidad logística, personalizar los pedidos, acelerar los plazos de entrega y duplicar su capacidad de respuesta.

El nuevo almacén también dispone de un espacio de gestión convencional. **Entre los dos suman una capacidad máxima de almacenamiento de un millón de pares.**

Desde que oficializaron el traslado en agosto, todavía son muchas las cajas que viajan desde la antigua sede en Calahorra, donde aún guardan la colección de verano 2020 que esperan trasladar definitivamente en las próximas semanas a Arnedo.

En los últimos cinco años, Victoria ha duplicado la plantilla. En las nuevas oficinas trabajan 55 personas, las mismas que integraban las instalaciones en Calahorra. En total, con la suma de las cinco fábricas de La Rioja, **Victoria proporciona trabajo a un total de 200 personas en toda la comarca.**

Modaes



En las nuevas oficinas trabaja un equipo de 55 personas.

86% Made In Spain

Para Liborio Sevilla, consejero delegado de Victoria, el calzado no cuenta con el reconocimiento institucional que en su opinión merece la industria: “el calzado es el gran desconocido de La Rioja; el vino es el producto que apoyan institucionalmente”. “En La Rioja, Victoria ocupa el número 12 de la empresa que más exporta y el número 20 en volumen de facturación de toda la comarca”, añade.

En 2018, **Victoria vendió alrededor dos millones de zapatos, lo que se tradujo en una facturación de 32,5 millones de euros.** Una cifra que el consejero delegado de Victoria estima igualar este 2019: “será un ejercicio lineal con respecto al del año pasado”.

“**El 25% de las ventas se concentra en España, el resto lo exportamos a los 54 países donde estamos presentes**”. El mayor volumen de ventas de Victoria se concentra en sus más de mil tiendas multimarcas, y sólo un 12% de las ventas se generan a través del online.

Victoria fabrica 2.000 zapatillas al día. El 86% de su producción nace en España y el 14% en China.

Victoria fabrica el 86% de su producción en España y el 14% en China: “hay productos que no salen rentables fabricarlos en España porque el precio para el consumidor es más competitivo fabricándolo en otro país, esa es la realidad”, apunta Ana Pérez, directora del Departamento Internacional de Victoria. **Del 86% que se produce en España, el 80% sale de La Rioja**

Modaes

. El 6% restante se produce en una fábrica que tienen al sur de Alicante.

Victoria cuenta con una red de tres tiendas físicas: una en Seúl, otra en Bangkok y la última en abrir sus puertas, el año pasado, en Salamanca. En el resto de las ciudades están presentes en 1.100 puntos de venta multimarcas. Por ahora, la empresa descarta nuevas aperturas.

El modelo icónico de Victoria
La 66-13, la inglesa de Victoria, es la zapatilla de lona que más icónico de esta empresa centenaria del calzado. Un modelo que continúa fabricándose como lo hicieron por primera vez en 1950.

El sistema de fabricación es de vulcanización e incluye tres procesos: presión, temperatura y tiempo. La presión la da la presa, que es única por número de pie. La temperatura oscila entre los 120 grados y los 140 grados. Y el tiempo que perdura la zapatilla en el molde varía entre los 10 y 12 minutos en función del material con el que se esté fabricando.



Cada día se producen alrededor de 2.000 unidades del modelo más icónico de Victoria, la 66-13.

Con turnos de ocho horas repartidos en mañana y tarde, en las cinco fábricas que Victoria tiene en La Rioja producen hasta 2.000 zapatillas al día, sólo del modelo inglesa.

La maquinaria de las fábricas es la misma que llevan utilizando desde sus orígenes:

Modaes

“son máquinas que pueden tener alrededor de setenta años; la presa que utilizamos es la misma que antaño porque el modelo es el mismo, el diseño de la zapatilla no ha cambiado” aclara Jesús González, responsable del departamento de producción de Victoria.

Para Jesús González, cuando las cosas funcionan es mejor “no tocarlas”.

Planes futuros

Un zapato bonito, de calidad y a un precio competitivo en el mercado. Para Victoria, este es uno de sus mayores retos en los próximos años: "queremos dar al consumidor lo que está demandando: una zapatilla buena, bonita y barata, y que la pueda comprar en su tienda multimarca o sin moverse del sofá de casa", sentencia Ana Pérez.

En un intento de posicionar la marca como una firma respetuosa con el medio ambiente, la directora del departamento internacional de la empresa afirma que llevan “fabricando con algodón orgánico desde 1950, pero si no lo cuentas, parece que no eres sostenible”.

Las intenciones de Victoria en 2020 pasarán por profundizar la relación de la marca con los 54 países extranjeros donde tienen presencia.