

Calçadistas brasileiros se destacam na Colombiamoda

Bons ventos sopraram a favor das doze marcas de calçados que representaram a indústria nacional na Colombiamoda, semana de moda que movimentou a Plaza Mayor em Medellín na última semana de julho.

Cristófoli, Beira Rio Conforto, Modare Ultraconforto, Moleca, Molekinha, Molekinho, Vizzano, Pampili, Amazonas, Itapuã, New Face e Itsandal chamaram a atenção de compradores e imprensa com suas novidades cheias de bossa para o verão 2018. A participação brasileira foi apoiada pelo programa Brazilian Footwear, uma parceria entre a Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil).

De acordo com levantamento final realizado pela Abicalçados, as doze marcas comercializaram 85,5 mil pares in loco, representando USD 802 mil. Os resultados superam a edição de julho do ano passado, quando foram vendidos 74,5 mil pares, equivalentes a US\$ 712 mil. Para os próximos meses, os calçadistas esperam atingir vendas de US\$ 873 mil em função dos contatos realizados na mostra. “As empresas saíram da Colombiamoda muito satisfeitas pois os negócios superaram as expectativas. A feira esteve movimentada durante os três dias de mostra e nem mesmo no último dia este movimento diminuiu”, destacou Letícia Sperb Masselli, coordenadora de Promoção Comercial da Abicalçados.

Para Suyara Aguila, supervisora de exportação da Amazonas, a feira surpreendeu. “Os resultados ficaram acima das expectativas, abrimos clientes e mercados, estamos muito satisfeitos.” A marca participa da Colombiamoda desde a primeira edição apoiada pelo Brazilian Footwear, em 2015. A Pampili, que também participa da feira há três anos, mostrou-se satisfeita não só com resultados de negócios, mas também com constatações que foram possíveis durante a agenda em Medellín. “Viemos em busca de respostas para um direcionamento estratégico que estamos traçando na empresa e conseguimos levantar informações consistentes para tal”, frisou Lismere Santos, coordenadora de Negócios Internacionais da Pampili.

A evolução da mostra para o segmento calçadista chamou a atenção de Marcio Oliveira, gerente de vendas da Calçados Beira Rio. “O pavilhão de calçados está crescendo, o que nos traz compradores mais especializados, tornando o evento mais efetivo do ponto de vista comercial e não só de lançamento de coleções.”

O agendamento prévio de reuniões de negócios proporcionado pelo serviço de matchmaking contratado pelo Brazilian Footwear também foi destaque. “Os contatos do matchmaking desta edição foram muito importantes, são clientes-chave e difíceis de acessar. As reuniões foram muito efetivas”, contou David Lopez, distribuidor da Itapuã na Colômbia. A mesma percepção é compartilhada por Danilo Cristófoli, diretor da Cristófoli. “Passei para a Abicalçados nomes de clientes que eu gostaria de encontrar e todos vieram, não poderia ter sido melhor”, declarou o empresário.

Bate-papo sobre oportunidades, estratégias e exportação

Um dia antes de iniciar a feira, o Brazilian Footwear promoveu o Seminário Preparatório, um encontro entre os empresários brasileiros, um comprador e um designer colombianos. Durante o bate papo foram discutidas oportunidades, estratégias e possíveis barreiras de entrada do calçado brasileiro na Colômbia. O seminário contou ainda com a participação da primeira secretária da Embaixada do Brasil em Bogotá, Bertha Gadelha Abreu.

Carlos Pareja, gerente geral dos Almacenes Grulla e Wellco, ressaltou a importância de as empresas brasileiras se posicionarem cada vez mais como parceiras estratégicas dos players colombianos, e não apenas como fornecedoras. Algemiro Sierra, designer de marca homônima, disse que o consumidor colombiano de nicho está valorizando as referências locais, em uma tendência forte de consumo de moda “hecha en Colombia”. “Já não somos tão seguidores de moda internacional, mas vejo que estamos mais autênticos do ponto de vista de consumo”, destacou Sierra.

Os impactos da variação cambial dos dois países também foi tema da conversa. A primeira secretária da Embaixada do Brasil em Bogotá ressaltou que a moeda colombiana foi a segunda que mais desvalorizou no mundo, atrás somente do rublo russo. “O real, por sua vez, foi a terceira moeda”, afirmou Bertha.

O destaque final do bate papo ficou por conta da resolução assinada pela Dian, declarando que, em virtude do acordo bilateral Ace 59, o Brasil não está sujeito à sobretaxa sobre valores mínimos por par, o que impacta positivamente a exportação de calçados desenvolvidos em plástico, borracha, têxteis e sintéticos, que representam grande parte do volume de pares brasileiros comercializados com a Colômbia.

O Brasil aumentou seu market-share sobre as importações totais da Colômbia, chegando a 20% em 2016. Neste primeiro semestre de 2017, mesmo com uma retração nas importações colombianas, as exportações brasileiras já representam 23% sobre o total.

Moda nacional

Em paralelo ao Seminário Preparatório, aconteceu o Photocall, ação de promoção de imagem e de relacionamento das marcas brasileiras com a imprensa e formadores de opinião locais. A novidade desta edição ficou por conta da participação das marcas brasileiras expositoras da Colombiamoda e, também, das marcas participantes da IFLS – International Footwear and Leather Show, feira que ocorre de 9 a 11 de agosto em Bogotá. “Os convidados ficaram muito satisfeitos com a variedade de modelos e marcas, que renderam fotos que retratam a moda verde-amarela”, contou Helmer Valencia, diretor da agência de relações públicas que organiza a ação.

Sobre o Brazilian Footwear:

Brazilian Footwear é um programa de incentivo às exportações desenvolvido pela Abicalçados em parceria com a Apex-Brasil. Este programa tem por objetivo aumentar as exportações de marcas brasileiras de calçados através de ações de desenvolvimento, promoção comercial e de imagem voltadas ao mercado internacional. www.brazilianfootwear.com.br | www.abicalcados.com.br/brazilianfootwear

Sobre a Apex-Brasil:

A Apex-Brasil atua para promover os produtos e serviços brasileiros no exterior e atrair investimentos estrangeiros para setores estratégicos da economia brasileira. A Agência apoia cerca de 11.000 empresas em 80 setores da economia brasileira, que por sua vez exportam para mais de 200 mercados.

A Apex-Brasil também desempenha um papel fundamental na atração de investimento estrangeiro direto para o Brasil, trabalhando para identificar oportunidades de negócios, promovendo eventos estratégicos e dando apoio aos investidores estrangeiros interessados em alocar recursos no Brasil. www.apexbrasil.com.br

.Fonte: Abicalçados

<http://www.abicalcados.com.br>