

Havianas? Porque não As Portuguesas?

As novas chinelas que prometem embelezar a costa portuguesa por esses areais fora são portuguesas e feitas a partir da cortiça.

São mesmo portuguesas as novas chinelas, feitas da típica cortiça, que este ano prometem embelezar a costa portuguesa por esses areais fora. Mas qual é diferença em relação aos demais chinelos de praia?

Todas as ideias têm um pai, o pai de AsPortuguesas é o arquiteto Pedro Abrantes, que se apressa a explicar porque é que estes chinelos não têm nada a ver com os demais apesar de também terem cor e 'design' mais do que suficientes para

Conjugando esta primeira experiência "muito positiva com a cortiça", com outros fatores relevantes, como a formação de base de Pedro em arquitetura e a vontade de ter um projeto pessoal, foi levado "a conceber um produto que junta um pouco de todas estas áreas. Ou seja, um tanto ao quanto inesperado, versátil e sofisticado, com um interessante potencial de mercado e tendo sempre a cortiça como grande elemento diferenciador". Assim nasceram AsPortuguesas. Mas, claro, uma boa ideia sem a respetiva materialização de pouco vale.

"O principal desafio para a criação deste produto era a necessidade de aposta em áreas como o I&D e o desenvolvimento de produto, que culminasse no lançamento de um produto inovador para o mercado", conta o CEO. A produção, a comercialização e a distribuição foram outros desafios que tiveram que ser ultrapassados. E antes que os chinelos lusos chegassem aos pés dos veraneantes foram testados (no Centro Tecnológico do Calçado), não só em termos de performance, como de recetividade do mercado (dentro e fora de Portugal).

Os resultados estão à vista. AsPortuguesas têm alcançado "sucesso de vendas", releva Pedro. Os modelos da marca podem ser adquiridos no site da marca, com preços que variam entre os 26,90 euros e os 39,90 euros. Além da venda online, o empreendedor revela que em breve estará "em condições de divulgar as lojas multimarca, em diferentes pontos do país, onde a coleção estará à venda e de cativarmos parceiros adequados que nos ajudem a impulsionar e a fortalecer a valorização de 'AsPortuguesas'".

De olhos postos nos mercados externos
"Na sua essência, este projeto sempre

teve por objetivo ser das portuguesas (leia-se as mulheres portuguesas) para as portuguesas. No entanto, o processo de desenvolvimento do produto permitiu-nos desenvolver uma tipologia de 'flip-flop' extensivo também ao público masculino", explica o criador.

Em sintonia com esta estratégia o segmento de mercado de AsPortuguesas é o público "essencialmente urbano, divertido e sofisticado que valoriza 'design' e qualidade dos materiais". Um posicionamento que, sublinha, "é distinto da mera associação à praia".

No site de AsPortuguesas, Pedro Abrantes deixa a garantia: "We create high-quality, beautiful and versatile summer footwear". Tudo redigido em inglês, porque AsPortuguesas, apesar do nome, são fruto do "sonho de criar uma marca de calçado capaz de estar presente mundialmente e de elevar o nome de Portugal, país onde nasce a coleção".

O próprio material, a cortiça, também tem levado o nome de Portugal ao mundo inteiro. "Dado o seu potencial de exportação, considero que o mercado externo poderá representar uma fatia de 80 % do mercado total, (face ao mercado nacional)", ambiciona o fundador desta 'startup'. O direcionamento para os mercados externos é, pois, um dos objetivos de curto médio prazo, com ênfase nos EUA, França e Itália, e uma pequena aproximação ao mercado brasileiro. "A evolução de AsPortuguesas passará imperativamente por um crescimento focado no alargamento de mercados e da gama".

Porquê preferir AsPortuguesas?

Não há como contornar o facto de que existem marcas de chinelos muito familiares aos portugueses, tão familiares que todos os verões ficam gravadas no pé depois do estio. Como poderão AsPortuguesas conquistar estes portugueses tão habituados a outras marcas?

Pedro Abrantes é taxativo neste ponto: "A diferenciação de AsPortuguesas face a outros 'players' do mercado começa desde logo pelas características do produto, dado que tem a cortiça como principal matéria-prima, uma solução de cortiça resistente à água. A partir deste material natural, foi concebido um 'design' de sola inovador, que confere maior conforto no caminhar, sendo que a própria tira é mais ergonómica e confortável. Foi ainda possível desenvolver uma solução que apresentasse uma maior resistência na ligação tira-sola, resolvendo um dos principais problemas de desempenho dos flip-flops". E, claro, são 100% portuguesas. Tudo boas razões para conquistar o público.

Até ao momento, a recetividade dos portugueses a estes 'flip flops' orgânicos para usar do nascer ao pôr-do-sol na cidade, praia ou no campo, em várias cores e tamanhos, "tem sido notável, superando as melhores expectativas", diz o empreendedor que deu um novo uso a um material antigo e que com isso, deixa definitivamente para trás a velha ideia de que a cortiça não serve senão para rolhas. ■



brilhar dentro e fora dos areais. A grande diferença está na matéria-prima usada, a cortiça. A incubadora Amorim Cork Ventures que apadrinhou AsPortuguesas destaca outros elementos de diferenciação face aos chinelos 'standard', o 'design' da sola, a maior resistência na ligação entre a tira e a sola e a maior aderência em pisos molhados.

Como tudo começou...

Pedro Abrantes, CEO e fundador de AsPortuguesas, já tinha trabalhado com este material, no projeto hortas caseiras iPlant. E, conhecendo as suas características, identificou "uma lacuna de mercado neste segmento específico, que se prende com a falta de recursos a soluções ecofriendly", explicou ao Saldo Positivo.