

Undandy: Foi você que pediu uns sapatos por medida?

Sapatos de homem personalizados ao gosto do cliente são a grande aposta da Undandy, marca lusa cuja internacionalização passa por Inglaterra e EUA.

Demoraram perto de duas semanas a fazer, custam 220 euros, e agora seguiram, bem arrumados na caixa, para os antípodas de Portugal. O remetente: a empresa Undandy, de São João da Madeira. O destinatário: Mosman, nos subúrbios de Sidney. Não é sempre que aparece uma encomenda da Austrália por isso Gonçalo Henriques reparou nela. A maioria dos pedidos vem da Europa e, nela, claramente de Inglaterra, mercado onde a vida está a correr bem à Undandy.

quem os criou. “Desde há muitos anos que eu e o meu sócio falávamos com amigos sobre a dificuldade em comprar uns sapatos com um bom design e de qualidade mas sem um preço excessivo”, lembra Gonçalo, que recorda os tempos em que tendo de aderir ao fato e gravata, precisava de se calçar. Mas por um par de sapatos “bons e bonitos” tinha que pagar 300 a 400 euros. Por que não satisfazerem, eles próprios, essa necessidade?

dificuldade, no arranque da empresa foi mesmo convencê-lo a responder em tempo útil”. Ou seja, fazer um par de sapatos personalizados em duas semanas. Trabalharam muito perto do fabricante, “ajudando-o a implementar os processos necessários, com uma atenção especialíssima à pré-produção” – coisas como garantir que, em termos informáticos, as encomendas, os materiais (como as peles), estariam sempre disponíveis a tempo e horas.

de alguns clientes pode ir sempre mais longe. Na prática, há pedidos passíveis de ser satisfeitos e outros que nem por isso: “Ontem recebemos um pedido para que as solas fossem cozidas com uma linha de cor específica e isso não podemos fazer. Mas, se algum cliente pedir pele cor-de-rosa – apesar de não costumarmos usar essa cor – podemos fazê-lo.” Um simulador online permite criar a combinação ideal dentro das possibilidades, e há quatro modelos base de sapatos e dois de botas que podem ser customizados em cinco passos. Clica-se em cima do modelo escolhido, escolhe-se o tipo de pele a usar, as cores da pele, dos atacadores e das cozeduras e, finalmente, o número do sapato.



Materializar a ideia

“Lembro-me que (em trabalho) visitei uma fábrica de automóveis e percebi que, se era possível montar num modelo uma porta de cada cor – sem que essa personalização tivesse impacto no preço do produto –, por que não fazer o mesmo num par de sapatos?” Não saber absolutamente nada sobre sapatos poderia ter sido um ‘handicap’. Não foi. Mais: “Achámos não

A marca, lançada no ano passado pela mão de Gonçalo e do amigo Rafic Daud, aposta num nicho de mercado, os sapatos de homem, em pele, e customizados. É como quem diz personalizados ao gosto do cliente. À venda em duas lojas de Lisboa – Mister Man e Nuno Gama – a grande plataforma comercial da Undandy é online. Um site “apatriado”, como diz Gonçalo Henriques, em inglês, que podia ser de qualquer parte do mundo não fosse vender um produto com um histórico tão enraizado na economia lusa, os sapatos.

Só que estes não são uns sapatos quaisquer, nasceram de uma necessidade específica sentida por

só que poderíamos fazer uns sapatos personalizados e alternativos como fazê-los mais baratos (o preço médio são 220 euros) e em menos tempo – em regra uns sapatos feitos por encomenda demoram entre seis a oito meses a ser produzidos”, explicou ao Saldo Positivo.

Para materializar a ideia começaram por identificar – com a ajuda da associação de produtores de calçado – o ‘cluster’ de calçado masculino de qualidade em Portugal. Foi assim que chegaram a São João da Madeira. Depois de algumas visitas a fábricas, identificaram o parceiro ideal. Não foi fácil convencê-lo: “A nossa maior

Auto-financiaram o projeto e usufruíram de apoios do Portugal 2020. Atualmente, a capacidade produtiva da fábrica é bastante superior à utilizada. Por dia, fabricam tanto quanto vendem por mês, 150 pares. Portanto, um aumento substancial nas encomendas “não seria problema.” Hoje, com a experiência que vão ganhando, já concluíram que a maior dificuldade do negócio é o próprio comércio eletrónico: “Mesmo sendo um mercado de nicho é muito mais difícil do que pensávamos porque há muita competição”.

Apesar de o site ser “apatriado”, tal não significa que não clarifiquem que o seu calçado (há sapatos, mas também ténis e botas) tem bandeira. Aliás, essa é uma vantagem competitiva porque “há a perceção de que o calçado produzido em Portugal tem ótima qualidade sem ter o preço do italiano que é, até, um bocado snob”, nas palavras do empreendedor.

O que distingue os sapatos Undandy dos demais?

A grande diferenciação desta marca de sapatos masculinos em pele reside na possibilidade de comprar uns sapatos personalizados. O cliente pode escolher cores, materiais e decorações. Mas até onde pode chegar esta personalização? Na ótica

A estratégia de crescimento

Além da forte aposta no marketing digital (via Google e Facebook), a Undandy deu-se a conhecer em Portugal através de uma campanha junto da imprensa “que deu bastante cobertura”. Correu tão bem que vão replicar no Reino Unido, mercado onde vão apostar forte, nos próximos tempos pois revela “grande apetência por este tipo de produtos mais ‘fashion’ e alternativos”. Outro objetivo é crescer e consolidar onde já estão, nomeadamente EUA, sobretudo nas zonas mais remotas: “Cerca de 50% dos nossos sapatos são vendidos para zonas remotas, longe das grandes metrópoles, onde há pessoas muito sensíveis à moda que não têm lá produtos que as satisfaça”, conclui o gestor. ■