

## **Olympikus prevê exportações maiores**

*Sandra Azedo*

Com forte presença no Pan, marca espera aumentar para 15% as vendas ao mercado externo.

O aumento da prática da atividade física no Brasil deixa cada vez mais em forma os números conquistados pelos fabricantes de materiais esportivos. Todos vêem seus negócios crescendo de maneira bastante saudável, apoiados ainda por um varejo mais preparado para atender aos consumidores. O caso da grife nacional Olympikus, que corresponde a 41% dos negócios da Calçados Azaléia, não é diferente. A marca apresentou um faturamento de R\$ 410 milhões em 2006, salto de 28% na comparação com 2005 e ainda começou 2007 em ritmo acelerado: cresceu cerca de 80% em janeiro e mais 102% em fevereiro, comparado com os mesmos meses do ano passado. Na média, pretende terminar 2007 com um salto de 30% nas vendas.

O diretor de marketing da Calçados Azaléia, Paulo Santana, disse que os bons resultados podem ser explicados por vários fatores, começando por um planejamento que já vem de três anos e um maior incremento de tecnologia e design dos tênis. Isso significa que nos últimos dois anos, o preço médio de um calçado da Olympikus saltou 40% e agora está em R\$ 150.

Mas não é só isso. Entre 2005 e 2007, a marca está investindo R\$ 100 milhões em marketing, o que inclui o patrocínio aos jogos Pan-americanos Rio 2007, que acontecem em meados do ano. A marca também é cotista da transmissão do evento pela Rede Globo.

"Vamos vestir 26 das 42 delegações que estarão na competição", disse Santana, já de olho numa marca mais internacionalizada. "Isso trará grande divulgação da Olympikus, não apenas no Brasil, mas também na América Latina e até em outros países do mundo", completou, ao informar ainda que a região vizinha é mesmo o foco principal de exportação da marca.

No momento, cerca de 10% do que a Olympikus vende vai para mercados de fora. "Já exportamos para mais de 20 países e temos lojas-conceito no Chile, Peru e Colômbia", detalhou o diretor de marketing. Com os jogos do Rio, Santana afirmou que as exportações deverão ultrapassar os 15% do total de vendas da marca neste ano. "É um reforço para a nossa internacionalização."

### **Produção em alta**

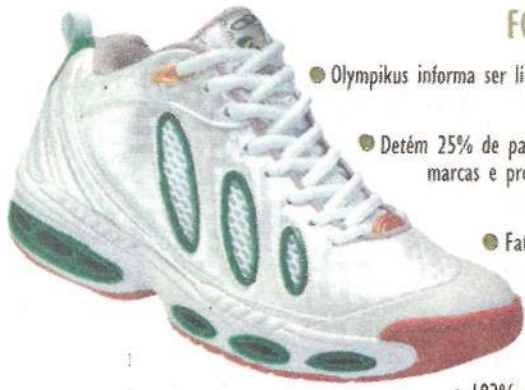
A Azaléia informa ser uma das cinco maiores empresas do setor calçadista no mundo e líder no segmento esportivo do Brasil em tênis, com 10% de participação em valor e 25% em volume.

O mercado de tênis no País movimenta R\$ 7 bilhões.

A companhia conta com fábricas na Bahia, Sergipe e no Sul do País. Apenas Sergipe não produz para Olympikus e, segundo Santana, as unidades estão todas operando na capacidade máxima. Sobre novos investimentos nestas unidades ou em futuras, o executivo disse que vai depender do movimento das vendas. "Vamos avaliar", disse Santana.

Este ponto de interrogação no que diz respeito a aportes em fábricas também está ligado a quanto os Jogos Pan-americanos vão interferir. Isso porque, vale lembrar, a marca está ligada a um leque de esportes do qual o futebol não faz parte. "No ano passado, por causa da Copa do Mundo, o momento foi das marcas que investem no futebol. O nosso é agora, com os Jogos Pan-americanos." A patrocinadora oficial da Copa do Mundo, a Adidas, por exemplo, viu suas vendas dispararem no Brasil com a ajuda do mundial na Alemanha. "Este é o melhor momento da história da Olympikus", disse.

Esta presença da marca é forte especialmente no vôlei, já que a grife apoia a Confederação Brasileira de Voleibol (CBV) desde 1997 e o Comitê Olímpico Brasileiro (COB) desde 1999, fornecendo, respectivamente, material esportivo para todas as seleções brasileiras de vôlei e para as delegações brasileiras em Jogos Olímpicos, Pan-americanos e Sul-americanos. Ainda tem contrato com a Confederação Brasileira de Atletismo (CBAT).



## FORÇA BRASILEIRA

- Olympikus informa ser líder do segmento nacional de material esportivo
- Detém 25% de participação no mercado de marcas e produz 10 milhões de pares de tênis por ano
- Faturou R\$ 410 milhões em 2006, aumento de 28% com relação a 2005
- Somente em 2007 cresceu 80% em janeiro e 102% em fevereiro, comparando com os mesmos meses de 2006
- É patrocinadora oficial e licenciada exclusiva para uniformes, calçados e acessórios nos Jogos Pan-americanos Rio 2007
- Investimento em marketing, de 2005 a 2007, é de R\$ 100 milhões
- Valor específico ao patrocínio dos Jogos é de R\$ 10,6 milhões

Fonte: Calçados Azaléia

Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 14 mar. 2007. Indústria, p. C5.