Gols do Uruguai animam gaúchos
Sérgio Bueno

Primeira colocada do grupo A da Copa do Mundo, o mesmo do também classificado México, da frustrada África do Sul e da fracassada França, a seleção uruguaia não está fazendo a alegria apenas dos torcedores do país. No vizinho Rio Grande do Sul, mais precisamente na cidade de Dois Irmãos, os executivos da Calçados Pegada estão comemorando uma campanha de marketing que começou modesta, mas teve a sorte de surfar na onda positiva causada pelo surpreendente desempenho da "Celeste" nos gramados sul-africanos.

Em março, três meses após o início de uma campanha institucional veiculada na TV uruguaia que se estendeu até este mês por apenas US$ 12 mil, a Pegada fechou um acordo com a Associação Uruguaia de Futebol para fornecer os sapatos sociais usados com exclusividade por toda a delegação do país na Copa. A negociação foi intermediada pelo distribuidor local da empresa, a Imexca, e custou quase nada. Apenas a produção dos 80 pares de calçados enviados para os uruguaios.

"Encontramos a parceria certa na hora certa", afirma Rafael Schmidt, da Target Export, que cuida das exportações da Pegada. Segundo ele, o acordo ficou mais fácil porque a Imexca também representa a Penalty, que fornece bolas para os treinos da seleção uruguaia. "Conseguimos uma exposição barata em comparação com os padrões brasileiros", diz. E o melhor é que o Uruguai tem chances de avançar ao menos até as quartas de final da Copa, já que nas oitavas enfrenta a modesta Coreia do Sul.

Agora, segundo Schmidt, a fabricante já prevê dobrar as exportações para o país vizinho neste ano, para 20 mil pares. Pode parecer pouco, mas se as previsões se confirmarem o volume vai representar 9,5% das exportações totais da Pegada, estimadas em 210 mil pares para cerca de 50 países em 2010, 60% acima dos pouco mais de 130 mil pares embarcados em 2009. O maior cliente, a Arábia Saudita, deve comprar 30 mil pares, calcula o executivo.

A empresa também prevê uma alta de 20% na produção total de suas duas fábricas (em Dois Irmãos e em Ruy Barbosa, na Bahia) em comparação com 2009, para 2,1 milhões de pares de sapatos, abotinados, sandálias e "sapatênis". Conforme Schmidt, a alta nas exportações deve-se ao bom desempenho dos distribuidores no exterior e às campanhas publicitárias.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 25 jun. 2010, Empresas, p. B4.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais