

Penalty quer fazer gols no mercado de alta renda

Fabricante de chuteiras e materiais esportivos investe na melhora do produto para fugir de concorrentes mais baratos

Amanda Vidigal Amorim
avidigal@brasileconomico.com.br

Com a invasão de produtos chineses no país, e sem competitividade produtiva, a Penalty, marca brasileira de chuteiras, acessórios e bolas para esportes com os pés, acaba de lançar uma campanha que pretende mostrar ao consumidor que ela já não é mais a mesma. “Estamos agregando valor ao nosso produto, não queremos mais concorrer com marcas baratas. Temos um produto de qualidade com tecnologia de ponta, e é isso que vamos mostrar ao consumidor”, afirma Roberto Estefano, presidente da Cambuci, grupo controlador da Penalty e também da Stadium, marca esportiva voltada para a classe C. Mas essa não é a única mudança na empresa. Com o intuito de crescer no mercado, Estefano afirma que a Cambuci está se estruturando para virar “uma gestora de marcas.”

Para este ano, Estefano afirma que não terão aquisições, já que a empresa está apostando todas as suas fichas na reestruturação da marca. “Mas para o ano que vem é certo que vamos ter novidades”, afirma o presidente. Sobre o tipo de produto que a empresa busca, ele não revela. Apenas afirma que tem que ser ligado ao esporte e que não concorra com as suas duas marcas.

A discrição quanto aos objetivos da empresa é justificada por Estefano pela concorrência do segmento esportivo. Apesar de dizer que não concorre mais diretamente com a Topper, marca controlada pelo grupo Alpargatas, ele admite que fica atento a todas as informações que saem sobre o “concorrente”.

Fábrica na Argentina, a primeira da marca fora do Brasil, deve entrar em operação no início de 2012 e atender o mercado onde as vendas da Penalty mais crescem



Roberto Estefano, presidente da Cambuci: meta de longo prazo é entrar nos EUA

Para este ano, com a mudança de posicionamento de marca, Estefano espera aumentar o preço de seus produtos entre 10% e 20%, dependendo da categoria. Serão investidos cerca de 2% do faturamento da empresa em pesquisa e desenvolvimento. “Temos um escritório com 30 pessoas que se dedicam integralmente a desenvolver e pesquisar novas tecnologias. E apostamos nisso para atrair o consumidor.”

A Penalty prevê faturar R\$ 27,6 milhões na Argentina neste ano. Atualmente, 60% das

vendas naquele país são de itens produzidos no Brasil, enquanto os outros 40% são fornecidos por terceirizados locais. Com a nova fábrica que a empresa está montando na Argentina, que deve ficar pronta no início do ano que vem, a produção local deverá responder por 60% do consumo. Será a primeira fábrica da marca fora do Brasil.

Estados Unidos

As vendas na Argentina, segundo Estefano, só tem crescido e é o principal ponto de expansão

da Penalty fora do Brasil. “Estamos na Argentina há muitos anos, passamos por todas as crises e continuamos lá, agora vemos o país crescer e resolvemos investir em uma unidade própria.” O investimento não foi alto, são US\$ 4,5 milhões, e deve contar com 300 funcionários.

Globalmente, a produção da empresa, que é hoje 78% própria e 22% terceirizada, deve contar nos próximos anos com novos fornecedores. Outro plano, ainda sem data, de Roberto Estefano é entrar no mercado americano. ■



Matéria

FRANQUIAS

Loja modelo será lançada este ano

Sem nunca ter entrado no mercado varejista, a Penalty quer agora tentar uma nova tacada, o mercado de franquias. Pensando nisso, a empresa inaugura em setembro deste ano a sua primeira loja própria. "Teremos um conceito do que a Penalty vende nessa loja. Não vamos vender, por exemplo, uma linha que não seja premium. As pessoas vão encontrar só o que a Penalty tem de melhor", afirma

Roberto Estefano, presidente da Cambuci, detentora da marca. A loja terá 190 metros quadrados e ficará no shopping Dom Pedro, na estrada que liga a capital paulista à Campinas. "O local foi escolhido pois é passagem para várias cidades do interior do estado, além disso é um local onde possui vários campos de futebol ao redor, o que estimula a prática do esporte", afirma Estefano. **A.V.A.**