

# NO MELHOR “PACE”

EM ENTREVISTA, PEDRO BARTELLE, CEO DA VULCABRAS, DISCORRE SOBRE O FOCO EM MARCAS DO SETOR ESPORTIVO E O COMPROMISSO COM A SUSTENTABILIDADE

por giulianna iodice

A Vulcabras, empresa que completa 70 anos em 2022, vem em uma crescente contínua, que pode ser atribuída a movimentos de Pedro Bartelle, CEO desde 2015. Nos últimos dois anos, mesmo no cenário atípico que a pandemia configurou, a empresa divulga resultados positivos, fruto de um trabalho sólido e movimentos estratégicos. Desde 2021, o portfólio de marcas passou a focar no setor esportivo, com a aquisição da Mizuno, e no desenvolvimento de tecnologias de ponta em terreno nacional. Também estão no escopo metas ambiciosas com o objetivo de se tornar uma empresa mais sustentável, como a implementação de energia limpa – possibilitada pela parceria com a Casa dos Ventos – em 100% do processo de produção. Confira, na íntegra, entrevista com Pedro Bartelle.



FOTO: DIVULGAÇÃO

**Versatille: Como a pandemia acelerou os processos e até mesmo alterou os planos para a estratégia da Vulcabras?**

**Pedro Bartelle:** A pandemia, em 2020, e seu segundo ciclo, em 2021, forçaram o fechamento do varejo, reduziram o fluxo nas lojas e mudaram a forma de consumo. Nós nos adequamos rapidamente a essa realidade e não desmobilizamos a nossa operação. Com isso, trouxemos de forma ágil coleções ajustadas para o novo contexto e oferecemos ferramentas de auxílio a venda para varejistas, que tiveram de reinventar a sua jornada de compra com a digitalização do trade marketing. Nos colocamos como parceiros do varejo neste momento e também consolidamos os nossos e-commerces das marcas. Ainda, seguimos com a expansão do portfólio de marcas, trazendo a Mizuno para nossa gestão em fevereiro de 2021. Com isso, ampliamos ainda mais a produção de calçados e trouxemos novas tecnologias para as nossas fábricas.

portfólio de marcas no segmento esportivo e ampliamos a gestão de marcas com a chegada da Mizuno. Também optamos pela não desmobilização do parque fabril, assim como a adaptação das coleções para a nova realidade que estávamos enfrentando naquele momento, e isso fez com que estivéssemos prontos para a retomada. Além disso, é importante citar que, nos últimos anos, fizemos investimentos de modernização, o que já nos trouxe resultados importantes e nos dá a perspectiva de alcançar novos records para todas as marcas do grupo.

**V: Quais são os focos da Vulcabras em 2022?**

**PB:** Nosso foco continuará sendo o segmento esportivo e, dentro das marcas, vamos fortalecer outras categorias, como a de ves-



VULCABRAS

**V: O que acredita ter sido fundamental para os resultados positivos do terceiro trimestre de 2021?**

**PB:** Mesmo em um cenário macroeconômico de alta volatilidade, pressão inflacionária e instabilidade política, fatores que impactaram diretamente o consumo, a Vulcabras adotou, e segue adotando, medidas estratégicas, mostrando que sua experiência, solidez e conhecimento de mercado fazem total diferença para garantir bons resultados. No início do ano, focamos nosso

tuário, atendendo ao crescimento do lifestyle esportivo e wellness, tendências de comportamento aceleradas pela pandemia. Como canal, seguiremos com a ampliação da nossa atuação dos e-commerces próprios das marcas. No último trimestre de 2021 também assumimos um compromisso importante de sustentabilidade. A partir deste ano, as unidades fabris localizadas em Itapetinga (BA) e

em Horizonte (CE) serão supridas com 100% de energia limpa por um dos maiores complexos de energia eólica do mundo, o Rio do Vento, no Rio Grande do Norte.

**V: Qual a “melhor” forma de passar pelos desafios e oscilações que o Brasil apresenta e seguir crescendo no mercado?**

**PB:** É difícil ter previsibilidade no Brasil. Por isso, num mercado hipercompetitivo, apostamos em produção flexível e ágil em nossas duas fábricas para entregar aos lojistas rapidamente produtos de alto giro, sem necessidade de grandes estoques no canal.

**V: Quais foram as inovações mais significativas que a Vulcabras implementou nos últimos anos?**

**PB:** A indústria calçadista nacional é altamente inovadora e tecnológica, nos mesmos níveis das indústrias asiáticas. A Vulcabras investe continuamente no desenvolvimento da sua produção e traz inovações mundiais para o mercado esportivo brasileiro. Temos um moderno centro de desenvolvimento e inovação de calçados em Parobé (RS), o maior da América Latina, e duas fábricas equipadas com tecnologias globais de ponta, que possibilitam a produção de calçados com os mais altos recursos, sendo assim possível replicar em solo nacional qualquer tipo de inovação estrangeira. Prova disso são os recentes lançamentos das marcas do nosso portfólio – com a Mizuno, em apenas um mês após a vinda da marca para o nosso grupo, começamos a produção da tecnologia Wave (uma das mais icônicas da marca); com Olympikus, lançamos o Corre 1 Eco, versão sustentável do melhor tênis de corrida já fabricado pela marca, com 67% de insumos recicláveis. O modelo conta com materiais como o EVA verde, que é feito a partir da cana de açúcar e está presente na sola e na palmilha do calçado; e com a Under Armour fomos os primeiros a produzir fora da Ásia calçados com a tecnologia de amortecimento UA HOVR, uma das linhas mais inovadoras da marca. Tudo isso comprova a credibilidade da Vulcabras, bem como a nossa capacidade para produzir os melhores artigos esportivos do mundo em solo nacional.



**V: Discorra um pouco sobre a parceria com a Casa dos Ventos e como foi o processo prévio ao anúncio do uso de energia limpa em 100% da produção.**

**PB:** A Vulcabras firmou um contrato de compra de energia com a Casa do Ventos, uma das principais companhias de energia eólica do país. Com contrato de 150 milhões de reais, por um prazo de até 13 anos, a empresa fornecerá a totalidade do consumo da Vulcabras, que é de 7 megawatts (MW). O negócio envolve o parque Ventos de São Mizaél, que faz parte do complexo Rio dos Ventos, no Rio Grande do Norte. Além da redução no impacto ambiental, ao todo, a empresa ainda terá uma economia de 25% em comparação ao gasto de 2019 e garante o plantio de 67 mil árvores no período do contrato. ☑