

Nae Vegan Shoes - de Portugal para o Mundo!

Estamos em 2008. Paula sempre teve um especial gosto por calçado, como a maioria das mulheres, mas o facto de ter adotado um estilo de vida Vegan fez com que se tornasse muito difícil encontrar calçado bonito, confortável e "animal-friendly". Havia falta de opções no mercado. Começa, assim, a aventura da criação de uma marca amiga dos animais e do ambiente, para todos os gostos e ocasiões – a Nae.

A Nae é uma marca de sapatos vegan para Homem e Senhora preocupada com a sustentabilidade ambiental, trabalhando com materiais naturais, reciclados e sustentáveis como a cortiça, o plástico reciclado (garrafas de plástico e não só), microfibras ecológicas, têxtil natural oriundo de fibras de plantas e borracha 100% natural.

Procurando, desde o início, ser uma marca alternativa para quem procura calçado português de design, com uma forte preocupação com o meio ambiente, a sustentabilidade foi uma aposta ganha no mercado. Sob o olhar atento de uma gama de consumidores exigentes e preocupados com a origem das suas matérias-primas, o principal desafio foi encontrar bons materiais de trabalho e conseguir



A Nae é uma marca de sapatos vegan para Homem e Senhora preocupada com a sustentabilidade ambiental

fábricas para fazer a produção. “Não é fácil iniciar uma marca. E torna-se ainda mais difícil quando o objetivo dessa marca é fazer sapatos e utilizar materiais sustentáveis e naturais na sua confeção. É preciso dedicar tempo a fazer pesquisas sobre novos materiais e conseguir fornecedores dignos e de confiança. Depois, é explicar às fábricas, que durante toda a sua existência fizeram calçado com recurso a pele, que é possível fazer sapatos recorrendo a estes materiais. Não foi um processo fácil. Foi necessária muita persistência e segurança no produto que estávamos a apresentar”.

Um aspeto importante para o crescimento da marca foi a descoberta da fibra de folha de ananás. Pois, para além da componente ecológica, por ser um material natural que resulta do desperdício, permite à marca o desenvolvimento da sociedade, já que promove a plantação do ananás junto das comunidades fornecedoras. “À parte de isto, a fibra de folha de ananás também consegue ser resistente e bonita, o que nos permite brincar e construir modelos atrativos. É sem dúvida o nosso maior trunfo neste momento”. Hoje o mercado está mais aberto à ►





proposta de valor da Nae e isso verifica-se na crescente procura por produtos naturais e sustentáveis. “Se olharmos para estes 11 anos, podemos dizer que houve uma clara mudança na forma de pensar de muito de nós. Toda a gente conhece pelo menos uma pessoa vegan ou já ouviu falar em movimentos como o ZeroWaste, por exemplo. Isto diz muito sobre o aumento do interesse, da procura de informação e da transformação na forma de pensar. Não foi sempre assim, mas neste momento o mercado está atento e aberto a marcas como a Nae que só querem minimizar o seu impacto no meu ambiente”. Destinando cerca de 70% da sua produção para mercados externos, o processo



de internacionalização aconteceu de forma gradual. “Na verdade, no início desta aventura não fizemos grandes planos de internacionalização e, portanto, tudo aconteceu de forma natural”, afirma a empreendedora. A Nae conta já com uma forte presença internacional, sendo a mesma mais expressiva em mercados

onde o veganismo se acentua mais, como no caso da França, Alemanha, Reino Unido e EUA.”

Tendo entrado no mercado fundamentalmente pelo canal online, potenciado pelas redes sociais e criando parcerias com os "media", hoje sentem “a necessidade de ter um espaço físico que pudesse não só transmitir confiança a quem compra online pela primeira vez, mas também proporcionar ao cliente um

contacto direto com o produto. Para já, estamos apenas em Lisboa, mas em breve vamos abrir uma loja em Barcelona”. Para o futuro está previsto o desenvolvimento de novos produtos que complementem a coleção, que já conta com sapatos, cintos, carteiras e sacos de algodão orgânico.

A quem quer empreender a empresa deixa o seguinte conselho: “Fazerem um bom plano de negócios, isso é fundamental. E depois serem persistentes pois o sucesso pode não chegar logo”. ■



Para o futuro está previsto o desenvolvimento de novos produtos que complementem a coleção, que já conta com sapatos, cintos, carteiras e sacos de algodão orgânico