

Goóc: na vanguarda criativa e de sustentabilidade ambiental

Empresa é destaque na criação de calçados, roupas e acessórios desenvolvidos a partir de borracha reciclada de pneu e tecidos – como jeans e lona – reaproveitados e tratados

Desde 2003 inserida no mercado, a Goóc destaca-se no Brasil pela originalidade de seus produtos, que conciliam a criatividade atrelada a sustentabilidade ambiental. Seu fundador Thai Q., é o grande mentor da marca, que em 2007 agarrou a causa ambiental para conscientizar seus consumidores.

A fórmula “*criatividade + sustentabilidade ambiental Goóc*” tem conquistado o mundo: atualmente países como França, Itália, Espanha, Portugal, Japão, Estados Unidos, Caribe, Austrália, Arábia Saudita e países da América Latina demonstram grande interesse pelos produtos desenvolvidos com borracha reciclada de pneu, fabricados em Feira de Santana (BA), responsáveis também por gerar emprego e benefícios na região.

A marca Goóc cresceu cerca de 600% desde seu início, em 2004. Possui cinco mil pontos de vendas em todo o território nacional e 10 Espaços Goóc. As exportações representam 4% da produção.

A origem da Goóc, assim como seu conceito, está totalmente ligada à história de vida de seu fundador, o vietnamita Thai Quang Nghia. Em 1978, com 21 anos, Nghia saiu de seu país e foi resgatado em alto mar por um navio da Petrobrás. Décadas após ter fixado residência no Brasil, Nghia criou o Grupo Domini, que em 2006 completou 20 anos, com as marcas Goóc, ÔMely e Koan.

Goóc: 1ª empresa a produzir calçados com borracha reciclada de pneu

Desde janeiro de 2006, a terceira unidade fabril Goóc, inaugurada em Feira de Santana, na Bahia, é responsável pela produção de toda linha de calçados e acessórios desenvolvidos com borracha reciclada de pneu. “Temos a intenção de concentrar nos próximos anos 100% da produção no Nordeste, região responsável pelo consumo de 75% de calçados em borracha em geral”, explica Thai Q., fundador.

“Sempre tivemos a preocupação ambiental em reutilizar para equilibrar o meio ambiente. O resultado são nossos produtos, que agregam valores de conforto, originalidade e responsabilidade social e ambiental, geram empregos e fazem bem ao planeta”, conta Thai.

A Goóc já reciclou, desde sua fundação em 2003, mais de 1 milhão de pneus, o que corresponde a 500km de pneus enfileirados.

1. O EMPREENDEDOR E A IDÉIA

Em 1979, um petroleiro da Petrobrás encontrou um barco de pesca em alto mar no sudeste asiático. Neste barco estava o vietnamita Thai Quang Nghia (48) que, com 21 anos e pressionado pelo regime comunista, fugia de seu país de origem. Hoje, 27 anos depois de ser resgatado, Thai é um brasileiro naturalizado, reside em São Paulo. Em 2003 fundou a Goóc - uma empresa de moda e vestuário que faturou R\$ 28.5 MM em 2005, vendendo 2,5 MM de pares de sapatos, empregando 400 pessoas (principalmente em suas fábricas em São Paulo e na Bahia) e com negócios espalhados por todo o Brasil. Também exporta sua produção para diversos países, como Estados Unidos, Alemanha, Espanha, Croácia e Suriname. Thai acredita que, por trás dos calçados, bolsas e peças de vestuário da Goóc, existe uma filosofia de vida relacionada a Harmonia, Conhecimento e Diversidade. Isto faz com que os produtos sejam inovadores e únicos e confere à marca um diferencial claro, com um posicionamento de imagem que a destaca de seus concorrentes. É este conceito forte e enraizado na organização, aliado à originalidade dos produtos da Goóc, que dão vida ao sonho de Thai e que tem propiciado um crescimento grande e consistente para a empresa - criando assim vantagens competitivas de escala e de custo para o negócio.

Thai chegou ao Brasil sem falar sequer uma palavra em português e, desde o começo, conseguiu juntar dinheiro devido às suas habilidades comerciais até que em 1984 iniciou o curso de matemática na USP. A grande virada em sua vida, entretanto, veio em 1986, quando morava numa pensão com uma família vietnamita que estava passando por uma crise financeira. Para ajudá-los, Thai começou a vender as bolsas que eles próprios produziam. O negócio deu certo e, em 1987, ele passou a produzir as peças. Durante o dia, vendia; à noite, cortava o tecido e imprimia as estampas. Toda a etapa da costura era terceirizada. A venda era feita em cidades menores como Itapevi, Cotia, Jandira, Mogi das Cruzes, entre outras, para fugir do centro saturado de São Paulo.

Com uma estratégia de distribuição porta a porta eficiente, Thai construiu sua clientela e começou a acumular algum capital. Era o início do grupo Domini – a primeira grande atividade empreendedora de Thai. O negócio cresceu e a Domini passou a ser o principal fornecedor de bolsas para a Avon Brasil. Da produção de bolsas para a produção de calçados, passaram-se mais de 15 anos. Em 2003, já com maior maturidade e com o objetivo claro de crescimento acelerado e de perpetuação dos negócios, Thai decidiu perder a dependência de um único cliente e criou uma marca própria de produtos diferenciados: sandálias, papetes e outros calçados com solado de borracha feitos a partir de pneus reciclados inspirados na cultura Vietnamita - era o início da Gooc. Em seu primeiro ano de vida a empresa se chamava Yepp, mas devido a problemas com o registro do nome, Thai mudou a marca para Goóc.

Na visão de Thai, os produtos da Goóc poderiam agregar valor à população menos privilegiada (em especial à classe C e D) aliando design, originalidade, cultura e qualidade a um preço que estivesse ao alcance dessa camada social. Os produtos foram um sucesso e em 2005 estima-se que foram utilizados mais de 500 Kms de pneus – cerca de 1 milhão de pneus reciclados na confecção dos produtos. Chamadas de *Dep - calçado prático* em Vietnamita - as papetes desenvolvidas pela Goóc eram similares às utilizadas pelos soldados vietnamitas durante as guerras pelas quais passou o país. A linha de produtos da Goóc se estende a bolsas e diversos produtos de vestuário, como calças, camisetas, cintos, pulseiras e shorts. Os produtos conseguiram conquistar rapidamente um posicionamento diferenciado na mente e no coração dos clientes. São inovadores não só na imagem e no posicionamento, mas também em seu desenvolvimento e produção: a utilização de pneus e lonas reciclados de caminhões, além de uma inovação fabril que reduz custos, é uma estratégia de marketing eficiente e muito perspicaz no mundo atual.

Os planos da Goóc são ambiciosos e Thai não tem medo de sonhar grande. Olhando para todo o histórico e potencial do negócio e, analisando todas as realizações deste

empreendedor, não é difícil acreditar que Thai chagará a meta de 210 milhões de produtos até 2014.

Dados 2007 Goóc

Produção / dia de chinelos de borracha em Feira de Santana - 12 mil pares

Expectativa de número de chinelos de borracha produzidos até o final de 2007: 5 milhões

Número de chinelos de borracha produzidos desde 2003: 8 milhões

Objetivo até 2014: produzir 210 milhões de unidades Goóc (um para cada brasileiro)

Crescimento da empresa – desde a fundação – 600%

Expectativa de crescimento da empresa para 2007: Consolidar processo interno da empresa

As exportações representam 13% no orçamento até o fim de 2008.

Preço médio do chinelo de borracha no mercado exterior: US\$ 30

Pontos de venda: quase 5 mil pontos de vendas e 10 Espaços Goóc (sendo que três deles são franquias)

Reciclou desde o ano de 2004: mais 1 milhão de pneus – o que corresponde a 500 km de pneus enfileirados.

16 Países em que a Goóc tem ponto de venda hoje: Canadá, EUA, Jamaica, Ilhas Caiman, Santa Lúcia, Colômbia, Equador, Bolívia, Portugal, Espanha, França, Alemanha, Itália, Angola, Austrália, Japão.

Objetivo com exportações: Até 2010 a marca tem a expectativa de atuar em mais de 30 países, com lojas e distribuição em multímarcas.

Informações para a Imprensa

[MAC] Maquinário Assessoria de Comunicação

www.maquinario.com.br

Carlos Lopes – Gerência Comunicação Institucional

Cimey Gadelha – Gerência Assessoria de Imprensa

Ana Paula Jacinto – Atendimento

anapaula@maquinario.com.br

11 3032-3903



