Josefinas já rodopiam em Nova Iorque

A marca de sabrinas Josefinas nasceu de uma ideia de Filipa Júlio, uma arquitecta do Porto. O futuro passa pela internacionalização

ANA TORRES PEREIRA
atp@negocios.pt

Sabrinas há muitas e agora até estão na moda. Este sapato raso, com um laço no topo, inspirado na sapatilha das bailarinas foi o ponto de partida de Filipa Júlio. Não foi preciso pôr-se em pontas para criar as Josefinas. Um ano passado desde o arranque do projecto, a arquitecta do Porto admite que a ambição é "vender as Josefinas às mulheres portuguesas". "Mas também queremos vender lá para fora e só assim é que podemos continuar", acrescenta.

Foi no "wonder room" da Moda Lisboa que Filipa Júlio esteve à conversa com o **Negócios**. À volta com as "suas" Josefinas e um olho na sua bebé recém-nascida, a arquitecta do Porto contou-nos que tudo ainda parece um sonho.

Há seis anos a trabalhar num gabinete de arquitectura, começou a pensar no futuro e no que poderia fazer. A ideia de criar uma marca de sapatos começou a formar-se e com o encorajamento dos amigos lançou-se à aventura. Participou num concurso de ideias, no ano passado, conheceu Maria Cunha e juntas fizeram-se ao caminho. "Fazer isto sozinha era impossível, porque o investimento era grande, uma coisa que eu não sabia como o fazer", explicou Filipa Júlio.

Com um investimento de 30 mil euros, as primeiras Josefinas surgiram em sete cores, com o apoio de um mestre sapateiro. "Eu tenho tido muita sorte. Quando fui falar com o senhor Jorge não tinha nada, só uma ideia, e ele teve um ano a trabalhar connosco sem receber nada", contou Filipa. A proximidade da linha de produção, em São João da Madeira, é um dos aspectos que esta empresária sublinha para garantir que tudo sai como sonhou.

A partir do blogue, as Josefinas começam agora a dar passos mais largos. Com o blogue traduzido em várias línguas, as primeiras já chegaram a países distantes como o Brasil, os EUA, França ou Macau. Filipa Júlio sabe que as Josefinas não são baratas (85 euros), mas também defende que esse é um preço justo "para ter um sapato de qualidade feito em Portugal". No entanto, afiança que vai "tentar procurar, por cá, trabalhar preços". "Ainda não pusemos a hipótese de fazer fora, perdia a proximidade", defende.

Para a colecção de Inverno, as Josefinas já estão com uma produção de 500 unidades. Com as duas colecções, Filipa Júlio espera registar um volume de vendas de 50 mil euros.

O futuro da marca passa pela internacionalização. Filipa considera que o Japão seria um mercado ideal para as Josefinas, mas os EUA, Brasil e Moçambique e Angola poderão ser os passos mais imediatos. E quem sabe abrir pequenas lojas, nos centros das cidades, com a marca Josefinas. "Eu nunca pensei em chegar aqui – fazer uma marca de sapatos saiu completamente do que eu esperava fazer na vida", admitiu.

negocios.pt
Saiba mais

> **Iniciativa**

Prémio Exportação
O Negócios e o BES premeiam os melhores exemplos de exportação e internacionalização do País.

Miguel Baltazar

Filipa Júlio | A fundadora das Josefinas vê o Japão como mercado ideal para as sabrinas criadas em Portugal.

PERGUNTAS A

● FILIPA JÚLIO
FUNDADORA DAS JOSEFINAS

"Preferia que me chamasse sapateira a empresária, mas quem sabe criativa..."

As Josefinas deram os primeiros passos num concurso de ideias e numa conversa com o avô. Filipa Júlio, com o apoio de Maria Cunha, quer pôr estas sabrinas a andar pelo mundo. Quanto ao futuro, a arquitecta está confiante que este seja brilhante.

Porquê os sapatos?
O meu avô era sapateiro, agora está reformado – não sei se uma parte vem daí. Depois achei que fazia sentido, ter uma marca nacional que ficasse referenciada com um tipo de sapatos que não era muito fácil encontrar no mercado. Ou melhor, existem sabrinas no mercado, mas não este tipo.

O que distingue as Josefinas?
Eu como cliente gostaria de ir a uma sapataria e encontrar aquelas sabrinas clássicas, com uma só cor, que não tivesse muitas aplicações e que o laço fosse ajustável, ou seja, o sapato clássico do ballet adaptado à rua.

Como surge o nome Josefinas?
Andámos durante muito tempo com o nome bailarinas, mas era muito genérico e não tinha muito carisma. Depois surgiu o nome da minha avó materna que é Josefina e rima com bailarina e achei que era engraçado. Depois de algumas conversas com os meus colegas, discutimos a ideia, isso é muito vulgar em arquitectura, achei que Josefinas era um nome forte.

O material é todo português?
Sim, estamos a tentar trabalhar com uma fábrica em Seia, há um representante em São João. Agora, não é um processo fácil, principalmente para equilibrar as contas.

Neste momento acumula este projecto com a arquitectura. Daqui a um ano gostaria que lhe chamasse empresária?
Preferia que me chamasse sapateira a empresária – é um nome tão feio –, mas quem sabe criativa.

IDEIAS-CHAVE

TUDO COMEÇOU COM UMA IDEIA QUE JÁ SE TRANSFORMOU EM NEGÓCIO

1 LANÇA-SE NUM CONCURSO DE IDEIAS
Filipa Júlio lança-se num concurso de ideias com um projecto já muito concreto na sua cabeça, lançar uma marca de sabrinas no mercado nacional, com materiais "made in Portugal". Com as sabrinas das amigas, Filipa apresentou a sua ideia que captou o interesse de um dos membros do júri, Maria Cunha, hoje sua sócia.

2 APOIOS À GESTÃO
Aliar-se a Maria Cunha foi fundamental, não só pelo investimento, mas porque esta gestora já tinha uma empresa constituída – equipa de designers, programadores, gestão de conteúdos on-line.

3 QUAL FOI O INVESTIMENTO INICIAL
Para arrancar as Josefinas precisaram de 30 mil euros para se fazerem ao caminho. As receitas previstas são de 50 mil euros.

4 JOSEFINAS NO MUNDO
O Brasil e os EUA são as prioridades para lançar as Josefinas no mundo.

Pub

EMPRESAS PREMIADAS NA CATEGORIA INTERNACIONALIZAÇÃO

GRANDES EMPRESAS

Vencedores:

Menção Honrosa:

PME

Vencedor:

Menções Honrosas:

PRÉMIO REVELAÇÃO

Vencedor:

http://premiosexportacaoeinternacionalizacao.negocios.pt

APOIO:
coface