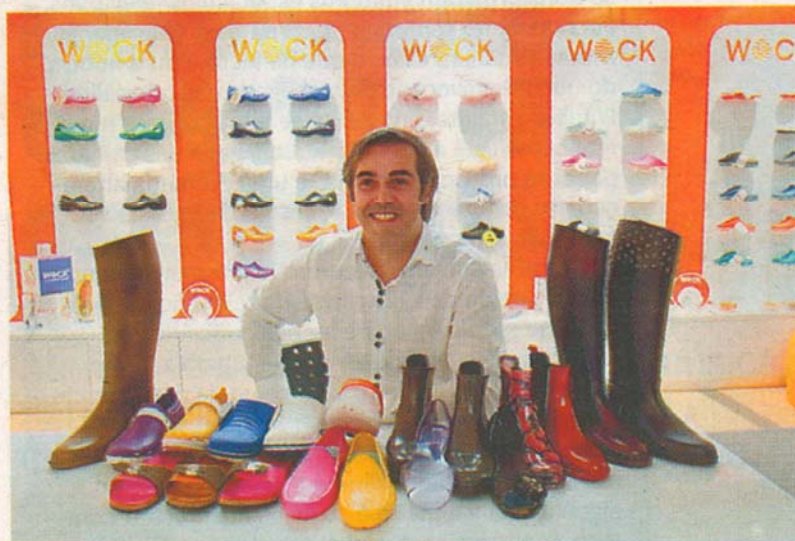


Wock As crocs portuguesas invadiram as salas de operações

O nome é um misto de andar (*walk*) e trabalhar (*work*) – com o maior conforto possível. São da Procalçado que fornece a Carolina Herrera e Onofre



José Pinto quer dar cor ao ambiente de trabalho. FOTO: VERÔNICA PINHEIRO

Há quatro décadas a fazer solas para algumas das melhores empresas de sapatos nacionais e europeias, a Procalçado decidiu, em 2007, diversificar-se. Um ano depois nascia a Wock Clog, com uma coleção de socas de cores vivas, fabricadas com um elastômetro termoplástico que as molda ao pé, tornando-as especialmente confortáveis para quem tem de passar muito tempo em pé.

A associação foi quase imediata, sendo rapidamente batizadas como as *crocs* portuguesas – mas as Wock destinam-se a uso profissional, cumprindo as normas apertadas dos hospitais e da indústria farmacêutica, da cosmética, indústria alimentar, etc.

“Queremos ser reconhecidos como uma empresa que vai mudar as regras do jogo do calçado que se usa no meio hospitalar. Não têm de ser só socas nem têm de ser todas pretas, azuis ou brancas”, explica José

Pinto, responsável da Procalçado. Nessa lógica, desde a criação do primeiro modelo, bicolor, as coleções foram crescendo, com as Clog transparentes, as Everlite – 70% mais leves do que os outros modelos – e agora as Wock Moc, os primeiros mocassins profissionais do mundo. Há, também, as sandálias para os SPA. O próximo passo? Lançar no mercado uma nova linha de artigos biodegradáveis, em 2013.

Além de serem flexíveis, leves, antiderrapantes e antiestáticas, em todos os modelos há uma preocupação com as últimas tendências da moda. “Podem ser mocassins e podem ser cor-de-rosa, amarelos, castanhos ou azul-celeste. O mundo mudou e as pessoas evoluíram. O trabalho não tem de ser um ambiente aborrecido. Vamos mudar o mundo, torná-lo diferente e colorido”, diz José Pinto.

Atualmente, a Wock representa 10% da faturação da Procalçado, mas o objetivo é que, em cinco anos, chegue a 50%. A marca, que é vendida em farmácias e lojas de artigos ortopédicos, e exporta 70% da produção para mais de 40 países, do Japão ao Brasil e Médio Oriente.

Porque a inovação é um traço importante da identidade da marca, recentemente, a empresa começou a desenvolver sapatos de borracha vulcanizada, termoplástica ou poliuretano na área da moda. “Quisemos pôr à disposição dos clientes as tecnologias que desenvolvemos”, explica José Pinto. Dessa parceria nasceu uma nova linha, em regime de subcontratação, para clientes como Cubanas, Carolina Herrera ou Luís Onofre. “Com o preço das peles a subir, é preciso encontrar alternativas. Marcas como a Gucci têm sempre, pelo menos, duas linhas na área dos plásticos por coleção. Acreditamos que há aqui um mercado a explorar até porque os materiais evoluíram, já não são simples PVC.”

—Ilídia Pinto

● As Wock Clog nasceram em 2008 e destinam-se a profissionais da saúde e cosmética. ● A marca representa 10% dos 20 milhões faturados pela Procalçado. ● Os modelos já estão presentes em 40 países. ● Os preços começam em 42 euros. Estão à venda no site da marca, em farmácias e lojas ortopédicas. ● A empresa fabrica calçado de moda em subcontratação para Carolina Herrera, Luís Onofre e Cubanas. www.wockshoes.com