

No início era o sapato...

Agora o importante é o pé

Este mês dedicamos o nosso espaço para falar com Paulo Silva. Antigo colaborador da Revista Atletismo, apresentando os vários modelos de sapatos, desenvolveu a sua actividade procurando um maior conhecimento de forma a aconselhar o melhor produto em cada caso. Membro de uma organização internacional de especialistas na área, lançou um site que é uma referência. "Ao Correr da Net" conversou com ele.

RA - Apesar de ainda ser jovem (34 anos), desde há alguns anos, o Paulo Silva é reconhecido como um dos maiores especialistas portugueses em calçado desportivo. Sempre trabalhou nesta área? Porquê o interesse num sector tão específico?

PS - O meu percurso profissional começou em 1987, com catorze anos, numa mercearia típica de bairro; daquelas onde os clientes pediam desde 200 g de fiambre até 25 litros de tinta de água ou que lhes fossemos entregar o gás a casa. Depois de uma passagem de dois anos pela restauração, de 1990 a 1992, em regime de part-time (tentando conciliar com os estudos), aos 18 anos, decidi procurar um trabalho a sério e de preferência menos sujo e pesado que a restauração. Assim, candidatei-me a vendedor na loja "The Athlete's Foot".

A minha primeira sensação não foi das melhores, não gostava muito do trabalho. Recordo-me que no final do meu primeiro dia comentei com um colega: "Não gosto muito disto, é um trabalho muito triste. O cliente pede-me um sapato 41 e eu vou buscar, o cliente experimenta, decide levar, paga e pronto".

No entanto, no dia seguinte, o responsável de turno colocou uma cassete de vídeo nos televisores da loja. Essa cassete promocional explicava os conceitos e tecnologias do calçado de uma marca. Ao ver o filme pensei: "Final, isto não é só vender calçado, existe uma ciência e um saber por trás", e, a partir desse momento, decidi aprender tudo o que pudesse sobre tecnologias e materiais do calçado desportivo, e fui dando conta de que não existia muita informação, havia mesmo desinformação e desconhecimento, o que me levou a querer especializar-me.

RA - O Paulo é membro da "Society of Shoe Fitters", tendo sido o primeiro não britânico a consegui-lo e logo com uma nota de 97% no teste de admissão. Na prática, o que significa ser membro desta sociedade?

PS - Ser membro da "Society of Shoe Fitters" significa que o meu conhecimento e capacidades foi "certificado" por uma entidade independente que promove a informação, saúde e bem estar dos membros inferiores. Esta qualificação (MSSF no final do nome) é reconhecida pelo jornal das profissões da Rainha do Reino Unido. Na prática, significa pertencer a uma organização profissional sem fins lucrativos cujos membros possuem interesses semelhantes. Esta certificação é sinónimo e garantia de um atendimento profissional.



RA - Em todos os fóruns em que participa, na Net, parece ter sempre uma resposta para quem lhe expõe os problemas sobre pés/calçado. Quanto tempo dedica ao estudo das novidades sobre calçado desportivo, materiais, tratamentos, etc?

Pergunta difícil de responder (risos). Quando a nossa mulher se zanga com o dinheiro que gastámos num livro sobre pés e calçado

site à lupa



consegro contabilizar. Mal ligo o computador estou a investigar sobre o assunto. É mais forte do que eu.

RA - Na sua opinião, quais são os principais problemas que afectam os pés dos atletas portugueses e a que se devem?

PS - Essencialmente existem dois tipos de problemas: - Os problemas anatómicos e biomecânicos: com a instabilidade no topo, não são, na maioria das vezes, sequer detectados pelos atletas, treinadores e/ou mesmo profissionais de saúde. São resultado de uma série de condicionantes anatómicas e biomecânicas. Existem também os problemas de acomodação, resultando em bolhas, calos e outras pequenas lesões dérmicas simples. São resultado do desconhecimento dos atletas, de preconceitos, em ideias passadas por campanhas publicitárias ou no chamado "senso comum", e infelizmente, a maioria dessas ideias são desajustadas da realidade, resultando em cuidados pobres ou desadequados. Por exemplo, a maioria dos atletas de pelotão, quando sofre alguma lesão nos joelhos, procura calçado com maior capacidade de amortecimento de impactos, convencidos que estão a solucionar o problema, quando, na realidade, na maioria dos casos essa solução vai agravar o problema.

RA - Fala das fortes campanhas de marketing das marcas que levam os vendedores e os consumidores a escolhas erradas, mas, as marcas não deveriam ser as primeiras a educar os consumidores?

PS - Sim, é verdade, "deveriam". O problema é que as pessoas que desenvolvem, projectam e comercializam o calçado, não sabem muito sobre o funcionamento dos pés. As noções mais avançadas baseiam-se, muitas vezes, em modelos e estudos estáticos, que nada têm a ver com a complexidade do pé humano em esforço.

RA - O Paulo Silva desenvolveu o Protocolo de Acomodação do Calçado Desportivo. Para quem não sabe, do que se trata?

PS - O protocolo de acomodação de calçado desportivo é uma ferramenta de venda, desenvolvida para proporcionar ao vendedor profissional de calçado desportivo e ao cliente, uma garantia de satisfação próxima



encomadado dos EUA e que ainda por cima ficou retido na alfândega ou do tempo que dedicamos a navegar na Internet, é sinal que dedicamos um bocado mais do que devíamos.

Na verdade, a partir do momento que descobri que o mais importante não era somente o calçado, mas o que eu designo como o "casamento" entre o pé e o sapato, dedico mais tempo ao estudo dos pés e a sua função do que ao calçado, mas, sinceramente, não

ma dos 100%, reduzindo desta forma as probabilidades de aparecerem lesões provocadas pela utilização de calçado desadequado. Baseia-se em dez passos: 1 - Analisar ambos os pés; 2 - Fazer análise podométrica pessoal (medir os pés com um aparelho chamado Brannock device); 3 - Registrar dados dos pés numa ficha própria; 4 Interpretar dados da análise podométrica pessoal (este interpretação informa o vendedor que tipo de pé tem o atle-

ta e quais as suas necessidades em relação ao calçado); 5 - Recomendar meias adequadas; 6 - Recomendar palmilhas e/ou ortóteses plantares (palmilhas ortopédicas), caso seja necessário; 7 - Seleccionar modelo de calçado adequado às necessidades do cliente; 8 - Experimentar modelo de calçado (com meias e palmilhas seleccionadas); 9 - Fazer modificações/ajustes necessários (como, por exemplo, modificar a forma de amarrar); 10 - Telefonar ao cliente entre três a quatro semanas a perguntar sobre calçado escolhido (caso este não se encontre satisfeito, convidamo-lo a voltar à loja e aplicar de novo o protocolo para verificar qual foi o erro).

É minha intenção que este protocolo de venda venha a ser um "standard" de garantia na qualidade do serviço de venda de calçado a retalho. Pretendo efectuar um estudo da sua validade científica e aplicá-lo em todo o país como uma marca de atendimento de excelência.

RA - Quando e porque é que criou o site Calcadodesportivo.com? Já atingiu o seu objectivo ao criá-lo?

PS - Como disse, a partir do momento em que assisti à famosa cassete vídeo, decidi aprender tudo o que pudesse sobre tecnologias e materiais do calçado desportivo, de forma a aplicar esses conhecimentos nas vendas. Em 1994, tive a ideia de criar um manual, onde reunisse toda a informação relacionada com os materiais e tecnologias das marcas de material desportivo, como forma de transmitir a informação a todos os colegas que se dedicassem à venda de têxtil e calçado desportivo. Comecei por fazer uma versão inicial em papel, dactilografado por mim numa máquina de escrever. Cedo pensei que a melhor forma de continuar seria com a ajuda de um computador, pois seria capaz de manter um texto base, que poderia ir alterando à medida que fosse criando o manual.

Nesse mesmo ano com a ajuda de um colega de trabalho, acabei por criar um pequeno manual, do qual fiz algumas cópias (não me recordo de quantas), que ofereci a vários colegas da loja e também de outras lojas. Em Setembro de 1995, o fenómeno da internet começou lentamente a surgir para o público, o que me levou a procurar informação relacionada com as tecnologias e materiais através deste meio, com a ajuda de um colega estudante no Instituto Superior Técnico de Lisboa.

Em 1999, finalmente, tive a oportunidade de comprar um computador. Nesse ano, num pequeno espaço disponibilizado pelo meu ISP, criei uma página pessoal onde coloquei alguns dos artigos de minha autoria publicados na Revista Atletismo. Numa das minhas muitas noites de navegação na internet, encontrei o site www.omundodacorrida.com. Achei que o site estava muito completo e que era muito útil a quem procurava informação sobre corrida popular na internet. Achei que seria interessante colaborar, através de informação relativa ao calçado desportivo. Depois de uma relutância inicial, o webmaster do site aceitou. Cedo comecei a receber mais e mais e-mails dos visitantes do site, muitas vezes com perguntas semelhantes, o que me obrigava a ter de responder à mesma pergunta várias vezes. Este facto foi reforçando a ideia que deveria criar um site onde pudesse reunir toda a informação. Em 2000, durante umas férias, resolvi criar um manual mais avançado, relacionado com calçado desportivo e acomodação, esse manual, foi mais tarde a base do site. Depois de utilizar vários domínios, em Novembro de 2004, decidi que estava na altura de comprar um domínio ".com", e assim, aproveitando uma promoção anunciada numa revista de informática de um novo fornecedor do serviço, comprei a morada www.calcadodesportivo.com. Creio que o objectivo a que me propus inicialmente está alcançado: reunir num único sítio informação relacionada com calçado desportivo e saúde dos membros inferiores.

RA - Quais as principais secções que destaca no site? Porquê?

PS - Sendo o meu "filho", não gostaria de dizer que tenho secções favoritas, mas posso destacar duas: o auto-diagnóstico on-line; onde os visitantes podem, interactivamente, tentar saber mais sobre a lesão e ou doença que os aflige e qual é a sua relação com o calçado; o fórum, onde além da simples navegação os visitantes podem, opinar, partilhar, inquirir, interagir, enfim, construir uma comunidade virtual.

RA - Tem uma ideia do número de visitas diárias ao site? O que tem feito para o divulgar?

PS - Neste momento, a média diária está em 348 visitas, somando cerca de 10500 visitantes mensais. Destes, cerca de 51% é de origem brasileira e 41% portuguesa. Os restantes 8% são, na sua maioria, visitantes de Espanha e Estados Unidos.

A maior parte da divulgação é feita de duas formas: a) A minha assinatura que aparece nos fóruns onde escrevo sobre calçado apresenta um link para o meu site; b) Algumas parcerias de troca de links com outros sites de conteúdo relacionado com o desporto, como são os casos do ammamagazine.com, do Runporto ou do gd4caminhos.com.

RA - Que medidas gostaria de tomar para poder promover mais o site? Tem contado com o apoio de algumas marcas de calçado? Com que tipo de apoios conta?

PS - Uma vez que o site não gera benefícios, estou a tentar arranjar apoios para me deslocar a eventos desportivos onde estaria a medir pés e a dar conselhos aos atletas. Para tal espero aprofundar as parcerias que já tenho com a Runporto e o Grupo Desportivo 4 Caminhos, além, claro está, de abrir mais parcerias com outras entidades. Estou aberto a parcerias,

Também estou aberto a parcerias com lojas que queiram pequenas "clinics" ou sessões de esclarecimento, desde que existe uma relação ganha-ganha estou aberto a ideias.

Neste momento, não tenho apoios de nenhuma marca de calçado desportivo. As marcas de calçado devem perceber que este é parte do seu público alvo. Não representa a maioria do mercado (trata-se de um nicho), mas, são mais fiéis do que o restante público, porque, ao contrario da generalidade dos consumidores, não são influenciados pela moda. Estou convencido que o mercado total deste nicho representa muito dinheiro, só não vê uma excelente oportunidade de negócio quem não quiser ou quem estiver muito distraído.

Tenho apoio das palmilhas Iroman. Eles têm sido uma ajuda preciosa e está a decorrer um passatempo no site onde os visitantes se habitam a ganhar dois pares de palmilhas por mês durante um ano.

RA - O que é que o motiva a partilhar os seus conhecimentos sobre a temática do calçado desportivo?

PS - O que me motiva é a satisfação de estar a ajudar as pessoas. Para mim, um agradecimento sincero é o maior elogio, pois é sinal que o meu trabalho vale a pena.

RA - Se daqui a um ano o voltássemos a entrevistar, como gostaria que estivesse o seu site?

PS - Traduzido para inglês e castelhano, auto-suficiente economicamente (que os ganhos em eventual apoio publicitário directo ou indirecto cobrissem os custos de manutenção), com muitas parcerias de colaboração, associado a uma loja física, onde as pessoas pudessem ser atendidas com o protocolo de acomodação de calçado desportivo e, claro, uma referência na informação sobre a saúde dos membros inferiores.

Acho que o site deve passar do mundo virtual para o mundo real. Acredito que uma extensão da marca (loja física e produtos próprios) seria o caminho natural. O céu é o limite!