

Clássica grife gaúcha nasceu na Expointer



Francis Barbosa, um dos nomes à frente da Malacara, tradicional marca gaúcha de itens em couro

A Malacara nasceu em 2008, em uma edição da feira de agronegócio. Atualmente a marca conta com um mix de produtos que vão desde calçados a acessórios.

➔ EXPINTER

JÚLIA FERNANDES
juliaf@jcrs.com.br

A história da **Malacara Store** começa dentro do Parque de Exposições Assis Brasil, em Esteio. Foi em uma edição da Expointer, em 2008, que a marca deu seus primeiros passos. Inicialmente, a proposta do negócio eram botas masculinas, mas não demorou para que a marca conquistasse também o público feminino.

Atualmente, a Malacara conta com uma ampla variedade de produtos, como bolsas, calçados, vestuário, itens de decoração e um mix de acessórios — de chapéus, joias, lenços e cintos a acessórios de chimarrão. Apesar da diversificação, o campo segue como ponto de encontro entre as diferentes linhas da marca, que busca traduzir elementos da cultura e do estilo de vida gaúcho para produtos que vão além do tradicionalismo. A grife de origem gaúcha conta, inclusive, com peças de alto valor agregado, que podem chegar a R\$ 28 mil, como a jaqueta de couro python.

"O nascimento da Malacara foi aqui na Expointer, foi o nosso primeiro estande, o nosso primei-

ro trabalho. A gente desenvolvia somente botas masculinas, as botas de gaúcho", conta Francis Barbosa, um dos três sócios da marca. De acordo com o empreendedor, desde a primeira feira as mulheres passaram a comprar os modelos pelo conforto do calçado. "Já no primeiro momento, a gente percebeu a necessidade de fazer as botas femininas", destaca.

A percepção identificada ainda nos primeiros anos ajudou a direcionar a expansão do negócio. O que começou com um produto específico ganhou novas categorias e passou a atender diferentes perfis de consumidores, sem abandonar a ligação com o campo. Hoje, a Malacara atua diretamente com o consumidor final, mantendo uma loja junto à fábrica, em Farroupilha, outra unidade em Gramado e o e-commerce próprio. A marca também participa de feiras ligadas ao agronegócio em diferentes regiões do Brasil.

Apesar da variedade de produtos, Francis afirma que os artigos de couro continuam sendo o

carro-chefe da empresa. "Todos eles são de produção própria, produzidos na Serra Gaúcha. Todos calçados, jaquetas de couro, cintos, bolsas são os destaques da marca", aponta o sócio.

A produção concentrada na Serra permite à empresa acompanhar diferentes etapas do desenvolvimento das peças e manter a identidade associada ao couro e ao trabalho artesanal.

Na Expointer, a relação com o público ganha uma dimensão ainda maior. Para a Malacara, a feira de agronegócio representa mais do que uma oportunidade de venda. É também um momento de contato direto com consumidores que fazem parte da história da empresa e de avaliação dos resultados construídos ao longo do ano.

"Como nascemos na feira, é aqui que a gente encontra o nosso público e tem a certeza e a comprovação que o nosso trabalho do ano está sendo bem feito. Aqui, é onde medimos isso no contato direto com o cliente. Funciona como um termômetro", explica Francis.



As botas e demais artigos de couro são os destaques da Malacara

MURAL

➔ A Oramax, rede de atacarejo de materiais de construção do Brasil, está com inscrições abertas para o **Programa de Trainee 2027**. Com salários de R\$ 6,5 mil, as vagas são para as áreas Comercial e Logística, distribuídas por praças como São Paulo, Porto Alegre, Curitiba, Florianópolis, Balneário Camboriú, Itajaí, Recife, Maceió, Natal, João Pessoa e Fortaleza. O programa tem duração de 15 meses, não exige experiência prévia e requer conclusão do ensino superior entre janeiro de 2020 e junho de 2026, CNH categoria B e disponibilidade para mudança. Interessados devem se candidatar até 30 de setembro em traineeoramax.com.br.

➔ A Isla Territórios Digitais, agência digital de Porto Alegre, está com vagas abertas para os

cargos de Gestor(a) de Contas, Social Media, Copywriter e Designer, com opções de trabalho presencial, híbrido e remoto. Interessados devem enviar currículo e portfólio para o e-mail maycon.matos@isladigital.com.br.

➔ Estão abertas, até 29 de setembro, as inscrições para o **Trainee Ensina Brasil**, com mais de 100 vagas espalhadas pelo País. A proposta é formar futuras lideranças a partir de uma vivência de 2 anos na educação pública, com salário entre R\$ 3 mil e R\$ 7 mil por mês, dependendo da localidade. Podem se candidatar brasileiros natos ou naturalizados formados entre dezembro de 2021 e janeiro de 2027, em qualquer curso de Bacharelado ou Licenciatura, sem precisar ter experiência em sala de aula.

EVENTOS

➔ Promovido pela Fecomércio-RS, o **Varejo 360** acontece em 23 de setembro, das 9h às 18h, na sede da instituição, na rua Fecomércio, nº 101, no bairro Anchieta. O evento reúne empresários e lideranças do setor varejista do Rio Grande do Sul para debater tendências, trocar experiências e fomentar parcerias estratégicas. A programação inclui palestras sobre gestão de pessoas, inovação, marketing e posicionamento digital, além de painéis com nomes como Tiago Mattos, Marcus Buaiz, Patrícia Palermo

e Thiago Varejo. Os ingressos custam R\$ 120,00. Mais informações em bit.ly/Fecjo360.

➔ Transformar ideias em negócios em 54 horas — essa é a provocação do **Techstars Startup Weekend**, que acontece de 25 a 27 de setembro em Tabai, no Vale do Taquari. Empreendedores, desenvolvedores, designers e curiosos do assunto passam o fim de semana criando startups do zero, saindo de uma ideia solta até um pitch pronto para investidores. O investimento para participar é de R\$ 120.

Confira estas e outras oportunidades no QR Code ao lado



No dia 29 de setembro, o CDL Porto Alegre promove o CDL POA Talks com o tema 'Você Influenciador do Seu Negócio: como transformar sua imagem em uma ferramenta de comunicação e vendas', com a jornalista e influenciadora digital Maíra Gatto. O encontro inicia às 8h30min, na sede da entidade, em Porto Alegre. Saiba mais em cdlpoa.com.br.