



COMÉRCIO

Varejo de Moda

MODA INFANTIL GANHA ESPAÇO NO PAÍS

Ateliê de Arte é sucesso no segmento

Atravessando séculos de história, a renda ainda é considerada artigo indispensável nas passarelas. Em Fortaleza/CE, o [Ateliê de Arte](#) é uma loja especializada em moda infantil, focada na confecção de peças e acessórios feitos com renda renascença.

A renda renascença, originada em Veneza, na Itália, veio para o Brasil no século 18 e teve suas técnicas de criação passadas de geração para geração. O nome – uma referência ao Renascimento – representa características marcantes e traços muito bem elaborados.



Zeuda Rebouças, uma das proprietárias do Ateliê de Arte, confeccionava algumas peças, mas não comercializava. Depois de produzir um enxoval, sua filha, Sabrina Rebouças, decidiu criar uma página no *Facebook* para divulgar os produtos, com o objetivo de incrementar a renda da família. Inicialmente, a ideia era divulgar para a rede de amigos, mas, em apenas dois meses, mãe e filha viram o número de acessos e de pedidos crescerem exponencialmente, necessitando da criação de um *site* para a venda, o que trouxe diversas vantagens para o negócio. O cliente pode consultar modelos, valores, prazos de entrega e todas as informações dos produtos pela internet, podendo fazer o pedido *online*. Hoje, o [perfil](#) da empresa no Facebook conta com mais de 240 mil curtidas e o Instagram possui mais de 20 mil seguidores, tornando-se as principais ferramentas de divulgação da marca.

“

Com o tempo, passamos a vender também pelo telefone, via mensagem. Recebemos as especificações do cliente e encaminhamos para produção.

”

O mercado de moda infantil no Brasil

De acordo com o [Núcleo de Inteligência de Mercado do Instituto de Estudos e Marketing Industrial \(Iemi\)](#), o mercado de vestuário infantil corresponde a 15% do setor de moda no país. Em geral, as vendas de produtos voltados a esse público movimentam R\$ 50 bilhões por ano e têm um crescimento médio anual de 14%. Além disso, o setor de moda e acessórios é destaque na internet, representando cerca de 17% das vendas feitas por meio dessa ferramenta.

Vendas internacionais

Com a consolidação da marca no Brasil, alguns clientes que foram morar em outros países pediram para que os produtos fossem enviados a eles. E foi através da rede de relacionamento desses clientes, que passaram a indicar os produtos do Ateliê para amigos e familiares, que o negócio iniciou as vendas para o exterior. A maioria dos compradores no exterior é composta de brasileiros que vivem fora do país, principalmente nos Estados Unidos. Além disso, a procura é grande em países como França e Espanha. De acordo com Sabrina, cerca de 30% do faturamento do negócio vem do exterior.



Fazemos a venda por telefone e enviamos o produto pelo correio. Recebemos através de transferência, feita pela [Western Union](#). Já recebi propostas para montar uma loja fora do país, mas acredito que esse não seja o melhor momento.



Especializado em moda de alto padrão, o Ateliê de Arte produz inteiramente à mão todas as roupas e acessórios. Grande parte das peças é feita sob encomenda, conforme a solicitação do cliente. No Brasil, a maior parte dos pedidos vai para as regiões Sudeste e Centro-Oeste. Sabrina destaca que os produtos "são feitos especialmente para cada criança. Temos uma base de como será o modelo, mas o cliente escolhe todos os detalhes da peça. Prezamos muito pela qualidade e pelo acabamento".

ALGUNS DOS ITENS CONFECCIONADOS PELO ATELIÊ SÃO:



Vestidos;



Macacões;



Sapatinhos;



Saias;



Tiaras e faixinhas;



Batas.

Mão de obra

Por serem feitos à mão, os produtos necessitam de mão de obra especializada para a confecção. No Ceará, a atividade das rendeiras é típica, mas a produção atualmente é escassa, pois é uma profissão que exige muito esforço manual. O ofício é considerado uma fonte de renda paralela a outras profissões. Hoje, o Ateliê de Arte conta com cerca de 20 rendeiras, mas Sabrina afirma ter que lidar com muita rotatividade, o que impede um maior crescimento da produção.

“ A maioria de nossas bordadeiras mora em comunidades de Fortaleza e hoje temos muita dificuldade de conseguir essa mão de obra, ”

afirma Sabrina. Entretanto, algumas associações trabalham para que a continuação do trabalho seja garantida. Alguns estilistas, como a alagoana [Martha Medeiros](#), utilizam a renda em suas coleções como forma de promover a cultura da região.

Estratégias de divulgação

Como não possuem loja física, as empresárias adotam a internet para divulgar seus produtos e sua marca. “Lançamos editoriais a cada dois meses no *site*, para que os clientes conheçam o portfólio. Mas as nossas principais ferramentas de divulgação são o Facebook e o marketing boca a boca”, avalia Sabrina. O marketing boca a boca geralmente ocorre por parte dos clientes, que fazem indicações de produtos e serviços à sua rede de relacionamento.

Fatores de sucesso

Para o sucesso do empreendimento, as empreendedoras acreditam que o diferencial é a qualidade do produto. Atender as necessidades específicas de cada cliente é fundamental. Além disso, Sabrina e Zeuda aconselham os empreendedores a fazer o planejamento da empresa, definindo as metas de crescimento. “Nosso negócio começou com investimento zero e foi necessário investirmos para a expansão. Buscamos sempre a máxima redução de custos, mantendo-nos focadas nos resultados”, completa Sabrina.



Fontes: Afonso Ferreira. [Jovem tranca faculdade e fatura R\\$ 50 mil/mês em loja de bebês no Facebook](#). UOL Economia. 2014. Bruna Barros. [Olê mulher rendeira](#). *Vestido da Moda*. 2015. Bruna Barros. [Renda Renascença](#). 2015. Associação Brasileira de Supermercados (Abras). [Mercado de moda infantil resiste à crise e sustenta as vendas das redes](#). Abrasnet. 2015. Gisele Vitória. [Sertão, sonho e renda](#). 2015.



FICHA TÉCNICA

EMPRESA: ATELÊ DE ARTE ZEUDA REBOUÇAS / CONTATO: WWW.ATELIEDEARTEZEUDAREBOUCAS.COM.BR/ LOCALIZAÇÃO: FORTALEZA/CE


CASO DE SUCESSO
JANEIRO | 2016


0800 570 0800


Inteligência de Mercados

Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros
Gerentes: **Alexandre Comin** e **Patrícia Mayana** (adjunta)
Analista técnico: **Valéria Vidal**, **Lúcio Pires** e **José Weverton**
Consultores Conteudista: **Thays Carvalho**

Unidade de Atendimento Setorial Comércio
Gerentes: **Juarez de Paula** e **Ricardo Vilella** (adjunto)
Coordenadora Nacional/Varejo de Moda: **Wilsa Sette**