



Sucesso rendado

Há 31 anos, a ideia que mexia com a imaginação dos pais do empresário Marcelo Gueller tornou-se um negócio bem-sucedido e repleto de bons olhares no mercado. Entre os mais diferentes tipos de rendas e tudo o que elas podem compor, desde cortinas até lençóis, a Rendas e Fricotes é especializada em oferecer bordadas à mão de extrema qualidade, garantida pelo empenho diário de várias associações de bordadeiras de todos os cantos do País. Além disso, a loja conta com a delicadeza e o bom gosto dos idealizadores, que buscam oferecer sempre modelos exclusivos, encontradas na loja localizada no bairro Jardim Paulistano, em São Paulo. "Inicialmente, pensamos em trazer o melhor do artesanato brasileiro para um único lugar e oferecer ao público as possibilidades de uso que essas peças proporcionavam. Seguindo esta linha, hoje temos mais 250 produtos que resultam em aproximadamente mil variações", conta Gueller. *Texto Luiza Garcia • Fotos Alexandre Dotta*

Casa & Ambiente Bebê – Como surgiu a ideia da loja?

Marcelo Gueller – A ideia veio da minha mãe, em 1980. Meu pai tinha uma loja de artesanatos chamada Pororoca, na Rua Oscar Freire. Era bastante famosa por oferecer itens de barro, barbone, etc. Mas eles perceberam que faltavam artigos de tecido no empreendimento, portanto resolveram abrir a Rendas e Fricotes. Eu mesmo só fui entrar no segmento da família após 5 ou 6 anos, depois de ter trabalhado em várias outras áreas, como engenharia mecânica e até finanças em um banco. A loja do meu pai foi fechada após a morte dele, em 1995, e mantivemos apenas a Rendas e Fricotes. Então minha mãe me chamou para conversar e disse que precisava de ajuda, pois sozinha não conseguiria continuar o negócio, uma vez que estava muito cansada. Como a loja estava crescendo dia a dia, comecei a trabalhar com ela, além de uma pequena equipe de funcionários. -

C&AB – E como foram esses primeiros anos à frente do negócio?

MG – Nós éramos o único espaço que vendia peças rendadas, por isso nosso desafio no começo foi adaptar os artigos para o mercado. Antes comercializávamos jogos americanos, pequenas toalhas para bandejas. Sentimos que precisávamos ir além e buscar um crescimento, buscando novos produtos e

incorporando a renda aos demais artigos. Portanto, trouxemos as rendas para lençóis, toalhas e cortinas, mostrando ao público onde e como esse artefato poderia entrar na decoração. Como elas ofereciam qualidade e eram bonitas, tivemos bons frutos desse investimento. Hoje, essas peças são as mais procuradas pelo público, inclusive, atendemos encomendas de pessoas que buscam algo mais exclusivo ou com desenhos mais complexos. Às vezes, os clientes veem alguma peça rendada em revistas italianas e espanholas ou a família tem algum desenho específico e querem fazer igual. Então reproduzimos. Acontece também de pensarmos um desenho com o cliente ou de as bordadeiras criarem um novo.

C&AB – Vocês buscam atender qual público? O que eles esperam de vocês?

MG – Atendemos ao consumidor final: arquitetos, decoradores, design de interiores e alguns empreendimentos como hotéis, pousadas, restaurantes e, recentemente, apartamentos decorados para venda. Acredito que busquem satisfação, qualidade e atendimento diferenciado. Na realidade, essa é uma tendência geral, de mercado, e não apenas identificada por mim, em nossa loja.

C&AB – Nesses 31 anos vocês já tiveram alguma peça ou coleção que não agradou?

MG – Ah, já tivemos sim. Sempre acontece.

Pensamos que vai agradar, que a peça ficará bonita da forma como idealizamos, mas ela não atinge as nossas expectativas e nem as dos nossos clientes. É normal acontecer, embora esse simples fato seja insuficiente para excluirmos determinada linha de nossas vendas, pois há pessoas que se interessam pelo produto. Além disso, a renda é um artigo sazonal. Em algumas épocas ela está em alta e, em outras, tem pouca procura. Um determinado desenho pode estar em alta hoje e, amanhã, o que estava em baixa volta a agradar. Por isso não dá para prever.

C&AB – Quartos de bebês com enxoval bordado e rendas enriquece o espaço?

MG – Tudo em excesso não fica bom. Então, se o quarto for todo decorado com tecidos rendados, não ficará bonito. O interessante é a mistura, a composição entre cores, rendas e texturas diferentes... É preciso evitar usar demais uma só proposta.

C&AB – Quais os tipos de bordados que vocês oferecem?

MG – Ofereçamos o richelieu, a bainha aberta, o ponto cheio, a renascença, o bilro, o redende, o ponto ajour e algumas derivações destes. É interessante demonstrar em nossas peças como as rendas, trazidas por nossos colonizadores espanhóis e portugueses, se

"Se o quarto for todo decorado com tecidos com rendas, acredito que, em excesso, não ficará bonito. O interessante é a mistura, a composição entre cores, rendas e texturas diferentes."

modificaram ao chegar ao Brasil, ganhando as mãos de nossas rendeiras. Fomos, aos poucos, adaptando a novidade aos nossos materiais, à nossa cultura e ao nosso jeito.

C&AB – Por que os produtos Rendas & Fritoles têm esse toque de sofisticação?

MG – Porque utilizamos tecidos e linhas de qualidade, como o tergal de algodão, e a linha 100% algodão, em substituição às sintéticas, que não permitem o tingimento. Esse cuidado é o que garante visibilidade e qualidade.

C&AB – Quais os maiores desafios da loja hoje?

MG – Sobreviver a estes 31 anos de existência sem ficar na mesmice, procurando sempre atualizar os produtos. Com base nessa proposta, introduzimos recentemente uma linha infantil completa com kit de berço composto por saia de berço, bombom, mosquiteiro, almofadas e protetores, entre outros itens. Oferecemos outros itens do enxoval como bolsas de água quente, além de roupas, fruto de nossa parceria com a marca Petit Poeme. Também procuramos manter atuais nossas cortinas exclusivas em richelieu, tanto de linho quanto em cambraia de linho.

C&AB – Vocês importam peças de algum outro país ou a produção é toda brasileira e em São Paulo?

MG – Não importamos. Desde a inauguração, em 1980, temos a proposta de vender produtos brasileiros e, de preferência, feitos à mão. Há mais de 15 anos, 99%

dos produtos vinham do Nordeste, mas hoje, com a ampliação da nossa linha, eles chegam de todas as partes do País.

C&AB – Vocês já passaram por alguma oscilação forte nas vendas?

MG – Com 31 anos de vida vivenciamos diversas situações. Pegamos todos os planos econômicos e trocas de moedas, crise na Ásia e, recentemente, a crise econômica imobiliária que começou nos Estados Unidos e afetou o mundo. Como não vendemos produtos de primeira necessidade, já registramos quedas de 70 a 80% nas vendas. Nessa fase foi necessário muito jogo de cintura, aliás, qualidade nata do empresário brasileiro.

C&AB – Como vocês solucionaram e resolveram esse momento difícil? Qual foi a estratégia usada?

MG – A solução, em um primeiro momento, foi ampliar o prazo de pagamento para facilitar a aquisição dos produtos. Essa estratégia requer muito capital de giro para financiar os produtos, portanto não foi uma solução definitiva, pois não daria certo depender do empréstimo de capital de giro para financiar as vendas. Paralelamente, fizemos muitas promoções e lançamos algumas linhas de preços mais acessíveis. Promovemos também parcerias com outras lojas para que oferecessem nossos produtos a seus clientes, aumentando a nossa área de atuação. Investimos na Internet, principalmente na mala direta aos nossos clientes, oferecendo condições especiais. Inclusive chegamos a abrir uma segunda unidade no bairro de Moema, São Paulo, para diversificar o público, mas por outras questões tivemos de encerrar as atividades em fevereiro de 2011.

C&AB – Falando sobre bordados na decoração de quartos de bebês, em que as pessoas podem apostar?



MG – Eu particularmente não acredito em uma tendência. Os bordados estão e sempre estarão na moda. Como todo produto, esse também sofre sazonalidade. O importante é oferecer o bordado agregado a novas propostas e combinações.

C&AB – Qual o objetivo de vocês daqui em diante?

MG – Retomar o projeto de abrir outras unidades e trazer sempre novidades produzidas nesse nosso Brasil, em segmentos de cama, mesa, banho, cortinas e artigos para bebê, adaptando e desenvolvendo as necessidades de nossos clientes.

C&AB – Qual a chave para o sucesso?

MG – Ah... (risos). Não sei. A gente sempre busca o sucesso, mas nunca acredita que já o tem. O segredo de um bom negócio é ouvir o público, oferecer produtos de qualidade e ter sempre um bom atendimento. A somatória de tudo isso é o que pode nos levar ao sucesso.



“O segredo de um bom negócio é ouvir o público, oferecer produtos de qualidade e ter sempre um bom atendimento. A somatória de tudo isso pode nos levar ao sucesso.”