

## Loja investe em produtos fofos por meio do artesanato

Ai que fofo! Essa é a frase mais ouvida na loja Panaceia, na Vila Madalena, em São Paulo. Colchas de patchwork, rolos de tear, acessórios de decoração e roupinhas para bebê alegram o local idealizado pelas sócias Paula Moreno, Andrea Veloso e Maria Eugênia Dias Roxo Nobre. Fazer produtos personalizados é um dos diferenciais da loja. "Se o pai é aviador ou a mãe sonhou com joaninha durante a gravidez, eles podem concretizar as ideias no enxoval do bebê", conta Paula.

Paula e Andrea se conheceram na faculdade de farmácia, e sempre tiveram contato com a costura. A família de Paula tinha o costume de comprar roupas sob medida da costureira, tinha a paciência de escolher os modelos e os tecidos. Já a avó de Andrea fazia colchas de retalhos para vender. Depois da formatura, as duas foram trabalhar na indústria de alimentos, cada uma em uma empresa concorrente.

Mas em 1995, elas resolveram empreender juntas e escolheram o ramo da costura. A inspiração para o nome da loja uniu duas coincidências. Panaceia significa a cura para todos males, usado na farmacologia, área de formação da dupla. "Mas também acaba sendo a mistura dos nossos nomes, Paula e Andrea, Panaceia", conta Paula.

No começo, a loja estava instalada em um imóvel da família de Paula, na Rua Professor Atílio Innocenti, no bairro Itaim Bibi. Até o local se valorizar, receber uma boa proposta para venda e a loja ser transferida. A mudança foi para a Vila Madalena, um espaço comprado por Maria Eugênia, que já fazia parte da equipe com sua produção de peças no tear.

Quando elas começaram, a maioria da produção era vendida para outras empresas, inclusive para uma loja enxovais de bebê localizada próxima do ateliê. "Por volta de 1998, a loja fechou e resolvemos investir mais nesse mercado", diz Paula.

Nos últimos dois anos, o movimento da loja foi afetado pela movimentação de compras dos brasileiros no exterior, principalmente para Miami e Orlando. A queda chegou a 20% nas vendas do kit berço, por exemplo. "Hoje o dólar não está tão vantajoso como estive e acredito que aos poucos vamos recuperar mercado", afirma Paula. No ano passado, a loja faturou R\$ 280 mil e espera crescer pelo menos 5% este ano.

Pela primeira vez, em agosto, a loja vai trabalhar com silk-screen de xilogravuras feitas pelo Instituto Acaia, uma organização que oferece atividades socioeducativas para crianças e adolescentes. No caso das roupinhas vendidas na loja, a escolha das peças é feita rigorosamente. Uma das marcas revendidas é a Família Ovo, de Recife, com estampas divertidas e coloridas.

Outro mercado explorado é o corporativo. A Panaceia já fez fundo de palco de bandas de forró com patchwork, quadros de pano para lounge da São Paulo Fashion Week e até avental para brinde. Vender pela internet está nos planos da Panaceia. Primeiro as sócias vão começar a vender alguns produtos em lojas parceiras para no ano que vem lançar sua própria loja na web. "Será mais um canal de vendas e mais uma forma das pessoas conhecerem nossos produtos", diz Paula.

Avaliação. Para o professor dos cursos de administração da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), José Eduardo Amato Balian, a ideia dos produtos personalizados é mais que uma tendência, é uma realidade. "Cada vez mais as pessoas procuram por esse tipo de produto", destaca.

Sobre o impacto nas vendas sentido pela migração das compras no exterior, o professor aconselha as empresárias a investir em dois pontos: inovação e rapidez. "É preciso apresentar coisas novas, diferentes, para as pessoas não comprarem por causa do preço, mas sim pela novidade", diz.

**Fonte: Universo Jurídico [Portal]. Disponível em:**  
**<[http://uj.novaprolink.com.br/noticias/897757/loja\\_investe\\_em\\_produtos\\_fofos\\_por\\_meio\\_do\\_artesanato](http://uj.novaprolink.com.br/noticias/897757/loja_investe_em_produtos_fofos_por_meio_do_artesanato)>. Acesso em: 6 ago. 2012.**

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.