



rattanakun_CANVA

GRANDES OPORTUNIDADES

OS PRÓXIMOS UNICÓRNIOS PODEM NASCER DOS MERCADOS QUE NINGUÉM ESTÁ OLHANDO

Ao reunir 450 costureiras em uma plataforma de ajustes de roupas, a EXBARRA aposta na digitalização de um serviço ainda baseado na indicação e no boca a boca — e mostra como mercados tradicionais podem esconder grandes oportunidades de negócio

Enquanto empreendedores e investidores concentram atenção em setores como inteligência artificial, fintechs e healthtechs, atividades tradicionais continuam funcionando praticamente da mesma forma de décadas atrás.

São mercados pulverizados, pouco digitalizados e ainda sustentados por relações de confiança e pelo boca a boca.

O setor de ajustes e reparos de roupas é um deles.

Encontrar uma costureira ainda costuma exigir um hábito pouco alterado pela tecnologia: pedir indicação para amigos, parentes ou vizinhos. Para quem presta o serviço, a lógica é semelhante. A conquista de novos clientes depende, em grande parte, da reputação construída no bairro e das recomendações acumuladas ao longo dos anos.

Foi nesse mercado que Tatiana Queiroz decidiu criar a EXBARRA, plataforma que faz a intermediação entre consumidores e costureiras.

De um lado, estão pessoas que precisam ajustar, reformar ou consertar roupas. Do outro, uma rede de profissionais cadastradas para realizar os serviços. A empresa organiza os pedidos e também oferece soluções para a coleta e a devolução das peças.

Por meio do aplicativo, o consumidor informa o ajuste de que precisa e solicita o envio da roupa. Nos serviços que exigem uma referência de medida ou caimento — como uma barra de calça, por exemplo —, encaminha junto uma “peça-coringa”: uma roupa semelhante que já tenha o resultado desejado e possa servir de modelo para a costureira.

Atualmente, a plataforma reúne cerca de 450 profissionais cadastradas e aproximadamente 250 clientes recorrentes, segundo informações fornecidas pela empresa.

Tatiana investiu cerca de R\$ 700 mil de recursos próprios na construção do negócio. A operação já apresenta resultado positivo, embora o lucro ainda seja pequeno diante do investimento realizado.

A expectativa é alcançar faturamento mensal de aproximadamente R\$ 60 mil em uma primeira etapa e chegar a pelo menos R\$ 300 mil por mês no prazo de um ano.

O desafio agora é transformar a estrutura desenvolvida nos últimos anos em uma operação com maior escala e recorrência.

Antes dos clientes, vieram as costureiras

Como todo marketplace, a EXBARRA depende da participação de dois públicos dentro da mesma plataforma.

Não adiantaria atrair consumidores interessados em ajustar roupas sem ter profissionais disponíveis para atender aos pedidos. Ao mesmo tempo, as costureiras precisariam encontrar demanda suficiente para permanecer ativas no aplicativo.

Ao planejar o negócio, Tatiana decidiu começar pelo lado da oferta.

A empresa contratou duas profissionais comerciais para mapear costureiras na cidade de São Paulo, na região metropolitana e no ABC. O trabalho aconteceu de maneira manual: as profissionais eram localizadas por indicações, contatos pessoais e referências fornecidas por outras costureiras.

Uma apresentava outra, e a rede começou a crescer.

O processo revelou uma das principais barreiras do negócio. Parte das profissionais não utilizava plataformas digitais para conquistar clientes. Muitas dependiam de relações construídas ao longo de anos e precisavam entender o que mudaria ao entrar em um sistema intermediado por tecnologia.

“O problema nunca foi a falta de costureiras. O problema era a dificuldade de conectar essas profissionais aos consumidores de forma organizada”, afirma Tatiana.

Em setembro de 2025, cerca de cem costureiras participaram de um encontro promovido pela empresa. A reunião serviu para apresentar a proposta da plataforma, ouvir as profissionais e discutir dificuldades presentes na rotina dos serviços.



Tatiana Queiroz

A experiência mostrou que o maior obstáculo da EXBARRA não seria apenas tecnológico. A empresa também precisaria construir confiança em um mercado historicamente baseado em vínculos pessoais.

Hoje, aproximadamente 450 costureiras estão cadastradas. O próximo passo é aumentar a atividade dentro da rede à medida que cresce o volume de pedidos.

Uma ideia distante da trajetória profissional

A EXBARRA nasceu em um setor que não fazia parte da carreira de Tatiana.

Executiva comercial há cerca de 15 anos, ela não havia trabalhado anteriormente com moda, costura ou desenvolvimento de tecnologia. A ideia começou a tomar forma depois de uma sequência de sonhos recorrentes nos quais via costureiras reunidas em uma estrutura organizada.

O episódio despertou sua curiosidade, mas não foi suficiente para levá-la diretamente à abertura de uma empresa.

Em vez de interpretar o sonho como uma resposta, Tatiana decidiu tratá-lo como uma pergunta. Passou a pesquisar como funcionava o mercado de ajustes de roupas e encontrou uma atividade fragmentada, com dificuldade de conexão entre consumidores e profissionais.

“Eu parei de olhar para o sonho e comecei a olhar para o mercado”, diz.

A experiência comercial ajudou na etapa seguinte. Tatiana procurou compreender as duas pontas da operação, conversar com prestadoras de serviço e avaliar se existia espaço para uma plataforma especializada. Sem experiência em programação, buscou profissionais capazes de desenvolver a solução. Encontrou três estudantes da Universidade Federal de Minas Gerais e começou a desenhar a tecnologia do negócio.

Foram desenvolvidos dois ambientes: um destinado aos clientes e outro às costureiras. No aplicativo do consumidor, o pedido começa com a descrição do ajuste e a solicitação do serviço. A roupa é então encaminhada para a profissional responsável, acompanhada de uma peça-coringa quando houver necessidade de uma referência de medida ou caimento.

A tecnologia, no entanto, resolveria apenas uma parte do problema.

A roupa também precisava circular

A EXBARRA não intermedia um serviço que possa ser realizado inteiramente pela internet. O produto físico precisa circular.

As peças devem sair da casa do consumidor, chegar até a profissional responsável pelo reparo e depois retornar ao cliente. Se cada pessoa precisasse organizar esse percurso por conta própria, parte da conveniência proposta pela plataforma desapareceria.

Para controlar essa etapa, a empresa criou a EXBARRA Log, operação dedicada à coleta e à entrega das peças.

Com a logística integrada, a startup passou a acompanhar uma parte maior da jornada: recebimento da solicitação, retirada das roupas, encaminhamento à costureira e devolução depois da conclusão do trabalho.

O aplicativo também precisou encontrar uma maneira de comunicar informações que normalmente seriam transmitidas durante uma prova presencial.

Uma delas é o comprimento desejado para uma barra. Nesses casos, o consumidor envia, junto com a roupa que será ajustada, uma peça-coringa cujo comprimento ou caimento já esteja adequado.

A costureira utiliza essa roupa como modelo, reduzindo a necessidade de uma marcação técnica feita pelo próprio cliente e o risco de desencontro nas medidas.

A solução mostra que a digitalização de um serviço tradicional nem sempre depende de ferramentas sofisticadas. Em alguns casos, a inovação está em compreender os pequenos atritos que dificultam a contratação.

Atendimento em casa para até dez peças

Uma das principais apostas para aumentar a receita e a recorrência é o EXBARRA Premium, modalidade voltada para clientes que desejam ajustar várias roupas de uma só vez e preferem receber atendimento presencial.

O serviço começa com uma conversa com a concierge, na qual o consumidor explica suas necessidades e agenda uma visita.

Por um preço fixo de R\$ 550, é possível incluir até dez peças no atendimento. A visita à residência do cliente reúne o acompanhamento de uma concierge e a avaliação de uma costureira. No local, são feitas as provas, marcações e medições necessárias para cada roupa.

As peças são então encaminhadas para a realização dos ajustes. O prazo máximo informado pela empresa é de sete dias.

Na devolução, as roupas chegam passadas, etiquetadas e embaladas individualmente. A EXBARRA também assume a responsabilidade pela correção dos ajustes, com a proposta de entregar as peças prontas para uso e evitar que o cliente precise administrar eventuais retrabalhos diretamente com a profissional.

A modalidade transforma um serviço normalmente fragmentado — procurar uma costureira, levar as roupas, fazer as provas, buscar as peças e resolver possíveis correções — em uma jornada coordenada pela empresa.

É nessa frente que a EXBARRA concentra parte de sua estratégia de crescimento. Segundo as projeções do negócio, o faturamento mensal deverá alcançar aproximadamente R\$ 60 mil em uma primeira etapa. A meta é chegar a pelo menos R\$ 300 mil mensais dentro de um ano.

Os valores são projeções, e não resultados já alcançados. Para atingir as metas estabelecidas, a empresa precisará ampliar a frequência de contratação, aumentar a utilização da rede de costureiras e controlar os custos de uma operação que envolve atendimento presencial e logística.

Um retorno que ainda precisa ganhar escala

Até aqui, Tatiana financiou o negócio com recursos próprios. O investimento acumulado é de aproximadamente R\$ 700 mil, aplicado na construção da plataforma e no desenvolvimento da operação.

A EXBARRA já registra lucro, mas o resultado ainda é pequeno quando comparado ao volume de recursos destinados à empresa. O desafio da próxima etapa é ampliar o número de pedidos e a recorrência dos clientes para que a operação ganhe escala e o investimento comece a produzir um retorno mais significativo.

Mesmo depois de criar a startup, Tatiana manteve sua atuação como executiva comercial. A decisão permitiu que desenvolvesse a empresa sem depender imediatamente da renda gerada pelo novo negócio.

A escolha contraria uma imagem recorrente do empreendedorismo: a de que acreditar em uma ideia exige abandonar imediatamente a carreira anterior.

Tatiana preferiu estabelecer uma transição gradual. Enquanto mantém sua atividade profissional, acompanha a formação da rede de costureiras, o desenvolvimento da tecnologia e a evolução do modelo de negócio.

“Existe uma romantização do empreendedorismo que passa a impressão de que você precisa largar tudo imediatamente. Quero construir uma empresa sólida antes de fazer essa transição”, afirma.

Todo o valor aplicado até agora saiu de seu próprio patrimônio. Embora a empresa já apresente algum lucro, o retorno ainda é pouco expressivo diante do investimento acumulado.

Por isso, atingir as metas de receita terá um significado maior do que simplesmente aumentar o tamanho da operação. Será o teste da capacidade do negócio de converter investimento, profissionais cadastradas e clientes em um retorno financeiro mais relevante.



oldamit CANVA