



Roberto Argenta, uma trajetória empreendedora

“Se tem vendas, a lavoura está salva. Então, temos que priorizar isso. E ter um bom produto, com preço adequado.”

(Roberto Argenta)

À frente de uma das maiores potências calçadistas do País, a Calçados Beira Rio, Roberto Argenta admite nunca ter pensado que chegaria aonde chegou. O projeto que começou num galpão de teto de zinco instalado, literalmente, na beira do rio, em Igrejinha/RS, no ano de 1975, criou raízes profundas e hoje ramifica-se pelo mundo, mas sem perder o Brasil de vista. São mais de 500 mil pares de calçados produzidos diariamente sob sua regência.

Lançamentos – Como o senhor entrou no universo do calçado?

Roberto Argenta – Formei-me em Ciências Contábeis na Ufrgs e trabalhei numa empresa de auditoria. Eu revisava o que os outros faziam, mas queria fazer algo. Foi uma experiência muito grande conhecer como as empresas funcionavam. Era final da década de 1970 e o calçado estava em evidência nos Vales do Sinos e Paranhana. Aí, iniciou-se uma fábrica de calçados num barracão de teto de zinco, na beira do rio. Por isso o nome Beira Rio. Basicamente, eu fazia quase tudo: comercial, administrativo, industrial. Trabalhávamos mercado interno, embora as exportações estivessem num crescente naquele período na região. Eu gostava mais e tinha conhecimento maior do mercado interno. Era mais fácil para mim. E sempre nos dedicamos a isso.

Lançamentos – Que tipo de sapato se produzia na época?

Argenta – Começamos fazendo mocassim argentino feminino em couro para senhoras. Num segundo momento, para as coleções de verão, começamos a produzir tamancos. Fomos praticamente pre-

cursores no uso de cabedal sintético nas sandálias, sapatos abertos e, em seguida, também no sapato fechado. Havia, na época, uma empresa japonesa que fornecia PU de alta qualidade e isso possibilitou fazermos sapatos fechados também. Ao longo do tempo a empresa foi se desenvolvendo.

Lançamentos – Quais foram as estratégias para expansão?

Argenta – Começamos a participar de feiras, a nos relacionarmos com lojistas. Nisto, o Jornal Exclusivo sempre foi um instrumento para nos inserirmos no mercado brasileiro. Com sua abrangência nacional e grande presença junto aos lojistas, era uma maneira de sermos conhecidos nacionalmente. Assim como as feiras, Fenac, Francal e Couromoda, foram importantes para nos tornarmos conhecidos no mercado. Ao mesmo tempo, sempre procuramos modernizar a empresa, ter equipamentos e prédios com alta qualidade, para produzirmos calçados com design e preço competitivo.

Lançamentos – Houve um momento decisivo em que o senhor pensou, “podemos ser grandes, vamos batalhar”?

Argenta – Fomos trabalhando, não pensávamos muito. Fomos construindo, ao longo do tempo, principalmente, uma relação humana com nossos colaboradores, clientes e fornecedores. Sempre buscamos o melhor produto, com melhor giro para os lojistas, com a filosofia de ter um bom atendimento aos clientes, formar pessoas e ter os equipamentos adequados e modernos para sermos competitivos. Também reinvestimos na empresa. Tudo isso foi o que fez e faz a diferença.

Lançamentos – Na sua avaliação, qual a principal mudança que o senhor observou lá dos anos 1970 para o mercado de hoje?

Argenta – Na essência, o lojista precisa ser bem atendido e atender bem o seu cliente. Isso continua igual. O relacionamento que deve haver entre o fabricante, o lojista e o consumidor é um relacionamento importante. Surgiram muitas novas opções de autosserviço, mas se percebe que o lojista e o consumidor querem um tratamento diferenciado, porque, afinal, quem paga a conta é o cliente. Na medida em que a gente foca em atendimento ao cliente, as coisas acontecem. Sempre digo: se tem venda, a lavoura está salva. Então, temos de priorizar isso. E ter um bom produto, com preço adequado, para que o lojista consiga ganhar dinheiro com nosso produto também. Se nosso cliente compra nosso produto, vende bem, tem resultado, ele vai comprar de novo. E o consumidor tem de ter um produto que corresponda à expectativa dele, precisa satisfazê-lo.

Lançamentos – E o senhor prepara a empresa hoje para que tenha vida longa?

Argenta – Sem dúvida. O mercado muda constantemente, os canais de venda se modificam, a cultura das pessoas se modifica. E hoje, no mundo inteiro, percebo uma busca por algo diferente, um modelo novo, talvez influenciado pela China, pela questão de cultura deles que é milenar. Não é o dinheiro pelo dinheiro. É pela satisfação social, pessoal. E isso mexe com Europa, Estados Unidos... Eles conseguiram ter um liberalismo social e se tornaram a maior potência mundial.