

Fast Pace: Da Viseira de R\$ 1.000 à Fábrica Própria — A Trajetória de Raquel no Universo do Triatlo

O Início: Uma Mensagem no Meio da Corrida

A história da Fast Pace começa de forma quase poética, nas próprias ruas e avenidas onde Raquel treinava. Ela conta que, em momentos de dúvida durante os treinos — especialmente quando estava na eminência de uma lesão, já sentindo aquele incômodo antes do diagnóstico —, algo curioso acontecia: um atleta passava por ela e dizia algo como "Bora, já tá ali, já tá acabando". Em outras ocasiões, pessoas com camisas de festa ou frases escritas nas roupas cruzavam seu caminho, e aquilo parecia um recado do céu: "tá perto, não desista".

"Você passa pela pessoa e parece um recado do céu, tipo assim, tá perto, não desista. Eu não vou lembrar a frase exata, mas tem algo ali que conecta com você, a pessoa vai embora, você nunca sabe quem é a pessoa."

Essas frases inspiradoras ouvidas durante os treinos foram se acumulando. Raquel começou a prestar atenção no que as pessoas diziam e a transformar essas mensagens em estampas para viseiras — as primeiras peças da marca.

As Primeiras Viseiras: Validação e Crescimento Acelerado

O processo começou de forma artesanal. Raquel desenhou quatro modelos de viseiras bem coloridas e conseguiu uma fábrica para produzir as primeiras unidades — 25 de cada estampa, totalizando 100 viseiras. Nessa fase inicial, ela tinha uma sócia, uma pessoa que treinava junto, e a divulgação foi feita pelo Facebook — que ainda era muito usado na época — e pelo Instagram.

O resultado surpreendeu: **em menos de dois dias, tudo foi vendido**. A demanda era tanta que a produção saltou de 100 para 200, depois para 400 e rapidamente para 1.000 viseiras. O boca a boca funcionava naturalmente — amigos indicavam para amigos, pessoas davam de presente. O crescimento foi tão veloz que Raquel percebeu que precisava formalizar o negócio.

O Nome: Fast Pace

O nome surgiu da busca por algo que remetesse a performance e que estimulasse a pessoa a correr. Entre vários nomes pensados, Fast Pace se

destacou — e, como ela brinca, foi um presente para a equipe de marketing, pois são duas palavras com quatro letras cada, fáceis de trabalhar em diagramas e identidade visual. A marca passou por uma evolução visual depois, com um novo logotipo, mas o nome permaneceu desde o início.

2019: A Empresa e a Expansão Digital

A empresa foi constituída em 2019, mas antes disso Raquel já vendia para amigos pelo Facebook. O ponto de virada veio quando um site de São Paulo, também especializado em produtos para triatletas, viu as viseiras durante uma prova e propôs vendê-las em sua plataforma — o site chamava-se Trilo. A estratégia de negócio era ser atleta: Raquel estava presente nas provas, participando de provinhas de sprint, vivendo o mundo do triatlo. Naquela época, como havia poucos praticantes, os mesmos rostos se encontravam em competições pelo Brasil inteiro, e foi assim que as conexões comerciais se formaram.

Um fenômeno curioso acontecia: pessoas de Recife compravam as viseiras no site de São Paulo, achando que Raquel era apenas uma representante da Fast Pace, não a fundadora. Ela observava os pedidos chegando de sua própria cidade e pensava: "poxa, Recife tava indo para Recife, mas eu tô aqui". Apesar da estranheza, isso acabou funcionando a seu favor — o que vem de fora muitas vezes parece melhor do que o que está aqui. Além do site, ela também vendia para outros lojistas e revendedores no atacado (B2B).

A Expansão de Produtos: Escutando o Cliente

A diversificação do catálogo não veio de um plano estratégico fechado — veio dos próprios clientes. Uma lojista de Aracaju chamada Kenia insistia: "Raquel, faz camiseta, faz camiseta. Você usa a mesma ideia das viseiras e põe nas camisetas."

Raquel aceitou o desafio e buscou uma fábrica. As primeiras camisetas foram produzidas em poliamida — já indo direto para o melhor material — e fizeram sucesso imediato, inicialmente apenas no modelo feminino. As pessoas elogiavam muito o tecido, e Raquel viajava nas estampas, criando peças como se fossem para ela mesma.

Depois vieram as meias — que, segundo um dos participantes da conversa, foi o produto pelo qual ele conheceu a marca. As meias bem coloridas viraram assinatura visual: pessoas vestidas de preto com meia laranja, ou com a camisa verde-limão e a meia no mesmo tom. Em seguida vieram as bermudas, os tops e, por fim, a linha masculina.

O Começo com R\$ 1.000 e a Gestão Total

Um dado impressionante da trajetória: **Raquel começou a empresa com R\$ 1.000**. No início, ela fazia absolutamente tudo — atendia clientes, fechava pedidos, embalava caixas, levava ao correio, pagava contas, falava

com fornecedores, criava as estampas, geria o Instagram. A gestão de caixa, estoque, pedidos, logística e entregas era toda manual e solitária.

A História do Primeiro Catálogo

Uma das histórias mais marcantes é a do primeiro catálogo de camisetas. Raquel pegou a indicação de um fotógrafo e fechou um pacote de estúdio. Chegou com sua malinha de camisetas, e o fotógrafo perguntou:

"E a equipe vem que horas?"

"A equipe sou eu. Eu sou a modelo. Eu desenho, eu faço logística."

Ela mesma arrumou as peças no cabideiro, pagou o estúdio, alugou o espaço e posou para as fotos. Uma pessoa tímida, empreendedora, que precisava vender — e que assumiu todas as frentes da empresa, inclusive a de modelo.

A Loja Física: A Oferta que Veio na Hora Certa

A loja física surgiu de uma oportunidade inesperada. Uma amiga, Marta, dona da loja Equilibra — praticamente a única que vendia gel em Recife na época — era cliente de Raquel e revendia viseiras e camisetas da Fast Pace. Um dia, Marta procurou Raquel e disse que precisava fechar a loja. A oferta veio em seguida: "Você não quer ficar com a loja?"

A princípio, Raquel recusou: "Não tô pensando em abrir loja não". Mas Marta insistiu: "Raquel, vai ser um sucesso a Fast Pace lá".

O dilema era curioso: naquele momento, Raquel estava se preparando para seu **segundo Iron Man** — 3,8 km de natação em mar aberto, 180 km de ciclismo e 42 km de corrida. A decisão era: comprar uma loja ou fazer o segundo Iron Man? Ela acabou assumindo a loja na galeria da Jaqueira, um local estrategicamente bem posicionado.

A Fábrica Própria: A Necessidade como Combustível

O maior desafio veio com a busca por fornecedores de qualidade. As melhores fábricas estavam no Sul e Sudeste, o que encarecia as peças com frete, tempo de entrega e impostos. Raquel procurou fábricas em Santa Cruz do Capibaribe e região, mas não encontrava a qualidade que queria entregar.

A decisão foi radical: **abrir a própria fábrica**. Isso aconteceu em setembro do ano anterior à conversa. Não era exatamente o que ela queria, mas era uma necessidade para manter a marca em pé — as margens estavam apertadas, e ela estava trocando de fábrica constantemente, o que repercutia negativamente nos clientes.

"A necessidade é o combustível do empreendedor."

O maior desafio da fábrica, segundo Raquel, são as pessoas: "cada um é um mundo ali". Ela reconhece que foi abençoada com uma equipe muito boa e que, embora seja o centro da empresa, nada disso seria possível sem eles. No mundo das startups, 75% quebram por causa de pessoas — e a Fast Pace, com sua metodologia acelerada, pode ser considerada uma startup.

Esporte e Empreendedorismo: A Transformação Pessoal

O esporte ensinou a Raquel duas coisas fundamentais: **persistência e paciência**. Ela se descreve como uma pessoa que não era paciente e que era extremamente tímida — "eu chegava em lugares e não abria a boca". O esporte a ajudou a superar essa timidez, embora ela admita que ainda é tímida.

A transição de "fazer tudo" para delegar foi uma etapa difícil. Hoje ela conta com uma equipe de profissionais — design, tráfego pago, social media, agência — e aprendeu que o CEO precisa saber fazer um pouco de tudo, mas principalmente saber delegar para a pessoa certa. Como um maestro.

O Top Perfeito: Inovação Guiada pela Experiência

Com a entrada dos jovens na corrida, o mercado mudou drasticamente. A viseira, que era o produto número um em vendas, caiu muito — os jovens preferem boné. As camisetas também perderam espaço: as pessoas queriam correr de top e bermuda.

Raquel identificou uma necessidade: as mulheres não queriam mais carregar pochete, mas também não queriam encher os bolsos das bermudas — "se eu encher de coisa no bolso, eu vou ficar com quadril largo". E havia um problema técnico: em uma maratona, no quilômetro 35, o braço não volta mais para buscar um gel no bolso das costas.

A solução foi desenhar um top com **bolsos na frente**. O processo envolveu quatro ou cinco idas e voltas com o modelista, testes de tecidos, ajustes de modelagem. Quando finalmente ficou pronto, com zíper e tudo, Raquel declarou: "Esse é o top perfeito" — e esse virou o nome do produto.

Ela usou o top na Maratona de Valência, onde fez seu recorde pessoal: **3h19min**. O produto foi um sucesso imediato e agradou tanto mulheres jovens quanto as mais velhas, que nunca se imaginaram correndo sem camiseta. A diferença de uso? As jovens usam mais justo; as mais velhas, um pouco mais solto.

Depois veio o **Top Perfeito Número 2** — mais curto, atendendo ao pedido das mulheres mais jovens, mas mantendo toda a funcionalidade. Curiosamente, a versão mais curta tem ainda mais bolsos que a original: dois aqui, dois ali, dois acolá — "esse top tem que ir pra guerra".

A Comunidade: O Treinão de R\$ 9,90

A cultura de comunidade começou depois da abertura da loja na Jaqueira. Uma amiga sugeriu que Raquel organizasse uma corrida. Ela achava que não conseguiria — era caro demais —, então a amiga propôs um treinão. Em 20 dias, com a ajuda dessa amiga e de um conhecido que organizou o evento, o treinão saiu do papel.

A estratégia foi brilhante: apenas 100 vagas, para garantir controle total — "não podia nada dar errado". A inscrição custava **R\$ 9,90**, mas o kit não era um kit normal: dava direito de escolher **qualquer viseira e qualquer camiseta da loja**. Como Raquel não teria tempo de produzir peças novas em 20 dias, usou o estoque existente — fomentando a marca com o próprio produto.

"Até quem não corria queria se inscrever."

O treinão virou tradição e fortaleceu o senso de comunidade em torno da marca.

A Filosofia da Marca: Performance sem Apelação

Um dos pontos mais elogiados da Fast Pace — especialmente por mulheres — é que as peças, apesar de serem roupas de performance, coladas ao corpo, **não são apelativas nem sexualizadas**. Uma participante da conversa destacou que se sente muito bem usando a marca, enquanto tem receio de usar shorts de compressão de outras marcas.

A explicação de Raquel é simples: **todas as peças são testadas por ela antes da produção**. Ela corre com cada peça, observa como se sente, identifica o que precisa melhorar. E, por ser feita por uma mulher, a roupa é pensada para a mulher — com conforto e segurança.

"A pessoa comprava a camiseta porque ela via que aquilo fazia parte dela. Eu me vi nessa frase, eu me vi nessa estampa."

As peças também funcionam como presentes — é muito comum alguém presentear outra pessoa com uma peça da Fast Pace. A marca transcendeu a linha de roupa de corrida: as pessoas compram porque aquilo faz parte da vida delas, do treino delas, da identidade delas.

A Criatividade como Fio Condutor

Raquel sempre gostou de criar — "para mim tudo foi criação". Sua filha, que mora em São Paulo e se forma em design no final do ano, a incentivou a retomar uma atividade criativa: aulas de pintura em cerâmica. Raquel redescobriu o prazer de desenhar e pintar, algo que não fazia há muito tempo. A criatividade, para ela, vem de dentro — e é alimentada pela necessidade.

"Eu hoje levanto todo dia, agradeço a Deus. Trabalho com uma coisa que eu amo."

A trajetória da Fast Pace segue o roteiro clássico de uma startup enxuta: testar, validar, produzir em pequena quantidade, escutar o mercado, expandir. A diferença é a velocidade — e a querência. Raquel fez tudo isso com um produto que os clientes pediam, escutando o mercado em vez de se acomodar na zona de conforto.

Fest Pace: Comunidade, Superação e a Corrida como Filosofia de Vida

O Treinão que Virou Comunidade

A conversa começa com uma lembrança marcante: durante a maratona do Rio, a influenciadora Sofia Lapenda estava treinando na pista de corredores quando passou uma onda roxa — o lançamento do Top Efeito número 2 da Fest Pace. O grupo passou com bandeiras, som, bicicletas, influenciadores e câmeras, em uma energia tão contagiante que Raquel brinca que se arrependeu de não ter ido junto. Daí surgiu a ideia: quando lançarem o Top Perfeito 3, que lancem também um boné perfeito para a comunidade acompanhar.

O primeiro treinão foi organizado de forma intuitiva, sem muito planejamento. Raquel remontou o grupo do treinão, onde cada participante escolhia sua viseira e camiseta. Ela conseguiu patrocínio da Dobro, da Vicofarma (farmácia de manipulação) e de várias outras empresas, montando um kit super recheado que encantou todo mundo. As pessoas compravam pelo kit — e o marido de Raquel, que estava presente, poderia confirmar a qualidade do que foi entregue.

"Foi uma coisa assim meio intuitiva, nada muito planejado, mas as coisas foram encaixando."

O sucesso foi tão grande que Raquel decidiu não desmanchar o grupo. Foi assim que nasceu a **comunidade Fest Pace**, batizada de **Fest Clube**. Os membros ganham 15% de desconto nas peças da loja, acesso exclusivo a promoções e lançamentos. O grupo foi crescendo e hoje são **cinco grupos de WhatsApp**, cada um com cerca de 1.000 pessoas — um grupo formado a cada treinão.

O Formato do Treinão

Os treinões já aconteceram cinco ou seis vezes e nunca são divulgados no Instagram — as vagas se esgotam dentro da própria comunidade. Não há chip, não há marcação de tempo. É puramente comunidade:

- Café da manhã bem servido
- Presença da Red Bull
- A corrida como consequência, não como objetivo principal

O convite do Rodrigo ilustra bem o espírito do evento: "Vamos que lá no Bora vai ter um café da manhã" — sem nem mencionar a corrida. O prefeito da cidade adora o formato, e Raquel brinca que "fecha a cidade" quando o treinão acontece.

O último treinão foi em fevereiro, um domingo. Raquel procura agendar em finais de semana sem grandes corridas para não concorrer com eventos maiores — julho estava parado, mas a agitação começou de novo.

A Vendedora que Conhece Todos pelo Nome

Um dado importante destacado na conversa: as vendedoras da loja são excepcionais. A **Carol**, em particular, trabalhou na Equilibra antes de vir para a Fest Pace, e tem uma memória impressionante. Ela sabe o nome de todos os clientes que entram na loja e o que compraram da última vez. Quando um cliente entra, ela pergunta: "Você era meu cliente?" — e mesmo que a pessoa não lembre dela, Carol lembra: "Você era da Equilibra, você comprava tal coisa."

A esposa de um dos apresentadores compra com elas por "telepatia" — Carol já sabe o que ela vai gostar antes mesmo de ela ver a peça. Raquel, que era cliente da Carol na Equilibra, a contratou para a sua loja: "Peguei Carol para mim. Esperta demais."

Empreender com Três Filhos: Garra e Resiliência

Quando perguntada sobre o sentimento de olhar para trás e ver tudo o que construiu, Raquel é honesta: nem tudo foi um mar de rosas. Houve fases bem difíceis e muitas vezes vontade de desistir, por vários motivos.

"Você sempre tem que tá se superando, acreditando. Você tem que acreditar que vai dar certo. Se você não acreditar, quem vai acreditar? O dono da empresa é que tem que dizer: 'Não, isso vai dar certo, eu tô aqui para dar certo.'"

A maior dificuldade era com os filhos pequenos — **Biel, Bruno e Clara** — e a rotatividade de funcionários para cuidar deles. Não havia ninguém com quem deixar as crianças, e a tortura chegava nas férias escolares. Hoje,

graças a Deus, Raquel tem uma funcionária que está há 12 ou 13 anos com a família.

O filho do meio, Bruno (chamado de Leléu), era o terror — Raquel era chamada na escola toda semana, e ele vivia "esquecendo" a agenda. Ele acalmou depois que começou a namorar e hoje é outra pessoa, prestes a fazer trinta anos. O filho mais novo passou 15 dias com a avó e voltou tendo "esquecido a palavra não". A esposa de Raquel já quer outro filho, e a brincadeira na live é que ela compre logo uma tópica e vão morar na praia.

O Fenômeno "Casado 10"

Um dos momentos mais divertidos da conversa é a história do cupom **Casado 10**. O apresentador, conhecido como Casado 10, é embaixador de uma rede de academias que organizou uma corrida com muitos inscritos. Todos os embaixadores receberam o desafio de divulgar e vender ingressos — e saiu uma lista dos três influenciadores que mais venderam.

Casado 10 não publicou um story sequer. Nada. E mesmo assim ficou em **terceiro lugar** em vendas, apenas com o nome. A explicação, segundo o apresentador, é uma lição de marketing:

"No marketing a gente aprende que brand é uma construção. E a base da construção é a repetição. Você repete, repete, repete e constrói uma base de pessoas que vão te reconhecer por aquilo."

O cupom virou fenômeno. Um cliente que correu em Brasília reclamava que as fotos custavam R\$ 12 e não tinha pegado nenhuma. A resposta foi: "Bota casado 10." O cliente respondeu: "Ah, quem é casado tem." O cupom do homem é o Casado 10 — e ele já foi lançado até na Centauro. A brincadeira se estende: "Ninguém quer o solteiro cinco. Se eu chegar na Caixa Econômica Federal para pegar um pronampzinho, jogar um casado 10, será que não rola?"

A Conexão com Deus na Maratona

Raquel começou a correr aos **40 anos** — e era muito preguiçosa antes disso. Nunca imaginou que fosse correr uma maratona, uma meia, nem 5 km. Mas foi descobrindo que gostava de longas distâncias e que tinha domínio sobre elas.

"Eu tenho muita conexão com Deus quando eu corro maratona. É impressionante como você se conecta com Deus e com você mesmo."

Ela compartilhou essa experiência com o treinador, que é muito religioso. A explicação dele: é o momento em que você está ali, só você e Ele — porque a vida é tão corrida que você está o tempo todo escutando áudio, música, um monte de coisa, e acaba nunca ficando sozinha. O único momento que toca a eternidade é o presente.

Sua filosofia para completar uma maratona é simples e profunda:

"Quando eu tô cansando, tipo, tô no 15, eu nunca penso 'ainda falta tal coisa'. Para terminar a maratona, eu tenho que passar no 15, eu tenho que passar no 20. Não adianta você querer já estar no 30 — para chegar no 30 tem que passar no 20. E para quem vai fazer 3 km, tem que passar pelo um, pelo dois e pelo três."

A História de Rodrigo: Comunhão e Comunidade

O apresentador contou um vídeo recente do Instagram de Casado 10: uma pessoa quase terminando uma corrida, sem conseguir chegar, sendo carregada. A história emocionante: **Rodrigo**, que tem segmento de alimentação, viu o Instagram de Casado 10 correndo e se inspirou — "se ele começou a correr com tantas demandas que tem, por que eu não vou começar?" Rodrigo frequenta a mesma congregação religiosa que Casado 10.

Rodrigo mandou uma mensagem que emocionou:

"Deus fez tudo perfeito. Porque eu comecei olhando seu Instagram e no final, nos últimos metros, eu não ia conseguir chegar. E adivinha quem foi que tava lá me apoiando?"

Naquela corrida, Casado 10 ia buscar algumas pessoas e Rodrigo foi a última pessoa com quem ele cruzou a linha de chegada. Para ele, foi um dos momentos mais emocionantes e gratificantes que já viveu: "Comunhão, comunidade é isso."

A Frase para o Mundo

Quando desafiada a escrever uma frase em uma placa que o mundo inteiro veria, com seu nome embaixo, Raquel respondeu:

"Acredite em você, nunca duvide da sua capacidade. Porque eu não imaginava do que eu era capaz de fazer no esporte. Eu era muito preguiçosa. Eu nunca imaginei que eu fosse correr uma maratona."

Uma Marca Genuinamente Pernambucana

A Fest Pace é descrita como uma marca genuinamente pernambucana, desenvolvida de A a Z por uma mulher, mãe de três filhos. E não deixa desejar em nada para nenhuma marca internacional — ao contrário, chama muita atenção quando passa.

"A gente às vezes se preocupa em ter uma marca que é de fora, porque a nível mundial. Mas a sua marca não deixa desejar em nada. A mulher não tem um top da Adidas, mas tem da Fest Pace."

As mulheres representam mais de 60% da participação nas corridas hoje, e a marca foi criada inicialmente para esse público. A contribuição de Raquel vai além do produto: ela mostrou como fazer uma peça que faz a mulher se sentir segura, confortável e bem ao correr.

"É uma questão realmente de amar o próximo a ponto de servir a ele consigo próprio."

O Privilégio de Correr com Raquel

Um dos apresentadores teve o privilégio de correr alguns metros com Raquel — a 4:40 de pace, conversando no vento. "Era o vento que tava levando", brinca ela. Para a equipe, é um privilégio escutar tantas histórias boas de forma leve. Como resumiu um dos apresentadores:

"Eu particularmente saio daqui transformado e entendendo que é desafiador para todo mundo, mas é igual fazer a maratona: você tá ali, desiste ou não desiste?"

Encerramento: Quilômetro a Quilômetro

A primeira live foi entregue, e a lição final ficou com todos:

"Eu que aprendi com Raquel aqui é que a gente tem que superar nossos medos, tem que enfrentar os desafios e, o melhor de tudo, quilômetro a quilômetro. Não adianta querer fazer tudo 100%. A gente consegue ir enfrentando os desafios e vencendo as barreiras."

Para fazer quatro lanches no mar, primeiro é preciso fazer os pequenos sprints.