

Outlets perdem glamour das grifes

Cotten Timberlake

Jennifer Mason vasculhou as prateleiras de um outlet da Neiman Marcus Last Call na Virgínia, este mês, na expectativa de encontrar produtos da Gucci ou Prada, como aconteceu no ano passado. Nada feito. "Fiquei um pouco decepcionada", diz Mason, que é dona de uma loja de materiais de papelaria e frequenta o shopping Center Potomac Mills, nos arredores de Washington.

Não muito tempo atrás, esses outlets sofisticados eram uma arma secreta para fashionistas em busca de vestidos Dolce & Gabbana, que podiam ser comprados com descontos de 75%. Há mais de 30 anos, quase todas as roupas vendidas nas lojas mais chiques vinham dos principais endereços de grupos varejistas elegantes como o Nordstrom. Hoje, as vendas de artigos de grife representam apenas 10% das vendas dos outlets sofisticados.

Cada vez mais as mercadorias são feitas especialmente para os outlets e não são vendidas em nenhum outro lugar pelos preços integrais (muito embora isso possa ser feito por uma marca importante como a Calvin Klein), afirma Steven Dennis, fundador da consultoria Sageberry Consulting e ex-vice-presidente sênior da Neiman Marcus. Ele classifica esse fenômeno de liquidações falsas.

As lojas de departamentos dos EUA reduziram seus estoques nos últimos dois anos, depois que os consumidores cortaram seus gastos, diminuindo o número de produtos que acabam nos outlets. Os estoques da Saks, por exemplo, estavam avaliados em US\$ 649,2 milhões em 30 de janeiro deste ano, queda de 24% em relação a dois anos antes. Enquanto isso, a competição pelos melhores produtos aumentou, na medida da multiplicação dos outlets e depois que fornecedores online como a Gilt Groupe, que oferece artigos de luxo com descontos durante vendas-relâmpago online de tempo limitado, entraram no mercado.

"A qualidade não chega nem perto da que se tinha no passado recente e não se tem os mesmos descontos", diz Dennis. "É difícil acreditar que todos esses concorrentes podem operar com sucesso de 50 a 100 outlets. Vai acabar ocorrendo uma consolidação."

O conceito do outlet decolou na década de 1970, quando a VF, a maior fabricante de roupas do mundo, permitiu que os consumidores revirassem as caixas de papelão com os excessos de produção de meias e roupas de baixo em suas fábricas, explica Linda Humphers, editora-chefe da revista "Value Retail News." Nesta mesma época, a Nordstrom abriu sua primeira loja Rack, no porão de sua principal loja de Seattle, para se livrar de sapatos encalhados. Os outlets proliferaram no começo dos anos de 1990. Em 2008, os EUA tinham quase 13 mil lojas em outlets e todo mundo mergulhou na tendência, de Anne Klein e Kenneth Cole a Elie Tahari.

Os clientes dos outlets tiveram muito o que comprar naquele ano, porque o início da recessão deixou os comerciantes mais sofisticados com estoques enormes de artigos de luxo. O excesso de estoque começou a diminuir, na medida em que os varejistas começaram a comprar menos, forçando as lojas de departamentos a encher seus outlets com liquidações falsas.

Nas lojas Off 5th da Saks, de 10% a 20% das mercadorias são queima de estoque das lojas da Saks que vendem a preços plenos, cerca de 20% envolve artigos da marca Off 5th e a maior parte do restante é fabricada para a rede por fornecedores, afirma a porta-voz Julia Bentley. As roupas são da estação, acrescenta ela, e vendidas com ganhos substanciais. Ginger Reeder, porta-voz da Neiman Marcus, não quis falar sobre a seleção que é feita em suas lojas Last Call.

De 20% a 25% das mercadorias existentes nos mais de 80 outlets Rack da Nordstrom é formado por queima de estoques de suas lojas de departamentos que vendem a preços plenos, segundo o porta-voz Colin Johnson. O resto vem principalmente dos excessos de estoques de fornecedores. Pouca coisa é feita para os outlets, diz Johnson. O desafio é conseguir as mercadorias de melhor qualidade, diz Blake Nordstrom, presidente da companhia que leva seu nome.

As vendas nos outlets Rack, abertos há pelo menos um ano, caíram 2,4% em agosto e setembro, comparado a um aumento de 1,7% no mesmo período do ano passado. Nas lojas Off 5th da Saks, o desempenho ficou abaixo da média da companhia no segundo trimestre, uma reversão em relação ao mesmo período do ano passado.

A Saks disse na semana retrasada que está fechando sua Off 5th em Reno, Nevada, porque a loja não estava tendo um bom desempenho. Decepções parecidas poderão se seguir se consumidores como Jennifer Mason voltarem para as lojas de preços plenos, em busca de artigos genuínos. "Amanhã, estou pensando em sair procurando roupas autênticas", disse.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 19 out. 2010, Empresas, p. B9.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais