

Moda brasileira é negócio da China

Grandes marcas compram ou produzem no mercado chinês pelas vantagens financeiras, mas preferem não relacionar seus nomes ao gigante asiático, pois sua reputação ainda é negativa

Alexandra Farah

afarah@brasileconomico.com.br

Desde que Paul Poiret, em 1903, libertou as mulheres do espartilho e fez um vestido imitando quimono, que os países orientais inspiram estilistas do mais alto padrão. De Yves Saint Laurent a Ronaldo Fraga, todo mundo já bebeu na fonte da cultura milenar chinesa. A China é orgulho como fonte estética, mas ainda não se pode dizer o mesmo das mercadorias que saem de suas fábricas.

Maior produtor mundial de industrializados, somando total de US\$ 1,99 trilhão em 2010, segundo a consultoria IHS Global Insight, a China cresce para dominar o varejo. O consumo brasileiro de vestuário é de cerca de 1,2 milhão de toneladas ao ano. A importação foi de 70 mil toneladas, o que representa 6%. Segundo dados da Associação Brasileira da Indústria Têxtil, Abit, deste total a China representou 70%, o que significa que o mercado brasileiro de vestuário teve participação da China em 2010 de 4%. Para 2011, este número deve crescer e a importação esperada é de 100 mil toneladas. A presença da China subirá para 5,6% do total consumido no Brasil.

Em categorias específicas, como jaquetas e suéteres, a participação da China no mercado interno já ultrapassou 50%. Há cinco anos a participação era de 1%. Mas a fama de seus produtos, apesar de virem ganhando qualidade, ainda continua negativa.

Tanto que marcas como Lacoste, Ralph Lauren e boa parte das grandes confecções brasileiras como Ellus, Le lis Blanc, Colcci e até Marisa Ribeiro produzem no gigante asiático, mas preferem não relacionar suas marcas com o país.

Quantidade é barreira

“O grande problema para pequenas empresas de moda que querem produzir na China é a quantidade. Geralmente, os

“

O grande problema para pequenas empresas de moda que querem produzir na China é a quantidade. Geralmente, os chineses aceitam pedidos de no mínimo mil itens por cor

Christiano Sá,
gerente da Regil

chineses aceitam pedidos de, no mínimo, mil itens por cor”, diz Christiano Sá, gerente do setor de confecção da empresa Regil, de Belo Horizonte, especialista em fazer a ponte entre empresas brasileiras e estrangeiras, com foco na produção chinesa. “Temos produtos de algodão, mas como o fio está caro, o que mais entra no Brasil é sintético mesmo”, afirma Sá, que tem quase 40 clientes.

Mesmo com os produtos chineses tendo valor agregado muito baixo, Aguinaldo Diniz Filho, presidente da Abit, afirma que entre os anos 2000 e 2010 as importações têxteis no Brasil cresceram 6,3 mil%. “Não pude acompanhar a comitiva presidencial à China mas o superintendente da Abit, Fernando Pimentel, reuniu-se com entidades têxteis chinesas. Nosso objetivo é criar um núcleo de conversação Brasil-China para tratar de temas como contrabando e preços”, diz Diniz Filho.

Ao lado de calçados, brinquedos e eletroeletrônicos, o setor têxtil e de confecção é um dos mais atingidos pela máquina de produção chinesa. “Os empregos brasileiros estão sendo sequestrados. Nós desempregamos um pai de família no Brasil para darmos emprego para outro na China. A concorrência é desleal, pois os chineses precisam de 20 milhões de novos empregos todos os anos e fazem qualquer coisa para conseguir. E estão conseguindo”, afirma o presidente da Abit.

No futuro, luxo e design

Para o diretor da Câmara de Comércio Brasil-China, Kevin Tang, há diversas marcas de luxo fabricadas na China “Quase tudo hoje é feito na China”, afirma. Para André Lima, que produz seus vestidos exclusivos de festa em seu ateliê em São Paulo, a China tem tudo, produz tudo, só falta o design. “Mas em algum momento eles vão ter, e aí quero ver o que vai acontecer”, afirma o estilista. ■

Vestido de inspiração chinesa no desfile de André Lima, no SPFW, inverno 2011

VAREJO AQUECIDO

Desindustrialização pode crescer

As pessoas compram para realizar aspirações. E, no Brasil de 2011, elas compram muito. Com o aumento do poder aquisitivo dos brasileiros, o varejo está aquecido. O mesmo não pode-se dizer da indústria nacional - inclusive de moda e vestuário. Em 10 anos, as importações têxteis no Brasil cresceram mais de 6 mil %. Nos últimos doze meses o comércio varejista do setor avançou 17% enquanto a produção industrial de tecido, vestuário e calçados, aumentou 2,94%, 6,54% e 4,67% respectivamente (veja ao quadro

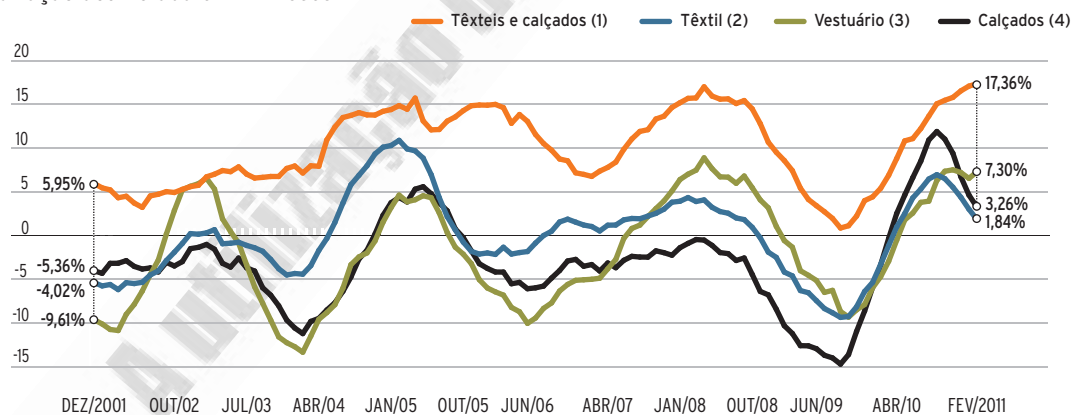
ao lado). Como parte da demanda está sendo suprida pela importação, o Brasil perde divisas o que, a médio e curto prazo, pode causar inflação. “O Brasil é um país urbano com tradição industrial”, diz Aguinaldo Diniz Filho, presidente da Abit. “Não tem como migrarmos para o setor de serviços ou agrícola. Se não preservarmos a indústria podemos ter um problema social de monta”, diz. “Não sou contra exportar commodities, a questão é que 90% da importação da China é de produtos manufaturados”, afirma.





COMÉRCIO X INDÚSTRIA

Produção industrial do setor não acompanha crescimento das vendas no varejo, variação acumulada em 12 meses



Fontes: IBGE e Brasil Econômico (1) Comércio varejista de tecidos, vestuário e calçados, (2) Produção industrial de produtos têxteis, (3) Produção industrial de vestuário e acessórios e (4) Produção industrial de calçados e artigos de couro