Santista fecha vendas de US$ 6 milhões
Vanessa Barone De Medellín

A Santista Têxtil participou pela sexta vez da Colombiatex, feira de tecidos e outros artigos para confecção, que terminou ontem em Medellín, na Colômbia. O saldo dos negócios foi positivo: cerca de US$ 6 milhões, ou 2 milhões de metros de tecido, em vendas para países como a própria Colômbia, Equador, Peru, Bolívia e Venezuela, principalmente.

A América Latina representa atualmente 50% da exportação da Santista - cujo produto carro-chefe é o denim. A empresa, que produz 100 milhões de metros de tecido por ano, exporta metade da produção. A empresa tem unidades fabris no Brasil, na Argentina e no Chile.

Entre os próximos passos da Santista na região, está a instalação de uma nova fábrica em um país da América Central. A estratégia visa driblar as altas taxas de importação que os produtos brasileiros têm de pagar para entrar nos Estados Unidos.

Até 2001, a Santista fornecia tecido para confecções colombianas que fabricavam calças para marcas americanas. Com as mudanças nas regras de comércio entre os países andinos e os Estados Unidos, o negócio foi extinto. "O novo acordo prevê isenção de impostos apenas quando o tecido tem procedência americana ou de algum país andino", explica Fernando Beer, gerente de exportação da Santista. Ou seja, deixou de ser interessante tentar o acesso ao mercado americano via confecções colombianas, uma vez que um imposto de 15% seria pago pela Santista. Antes do acordo com os países andinos, a empresa chegou a exportar tecido para confeccionar o equivalente a 10 milhões de calças, por ano.

Para compensar a perda, há seis meses, a Santista fechou contratos com confecções de calças jeans do Egito e do Lesoto para poder voltar a exportar para os Estados Unidos. Durante esse período, já foram enviados aos países cerca de 2 milhões de metros de denim.

"O jeito foi globalizar a produção para sermos competitivos", diz Beer. Em 2005, a Santista teve uma queda de cerca de 12% na receita de exportação.

A Cedro, empresa mineira com 133 anos de mercado e com cinco unidades fabris, em Minas Gerais, participa da Colombiatex há cinco anos. Nesta edição, investiu em um estande três vezes maior para dar cabo da missão de elevar para 25% a participação das exportações no faturamento da empresa - isso nos próximos 5 anos. Hoje, a exportação significa 10%. "A empresa está investindo em produtos de mais qualidade e dará uma guinada", afirma Klecius Janduci, gerente de exportação da Cedro, que durante a feira fez negócios da ordem de US$ 1 milhão. "Foi a melhor edição da feira, até hoje."

A Cedro, que atua no segmento de denim, sarja e tecidos para uniformes, faturou US$ 500 milhões no ano passado, com a produção de 9 milhões de metros de tecido, por mês. Os tecidos da Cedro podem ser vistos em calças jeans da marca espanhola Zara e da sueca H&M - produzidas no Brasil.

Outra que tem motivos para comemorar é a Paramount Têxtil, que encerrou sua participação na Colombiatex com vendas quase quatro vezes superiores do que na última edição. "Esperamos faturar US$ 500 mil durante o ano, com os negócios fechados ou prospectados na feira", diz Alcina Silva, trader da Paramount, que participa pela terceira vez da feira. Entre os maiores clientes das lãs frias para alfaiataria da Paramount estão as redes de lojas Arturo Calle e Hernando Trujillo.

Especializada em moda masculina, a Arturo Calle tem mais de 50 lojas na Colômbia. A Hernando Trujillo possui 35 lojas lojas na Colômbia, Equador e nos Estados Unidos - onde tem três lojas.

A Companhia Industrial Cataguases, também de Minas Gerais, vende por ano 800 mil metros de tecido para a Colômbia. "A feira é a responsável por esses negócios", diz Carlos de Mattos, gerente nacional de vendas da empresa, que produz 2,4 milhões de metros de tecidos para camisaria, 100% algodão, por ano. Cerca de 45% disso vai para exportação.

A participação brasileira na Colombiatex contou com 20 empresas, que tiveram apoio da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit) e da Agência de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil).

Segundo Rossildo Faria, diretor de operações da Abit, a presença brasileira na moda colombiana tende a aumentar a partir deste ano com a participação em outra feira importante no país: a Colombiamoda, que reunirá empresas de confecção, em julho, também em Medellín. "A edição passada do evento reuniu 1,8 mil compradores internacionais", diz Faria. Segundo ele, a Colômbia tem tradição em vestuário e exportou 50% a mais do que o Brasil, ano passado, chegando a US$ 600 milhões.

Na edição passada da Colombiatex, as empresas brasileiras faturaram juntas US$ 13 milhões. "Acredito que esse número será maior este ano." Segundo Faria, a maior demanda é por tecidos 100% algodão e por tecidos de camisaria - puros ou com misturas.

Em 2005, a balança comercial entre Brasil e a Colômbia favoreceu o Brasil. O país exportou US$ 54 milhões e importou US$ 9 milhões de artigos têxteis. "O trabalho de exportação é de longo prazo e envolve estratégia e várias ações", diz Nelma Vieira, gestora de projetos da Apex-Brasil. A agência promoverá uma Rodada de Negócios Brasil - Colômbia, entre 14 e 17 de março de 2006, no Centro Internacional de Negócios da Câmara de Comércio de Bogotá. A idéia é levar empresas de vários setores da economia. As inscrições para o evento estarão abertas até dia 8 de fevereiro.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 27 jan. 2006, Empresas, p. B5.