

Foi aberta a temporada da moda...

Mais um circo está armado e é hora de refletir a respeito.

Esse segmento da economia que movimentava milhões de dólares por ano e que emprega milhares de pessoas no país todo, tem muito mais do que puro glamour.

A efervescência vivida pelas top models também acontece nas salas de reunião, onde além das cores e tendências, fala-se de custos, estratégias e concorrência.

Vivemos uma verdadeira queda de braços, onde de um lado se encontra a produção e do outro a comercialização, quando na realidade ambos deveriam estar exatamente do mesmo lado.

Cada dia que passa aumenta o número de lojistas que preferem abastecer suas lojas apenas comprando nas chamadas pronta-entregas.

Por outro lado para ser competitivo no mercado é necessário fazer planejamento o que é incompatível com pronta entrega, visto que *roupa de moda* é um produto altamente perecível, se não for vendido dentro do prazo de validade, ou seja, na estação perde o seu valor.

Diferente de outros produtos, a roupa não vendida muitas vezes tem que ser doada já que não encontra compradores nem por valores abaixo do seu preço de custo.

Alguns podem confundir com just in time, no entanto não podemos nos esquecer que na moda o produto muda pelo menos duas vezes ao ano fato que não acontece, por exemplo, com produtos da indústria de auto peças.

A pergunta que se faz é, até quando vamos andar na contra-mão da história? Esse desencontro tem criado mais espaço para oportunistas e contribuído para aumentar o número de pequenos e médios negócios de moda que desaparecem do cenário levando consigo centenas de postos de empregos.

A indústria nacional de confecções tem no momento mais um grande obstáculo a ultrapassar a partir do momento que o nosso governo reconheceu China como economia de mercado.

Há uma centena de produtos têxteis, principalmente de malharia, que entram de maneira obscura no nosso país e são comercializados principalmente em pronta-entregas da região do bairro Bom Retiro em São Paulo, por preços muito abaixo dos custos de produção no nosso país.

Esses produtos, que concorrem de maneira desleal com os produtos fabricados no sul do país e nos circuitos das malhas em SP e MG, estão tirando o sono das associações de fabricantes de malhas.

Há no momento uma mobilização dessas associações para que a entrada desses produtos no país seja fiscalizada levando-se em conta as exigências trabalhistas e tributárias do nosso mercado. Na tentativa de evitar que a entrada facilitada por nossas relações diplomáticas com a China, não venha a provocar uma onda de desemprego nesse segmento da indústria têxtil.

É preciso sensibilizar lojistas e consumidores. Cada vez que se adquire um produto nessas condições, não só se está colaborando para o desemprego no Brasil como se está cometendo uma fraude.

É nesse ponto que se faz necessária a união de quem fabrica com quem comercializa.

Havendo diálogo entre essas partes é possível planejar e a partir do planejamento baixar custos. Custos mais baixos podem ser repassados ao consumidor final que dessa forma pode consumir mais. Essa é uma das maneiras de substituir o círculo vicioso pelo círculo virtuoso.

A fábrica pode vender mais barato porque tem a certeza da parceria com o lojista, já que tem o seu pedido em carteira antecipadamente. O lojista pode contar com a mercadoria que planejou comercializar naquela coleção e não precisa comprar o que encontra e sim o que escolhe.

O imprevisto é substituído pelo planejamento que é sempre mais barato.

Enfim é hora de cuidarmos tão bem da gestão dos negócios de moda no país, como cuidamos da imagem e da carreira das nossas top models.

Já pararam para pensar o quanto essa indústria de moda pode gerar de riquezas a partir do momento que invertermos esse círculo?

O desafio está lançado: transformar nossos negócios de moda em mais um produto “made in Brasil”!!!!

Beth Penteado

Representante Comercial e consultora.