

Indústria têxtil brasileira busca mais espaço no mercado mundial

Maria Amélia Vargas
mavargas@jcrs.com.br

Há mais de quatro décadas no comando da Fenin Fashion, Julio Viana acabou de encerrar a terceira edição da feira em Balneário Camboriú (SC). Assim como o lançamento das coleções Outono/Inverno, que ocorre desde 1982 em Gramado, a versão com a moda voltada para Primavera/Verão ganha mais expositores e público a cada ano. Em conversa com o Jornal do Comércio, ele faz um panorama do setor ao longo deste tempo e prospecta os próximos passos. Na avaliação do diretor da Fenin, com incentivos do governo federal, a indústria têxtil brasileira poderia ganhar cada vez mais espaço no mercado internacional. "Hoje, na Europa, existe um conceito de não quer comprar da China. Eles estão procurando outras alternativas e uma das alternativas que os europeus viram é o Brasil", afirma.

Empresas & Negócios – Qual é o balanço que o senhor faz desta edição da Fenin em Santa Catarina?

Julio Viana – A Fenin de Camboriú deste ano me surpreendeu pela quantidade de gente e de empresas grandes que veio do Meio Oeste, Norte e Nordeste. Isso aconteceu porque conseguimos acertar a data e transferir a feira do final de junho para o início de julho, já que o São João dessas regiões ocorre o mês inteiro, e é melhor que o Natal para eles. Então, este ano foi muito bom o volume de negócios. Isso aí foi uma coisa que funcionou com a confecção geral e com a com a parte dos importadores.

E&N – Em termos de volume de vendas, qual foi o montante negociado?

Viana – Tivemos em torno de R\$ 350 milhões a R\$ 400 milhões em vendas, mas este número pode até mais do que dobrar no pós-feira.

Este é um valor um pouco maior do que o do ano passado, assim como a quantidade de visitantes, que superou em 20% a 2023.

E&N – Quais são as expectativas para a próxima feira?

Viana – Para a próxima feira, em Camboriú, acredito em um acréscimo bem relevante de expositores porque eu tive reuniões com o Sintex, que é um dos maiores sindicatos do setor no Brasil, falei também com umas 10 malharias de lá para acertar melhor a data. Como eles lançam mais cedo, querem apresentar seus lançamentos com antecedência também. Eles já estão fazendo uma segunda coleção justamente para poder abranger a feira. Fora isso, o presidente do Sebrae Nacional, Décio Lima, que já foi prefeito de Blumenau e conhece bem a região e as empresas, está sendo procurado para contatar as empresas menores para participarem do evento.

E&N – Qual foi a participação dos expositores estrangeiros na feira?

Viana – A participação de expositores de fora foi menor do que a edição de Gramado, mas veio gente do Paraguai, da China, da Argentina, da Tailândia, da Índia. A maioria para vender insumos, como tecidos e maquinários.

E&N – Neste ano, participou um grupo de nove confecções gaúchas. Elas superaram a tragédia climática e conseguiram expor suas novidades. Como o senhor avalia essa participação?

Viana – Nós soubemos de muitas

Atualmente, o Rio Grande do Sul, principalmente no feminino, tem um produto de primeira linha e que vem ganhando mercado



Executivo à frente da Fenin Fashion, um dos mais importantes eventos do setor, elogia a confecção gaúcha

empresas que tiveram muitos prejuízos, que perderam maquinário inteiro e outros tantos itens. Mas as que estiveram conosco conseguiram salvar mostruários e levar amostras atualizadas ao evento. Elas contavam com a feira para isso, a grande maioria não tem representantes e sobrevive com a pronta entrega. O desempenho deste grupo foi melhor do que se imaginava, vendendo para boas empresas. Tanto que o Sebrae já quer rever, colocar mais gente.

E&N – Como o senhor vê o mercado têxtil gaúcho atual?

Viana – Se compararmos esse pessoal de 10 anos atrás para agora, mudou da água para o vinho. Nossos produtos não eram tão bons e foram melhorando com o tempo. Atualmente, o Rio Grande do Sul, principalmente no feminino, tem um produto de primeira linha e que vem ganhando mercado, porque não é um produto chinês, é local e de qualidade. O varejo pequeno gosta de comprar deles, já que não tem aquela coisa de grandes quantidades, é meio que uma exclusividade. O lojista compra três vestidos, não é que nem o produto chinês onde tem que comprar 100, senão a pessoa não te entrega. O produto gaúcho sempre foi muito bom, muito bem acabado, até porque a mão de obra é mais cara e o gaúcho tem um feeling para moda e design. Aqui o pessoal faz um produto bom, bonito. É mais caro, mas é diferenciado.

E&N – Nessas quatro décadas de Fenin em Gramado, quais transformações podem ser observadas no segmento?

Viana – Nesse tempo, vi mui-

tas empresas abrirem, quebrarem com planos econômicos. No tempo do Sarney, tínhamos um grande parque têxtil aqui e eu consegui fazer uma feira no Laje de Pedra, em Gramado, com praticamente só pessoal do Rio Grande do Sul. Hoje, tu contas nos dedos as malharias de tricô que temos aqui, que ficavam localizadas mais na Serra, em Farroupilha e Caxias do Sul. A confecção está voltando aos poucos a ser o que era. Se tu vais ver, são todas empresas novas. É uma nova era, que está indo bem, desde que o governo não atrapalhe.

E&N – Como está a questão do e-commerce para lojistas?

Viana – A venda online funciona muito entre o lojista e o consumidor final, porque a compra é pouca, é uma calça, uma camisa, um moletom, uma sacolinha de quatro/cinco peças. Se ele não gostar, pode devolver ou trocar com facilidade. A venda da indústria para o lojista é diferente, pois para o lojista é impossível se fazer isso. Primeiro, porque ele não compra pouco e precisa analisar o tecido, o acabamento. Se vier errado, ele vai ter problema, é um problema para trocar porque ele compra mil peças de cada produto. Em alguns produtos que será só repetição, aí vale comprar a distância, é só ligar para o representante e resolver. Mas quando é lançamento de coleção, ele tem que olhar, tocar, sentir a textura.

E&N – Como o senhor vê o mercado têxtil brasileiro em comparação com o internacional?

Viana – Poderíamos ser a China da América Latina, se o governo federal ajudasse, no segmento

da confecção. Não daqui, mas da América do Norte também, porque o americano também iria comprar da gente. Qualidade nós temos, o que nós não temos é preço competitivo. Na feira mesmo, falei com um pessoal de Portugal que começou a fazer uma brincadeira de show room brasileiro. E o que aconteceu? Hoje na Europa existe um conceito de não quer comprar da China. Eles estão procurando outras alternativas e uma das alternativas que os europeus viram é Brasil. Nós fazemos um jeans de moda muito bonito, a nossa matéria-prima é um pouco diferente fabricada lá, que é melhor, mas a modelagem que nós fazemos é bem aceita. Então pessoal quer lingerie, moda praia, jeans e o vestido brasileiro, porque eles acham que o vestido brasileiro despojado e mais interessante de vender.

E&N – Quais seriam os incentivos do governo federal, aos quais o senhor se refere, que seriam importantes para o segmento?

Viana – Tinha que começar desde a indústria, desde a tecelagem, principalmente o incentivo de imposto. Fazer a desoneração de várias coisas porque não temos condições de ter preços competitivos. Tu não podes diminuir o salário da pessoa, então nós temos que tirar dos outros lados. A China é grande porque lá tudo é subsidiado, gera imposto, mas é um imposto pequeno. Produto a gente tem, qualidade a gente tem, mas não temos competitividade. Então o cara prefere vender o algodão em fio, o commodity, do que o produto pronto. E se ganha muito mais com o produto pronto.