

Economia

Instituto Jones dos Santos Neves
Biblioteca

FALE COM A EDITORA ISABELA LAMEGO E-MAIL: economia@redetribuna.com.br

Empresas dão lição nos chineses

Empresários do Estado conseguem superar a concorrência dos orientais e revelam como fizeram para ampliar o mercado

Joyce Meriguetti

Empresários do setor vestuário capixaba estão conseguindo driblar a concorrência dos produtos chineses e ampliando o mercado para além do Espírito Santo. Para isso, reduzem preços, diversificam a produção e investem em máquinas novas e estratégias de marketing.

Na contramão das empresas que ainda enfrentam dificuldades, eles dão uma lição de como prosperar em meio às adversidades.

Algumas já estiveram prestes a fechar as portas, como a confecção Fashion Art, em Santa Inês, Vila Velha. Em abril do ano passado, a proprietária, Helena Altoé, relatou para **A Tribuna** o drama que estava passando por não conseguir concorrer com os baixos preços dos produtos asiáticos.

Ela conta que chegou a demitir funcionários, mas conseguiu dar a volta por cima. "Achei que teria que acabar com a empresa, mas corri atrás e consegui me manter no mercado. Fiz novas contratações e, em breve, vou abrir novas vagas de emprego", disse.

Helena diminuiu o preço da produção e também adotou a diversificação dos negócios como estraté-



OS EMPRESÁRIOS Luciano, Helena e Ely mostraram quais são os caminhos para superar a concorrência chinesa

gia. "Antes, produzíamos só bermudas da linha praia, mas, agora, trabalhamos também com modelos para passeio. Ainda consegui começar a produzir para empresas de São Paulo e Santa Catarina".

A Red Nose é uma das marcas para a qual ela passou a prestar serviço e ganhar o espaço que antes era dos chineses. A coordenadora de desenvolvimento de produtos da Red Nose, Patrícia Mersê, contou que a marca está aumentando a

quantidade de produtos nacionais de bermudas da linha praia e reduzindo as peças importadas.

"O tempo de programação dos produtos nacionais é mais rápido que o importado, além disso conseguimos aliar qualidade e preço".

Outro que está conseguindo manter afastada a ameaça dos produtos chineses é o sócio-proprietário da Plugg Bordados, Luciano Jamil. "Teve uma época que os produtos chineses contribuíram

para tirar a prestação de serviços de muita gente", pontuou.

Mas, para não ficar para trás, ele conta que investe em inovação, adquirindo máquinas novas. A empresa capixaba Indus também está conseguindo expandir seus negócios. "Sem descuidar da qualidade dos produtos, trabalhamos com preços reduzidos e promoções e investimos bastante em marketing", conta o gerente geral da Indus, Ely Gonçalves.

Parcerias entre asiáticos e empresários capixabas

Não é só de concorrência que está sendo construída a relação entre industriais capixabas e chineses. Para ganhar espaço no mercado nacional sem concorrer com a produção brasileira, empresas asiáticas buscam parcerias com empresários do País e do Estado.

O diretor-executivo da Câmara de Comércio Brasil-China Espírito Santo, Carlos Eiras, diz que o interesse dos empresários orientais em trabalhar de forma conjunta cresceu após as restrições do governo brasileiro ao produto importado.

Segundo ele, o momento é propício para fazer acordos. "Desde o ano passado, o governo brasileiro está diminuindo a importação de tecidos e roupas de forma geral e, diante das restrições, os empresários chineses buscam parcerias", completa.

Eiras explica que as parcerias acontecem de duas formas. "Pode ser por meio de sociedade, quando os brasileiros ficam com 60% do negócio e os chineses, com 40%, ou com parcerias nas quais os chineses participam com equipamentos e tecnologia e os brasileiros, com mão de obra e mercado, estabelecendo uma divisão do percentual de ganhos do negócio".

ENTENDA

Diferença no preço de produção

Preocupação

HÁ QUASE SEIS ANOS, a empresária do ramo do vestuário Helena Altoé já manifestava a sua preocupação de os produtos chineses prejudicarem o setor.

A TRIBUNA publicou uma reportagem no dia 20 de abril de 2007 com a proprietária da Fashion Art falando que as importações poderiam se tornar vilãs para o segmento.

EM ABRIL do ano passado, em entre-



Empresária vende casa e dá curso para pagar contas

"Concorrência com a China destruiu minha empresa"

Quem é a empresária Helena Altoé, proprietária da Fashion Art, em Santa Inês, Vila Velha, que em abril do ano passado relatou para **A Tribuna** o drama que estava passando por não conseguir concorrer com os baixos preços dos produtos asiáticos?

Há 5 anos ela luta contra ameaça

REPORTAGEM apontou o problema

vista ao jornal **A Tribuna**, a empresária contou que o que ela tanto temia se tornou realidade e disse que planejava fechar a empresa.

NA ÉPOCA, ela chegou a demitir funcionários para reduzir os custos.

Superação

MENOS DE UM ano depois, a empresária conta que conseguiu dar a volta por cima, já fez novas contratações e planeja abrir mais vagas.

OUTRAS EMPRESAS do setor do vestuário estão conseguindo driblar as ameaças. É o caso da Plugg Bordados e da Indus.

Estratégias

ENTRE AS ESTRATÉGIAS adotadas por empresários para driblar a concorrência chinesa, estão a redução de preços, diversificação da produção e investimentos em máquinas novas e estratégias de marketing.

Diferença

A DIFERENÇA de preços dos produtos chineses e nacionais é o principal problema. Para se ter uma ideia, enquanto o custo de produção de uma bermuda no Brasil é R\$ 20, na China é R\$ 10.

Maioria sofre com "invasão"

Embora alguns empresários estejam conseguindo reverter os prejuízos da concorrência chinesa, a "invasão" de produtos asiáticos com preços abaixo do mercado continua sendo uma realidade.

"Dados do ano passado mostram que houve queda na indústria nacional e crescimento do varejo, evidenciando o aumento da importação da indústria têxtil e de vestuário", aponta o vice-presidente da Câmara do Vestuário da Federação das Indústrias do Espírito Santo (Findes), José Carlos Bergamin.



BERGAMIN defende valorização

Ele aponta que, para as empresas capixabas conseguirem se fortalecer no mercado, elas precisam valorizar a marca e agregar valores intangíveis aos produtos, atendendo o desejo dos consumidores por personalização.

"Há indústrias que estão muito bem e outras que estão com dificuldade, mas o número de empresas se destacando tem aumentado", observa o vice-presidente da Uniglória, Áureo Faé.

O presidente da Findes, Marcos Guerra, disse que há uma grande ameaça de produtos chineses e que a indústria de transformação ainda está em queda, mas ressaltou que, para este ano, é esperado um resultado melhor do que nos últimos três anos.

"Investimentos que ficaram parados no ano passado serão retomados este ano. A previsão é de um crescimento da indústria em geral de 3,5% em 2013", apontou.

O presidente da Câmara do Vestuário da Findes, Paulo Vieira, ponderou que a concorrência com os produtos asiáticos é um dos problemas que afetam as empresas capixabas, mas não é o único.

"Há outros fatores prejudiciais, como a baixa produtividade brasileira e o custo com a burocracia".

ANÁLISE

Marcelo Loyola Fraga,
coordenador geral de cursos da
Faculdade Pio XII

"Governo deve taxar produtos chineses"

Em princípio, a concorrência é benéfica para o consumidor, principalmente a externa, que faz o País e a sociedade se movimentarem. Mas ela só é bem-vinda quando os concorrentes são leais.

Não é o caso da China, que manipula o câmbio (o Yan continua desvalorizado) para baratear seus produtos e torná-los mais atrativos no mercado internacional. Sem contar as condições, muitas vezes, subumanas a que os trabalhadores chineses são expostos, barateando ainda mais os produtos da China.

O governo brasileiro reagiu em 2012 e elevou o Real para em torno de R\$ 2, o que deu fôlego às empresas. Mas só isso não resolve, uma vez que encarece também os importados de outros países, criando inflação.

O governo deve taxar produtos chineses com preços muito abaixo do mercado, sob pena de arruinar a indústria nacional.