

## Exportação no Setor de Confecções

FONTE: QUALIDADE EM COMÉRCIO E SERVIÇOS EDITORA SENAC-SP

As dificuldades e os impedimentos legais para microempresas exportarem e importarem já estão sendo objeto de análise e de verificação de saídas. Em nossa sondagem de campo, o que encontramos foram algumas empresas que, de alguma maneira, concretizaram essa possibilidade. A Lygia e Nanny, por exemplo, é uma delas. Confeccionando e comercializando moda há 10 anos, a empresa surgiu "de uma brincadeira", como dizem as proprietárias, uma formada em Veterinária e a outra em Educação Física, que compravam roupas de banho no Rio para revender em São Paulo.

Hoje, com 40 funcionários, a Lygia e Nanny exporta para a Espanha, Portugal e Bahamas suas próprias peças, desenhadas e produzidas com grande profissionalismo, tanto que a meta imediata é (também elas) franquearem interessados em revender os seus produtos em boutiques exclusivas.

Um dos segredos para essa rápida evolução é comentado por Lygia: "o importante é ficar sempre esperto, não bobear". *Ligar o radar das informações* é fundamental para sair na frente das inovações. Se isso é vital na área da moda, é muito mais para quem pretende *exportar* moda. Sensibilidade para avaliar as tendências, presença firme e solidária nos piques de produção, envolvimento pessoal no dia-a-dia da empresa. São esses fatores que impulsionam um negócio incipiente ("uma brincadeira") para um estágio superior de desempenho aprovado aqui e no exterior. Para isso, Lygia e Nanny confirma a importância da equipe identificada com o projeto: "temos um pessoal cativo, pouco flutuante; gente que gosta de trabalhar aqui". Outra preocupação é estar atento às variações das expectativas dos clientes: "o que as pessoas estão querendo vestir? O produto que estou fazendo tem público certo?"