

Principais atributos no comércio de calças jeans

As calças jeans atualmente estão no armário de praticamente toda a população, são considerados itens básicos de vestuário. O jeans possui um elevado volume de comercialização devido à sua capacidade de abranger todas as classes sociais por possuir uma grande variação de preço. A variação de preço pode ser explicada por um conjunto de atributos que podem ser do produto ou de varejo.

Atributos do produto

Para se obter um valor agregado maior existem atributos que podem ser explorados no produto, são eles:

- Corte flare: considerado a nova versão da boca de sino típica da década de 70
- Uso de Resina: é utilizada para dar aparência à peça como se fosse feita de couro ou de tecido metalizado
- Lavagem dirty wash: um tipo de efeito que só é atingido com uma lavagem específica (o jeans recebe dois tipos diferentes de corantes ou pode ser tingido rapidamente durante a etapa de beneficiamento)
- Complementos: acessórios que diferem dos demais jeans e deixam as peças exclusivas
- Acabamento destroyed: são “rasgos estilizados”, estão em moda atualmente

Embora a maioria dos atributos do produto aumentem seu valor agregado, existem atributos responsáveis por reduzir o valor, são eles:

- Modelagem skinny: modelo de calça que tem a modelagem rente ao corpo, um modelo justo na coxa e na panturrilha
- Uso de poliéster e/ou elastano.

Atributos do Varejo

Outra maneira de se obter um valor agregado maior ao jeans são os atributos do varejo, sendo eles em ordem de importância:

- Local de venda do produto: um jeans comercializado na Oscar Freire terá um valor maior do que o comercializado no Brás, devido à experiência de compra
- Venda assistida: na compra realizada em uma loja física existe personalização no atendimento o que gera valor a experiência de compra, ao invés do que ocorre por exemplo em um e-commerce
- Origem de sua fabricação: peças produzidas em grande escala tem seu valor desvalorizado, por exemplo a produção de jeans na China

Visto que existem duas maneiras de se aumentar o valor agregado do jeans, deve-se saber que os atributos do varejo têm um peso de 3 para 1 em relação aos atributos do produto. Isto mostra que a localidade da comercialização é o principal diferencial do preço para a venda de calça jeans.

As possibilidades de se trabalhar no varejo são inúmeras, visto que pode-se vender de maneiras completamente diferentes um produto tão simples como a calça jeans. Um bom exemplo é, adicionar ou retirar algum item da peça que esteja em alta ou baixa no mercado que altera o valor do produto. Além da variação nos atributos do produto, há outras formas de se agregar valor e fidelizar o cliente, são os atributos do varejo, como a experiência de consumo do cliente, a valorização do atendimento, a aparência da loja e sua localidade. Em momentos de crise como vivemos atualmente deve-se buscar o aumento de margem para o negócio, isto pode ser feito sendo criativo e atencioso com o consumidor o que gera um aumento do valor agregado no produto e no varejo.

Para a construção da pesquisa foi utilizada uma amostra de 1.923 peças. A pesquisa envolveu lojas de rua e de shopping na cidade de São Paulo.

Pesquisa: **“Principais atributos no comércio de calças jeans”**

Realização: Elaine Mandotti e Daniel Bergman, FIA.

Coordenação: Professor Nuno Fouto, USP.

Texto: Arnaldo Mello, IBEVAR.