

Joalheria em rede internacional: desafios logísticos para mulheres latinas à exportação de joias

Larissa Moraes¹

Sou formada em Direito pela PUC-Goiás, até 2018 atuei no governo federal, passando por órgãos como o Senado Federal, Ministério da Saúde e um projeto do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). Mesmo sendo uma carreira bem sucedida, tive uma “crise existencial” que me afetou bastante emocionalmente. O caminho que, até então, tinha percorrido em minha vida não me preenchia mais. Na busca por uma atividade extra-profissional (*hobby*, segundo alguns) que me ajudasse a vencer o tédio que vem junto com essas crises existenciais, resgatei alguns conhecimentos adquiridos anos antes em um curso de joalheria (que cursei por curiosidade) e desenhei, de brincadeira, uma coleção de joias que eu gostaria que existissem para poder usar. As “joias dos meus sonhos”.

Pouco tempo depois, já com uma pasta cheia de desenhos, em uma conversa com uma amiga, esta demonstrou interesse em ver minha “coleção” e se encantou por um brinco, que fez questão de encomendar. Bem... fiquei feliz pelo reconhecimento e fiz o que pude para precificar a peça para ela.

Produto entregue e pago, empreguei o valor da peça para produzir outra, da mesma coleção, e anunciei no Instagram (a ideia tão amplamente difundida das *startups*: ganhos em escala a partir de um investimento inicial baixo), sendo rapidamente vendida. Com os recursos, produzi outras peças, que foram sendo vendidas, e com as vendas começaram a chegar convites para participação em feiras de design no Brasil. Eu realmente não podia acreditar que as coisas pudessem acontecer tão rapidamente.

Dentro desse contexto, outra amiga se propôs a facilitar um encontro com uma das maiores designers de joias de Brasília (e do Brasil): Stella Guerra. O encontro aconteceu na residência da Stella em junho de 2019, e para mim foi um divisor de águas para meu tino empreendedor. Com ela tive acesso às definições de “alta joalheria”, catálogo de produtos e empreendedorismo de artigos de luxo. Uma verdadeira aula... seguida de

¹ contact@larissamoraesjewelry.com

uma encomenda da própria Stella para produzir uma coleção a ser apresentada em um evento na capital federal em abril de 2020. Não sei se fiquei mais aterrorizada que empolgada. Tinha uma curva de aprendizagem ainda a ser cumprida, mas acreditei no talento que percebi que tinha, arregacei as mangas e encarei o desafio.

A coleção ficou pronta em janeiro de 2020, na mesma época em que tomei conhecimento de uma comercial exportadora em São Paulo especializada em estabelecimento de contatos entre designers de joias no Brasil e lojas especializadas no exterior, que organizaria um evento em Londres em fevereiro de 2020. Contatei essa empresa, mostrei minha coleção e fechamos contrato, visando já a participação naquele evento.

A empresa fez todo o processo de exportação temporária² da coleção e estabeleci, dessa forma, os primeiros contatos com compradores do exterior. Mas eu não contava com a pandemia de covid-19... as lojas do exterior restringiram as compras, por força do fechamento dos comércios imposto pelos governos locais.

O evento que seria realizado em Brasília, sob a organização de Stella Guerra, foi cancelado, devido à necessidade de distanciamento social. E eu estava com uma coleção de joias nas mãos que tinha sido produzida com recursos próprios, especialmente para esse evento.

O cenário não era muito promissor.

Decidi que era o momento de adquirir conhecimento sobre como alcançar a clientela de meus produtos, para poder começar a ter retorno sobre meus investimentos. Nessa busca, deparei com o Instagram de uma *influencer* russa de alta joalheria: Katerina Perez. Analisei o perfil e decidi contratar a consultoria dela para me orientar. A primeira dica que me deu foi “faça primeiro sucesso em seu bairro, para depois fazer sucesso em sua cidade, alcançando depois o país. Somente depois disso pense em uma carreira internacional”. Mas o público brasileiro de alta joalheria contemporânea é bastante restrito, e me peguei na dicotomia entre começar uma carreira no Brasil ou pular etapas e já visar o mercado internacional.

² Regime aduaneiro especial que permite a saída de mercadorias do país, com suspensão do pagamento do imposto de exportação, condicionada ao seu retorno em um prazo determinado.

Decidi que a carreira internacional é que traria o sucesso no Brasil, e não o contrário.

Decidi ainda que o Instagram continuaria a ser a principal plataforma de visualização das minhas coleções, mas para isso eu precisaria de uma estratégia que alcançasse o consumidor internacional. Investi então na melhoria das fotos dos meus produtos e criei uma página com visual padrão para marcas de luxo. *Influencers*, *buyers* das lojas internacionais de produtos de luxo e editores das revistas especializadas passaram a ser o alvo principal das minhas “curtidas” no Instagram, na esperança de que a insistência chamaria atenção para meu nome. Deu certo! Várias pessoas influentes do meio agora seguem meu Instagram, o que me faz alcançar uma grande visibilidade.

Com essa estratégia em andamento, decidi incrementar minha carreira por meio de participação em concursos de design de joias no exterior. Assim, depois de uma procura rápida na internet para me inteirar sobre os principais concursos da área, me inscrevi no início de abril para participar do A’Design Award, na Itália (um dos mais importantes do mundo), e do Vision Awards, nos EUA. A participação nesses eventos, em geral, é feita por meio de envio de fotos de alta qualidade das peças da coleção e respostas a um questionário detalhado sobre a confecção destas, bem como a qualidade dos materiais utilizados.

As inscrições foram despreziosas, pois a princípio eu visava apenas a participação para constar em minha carreira. Por conta disso mesmo meu susto foi enorme ao receber um e-mail do evento italiano me informando que eu havia sido nomeada para uma premiação. Foi grande a felicidade ao ler esse e-mail, que ficou maior ainda ao receber um segundo e-mail me informando que eu havia ganhado o primeiro lugar no concurso!

Se já não bastasse esse reconhecimento, um outro e-mail, do evento dos EUA, me informa que recebi os prêmios do primeiro lugar, segundo lugar e menção honrosa. Vi que essa seria mesmo minha nova carreira, e resolvi seguir em frente.

A divulgação das nomeações nos concursos facilitou bastante minha carreira (um dos prêmios do A’Design é justamente uma campanha de relações públicas internacional). Meu nome começou a ser publicado nas

revistas especializadas e não demorou muito a receber propostas de empresas de relações públicas (como a Yael Fraynd e Carla Loo, de Nova Iorque, e a Mercer Keeble, de Londres) para promoção da minha marca recém criada: Larissa Moraes Jewelry. Decidi assinar contrato com a Yael Fraynd, que me presta um excelente serviço de RP.

Chegou então o momento de pensar na estrutura de comercialização e exportação de minhas peças. Restabeleci, assim, o contato com a comercial exportadora de São Paulo para realizar o envio das minhas peças para o exterior. Mas, eu não me dava por satisfeita com alguns prazos e exigências, e vi que era importante adquirir conhecimento sobre o processo de comercialização, o que me levou a conhecer as qualificações oferecidas pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex), oferecidas no formato on-line. A participação nessas qualificações me ajudou a estabelecer uma parceria bem estruturada com a Apex, que praticamente “abraçou” minha causa, me orientando a cada empecilho burocrático que encontrava pelo caminho no processo de exportação. Descobri a figura do despachante aduaneiro e, após muita procura, encontrei um em São Paulo que aceitou fazer a comercialização de minhas peças, a despeito de toda burocracia e risco envolvido em envios comerciais de peças de alta joalheria. Nesse ponto, é importante frisar que procurei os serviços do Exporta Fácil, dos Correios, cuja estrutura seria perfeita para minhas necessidades, mas esbarra num detalhe: os Correios não fazem exportação de pedras naturais, e ninguém soube me dizer o motivo.

No meio de burocracias e empecilhos, o governo brasileiro decidiu criar mais um: o prazo que o produto pode ficar no exterior no regime de exportação temporária foi reduzido para apenas seis meses. Em alta joalheria esse prazo é impraticável. A aquisição de uma joia de alto custo não é uma decisão realizada por impulso. O cliente pensa, analisa, “namora” a peça para, tempos depois, adquiri-la. Essa situação obrigaria a realizar o envio para o exterior na modalidade comum de exportação, o que eleva muito o custo da comercialização. Na busca de uma modalidade de exportação que

não ampliasse os custos, deparei com a Remessa sem Saque³ que, embora não fosse a melhor alternativa, era de longe a mais viável.

Outra coisa que não facilitou minha vida foi a ausência de informações acerca das taxações praticadas em outros países sobre os produtos. As informações são esparsas e alteram constantemente, obrigando mais ainda a necessidade de contratar empresas especializadas na comercialização, elevando muito os custos iniciais para o empresário do setor. Mas o problema é que poucas empresas se dispõem a realizar essa exportação, e as que aceitam cobram valores impraticáveis.

A empresa de RP no exterior acabou, no final das contas, sendo o destino de exportação da minha coleção, ficando também responsável por comercializar minhas peças, pois já as utiliza para realizar as campanhas de vendas junto às lojas.

Foi assim, tateando no escuro, que consegui coletar algumas informações (obrigada, Apex!) que precisava para realizar a comercialização, embora muita coisa ainda permaneça obscura para mim. Posso dizer então, de cadeira, que a política de exportação brasileira é, de longe, o maior problema que deparo em minha carreira de produtora e comerciante de joias.

E agora, nesse contexto de pandemia, fica a esperança do retorno dos eventos e feiras internacionais de alta joalheria, para as quais contarei sempre com o apoio da Apex para garantir minha participação.

Enfim, posso dizer que hoje me sinto realizada, em uma carreira que realmente me define. Amo meu trabalho, e espero que estas poucas linhas possam motivar mulheres a buscar a realização profissional, seja em que área for, para que “nunca mais tenham que trabalhar no que não desejam”.

³ A Remessa sem Saque é uma modalidade de pagamento em que o importador recebe os documentos de embarque da mercadoria, realiza o desembaraço na alfândega e depois envia a remessa do valor do pagamento para o exportador. Todo esse trâmite oferece um alto risco ao exportador.

Coleção Van Gogh

