

## CAPÍTULO VII

### A COMPETITIVIDADE DO SETOR DE MALHARIA

Com a abertura da economia brasileira iniciada em 1990, a produção de malhas experimentou um ligeiro crescimento, situando-se ao redor de 450 mil toneladas/ano no biênio 1993/94. Após este período, a produção caiu para um patamar de 410 mil toneladas/ano no biênio 1995/96, ou seja, uma queda de aproximadamente 9% nos níveis gerais de produção de malharia. Em 1997, a produção de malhas experimentou um ligeiro acréscimo de 5%, passando para 420 mil toneladas. Nota-se por esses dados que a soma dos efeitos de aumento de demanda oriundo do processo de estabilização de preços com o aumento dos juros reais na economia mais a valorização do câmbio, estimularam o aumento das importações, facilitadas pelas condições de financiamento mais favoráveis e pelas quedas das alíquotas de importação de tecidos, que saíram de 40% em 1990 para 15% em 1994, deslocando a produção doméstica de malhas, que ficou praticamente estável ao redor de 425 mil toneladas/ano, como pode ser visto na Tabela 1 abaixo.

**Tabela 1**

#### **Brasil – Dados do segmento malharia**

Malharia					
Ano	Produção	Importação	Exportação	Nº	Nº
	(em toneladas)			indústrias	empregados
1990	371.284	566	1.787	3.766	116.587
1991	358.763	434	2.302	3.687	104.730
1992	405.278	72	3.126	3.576	99.749
1993	453.016	116	2.256	2.934	92.389
1994	457.846	1.485	1.878	3.400	96.506
1995	413.858	10.670	1.032	3.019	85.853
1996	407.429	21.578	1.244	2.891	80.477
1997	427.800	31.557	1.615	2.960	79.000

Malharia (índices 1990 = 100)					
Ano	Produção	Importação	Exportação	Nº	Nº
	(em toneladas)			indústrias	empregados
1990	100	100	100	100	100
1991	97	77	129	98	90
1992	109	13	175	95	86
1993	122	20	126	78	79
1994	123	262	105	90	83
1995	111	1.885	58	80	74
1996	110	3.812	70	77	69
1997	115	5.575	90	79	68

Fonte: IEMI e Secex/MICT.

Ao mesmo tempo em que a produção nacional de tecidos de malhas se manteve praticamente estável, as importações de tecidos de malha experimentaram um forte acréscimo, uma vez que foi o item que apresentou o maior crescimento médio entre todas as importações de tecidos, deslocando a importação de tecidos de algodão do posto de segundo maior item na importação de tecidos. Em 1991, essas importações somavam US\$ 3,7 milhões (5% da importação total de tecidos) e passaram para algo em torno de US\$ 78 milhões (25% do total da importação de tecidos) em 1997. Com relação a volumes importados, nota-se pela tabela acima o aumento considerável das compras desse segmento, quando

importávamos cerca de 500 toneladas/ano no biênio 1990/91, passando para algo em torno de 31 mil toneladas em 1997. Deve-se notar que esse expressivo crescimento das importações ocorreu a partir de 1994, quando tínhamos uma conjuntura de câmbio defasado e altas taxas reais de juros, o que fez com que as importações, financiadas com taxas de juros baixas, ficassem relativamente mais baratas. Para corroborar essa hipótese, observa-se que já em 1994 o patamar das importações de malhas subiu para 1.500 toneladas (13 vezes superior à importação de 1993) e a partir de 1995, os patamares de importação crescem cerca de 10 mil toneladas/ano. Com esse quadro, vemos que a participação das importações na disponibilidade interna de tecidos de malha cresce consideravelmente, pois tínhamos no período 1990/94 uma participação irrisória em torno de 0,13% em média (sendo que em 1992 e 1993 a participação foi quase zero), passando para cerca de 7% em 1997. Portanto, percebe-se que as importações mais baratas deslocaram a produção doméstica, abocanhando cada vez mais o mercado da produção nacional.

No tocante às exportações de malhas, ao contrário do comportamento mais homogêneo das importações, estas têm grandes oscilações ao longo da série analisada. Num primeiro momento, entre 1991 e 1993, crescem a taxas próximas de 30% ao ano, para em seguida apresentar queda contínua até 1995, quando atingiram a pior performance, com cerca de 1.000 toneladas. A partir de 1995, mesmo com o câmbio valorizado e com condições internas de financiamento ruins, tornam a crescer a taxas elevadas, de cerca de 25% ao ano em média. O interessante na análise dessa série é a constatação de que as exportações nunca foram representativas com relação à produção de malhas, uma vez que a participação das exportações na produção nacional oscila entre 0,2% e 0,8%.

Na análise do comportamento do número de empresas do segmento de malharia observa-se que após 1990 houve uma diminuição contínua de empresas até 1993 (2.934), com ligeiro acréscimo em 1994 (3.400) e depois novamente redução até 1996. Em 1990 tínhamos 3.766 empresas de malharia atuando no Brasil, enquanto em 1996 passávamos a ter 2.891 (redução de 23%) e 2.960 em 1997 (redução no período 1990/97 de 21%), ou seja, o processo de redução de empresas no segmento de malharias foi menos penoso do que no de tecelagem. Dois fatores ajudam a entender o porquê deste ajuste menos penoso: o fato de ser um segmento com menores dificuldades para a modernização tecnológica e de entrada de novas firmas vis-à-vis o segmento de tecelagem, devido ao baixo volume de recursos necessários para se implantar uma malharia moderna (cerca de metade do volume necessário para se investir em uma tecelagem); e ocorrência de um maior grau de integração da indústria de malharia, principalmente a integração com a confecção, segmento que experimentou crescimento constante no número de peças ao longo dos anos 90. Entretanto, deve-se destacar que o acesso mais fácil de empresas nesse segmento trouxe um maior grau de informalidade na indústria, fato este nocivo à competitividade do segmento no Brasil em virtude das distorções de preços que as informais inserem no mercado.

Conseqüentemente, a queda do número de empregados também foi menos intensa do que a que ocorreu na tecelagem, haja vista que a redução do número de empregados no período considerado foi de 31% (de 116 mil trabalhadores diretos na malharia em 1990, passou-se a 79 mil em 1997).

Assim, com produção estável e queda do número de indústrias e empregados, percebe-se um claro aumento da produtividade do segmento, o que acabou acarretando uma melhora da competitividade média do setor. Somado a isto, a crescente importação de máquinas modernas e mais produtivas também fez com que a produtividade crescesse no segmento, uma vez que se passou de uma média de US\$ 54,8 milhões no período 1990/92 para US\$ 109,7 milhões entre 1994 e 1996.

Portanto, os choques de competitividade que o segmento experimentou ao longo dos anos 90, primeiro com a abertura comercial e depois com o Plano Real (com a adoção de altas taxas de juros e câmbio valorizado), fizeram com que o segmento procurasse se ajustar, por conta das ações diferenciadas entre as empresas, realizadas preponderantemente de acordo com a disponibilidade de recursos de cada uma. Por isso, procuraremos realizar uma análise de acordo com o porte e nível de integração das empresas, de forma a detectar quais as saídas encontradas e os pontos de estrangulamento da competitividade que ainda restam por resolver.

Dessa forma, sabe-se que no segmento de malharia, o nível de integração é elevado, alcançando cerca de 71% das empresas<sup>5</sup>, com a maioria sendo integrada para frente, ou seja, com a confecção. Existem no segmento grupos distintos de empresas: as grandes empresas integradas produtoras de *commodities*, as de médio porte produtoras de produtos mais diferenciados e dotadas de um certo grau de integração e as pequenas que o são em sua maioria informais.

Antes de iniciarmos a análise dos segmentos em que somos competitivos e das restrições que ainda limitam a obtenção de um maior grau de competitividade, vale destacar dentro do segmento em questão, o quadro comparativo dos custos industriais de produção de malharia no Brasil com relação a alguns países selecionados, destacados na Tabela 2 a seguir.

**Tabela 2**  
**Comparativo de custos industriais na malharia**

Ottoman	US\$ por jarda da fábrica							
Elementos de custos	Brasil	India	Indonésia	Itália	Coréia	Turquia	EUA	Média
Custos de mão-de-obra	0,038	0,007	0,005	0,143	0,047	0,021	0,085	0,049
Energia elétrica	0,016	0,028	0,016	0,023	0,015	0,020	0,014	0,019
Insumos	0,016	0,014	0,014	0,015	0,015	0,017	0,016	0,015
Depreciação	0,041	0,029	0,039	0,039	0,041	0,050	0,050	0,041
Juros	0,037	0,037	0,040	0,026	0,028	0,020	0,020	0,029
<b>CUSTO TOTAL</b>	<b>0,147</b>	<b>0,115</b>	<b>0,114</b>	<b>0,246</b>	<b>0,144</b>	<b>0,127</b>	<b>0,185</b>	<b>0,154</b>

Fonte: International Production Cost Comparison, 1997.

Todos os dados finais de custo são custos FOB fábrica.

Nota: 1 jarda = 0,9144 metros.

<sup>5</sup> Tecelagem e Malharia – BNDES, Jan. 1998.

Como pode ser observado pela Tabela 2 na página anterior, em termos de custos industriais para a malharia, o Brasil só tem custo menor do que Estados Unidos e Itália, que apresentam os maiores custos de mão-de-obra, como era de esperar. O país mais competitivo desta amostra, em termos de custo de produção, é a Indonésia, que apresenta custos muito semelhantes ao Brasil, sendo que seu maior diferencial ocorre justamente com relação ao custo da mão-de-obra, cerca de oito vezes mais barato naquele país, o que aumenta a extrema necessidade de resolvermos a questão dos encargos sociais existentes no país para podermos elevar nossa competitividade, já que sabemos que não estamos no rol dos países que pagam altos salários aos seus trabalhadores. Com relação à média destes países listados na amostra, temos que o Brasil apresenta custos menores na mão-de-obra, na energia elétrica e na depreciação. Apresentamos custos maiores na aquisição de insumo (cerca de 5% maiores do que a média) e principalmente nos juros (24% maiores), o que era esperado tendo em vista as altas taxas de juros praticadas ultimamente no Brasil, o que nos remete para a solução dos juros para se incrementar a competitividade do País.

Na malharia produtora de *commodities*, destaca-se a produção de malhas com 100% de algodão e a produção de uma malha que mescla algodão com poliéster para a fabricação de camisetas com custo baixo até em relação ao obtido pelos chineses, o que o Brasil faz com competitividade. A Coteminas vende aos atacadistas as camisetas chamadas *jamm* (camisetas de gola redonda) por apenas US\$ 0,75 a unidade do produto destinado à exportação. No mercado interno, a camiseta fica em US\$ 1,15 a peça, preço muito semelhante ao da concorrente Vicunha, que é de US\$ 1,20 a peça. Nessa produção, as empresas são grandes e integradas, indo desde a fiação até a confecção, e dispõem de fábricas modernas por meio de constantes investimentos em novas plantas industriais, notadamente no Nordeste do País, o que pode ser constatado mediante a idade média abaixo de 10 anos do parque industrial de uma das maiores malharias do Brasil.

Nas malharias especializadas em produtos mais diferenciados, para fugir do campo de atuação dos produtores de *commodities*, tais como, malharia esportiva, malharia de artigos íntimos, de meias femininas e de meias esportivas, o Brasil também tem fábricas modernas devido aos investimentos realizados pelas empresas do segmento com vistas a garantir qualidade dos seus produtos. Em busca do aumento da qualidade de seus produtos, estas malharias em alguns casos aumentaram o grau de integração como forma de garantir suprimento de matéria-prima com regularidade e qualidade e minimizar os efeitos nocivos da alta carga tributária, entre outros motivos. Em outros casos, a saída foi de desverticalizar a produção, de forma a focar a atuação em nichos específicos de mercado. Na produção de artigos esportivos, as empresas buscaram investir no processo de acabamento para garantir maior conforto aos praticantes de esporte. Vale destacar que os investimentos em modernas plantas industriais de malharia chegam a custar cerca da metade do que é necessário para a instalação de uma tecelagem, o que em muito facilita a adoção de empresas modernas no segmento em comparação com o segmento de tecelagem. Estas empresas passaram a direcionar seu foco de produção na diferenciação, na busca por vender moda em vez de roupa.

Assim, percebe-se que o choque competitivo surgido com a abertura comercial e sobrevalorização do câmbio e os mais altos juros internos impactou de modo diferente as empresas do segmento. Para ser competitivo neste novo paradigma, dois modelos se sobressaíram em termos

de busca por competitividade. O primeiro, voltado para a produção de *commodities*, exigente de um alto grau de avanço tecnológico das fábricas e de facilidades em termos de incentivos fiscais, mão-de-obra mais barata e integração entre os elos da cadeia como forma de minimizar as deficiências com relação à aquisição de matéria-prima e sistema tributário ineficiente e custoso. O segundo modelo foi direcionado na especialização da produção em artigos diferenciados, de forma a captar nichos específicos de produtos de maior valor agregado. Cabe destacar que este aspecto de diferenciação foi muito mais intenso na malharia do que no segmento da tecelagem plana. Algumas empresas desse segmento aumentaram o grau de integração, investindo na modernização da produção de fios de poliéster, buscando uma coordenação mais eficiente entre a fiação e a malharia. Outras empresas fizeram exatamente o contrário, buscando focar sua atuação na unidade de negócio mais rentável da empresa, vendendo partes da companhia, aumentando o grau de terceirização no processo produtivo e buscando dirigir-se para a venda de produtos confeccionados. De qualquer forma, ambos os modelos se caracterizaram pela busca de diferenciação da sua linha de produtos, como forma de fugir da produção de grande escala.

Cabe destacar, finalmente, a existência de um número grande de empresas de pequeno porte, muitas atuando na informalidade. Nessas, a estratégia é sobreviver via formação de pólos de pequenas malharias. Sobre esse aspecto, ressalta-se que nesses locais, pela quantidade de pequenas tecelagens de malha, abre-se espaço à instalação de empresas de acabamento, que antes, por falta de escala, não tinham viabilidade econômica de se instalar. A grande vantagem dos pólos está centrada nos ganhos de escala proporcionados com a concentração de produtores num mesmo local. Esse ganho de escala possibilita melhoras na aquisição de matérias-primas e na distribuição dos seus produtos. Mas não é só de informalidade que vivem as pequenas malharias. Um exemplo disto é a Asablu Malharia, uma empresa montada por um ex-funcionário da Hering, que investiu em apenas uma máquina (moderna, importada da Alemanha) capaz de produzir 600 quilos de malha por dia, fornecidos em sua maior parte para a própria Hering, que fornece a matéria-prima e recompra a malha de algodão. Esta pequena empresa está inserida na nova estratégia da Hering, de se concentrar em produtos de maior valor agregado e fortalecimento de marcas, terceirizando etapas do processo produtivo.

### **Aspectos de competitividade**

Nesta parte do trabalho, buscaremos diagnosticar os aspectos relevantes que limitam o potencial competitivo do segmento de malharia do Brasil frente aos seus concorrentes, tais como as características dos insumos utilizados, mão-de-obra, grau de modernidade tecnológica (tanto com relação à máquinas e equipamentos, quanto com relação à adoção de modernas técnicas de gestão das empresas), formação de pólos, financiamento das necessidades de recursos, seja para a realização de investimentos em maquinário moderno, seja do capital de giro e principalmente, os aspectos oriundos das políticas públicas com relação à carga tributária, encargos trabalhistas (ambos incentivando um maior grau de informalidade encontrado no setor) e falta de fiscalização eficiente por parte dos responsáveis pelo controle de entrada de produtos importados.

## Aspectos de competitividade relacionados aos insumos

O fio empregado para a produção de malhas é basicamente o mesmo do adotado para a tecelagem (com certa diferença em relação ao maior grau de torção), sendo que seu processo de fabricação é mais simples e rápido do que o de produção da tecelagem, dado que não exige os procedimentos de preparação prévia do fio (urdimento e a engomagem) e a produtividade dos equipamentos de malharia é superior, uma vez que um tear circular moderno chega a produzir de 450 a 500 quilos de tecidos de malha por dia, enquanto um tear a jato de ar chega a produzir cerca de 100 quilos de tecidos planos por dia.

O abastecimento de matéria-prima nas grandes empresas integradas não se constitui em problema pelo simples fato de as transações ocorrerem dentro da empresa. Mesmo com a exigência de matéria-prima com tipos especiais, que combinem fibras de puro algodão com poliéster, estas companhias conseguem abastecer suas necessidades de forma cada vez mais eficiente, procurando utilizar cada vez mais os sistemas de *quick-response* para agilizar as informações oriundas da ponta da venda para o segmento produtor de matéria-prima, de forma a racionalizar os níveis de estoque. Uma grande empresa integrada do segmento, a Vicunha, investiu uma quantia próxima de US\$ 100 milhões numa unidade fabril de náilon, sendo imediatamente rotulada de a mais moderna do mundo no seu segmento.

No segundo modelo de atuação, direcionado para a especialização da produção em artigos diferenciados, de forma a vender produtos de maior valor agregado, temos que a TMB está investindo cerca de US\$ 20 milhões para a modernização de sua linha de produção de fios de algodão e de poliéster para abastecer a malharia da empresa de forma eficiente e competitiva. Ou seja, mesmo não tendo o tamanho das grandes, a empresa claramente busca diminuir os efeitos nocivos que uma má compra de matéria-prima pode gerar na sua linha de produção. Mesmo com relação às empresas que buscaram fugir do mercado de *commodities* buscando uma diferenciação de sua linha de produtos e que passaram a diminuir seu grau de integração na cadeia, também não detectamos problemas com relação ao fornecimento de matéria-prima com qualidade, uma vez que na estratégia adotada pela Hering, que se encontrava em grandes dificuldades financeiras, de se concentrar no seu verdadeiro *core business*, confecção e exploração da marca, a empresa passou a adquirir fios importados e oriundos de sua antiga concorrente, que é uma empresa altamente competitiva e moderna, não se configurando portanto problema quanto ao abastecimento de seus insumos.

Esta estratégia da Hering também possibilitou o aparecimento de pequenas malharias modernas que fazem o trabalho de produzir a malha requerida pela empresa, que passa a matéria-prima e depois recompra a malha. Esta espécie de contrato garante à empresa o fornecimento da matéria-prima com regularidade e qualidade. Esta estrutura de contrato é uma das muitas soluções para as pequenas do setor. Já nas pequenas empresas informais, a solução dos problemas com relação à aquisição de matéria-prima passa necessariamente para a formação de pólos, uma vez que possibilitam, entre outras vantagens, a concentração de compras em uma central única, de forma a gerar maior poder de negociação.

## **Aspectos de competitividade relacionados à mão-de-obra**

O custo da mão-de-obra é muito importante para determinarmos entraves de competitividade com relação a outros países, ainda mais quando o segmento da malharia é menos intensivo em capital do que o de tecelagem. Devido à maior facilidade de fabricação, necessidade menor de investimentos e menores custos de produção, os tecidos de malha vêm tendo a sua produção deslocada dos países de maior renda e maior nível salarial para os de menor nível salarial, o que indica ser este um custo determinante para a localização de investimentos no segmento da malharia, sem se esquecer de que mesmo dentro de um país o custo da mão-de-obra é capaz de gerar crises localizadas devido à dispersão de custos. O caso do Estado de Santa Catarina é notório. Segundo fontes do mercado, o custo de uma costureira na região é de algo em torno de R\$ 875 ao mês no Vale do Itajaí, contra R\$ 314 ao mês em outras regiões do País.

Nesse ponto, vale ressaltar a extrema competitividade que China e Índia apresentam em termos de custo da mão-de-obra, com valores seis vezes mais baixos do que o custo da mão-de-obra do Brasil (US\$ 0,58 por hora e US\$ 0,56, respectivamente, contra US\$ 3,84 no Brasil), que já é sabiamente baixo no mercado mundial. Taiwan, um dos países mais fortes na produção desse segmento apresenta, segundo a mesma fonte de dados, um custo de mão-de-obra 66% superior ao custo nacional (US\$ 6,38 /hora), o que nos faz concluir que o custo é importante na determinação da competitividade, porém não é suficiente para explicar por si só a diferença entre o Brasil e os asiáticos na produção de tecidos de malha.

Cabe destacar a distorção causada pelos altos encargos trabalhistas que existem no Brasil, que fazem com que o valor recebido pelo trabalhador seja inferior ao valor gasto pelo empregador. Corrigir essa distorção por meio de reformas no mercado de trabalho brasileiro é essencial para incrementarmos a competitividade de todas as empresas aqui instaladas. A migração de empresas para regiões do Nordeste do País, incentivadas pelo baixo custo da mão-de-obra (de aproximadamente US\$ 180/mês contra cerca de US\$ 400/mês no Sul do País), além de outros motivos (isenção fiscal e energia elétrica mais barata), só ilustra a necessidade de correção dessa distorção.

Outro ponto a destacar com relação à mão-de-obra diz respeito à sua qualidade, ou seja, ao nível de treinamento adequado à operação em maquinário cada vez mais automatizado e demandante de qualificação na sua operacionalização. Com relação a esse aspecto, as empresas não demonstraram preocupação, uma vez que com a dispensa de mão-de-obra ocorrida no setor só restaram as mais qualificadas. Ainda com relação ao aspecto de qualidade, na região Nordeste é notória a atuação conjunta de empresas e governo estadual para treinamento de mão-de-obra, assim como a existência de centros de excelência para contínuo treinamento da força de trabalho pode ser encontrado no Rio de Janeiro.

## **Aspectos de competitividade relacionados à tecnologia**

Com relação às empresas grandes e integradas, estas investiram pesadamente na aquisição de máquinas de última geração para obter poder de competição frente aos asiáticos. Nesse grupo de empresas, uma das maiores empresas do setor, a Coteminas, passou os últimos cinco anos se dedicando à construção de unidades fabris altamente modernas, feitas com o que há de mais moderno em máquinas têxteis e em instalações de competitividade semelhante aos maiores produtores mundiais.

Para se ter uma idéia, entre 1992 e 1997, a empresa investiu cerca de US\$ 500 milhões, o que vem permitindo uma taxa de crescimento em torno de 32% ao ano, tanto nos níveis produzidos quanto no faturamento da empresa. Esses investimentos possibilitaram uma redução considerável na idade média de seus equipamentos, observando-se que aproximadamente 100% de suas máquinas não têm 10 anos de uso, índice altamente competitivo com relação a qualquer parque fabril do mundo. Na unidade produtora de camisetas de malha de algodão com poliéster, uma das mais modernas do mundo, quase toda a produção é automatizada, o que acabou permitindo a produção de camisetas mais baratas do que as asiáticas. Outro exemplo que podemos destacar é o investimento realizado de cerca de US\$ 30 milhões em novos equipamentos para ampliação de capacidade produtiva e da produtividade no segmento de malhas de fibras artificiais e sintéticas de uma outra empresa de grande porte e integrada.

Também com relação às empresas de menor porte e que buscaram a diferenciação como forma de atuação, significativos foram os investimentos na busca por maquinário mais produtivo. A Lupo investiu cerca de US\$ 2,5 milhões na compra de maquinário importado da Itália, sendo que já tinha realizado ao longo dos anos 90 investimentos que somaram US\$ 15 milhões. Com estes investimentos, a empresa consegue rendimentos produtivos comparáveis aos padrões internacionais, de cerca de 20 pés de meia por hora, mostrando um alto poder de competitividade. Outros exemplos são notórios, com o caso da Marisol, que realizou investimentos em máquinas e equipamentos, investiu na criação da Marisol NE (projeto de US\$ 16 milhões) e programa investimentos mediante do Prodec da ordem de R\$ 67 milhões.

Em relação ao parque de máquinas da malharia, em 1998, existiam 36.159 máquinas retilíneas, 7.867 circulares, 1.307 *kettensthul* e 8.001 do tipo *Raschel*.

**Tabela 3**  
**Capacidade instalada em 1998**

Malharia:	
Circular	7.867
Retilínea	36.159
Kettensthul	1.307
Raschel	8.001

Fonte: IEMI – Instituto de Estudos e Marketing Industrial.

A idade média das máquinas é outro fator importante no aspecto da competitividade, pois mostra como o setor está investindo em modernização, acompanhando o mercado internacional.

**Tabela 4**  
**Idade média das máquinas no segmento de malharia**

MÁQUINAS	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
<i>Tear circular</i>	-	12,5	13,1	14	14,6	15,2	15,1
<i>Retilínea</i>	-	12,1	12,4	11,2	11,3	11,4	12,2

Fonte: IEMI.

No segmento de malharia, no período de 1989 a 1995, ao contrário dos outros segmentos do setor têxtil, a idade média aumentou (Tabela 4). Não obstante, a idade média vem decrescendo nos últimos anos, especialmente, pela implantação de malharias no Nordeste, altamente modernas, aproveitando os incentivos fiscais concedidos nesta região.

### **Aspectos de competitividade relacionados à gestão**

Nas grandes empresas integradas, as modernas técnicas de gestão foram e estão sendo continuamente implementadas, com vistas à racionalizar o máximo possível os custos produtivos, de forma a poder garantir competitividade com os grandes produtores asiáticos.

Uma das maiores empresas do setor têxtil, a Coteminas, passou a buscar o segmento de confecção como forma de procurar agregar maior valor aos seus produtos. Dentro dessa visão, passou a ser fabricante de bens de consumo têxteis em vez de ser uma fabricante de bens intermediários. Nesse sentido, a empresa formalizou em 1998 uma *joint venture* com uma empresa do setor de roupas de cama, buscando atender aos clientes com qualidade internacional e com preços competitivos (enquanto a empresa garante que seus produtos neste segmento de cama e mesa, chegarão ao mercado com preços muito abaixo do produto importado e de qualidade equivalente). Percebe-se como tendência da indústria que é cada vez menor o espaço que separa a indústria de tecidos de malha da de confecções. Assim, para solidificar a marca de seus confeccionados, a empresa, além de procurar estreitar o relacionamento com os clientes via apresentação dos novos produtos em mostruários, passou a investir sua marca e nas marcas por ela adquiridas. Outra forma de a empresa agregar competitividade ao seu negócio é a diversificação para outros setores de alta sinergia para com o seu processo produtivo. Nesse aspecto, a empresa está investindo na geração de energia (por meio de parcerias em unidades hidrelétrica e termelétrica) para baixar ainda mais seus custos de produção nesse insumo, que corresponde a aproximadamente 10% dos custos das fábricas.

Outra empresa de grande porte e integrada também está adotando a racionalização de seus custos para aumentar sua competitividade, fechando fábricas não eficientes e cortando mão-de-obra, de forma a atuar somente em mercados de alta escala de produção.

Nas empresas que procuraram o caminho da diferenciação como forma de manter a sobrevivência, as soluções foram diversas para incrementar a competitividade: a Hering optou por fechar segmentos e passou a explorar melhor sua marca com o intuito de se transformar em loja de moda, o que demandou intensa melhora dos canais de distribuição (franquias e novas lojas com design) e de contatos com clientes; a Marisol, que ao contrário de algumas empresas do setor que diminuíram suas estruturas, adquiriu a Maju em 1995 e passou a racionalizar toda a sua planta industrial, fechando unidades não lucrativas. Todas procuraram racionalizar seus custos ao máximo por meio da venda de ativos e dispensa de mão-de-obra e passaram a pedir incentivos fiscais para minimizar os efeitos da alta carga tributária e da migração regional para áreas de incentivo fiscal. A profissionalização da gestão, passando a gestão das empresas de origem familiar para executivos profissionais foi encontrada em muitas empresas como forma de buscar a racionalização total do negócio.

## **Aspectos de competitividade relacionados ao financiamento**

Os aspectos de competitividade relacionados com o financiamento dizem respeito ao financiamento do capital de giro e dos investimentos realizados para a compra de novas máquinas e instalação de novas plantas industriais. A forma de financiamento varia de empresa por empresa, estipulada de acordo com o grau de risco percebido pelo mercado.

Nas grandes empresas integradas esse aspecto é altamente minimizado, uma vez que os riscos são menores, e há melhores condições de financiamento e maior disponibilidade de alternativas de captação. Numa grande empresa do setor, que realizou investimentos vultosos de cerca de meio bilhão de dólares em cinco anos para a modernização de todo seu complexo industrial, o financiamento foi oriundo do seu caixa, de chamadas de capital no exterior e do lançamento de títulos no mercado internacional, procurando ao máximo evitar as caras linhas de financiamento internas. Numa outra empresa, também de grande porte e integrada, espera-se a oportunidade para a abertura de capital tão logo o mercado de ações volte à normalidade, e segundo fontes de mercado poderá ser a maior operação de *underwriting* da história da indústria têxtil brasileira.

Nas demais empresas, o problema é ainda muito grave, uma vez que não contam com as garantias exigidas pelos agentes. A utilização de recursos próprios limita em muito a capacidade das empresas em modernizar seu parque de máquinas e em financiar seu capital de giro, problema ainda mais grave. Como exemplo, temos que a utilização do Prodec por firmas de Santa Catarina apenas ilustrou como um mecanismo de financiamento mais moderado em suas condições (incentivo que poderá ser usado por 10 anos e as primeiras parcelas do financiamento podem ser pagas em 60 meses, podendo ser amortizadas em até 144 vezes a juros de 6% ao ano) alavancou os investimentos de diversas empresas no Estado.

## **Aspectos de competitividade relacionados às políticas públicas**

Com relação às políticas públicas, cabem diversas ações para se incrementar a competitividade geral das empresas do segmento, com relação aos altos encargos trabalhistas, alta carga fiscal e tributária e a falta de uma fiscalização eficiente que impeça a entrada de produtos subfaturados e contrabandeados. Além dessas ações para se incrementar a competitividade das empresas, a solução desses altos encargos trabalhistas e fiscais passa necessariamente para a solução da informalidade do setor, que distorce a competição em favor das empresas informais e inibe a rentabilidade e a capacidade de crescimento das formais, justamente as que investiram em máquinas e processos novos.

## CAPÍTULO VIII

### A COMPETITIVIDADE DO SEGMENTO DE CONFECÇÕES

#### 8.1 – Aspectos estruturais do segmento de confecções

O segmento de confecções no Brasil, assim como em todo o mundo, se caracteriza por um alto grau de diferenciação no que diz respeito às matérias-primas utilizadas, processos produtivos existentes, padrões de concorrência e estratégias empresariais. Essa característica de apresentar grande heterogeneidade em seus produtos, com a existência, segundo divisão feita pela ABRAVEST, de 21 segmentos distintos (incluindo artigos de cama, mesa e banho, os mais variados tipos de roupa e de acessórios), dificulta a realização de uma análise conjuntural de qualidade, fato que nos leva a focalizar o estudo prioritariamente no segmento de vestuário. Segundo dados do IEMI, cerca de 83% do número de empresas do setor de confecção estão voltadas para a confecção de vestuário e se tomarmos o número de mão-de-obra empregada – direta e indireta – na indústria de confecção, veremos que o segmento de vestuário participa com cerca de 80% do total da mão-de-obra empregada.

O segmento de confecções se caracteriza pela falta de barreira tecnológica à entrada de novas empresas (equipamento básico continua a ser a máquina de costura e a sua operacionalização é amplamente difundida) e baixo investimento requerido para a construção de uma unidade produtiva de médio a pequeno porte. Essas duas características geram uma grande atratividade para a entrada de empresas no segmento, o que acaba fazendo com que esse segmento tenha um grande número de empresas atuando, notadamente em empresas de pequeno porte. Segundo dados do IEMI, temos que as pequenas<sup>6</sup> confecções correspondem a 70% do total das empresas, enquanto as médias correspondem a 27% e as grandes com os 3% restantes. A característica de ser observada uma maioria de empresas de pequeno porte é notada em todos os países, não se configurando em uma particularidade do segmento no Brasil.

Portanto, cabe analisar quais seriam as particularidades do mercado de confecções de forma a favorecer a sobrevivência destas pequenas empresas no mercado. Em primeiro lugar, temos que a demanda por confecções é extremamente diversificada (confecção de roupa íntima, de dormir, praia/banho, esporte, lazer, social, roupa profissional, artigos de cama, mesa, banho, copa/cozinha e outras), o que faz com que nem todos os mercados possibilitem a atuação de empresas de grande porte, gerando nichos específicos que só são viáveis economicamente para empresas pequenas. Em segundo lugar, dado o lançamento contínuo de novas coleções ao longo do ano, o segmento de vestuário demanda flexibilidade produtiva para o ajuste das empresas às novas tendências de moda. Essa flexibilidade, assim como a simplicidade administrativa, é mais facilmente encontrada nas empresas de pequeno porte do que nas de grande porte, capazes de produzir uma alta quantidade de produtos padronizados sem diferenciação de estilo.

---

<sup>6</sup> IEMI: pequenas são empresas com até 60 funcionários; média tem entre 61 e 300 funcionários e grandes têm acima de 301 funcionários na produção.

Cabe destacar que, existe um conflito natural entre o modelo de maior flexibilidade adotado no Brasil pelas empresas de porte médio eficientes e o paradigma internacional de alta especialização. No modelo internacional, as empresas procuram especializar-se na fabricação de um tipo de produto (no qual detém algum tipo de vantagem competitiva) em máquinas altamente eficientes e capazes de gerar produção de 5.000 peças/dia. Nesse modelo, há a nítida separação das etapas do processo produtivo: a criação do produto (desenho e modelagem), o *marketing* e a distribuição do mesmo são fases realizadas nas centrais que detêm a marca (por exemplo, Pierre Cardin e Calvin Klein); já o processo de fazer as peças é todo terceirizado em vários países do mundo onde a mão-de-obra é mais barata e onde é possível instalar as máquinas de alta *performance* nas empresas locais que trabalham sob forma de contrato. Por exemplo, na fabricação de camisas, as empresas internacionais dispõem de máquinas de alta eficiência (a LECTRA, por exemplo) capazes de produzir 5.000 peças/dia que serão auxiliadas por máquinas que produzem 3.000 bolsos/dia, 2.000 colarinhos/dia e as máquinas especializadas em acabamento. Esse modelo é eficiente porque essas empresas que detêm marcas já consolidadas no mundo inteiro estão produzindo peças que serão posteriormente distribuídas no mercado mundial, ou seja, existe demanda para esses produtos de forma a viabilizar economicamente a alta escala de produção. Já o modelo adotado no Brasil é diferente, pois não há demanda suficiente no mercado interno de forma a viabilizar a concentração da produção de uma unidade confeccionista em um artigo apenas. Assim, produz-se calças, paletós, jaquetas, bermudas, entre outros artigos, conforme a preferência e a necessidade do mercado, de forma que é necessário ser flexível no processo produtivo senão corre-se o risco de ter encalhe dos estoques. No Brasil, este é o paradigma da empresa de médio porte bem-sucedida, em que existe um fluxo de produção dividido em células, em que cada célula produz uma das etapas do processo. Nesse processo, no momento da competição no mercado há a convergência de empresas brasileiras eficientes que tem 100 empregados produzindo 1.500 camisas/dia contra empresas do exterior que produzem 5.000 camisas/dia com poucos empregados. Aparentemente, essas empresas brasileiras não são eficientes, mas o diagnóstico não está correto porque essas estão apoiadas na estratégia da diversificação da produção para um mercado mais restrito do que as empresas internacionais que trabalham na escala de produção para a demanda em nível global.

Ao longo dos últimos anos, avanços tecnológicos ocorreram na fase anterior à da costura, na qual não há a necessidade de haver manuseio dos tecidos. Passou-se a utilizar o CAD (*Computer Aided Design*)/CAM (*Computer Aided Manufacturing*) e dispositivos de controle numérico, o que possibilitou nesta fase da confecção diminuir o tempo de produção e de desperdício de matéria-prima, além de aumentar a flexibilidade produtiva. Porém, a costura ainda é a fase principal do processo produtivo (cerca de 80% do trabalho produtivo) e os avanços tecnológicos são menos observados, uma vez que esta etapa é altamente intensiva em trabalho, o que faz com que essa etapa do processo e por conseguinte, todo o processo de confecção, seja altamente dependente da habilidade e do ritmo da mão-de-obra.

Portanto, devido à intensidade da utilização da mão-de-obra no segmento de confecção, o salário passa a ser peça importante a ser levada em conta para a localização de empresas. Esse segmento, historicamente concentrado na região Sul/Sudeste do País, passou a apresentar taxas de

crescimento na região Nordeste, notadamente o Ceará, devido à forte migração de empresas para a região. Essa migração está fortemente relacionada com o baixo custo da mão-de-obra, pois enquanto uma costureira custa algo em torno de R\$ 875 ao mês no Vale do Itajaí (SC), em outras regiões custa R\$ 314 ao mês.

Essa intensidade na utilização de mão-de-obra no segmento de confecção, faz com que este segmento tenha o menor gasto de capital por posto de trabalho entre todos os segmentos da cadeia têxtil, que é uma das grandes empregadoras em qualquer parque industrial do mundo. Para se ter uma idéia, nos Estados Unidos, 1 em cada 11 trabalhadores do setor industrial estão trabalhando no setor têxtil. Na França, este número sobe para 1 em cada 8 trabalhadores. Segundo estudo realizado pelo BNDES pelas economistas Sheila Najberg e Solange Paiva Vieira, que construíram o Modelo de Geração de Emprego por meio da análise de 41 atividades econômicas, o vestuário foi apontado como o setor de maior potencial de criação de vagas, a partir de um crescimento das vendas da ordem de R\$ 1 milhão. Nesse modelo, procurou-se traçar quantos empregos seriam gerados em cada uma das atividades se as vendas subissem naquele montante. O vestuário, com acréscimo potencial de 442 postos de trabalho, foi o primeiro segmento de toda a pesquisa, mostrando a importância desse segmento como gerador de emprego e a importância da mão-de-obra para a competitividade desse segmento na cadeia têxtil brasileira.

Além da importância como absorvedora de mão-de-obra, o segmento de confecção é o segmento de maior contato com as preferências dos consumidores com relação a tipos de tecido, padrões de corte e de cores, sendo portanto, responsável direto pela comunicação de alterações nos padrões de consumo para os outros elos da cadeia.

Portanto, na análise da competitividade do segmento de confecção no Brasil, não se pode desconsiderar as duas características mais marcantes do segmento: intensivo em mão-de-obra e formado em sua maioria por empresas de pequeno porte, muitas das quais inseridas na informalidade econômica. Essa informalidade impacta negativamente na competitividade do setor, uma vez que as chamadas oficinas de costura de fundo de quintal, que não pagam imposto algum, distorcem o sistema de preços de forma a afetar diretamente a rentabilidade das empresas formais, justamente as que possuem maior capacidade de investimento em modernização.

As seções seguintes abordam o desempenho dos principais segmentos de confecções no período pós-abertura comercial, período este marcado pela imposição de um novo paradigma competitivo em todo o segmento, seja mediante o aumento das importações, seja por meio da entrada de produtos ilegais no mercado interno (oriundos de contrabandos, subfaturamento ou classificação deficiente de produtos importados).

## **8.2 – Desempenho do segmento de confecção de vestuário no período pós-abertura comercial**

Ao longo dos anos 90, a confecção de vestuário manteve uma tendência constante de crescimento do número de peças produzidas, quando saiu de um patamar próximo de 2,2 bilhões de peças no início da década para algo em torno de 3,7 bilhões em 1997, ou seja, uma taxa de crescimento médio de 7,1% ao ano (62% em todo o período).

Com relação às importações de confeccionados, também observamos uma tendência crescente nas compras externas, sendo que salta aos olhos o crescimento das importações em 1994, quando atingiu 18 mil toneladas (crescimento de 141% com relação a 1993), e em 1995, com importações de 53 mil toneladas (taxa de crescimento de 187% com relação ao período anterior), mesmo com alíquotas de importação mais altas<sup>7</sup>. A partir de 1995, há certa estabilização das importações em torno de 54 mil toneladas em média.

Este incremento considerável das importações no biênio 1994/95 foi causado pela adoção do plano de estabilização de julho de 1994, que acabou provocando três efeitos estimuladores das compras externas: i) aumento da demanda interna oriunda da queda abrupta da inflação; ii) como ferramenta de auxílio à queda de preços e à desindexação da economia, o câmbio foi altamente sobrevalorizado, chegando a valer R\$ 0,82 o dólar; iii) adoção de altas taxas reais de juros, estimulando as compras externas financiadas. As cifras oficiais de importação de confeccionados, desconsideram as importações subfaturadas, catalogadas de forma indevida ou as importações ilegais (contrabando). Essas importações ilegais de confeccionados são mais graves do que em qualquer outro segmento da cadeia têxtil, uma vez que ao entrarem no mercado nacional, estarão impactando em todos os elos da cadeia, do produtor do algodão até o confeccionista.

Com relação às importações de máquinas de costura, temos pelos dados do relatório do MDIC, que têm-se situado ao redor de US\$ 100 milhões em 1996 e 1997, tendo decrescido em 1998 para US\$ 77 milhões (Secex), apesar de se ter observado uma importação destes equipamentos de US\$ 150 milhões em 1995. Apesar desta queda de compras externas de máquinas, temos que as compras de máquinas automáticas vêm crescendo (em 1993 montavam a soma de US\$ 8 milhões, enquanto em 1997 somavam US\$ 31 milhões) enquanto a compra de máquinas não-automáticas observa queda acentuada (US\$ 53 milhões em 1993 contra US\$ 29 milhões em 1997).

O impacto das importações oficiais de confeccionados, assim como a entrada de confeccionados de forma ilegal, não trouxeram queda do nível de produção de peças do segmento no Brasil, apesar de ter havido uma maior pressão para baixo dos níveis de preço dos artigos, uma vez que a concorrência foi incrementada com a entrada de produtos asiáticos com claros sinais de *dumping*. Além disso, essa entrada de produtos mais baratos forçou os produtores brasileiros a se ajustarem, buscando um maior grau de diferenciação de seus produtos, como forma de sair do mercado de produtos padronizados, o que acabou gerando uma maior necessidade de se obter qualidade nas linhas de produtos.

As exportações de confeccionados para vestuário (altamente concentradas em poucas empresas, uma vez que, segundo fontes de mercado, das 800 empresas brasileiras de confecção que exportam, dez respondem por 62% das vendas para o exterior) tiveram um comportamento inverso ao das importações. Após atingir o ponto máximo em termos de volume exportado em 1992, com cerca de 87 mil toneladas (grande parte estimulada pelo desempenho ruim da economia

<sup>7</sup> Em 1995, o Governo elevou as alíquotas de importação dos confeccionados para 70%, quando antes era de 20%. Além disso, em 1997, o DECEX adotou uma série de medidas com o objetivo de conter as importações e para auxiliar no combate ao subfaturamento. Entre as medidas tomadas, temos o estabelecimento de cotas às principais confecções originárias da China (Portaria Interministerial MICT/MF nº 7/97), adoção de licenciamento não-automático em todos os itens de confecção, com acompanhamento dos preços e dos prazos praticados.

brasileira no início dos anos 90, o que estimulou a procura por vendas externas), as exportações caem continuamente ao longo do período considerado, chegando a atingir 37 mil toneladas em 1998 (-57% do obtido em 1992). Deve-se ter em conta que essa queda das exportações não deve ser atribuída unicamente aos fatores conjunturais surgidos a partir do segundo semestre de 1994, quais sejam: aumento da demanda interna, sobrevalorização da taxa de câmbio e elevação da taxa real de juros. Esses fatores, que inegavelmente contribuíram para uma má *performance* das exportações pós segundo semestre de 1994, ainda não estavam presentes em 1993 (quando as exportações caíram 18%) e em metade de 1994. Com relação ao destino das exportações brasileiras de confeccionados, observa-se que ao longo dos últimos anos, as exportações destinadas ao bloco do Mercosul atingiram 37%, quando anteriormente essas vendas para o bloco representavam 20,4%. Já as vendas destinadas ao NAFTA e à União Européia, principais consumidores mundiais de confeccionados, ocupam 27% e 24%, respectivamente, enquanto no passado, estas participações eram de 32,2% e 33%. Esse fato demonstra claramente como a formação de um bloco econômico (no caso, o Mercosul) proporciona fatias de mercado maiores devido aos acordos regionais em termos de alíquotas de importação menores. Atualmente, a Argentina é o principal consumidor dos produtos confeccionados brasileiros, apresentando portanto, as maiores possibilidades de incremento das vendas externas brasileiras.

Portanto, o desempenho das exportações de vestuário no período pós-abertura comercial caracterizou-se por uma ligeira queda do volume exportado e uma mudança expressiva nos mercados de destino, indicando que o setor esteve atento às novas oportunidades de mercado que surgiram com a queda de barreiras alfandegárias oriundas da formação de blocos econômicos.

Assim, apesar do setor ter demonstrado boa capacidade de percepção de novos mercados, o efeito da abertura comercial sobre as exportações de confeccionados não foi significativa, uma vez que segundo a OMC, entre 1990 e 1996, as exportações mundiais de confecções em valor aumentaram cerca de 50%, sendo de apenas 0,4% o aumento das vendas brasileiras no período. Vários são os fatores que podem ser levantados com relação à dificuldade de se incrementar as exportações brasileiras de confeccionados, destacando: i) forte concorrência asiática com relação aos preços; ii) a moda e o design, fatores muito importantes hoje em dia, estão tradicionalmente atrelados aos produtores europeus e americanos; iii) falta de uma marca consolidada do Brasil no mercado externo; iv) todas as questões relacionadas ao custo Brasil (impostos, encargos, infraestrutura de transporte, portuária e etc.); v) falta de financiamento das empresas; e vi) falta de tradição exportadora do Brasil, uma vez que durante muitos anos o mercado externo era visto apenas como uma válvula de escape dos produtores internos devido à variações de demanda da economia brasileira.

Com relação ao número de empresas no segmento de confecções de vestuário, percebemos que após uma queda em 1992, temos crescimento contínuo até 1997, quando atingiu-se 15.610 empresas. Comportamento diverso do encontrado no número de empregados, que acusou queda de 6% ao longo de todo o período. Esse comportamento tanto do número de empresas como do número de empregados, difere em muito do comportamento dessas variáveis para os outros segmentos analisados, uma vez que foi notório o aumento da concentração em todos os segmentos

e queda da utilização da mão-de-obra. Dois fatores ajudam a explicar esse comportamento: maior facilidade de acesso ao segmento de confecções e como é um setor de característica mais flexível no processo produtivo, a busca por diferenciação para manter a sobrevivência das empresas é realizada de forma mais eficiente, de modo que até possibilitou o surgimento de novas empresas no segmento.

Percebe-se, após analisar o segmento confeccionista brasileiro, que poucas empresas são atualizadas tecnológica e organizacionalmente (dotadas, entre outras coisas, com bons esquemas de comercialização de sua produção), sendo que a maioria é composta por empresas defasadas que competem no mercado via custo da mão-de-obra ou via terceirização, que no Brasil muitas vezes é confundido com a informalidade. Portanto, de um modo geral, esse segmento no Brasil não é competitivo, precisando-se buscar um maior grau de utilização de equipamentos CAD/CAM, maior organização da produção das pequenas, via implantação de pólos ou cooperativas e maior treinamento da mão-de-obra envolvida na produção, seja em nível operacional, gerencial ou controle, entre outras medidas igualmente importantes, tais como a solução da questão do financiamento para a modernização tecnológica das pequenas empresas.

**Tabela 2.1**  
**Brasil - Dados do Segmento Confecção de Vestuário**

Confecção (Vestuário)					
Ano	Produção (mil peças)	Importação		Exportação	
		(em toneladas)		Nº indústrias	Nº empregados
1990	2.287.550	4.259	42.308	13.411	1.108.869
1991	2.237.087	9.937	46.178	13.529	1.125.813
1992	2.873.136	6.274	87.973	11.531	1.132.501
1993	2.783.128	7.679	71.712	11.976	1.045.761
1994	3.430.843	18.479	54.291	12.169	1.086.067
1995	3.518.949	53.112	43.108	14.195	1.095.822
1996	3.333.158	58.742	39.118	14.955	1.079.872
1997	3.700.000	51.252	37.765	15.610	1.040.000

Confecção (índices 1990 = 100)					
Ano	Produção (mil peças)	Importação		Exportação	
		(em toneladas)		Nº indústrias	Nº empregados
1990	100	100	100	100	100
1991	98	233	109	101	102
1992	126	147	208	86	102
1993	122	180	169	89	94
1994	150	434	128	91	98
1995	154	1.247	102	106	99
1996	146	1.379	92	112	97
1997	162	1.203	89	116	94

Fonte: IEMI e SECEX/MICT.

### 8.3 – Desempenho do segmento de cama, mesa e banho no período pós-abertura comercial

No Brasil, temos competitividade na confecção de artigos de cama, mesa e banho, artigos estes produzidos em sua maioria pelas empresas de Santa Catarina, tais como: Teka, Artex, Dohler, Karsten, Büettner, e Schlosser. Devemos considerar a entrada da Coteminas nesse segmento, após a formação de uma *joint venture* com a Artex, em que adquiriu uma parte da Toália, localizada em

João Pessoa, na Paraíba. Por isso, iremos analisar de forma mais detalhada alguns números referentes a esse setor no Brasil.

Nesse segmento, a produção brasileira alcançou mais de 550 milhões de peças em 1995, permanecendo neste patamar até 1997, quando produziu 557 milhões de peças, o que correspondeu a cerca de US\$ 1,4 bilhão. Conforme pode ser observado pela Tabela 3.2 abaixo e pelo seu Gráfico 3.1 correspondente, a produção física cresceu em média 4% ao ano, no período compreendido entre 1990/97. Percebe-se pelo gráfico a seguir, o significativo crescimento da produção após 1994, mostrando como o segmento foi afetado pela introdução do Plano Real e a conseqüente queda da inflação, que proporcionou crescimento de renda real de todos os indivíduos da economia. Já no anos subseqüentes, a produção permaneceu constante ao redor de 550 milhões de peças. Por segmentos, percebe-se que o item que mais cresceu foi o segmento produtor de artigos para mesa (38% no acumulado do período 1990/97), seguido por um crescimento semelhante dos artigos de cama e banho (aproximadamente 33%). Já a produção de artigos para copa e cozinha foi a que menos cresceu, cerca de 23% no acumulado do período.

**Tabela 3.2**

**Brasil – Produção de Artigos de Cama, Mesa, Banho e Copa/Cozinha – 1990/97**

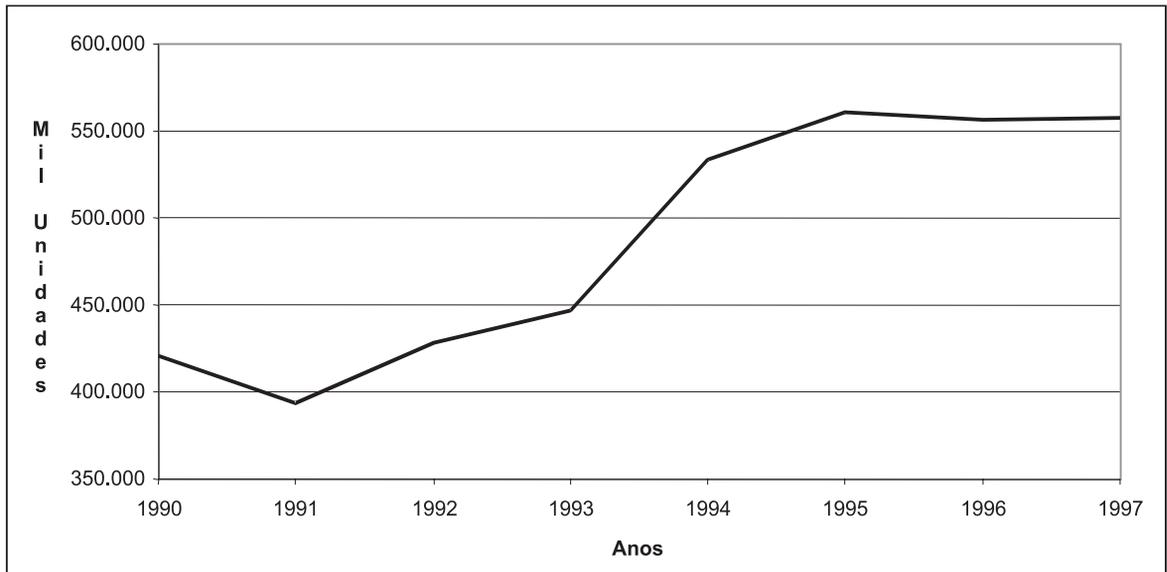
**Em mil unidades**

<b>Segmento</b>	<b>1990</b>	<b>1991</b>	<b>1992</b>	<b>1993</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>97/90</b>
Cama	129.397	119.987	128.765	132.075	157.203	161.156	163.119	172.319	33%
Mesa	82.467	76.854	82.976	88.863	105.325	112.557	111.108	113.963	38%
Banho	177.908	168.421	186.574	195.236	234.598	248.995	246.723	234.214	32%
Copa/Cozinha	30.447	28.344	29.847	30.998	36.210	38.232	35.309	37.385	23%
<b>Total</b>	<b>420.219</b>	<b>393.606</b>	<b>428.162</b>	<b>447.172</b>	<b>533.336</b>	<b>560.940</b>	<b>556.259</b>	<b>557.881</b>	<b>33%</b>

Fonte: Relato Setorial nº 8 – BNDES.

**Gráfico 3.1**

**Brasil – Produção de Artigos de Cama, Mesa, Banho e Copa/Cozinha**



Fonte: Tabela 3.2.

Com relação aos valores da produção desse segmento, há divergência quanto ao comportamento da série se compararmos com a série do número de peças. Os valores totais da produção destes artigos em 1990, foram de US\$ 1,6 bilhão, quando iniciaram uma queda contínua até 1993, quando o valor total da produção foi de US\$ 1,2 bilhão. Como era de se esperar, 1994 apresentou um ligeiro crescimento para algo em torno de US\$ 1,3 bilhão, permanecendo neste patamar até 1996, quando em 1997 cresceu ligeiramente, apresentando um faturamento em torno de US\$ 1,4 bilhão. A explicação lógica para esta queda de faturamento com produção crescente, é a queda dos preços médios dos artigos. Observa-se uma queda de preços em todos os itens, principalmente nos artigos de Cama e nos de Mesa, com menor intensidade de queda nos artigos de Banho e de Copa/Cozinha. Pode-se atribuir essa queda a vários aspectos, entre os quais cabe destacar o incremento de produtividade (várias empresas investiram na atualização tecnológica), aumento da oferta de produtos concorrentes e queda dos custos oriunda tanto do aumento da eficiência do processo produtivo como da queda dos preços internos das principais matérias-primas. Cabe ressaltar que nesse segmento, em termos de produção física, os artigos de Banho lideram com cerca de 42% da produção física de 1997, com os artigos de Cama em segundo lugar com 31%. Entretanto, em termos de valor da produção, a posição se inverte em virtude dos preços médios mais altos dos artigos de Cama, com participação de 52% do valor total da produção, contra 23% de participação dos artigos de Banho.

O comércio exterior dos artigos de Cama, Mesa e Banho, ao longo de toda a década de 90 apresentou superávit. No período compreendido entre 1990 e 1993, o superávit desse segmento foi crescente, saindo de um patamar próximo de US\$ 185 milhões para algo em torno de US\$ 230 milhões. A partir deste ano, porém, o superávit caiu até atingir o antigo patamar de US\$ 185 milhões em 1995, permanecendo constante até 1997. Desse saldo comercial, os artigos de Banho

participam com cerca de 75% do saldo total de 1996. Esta evolução do saldo comercial desse segmento está fortemente correlacionada com o comportamento das exportações do setor, haja vista que as importações, embora crescentes, ainda representam parcela inexpressiva do fluxo total de comércio.

Assim, temos que o comportamento das exportações de Cama, Mesa e Banho foi crescente, em termos de valor, entre 1990 e 1993, quando saiu de patamar próximo de US\$ 190 milhões para algo em torno de US\$ 250 milhões em 1993. A partir deste ano, as exportações foram decrescentes até 1997, quando atingiram o valor de aproximadamente US\$ 200 milhões, patamar observado anteriormente. Assim, percebe-se que a abertura comercial iniciada no início da década manteve o patamar exportador num mesmo nível (ao redor dos US\$ 200 milhões), apesar de ter sido observada uma mudança dos destinos destas exportações, fato este que iremos abordar a seguir.

A participação regional mostra grande concentração de vendas externas, uma vez que Santa Catarina respondeu sozinha por 90% das vendas externas de 1997 (US\$ 185,2 milhões). São Paulo, o segundo Estado em vendas externas de Cama, Mesa e Banho respondeu por 6% (cerca de US\$ 11,4 milhões). Esses números não diferem muito dos números do início da década, uma vez que em 1990 os dois estados juntos responderam por 94% das exportações. Com relação ao destino das exportações, observa-se um maior grau de concentração de compradores, uma vez que em 1990, os três maiores compradores dos artigos de Cama, Mesa e Banho adquiriram 54% das vendas brasileiras (EUA 26%, Alemanha 18% e Paraguai 10%), enquanto em 1997, os três maiores compradores adquiriram 60% das vendas, com destaque para a inclusão da Argentina como maior comprador, diminuindo a participação dos demais nas exportações brasileiras (Argentina 26%, EUA 21% e Alemanha 13%).

Com relação às importações, cabe destacar que no período entre 1990 e 1997, observa-se um expressivo aumento, principalmente no ano de 1995, quando de uma média próxima de US\$ 2,5 milhões no período 1990/94, saltou para mais de US\$ 25 milhões. Já em 1996, observa-se uma queda das compras para um patamar próximo de US\$ 22 milhões. Deve-se ter em mente sobre as importações a ainda inexpressiva participação destas no fluxo total de comércio, uma vez que as exportações do segmento beiram os US\$ 200 milhões contra importações de aproximadamente US\$ 22 milhões. Para ilustrar este quadro, temos segundo o Relato Setorial n° 8 do BNDES, que as importações alcançaram apenas 1,3% do consumo aparente total em 1997. Destaca-se nas importações de Cama, Mesa e Banho, a participação maior das importações dos artigos de Cama, sempre superiores às demais ao longo da série estudada. Ainda, segundo o Relato Setorial, as importações dos artigos de Cama representaram mais de 50% das importações do período compreendido entre 1990/96, chegando a alcançar números superiores a 80% em determinados anos. Com relação à origem das importações desse segmento, estas vieram principalmente da China e do Paquistão, com alguma parcela oriunda da Colômbia, EUA, Itália e Índia. Em 1997, esses países forneceram cerca de 87% de nossas importações.

Portanto, apesar de ser observada uma elevação dos totais importados oriundos da abertura comercial, esta ainda é inexpressiva em relação ao fluxo total de comércio desse segmento, não se configurando em ameaça aos produtores dos artigos de Cama, Mesa e Banho.

Com relação à evolução do número de empresas no segmento de Cama, Mesa, Banho e Copa/Cozinha, no período entre 1990/97, tem-se que, pela Tabela 3 abaixo, ocorreu um crescimento do número de empresas em todo o segmento de 34%, com crescimento expressivo no número de empresas ligadas à fabricação de artigos de Mesa (59%), seguido de crescimento semelhante e também significativo do número de empresas fabricantes dos artigos de Banho e de Copa/Cozinha (cerca de 40%). No setor produtor de artigos de Cama, o crescimento foi praticamente nulo, saindo de 241 empresas em 1990 para 245 em 1997 (crescimento de apenas 2%). Por porte, observa-se um aumento considerável do número de empresas de pequeno porte (cerca de 71%), aumento esse observado em todos os segmentos produtores de Cama, Mesa, Banho e Copa/Cozinha, com destaque para o crescimento dessas empresas no segmento produtor de artigos de Banho, com crescimento aproximado de 158% (24 empresas em 1990 e 62 empresas em 1997) e do setor produtor de artigos de Mesa (98%). As grandes também tiveram o número de empresas elevadas, mas em menor intensidade (12%), ao passo que o número de médias empresas foi o único que caiu, cerca de 21%.

Com relação ao porte das empresas, o segmento produtor de artigos de Copa/Cozinha é o segmento que detém o maior percentual de empresas de pequeno porte, atualmente com cerca de 90% das empresas voltadas para este mercado. Em seguida, temos o segmento de artigos de Cama, com cerca de 76% das empresas, sendo de pequeno porte. O segmento mais equilibrado atualmente com relação ao porte das empresas é o segmento produtor de artigos de Banho, com 48% das empresas, sendo de pequeno ou médio porte. Pelos gráficos a seguir, tem-se uma idéia mais clara da mudança dos números de empresas por porte ao longo do período analisado.

**Tabela 3.3**

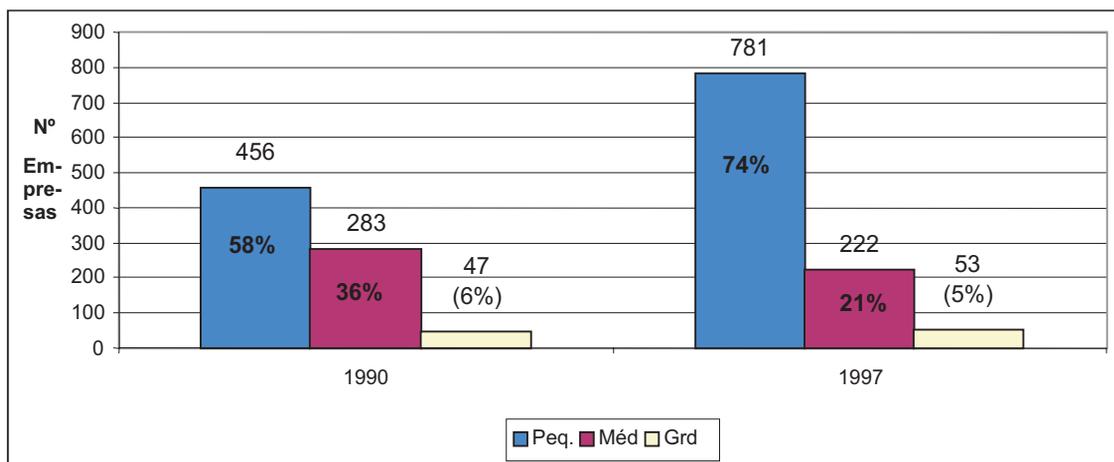
**Brasil – Indústria Confeccionista por Porte Percentual sobre o número de empresas por Segmento**

SEGMENTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
<b>Artigo de Cama*</b>	<b>241</b>	<b>242</b>	<b>208</b>	<b>210</b>	<b>227</b>	<b>242</b>	<b>247</b>	<b>245</b>
Pequenas	49%	49%	68%	71%	73%	77%	77%	76%
Médias	45%	45%	29%	26%	25%	21%	21%	21%
Grandes	6%	6%	3%	3%	2%	2%	2%	3%
<b>Artigo de Banho</b>	<b>93</b>	<b>93</b>	<b>103</b>	<b>103</b>	<b>104</b>	<b>153</b>	<b>146</b>	<b>130</b>
Pequenas	26%	30%	17%	24%	22%	50%	49%	48%
Médias	69%	65%	79%	72%	74%	48%	48%	48%
Grandes	5%	5%	4%	4%	4%	2%	3%	4%
<b>Artigo de Mesa</b>	<b>268</b>	<b>267</b>	<b>298</b>	<b>358</b>	<b>385</b>	<b>421</b>	<b>408</b>	<b>425</b>
Pequenas	57%	65%	55%	67%	68%	72%	72%	71%
Médias	33%	24%	30%	22%	21%	19%	19%	19%
Grandes	10%	11%	15%	11%	11%	9%	9%	10%
<b>Art. Copa, Coz. e Limpeza</b>	<b>184</b>	<b>185</b>	<b>206</b>	<b>204</b>	<b>223</b>	<b>263</b>	<b>261</b>	<b>255</b>
Pequenas	85%	84%	85%	86%	86%	90%	90%	90%
Médias	14%	15%	14%	13%	13%	9%	9%	9%
Grandes	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
<b>Total pequenas</b>	<b>58%</b>	<b>61%</b>	<b>61%</b>	<b>67%</b>	<b>68%</b>	<b>74%</b>	<b>74%</b>	<b>74%</b>
<b>Total médias</b>	<b>36%</b>	<b>33%</b>	<b>32%</b>	<b>27%</b>	<b>26%</b>	<b>21%</b>	<b>21%</b>	<b>21%</b>
<b>Total grandes</b>	<b>6%</b>	<b>6%</b>	<b>7%</b>	<b>6%</b>	<b>6%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>
<b>TOTAL Fabricantes</b>	<b>786</b>	<b>787</b>	<b>815</b>	<b>875</b>	<b>939</b>	<b>1.079</b>	<b>1.062</b>	<b>1.055</b>

Fonte: Relato Setorial nº 8.

### Gráfico 3.2

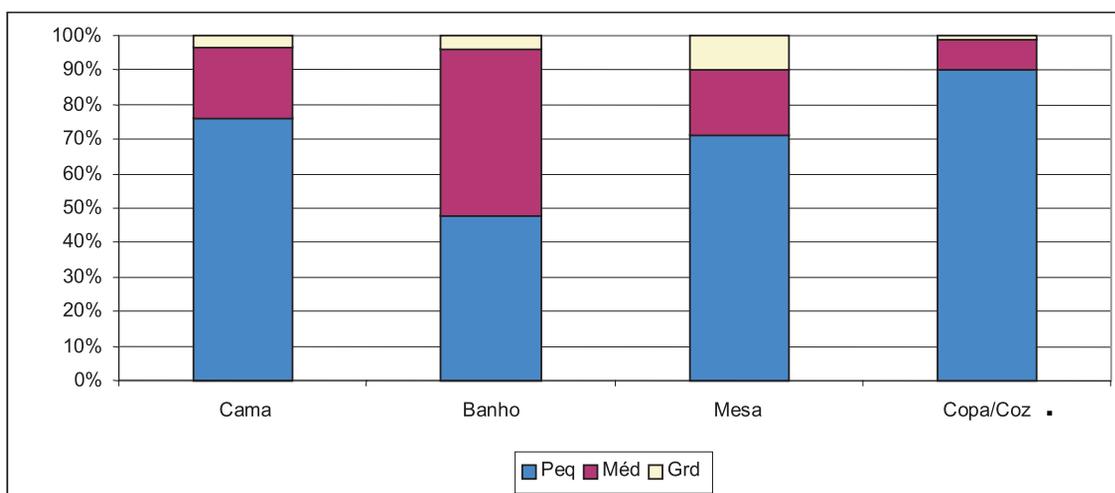
#### Número de Empresas por Porte (% sobre o total de empresas)



Fonte: Tabela 3.3.

### Gráfico 3.3

#### Participação do nº de Empresas por Porte – 1997



Fonte: Tabela 3.3.

Com relação à participação na produção em termos de peças produzidas, podemos tirar da Tabela 3.4, algumas conclusões muito importantes. Ao mesmo tempo em que o número de empresas de pequeno porte aumentou em 71%, sua produção cresceu cerca de 99% no mesmo período, o que indica uma elevação da produtividade dessas empresas, o que acabou gerando um aumento da participação do total produzido de 6% para algo em torno de 9% do total produzido. O declínio observado do número de empresas médias (-21%) ocorreu concomitantemente a um aumento de produção dessas empresas em cerca de 36%, indicando expressivo aumento de produtividade, o maior acréscimo entre os outros grupos de empresas, passando a representar 65% da produção total em 1997 (63% em 1990). Destaque que essas médias empresas detêm participação superiores a 60% na produção de todos os artigos, com exceção dos artigos de Mesa, dominados pelas grandes, como pode ser observado pelo Gráfico 3.4 abaixo. Com relação às grandes, aumentaram sua produção em cerca de 16%, passando

a representar 27% da produção total do segmento, quando antes representavam 31%. Essas empresas têm participação significativa no segmento de artigos de Mesa, em que representaram 64% do total da produção desse artigo. As grandes empresas apresentaram o menor incremento de produtividade, o que deve ser explicado pelo fato de já se encontrarem modernizadas em termos tecnológicos e, conseqüentemente não geram os saltos significativos em termos de produtividade que as outras empresas geram ao introduzir melhoras tecnológicas que as grandes já tinham realizado.

**Tabela 3.4**

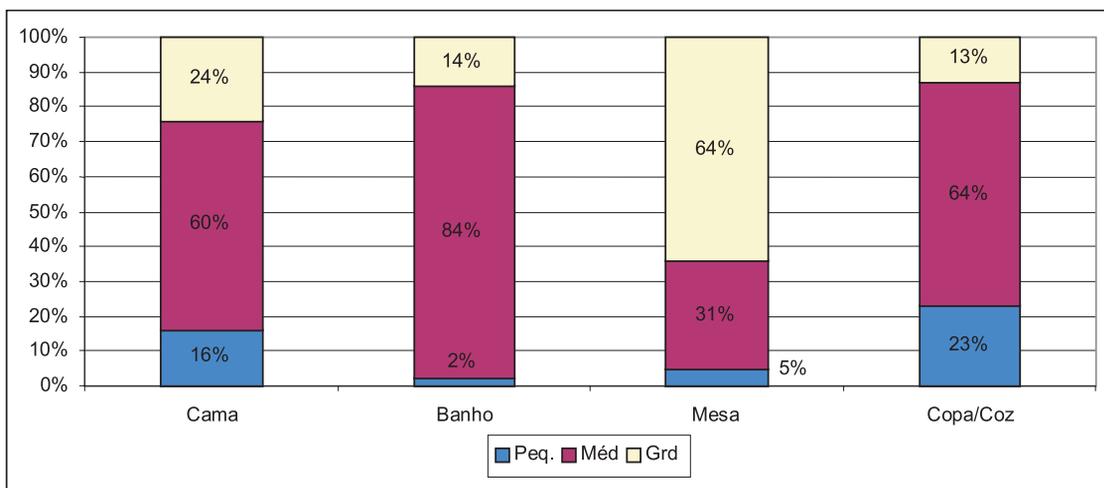
**Brasil – Produção Física por Porte de Empresa Percentual sobre o total da produção por Segmento**

SEGMENTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
<b>Artigo de Cama*</b>	<b>129.398</b>	<b>119.987</b>	<b>128.766</b>	<b>132.075</b>	<b>157.204</b>	<b>161.156</b>	<b>163.120</b>	<b>172.319</b>
Pequenas	11%	12%	15%	15%	14%	15%	15%	16%
Médias	58%	38%	65%	61%	64%	61%	61%	60%
Grandes	31%	50%	20%	24%	23%	24%	24%	23%
<b>Artigo de Banho</b>	<b>177.909</b>	<b>168.420</b>	<b>186.574</b>	<b>195.236</b>	<b>234.598</b>	<b>248.995</b>	<b>246.722</b>	<b>234.214</b>
Pequenas	2%	1%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
Médias	79%	45%	84%	84%	82%	84%	84%	84%
Grandes	19%	54%	14%	14%	16%	14%	14%	14%
<b>Artigo de Mesa</b>	<b>82.467</b>	<b>76.854</b>	<b>82.977</b>	<b>88.863</b>	<b>105.324</b>	<b>112.557</b>	<b>111.110</b>	<b>113.963</b>
Pequenas	3%	4%	6%	5%	5%	5%	5%	5%
Médias	36%	27%	28%	28%	28%	28%	28%	31%
Grandes	61%	69%	66%	66%	66%	66%	66%	63%
<b>Art. Copa, Coz. e Limpeza</b>	<b>30.447</b>	<b>28.343</b>	<b>29.847</b>	<b>30.998</b>	<b>36.210</b>	<b>38.232</b>	<b>35.309</b>	<b>37.385</b>
Pequenas	13%	14%	21%	21%	20%	21%	21%	23%
Médias	72%	70%	63%	67%	68%	67%	67%	64%
Grandes	15%	16%	16%	13%	12%	13%	13%	12%
<b>Total pequenas</b>	<b>6%</b>	<b>6%</b>	<b>8%</b>	<b>8%</b>	<b>7%</b>	<b>8%</b>	<b>8%</b>	<b>9%</b>
<b>Total médias</b>	<b>63%</b>	<b>41%</b>	<b>66%</b>	<b>65%</b>	<b>65%</b>	<b>65%</b>	<b>65%</b>	<b>65%</b>
<b>Total grandes</b>	<b>31%</b>	<b>53%</b>	<b>26%</b>	<b>27%</b>	<b>28%</b>	<b>27%</b>	<b>27%</b>	<b>27%</b>
<b>TOTAL PRODUÇÃO</b>	<b>420.221</b>	<b>393.604</b>	<b>428.164</b>	<b>447.172</b>	<b>533.336</b>	<b>560.940</b>	<b>556.261</b>	<b>557.881</b>

Fonte: Relato Setorial nº 8.

**Gráfico 3.4**

**Participação das Empresas por Porte na Produção de 1997**



Fonte: Relato Setorial nº 8.

## **Aspectos de competitividade com relação à mão-de-obra**

Para um segmento intensivo em mão-de-obra, a questão da sua qualidade e do seu custo toma dimensões não encontradas em outros segmentos da cadeia têxtil.

Com relação à qualidade da mão-de-obra, por ser um processo amplamente difundido há muito tempo, somado ao fato de que na fase da costura (fase efetivamente intensiva no fator trabalho, que corresponde a 80% do processo produtivo) não se encontram grandes evoluções, a qualidade foi apontada como satisfatória pela maioria das empresas. Porém, deve-se destacar a questão da diferença de qualidade da mão-de-obra entre as diferentes regiões do Brasil, uma vez que se sabe que a mão-de-obra empregada pelas confecções de Santa Catarina são mais especializadas do que as utilizadas na região Nordeste, fato este que contribui em muito para a produção de artigos mais sofisticados em Santa Catarina em detrimento de uma maior fabricação de *commodities* na região Nordeste. Esta deficiência tem sido objeto de medida específica no Estado do Ceará, cujo governo tem investido no treinamento da mão-de-obra na região.

Porém, não se deve esquecer que esta qualidade tem um alto preço para as indústrias e confecções instaladas em Santa Catarina, por exemplo, o que nos remete imediatamente para a questão do custo da mão-de-obra como um dos fatores chaves para a localização de indústrias têxteis, principalmente as integradas com a confecção. Várias são as empresas que já instalaram ou desejam instalar unidades de confecção no Nordeste atrás do benefício da mão-de-obra barata, uma vez que as disparidades de custo são significantes, como já foi demonstrado ao longo do trabalho. Como forma de minimizar esta disparidade, vale ressaltar a atitude pioneira da cidade de Blumenau (SC) que por meio de um acordo entre patrões e empregados introduziu um maior grau de flexibilidade para a contratação de mão-de-obra (acabando com o piso salarial) e introduziu um banco de horas.

A questão do custo da mão-de-obra passa necessariamente pela questão dos altos encargos trabalhistas e benefícios que devem ser pagos pelos empregadores. O Governo deveria atuar de forma mais incisiva na questão dos encargos sociais como forma de gerar maior flexibilidade e menores custos, procurando corrigir a distorção de que a cada real pago, outro real é gasto pelo empregador. Enquanto em outros países não se observam encargos tão altos, a competitividade da confecção brasileira estará sempre abaixo do seu verdadeiro potencial competitivo.

## **Aspectos de competitividade com relação à tecnologia**

Com relação à situação tecnológica das empresas brasileiras no setor de confecção, tal qual os outros segmentos estudados, encontramos alto grau de diversidade entre os participantes do mercado. A utilização de equipamentos modernos do tipo CAD/CAM possibilita uma queda substancial do desperdício e aumento da flexibilidade produtiva. A utilização destes sistemas de computação mencionados, permite o desenho dos moldes e a máxima eficiência no corte dos tecidos, possibilitando uma redução de 30 para algo em torno de 3% do nível de perda de matéria-prima para a confecção. Nos sistemas tradicionais e antigos, o corte dos modelos é feito na forma da tentativa e erro, não havendo otimização do tecido adquirido.

Nas grandes empresas integradas voltadas para o modelo de produzir *commodities*, a escala de produção e a qualidade são fatores de determinação de competitividade importantes. Muitos foram os investimentos realizados na modernização de unidades industriais próprias ou adquiridas de outras empresas que não tinham capacidade de financiamento. Portanto, o aparato tecnológico dessas empresas é de primeiro mundo, altamente modernas. O mercado dessas empresas é por exemplo, a confecção de *jeanswear* e uniformes, além das camisetas de malha (da Coteminas com as camisetas *jamm* e da Vicunha com camisetas 100% algodão), produzidas em larga escala e consideradas *commodities* no mercado internacional.

Para o grupo de empresas que se voltaram para a diferenciação e produção de produtos de maior valor agregado, portanto exigente de maior qualidade, vários são os casos de investimento nos últimos anos em termos de aquisição de novo maquinário. Exemplos como o da Pettenati que produz uma grande variedade de produtos em máquinas modernas, obtidas por meio de um plano de investimentos de cerca de US\$ 60 milhões nos últimos cinco anos, obtendo um parque industrial de máquinas com idade média em torno dos 2,5 anos. Essas empresas, claramente, são competitivas tanto em termos de qualidade como em termos de preço. Outro exemplo de investimento recente é o da Marisol com a construção de uma unidade moderna no Rio Grande do Norte e na obtenção de recursos oriundos do Prodec para investimentos na empresa e na Maju, empresa adquirida em 1994.

Os dados sobre idade média das máquinas, segundo o IEMI, mostram que, em 1995, as máquinas de costura reta apresentavam em média 5,9 anos e as de *overloque* 6 anos, tendo os dois tipos de máquinas decrescido, com relação ao ano de 1990, em aproximadamente 40% e 27%, respectivamente.

**Tabela 3.5**

**Idade Média de algumas máquinas do segmento de Confecção**

<b>MÁQUINAS</b>	<b>1989</b>	<b>1990</b>	<b>1991</b>	<b>1992</b>	<b>1993</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>
<b>Costura reta</b>	-	9.6	8.9	8.7	7.3	6	5.9
<b>Overloque</b>	-	8.3	7.9	7.8	6.7	5.9	6

Fonte: IEMI.

Com relação ao parque de máquinas do segmento de confecção, segundo o IEMI, em 1996, existiam 356.881 máquinas de costura reta, 275.973 de *overloque* e 3.480 máquinas bordadeiras.

A grande diversidade do setor está concentrada nas pequenas confecções, muitas das quais de fundo de quintal, ou seja, informais. Para as pequenas empresas, a saída, dada a restrição financeira para a aquisição de moderno maquinário, passa necessariamente para a formação de pólos de confecções. Nesses pólos, além de possibilitar a formação de centrais de compras e de vendas, centralização de treinamento de mão-de-obra e difusão de técnicas entre os pequenos, a formação de parcerias para a utilização de equipamentos de CAD/CAM de uso compartilhado iria em muito diminuir os desperdícios típicos encontrados em pequenas confecções que não dispõem de recursos suficientes para a automação do processo produtivo anterior à fase da costura. De

acordo com informações levantadas pela FIEMG em 1997, o uso do CAD/CAM abrange apenas 14% das empresas confeccionistas do estado, número muito baixo para um estado forte no lançamento de moda no Brasil e, portanto, de alto potencial competitivo na diferenciação de produtos.

### **Aspectos de competitividade com relação ao fortalecimento das marcas**

Como já foi salientado, nosso segmento produtor de artigos de Cama, Mesa e Banho é bastante competitivo em termos de preços e de qualidade. Isso, porém, não garante a manutenção do padrão competitivo conquistado. Os exportadores nacionais já têm conquistado o reconhecimento da qualidade dos produtos frente os principais distribuidores externos, porém, carecemos de marcas nacionais fortes, que sejam reconhecidas pelo consumidor final. Essa é uma desvantagem das nossas exportações, pois ficam sujeitas a uma forte competição, via preços, com os asiáticos. Nesse aspecto, dependendo da capacidade dos chineses em absorver as tecnologias e o conhecimento produtivo, podem se tornar uma ameaça, apesar de não terem a mesma qualidade dos produtos brasileiros. Por isso, torna-se necessário maiores esforços para o fortalecimento de nossas marcas no exterior (campanhas de *marketing*) e no acesso aos canais de distribuição externos. Para isso, campanhas de caráter institucional no exterior, ressaltando a qualidade dos produtos fabricados no Brasil, assim como a construção de um padrão brasileiro de *design* é muito importante, tornando-se uma medida que vai auxiliar a todos os participantes da cadeia têxtil, ainda mais quando se objetiva a elevação das exportações brasileiras de têxteis para algo em torno de US\$ 4 bilhões no ano 2002 (em 1998, as exportações totais foram de US\$ 1 bilhão), como é o desejo da ABIT, escorado em um amplo programa de investimentos no setor amplamente divulgado pela imprensa. Dentro deste pacote de investimentos previstos pela ABIT, um gasto esperado de US\$ 5 milhões na pesquisa do *design* brasileiro é de US\$ 34 milhões para a promoção das exportações, dentro de um pacote estimado de US\$ 10,9 bilhões (o que corresponderia a 0,35% desse pacote) é muito pouco, ainda mais quando sabemos que a Espanha, ciente da importância de um *design* próprio de forma a obter um estilo diferenciado que pudesse ser identificado internacionalmente, este apoio envolveu recursos da ordem de US\$ 20 bilhões entre 1992 e 1995.

### **Aspectos de competitividade com relação às políticas públicas**

O alto grau de informalidade do segmento de confecções no Brasil, característica esta já comentada, precisa ser combatido de forma veemente pelos governos, como forma a minimizar a competição predatória via preços que os informais realizam no mercado e estimular as empresas que apostaram em modernidade tecnológica e organizacional. Para isso, o aumento da fiscalização de modo a incentivar o cumprimento das leis é passo altamente necessário. Além disso, cabe destacar as altamente necessárias reformas tributárias e do mercado de trabalho, como forma de estimular o ingresso à formalidade. Um outro ponto importante seria o de fiscalizar as empresas sub-contratadas pelas grandes e médias de forma a estimularem estas a só realizarem parcerias com empresas em dia com a legislação trabalhista e tributária.

Além desta necessidade de atuação de políticas públicas, um outro ponto do qual não pode esquecer é a atuação delas frente à concorrência desleal praticada pelos asiáticos, principalmente a China. Mesmo tendo conquistado uma elevação média de alíquotas de importação em 1996, fato

este já comentado na introdução do presente trabalho, isto só não basta, haja vista que, segundo Gustavo de Azevedo<sup>8</sup>,

"...isso (a elevação das alíquotas) foi muito pouco se atentarmos para o fato de que as camisas coreanas e chinesas estavam sendo declaradas, pelos importadores, como tendo custado US\$ 0,04 (...) Não é preciso ser brilhante para ver o estrago que uma camisa que mesmo após ser taxada em 70% (passa a custar para o importador, arredondando, US\$ 0,07) faz numa economia que durante anos ficou protegida".

Acrescente a isso tudo o fato de que a importação de confeccionados prontos impacta nos níveis produtivos de toda a cadeia têxtil, uma vez que ao substituir o produto do elo final da cadeia, haverá indiretamente impactos em todos os elos produtores de insumos para a confecção. Assim, precisa-se combater o subfaturamento das importações e aumentar a fiscalização no que se refere à entrada de contrabando. Medidas já foram tomadas nesse sentido, por meio de uma inédita parceria entre a Receita Federal e a ABIT/Sinditêxtil de São Paulo, que passou a auxiliar os fiscais alfandegários com treinamento de todas as particularidades dos produtos têxteis de forma a dar um embasamento mais técnico na análise das importações de têxteis no porto de Santos. Porém, de imediato foi constatado um acréscimo considerável de importações em outros portos como forma de fugir dessa fiscalização mais eficiente. Logo, essa parceria deveria ser ampliada para todo o território nacional, inclusive devendo ser contemplada a centralização de entradas de mercadorias têxteis em poucos pontos da fronteira nos moldes adotados pelo México.

---

<sup>8</sup> AZEVEDO, Gustavo Henrique W. de. *A Indústria Têxtil Brasileira: Desempenho, Ameaças e Oportunidades*. Tese para o título de mestre em administração da UFRJ.