

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

DEPARTAMENTO DE ECONOMIA

MONOGRAFIA DE FINAL DE CURSO

ANÁLISE DA SITUAÇÃO ECONÔMICA E DAS ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS DO
SETOR TÊXTIL E DE CONFECÇÕES NO BRASIL

Aluna: Thaís Maria Ardeo

No. de Matrícula 1112409

Orientador: Antônio Marcos Hoelz Pinto Ambrózio

Dezembro 2015

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

DEPARTAMENTO DE ECONOMIA

MONOGRAFIA DE FINAL DE CURSO

ANÁLISE DA SITUAÇÃO ECONOMICA E DAS ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS DO
SETOR TÊXTIL E DE CONFECÇÕES NO BRASIL

Aluna: Thaís Maria Ardeo

No. de Matrícula 1112409

Orientador: Antônio Marcos Hoelz Pinto Ambrózio

Dezembro 2015

“Declaro que o presente trabalho é de minha autoria e que não recorri para realizá-lo a nenhuma forma de ajuda externa, exceto quando autorizado pelo professor tutor”.

“As opiniões expressas neste trabalho são de responsabilidade única e exclusiva do autor”

Dedico esta monografia ao meu maior incentivador, por todo o carinho, atenção e boa vontade. Muito obrigada, Pai.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Vagner e Sônia, por sempre me incentivarem a buscar um ensino de excelência e por acreditarem que eu possuía potencial para atingir meus objetivos.

Agradeço ao meu professor Antônio Ambrózio, por ser um professor exemplar, apaixonado por microeconomia e por ensinar. Além de ter sido um orientador solícito, compreensivo, inteligente e com vontade de aprender sobre os mais variados temas.

Agradeço também ao meu colaborador, Carlos Mach, gestor de Branding da Farm, por me ajudar a compreender este mercado e por esclarecer tudo o que foi compactado no capítulo, Análise da Importância da Construção da Marca Para o Crescimento de Longo Prazo. Um exemplo de profissional que busca ver no outro alma, interesse e esforço.

Agradeço à Ana Cláudia Amorim, por me ajudar na formatação do meu trabalho, tendo em vista que tive diversos percalços durante a produção desta.

Agradeço também aos meus amigos extremamente solícitos durante todo o curso, e que se mantiveram dispostos a cooperar em busca de informações relevantes que pudessem agregar a este trabalho robustez e credibilidade.

Rio de Janeiro, dezembro de 2015.

Thaís Maria Ardeo

RESUMO

Este trabalho tem o objetivo de destacar a importância do setor têxtil e de confecção brasileiros, todas as transformações do mesmo e as estratégias competitivas a serem priorizadas, tanto no âmbito governamental, quanto empresarial.

Este setor gera muitos empregos, principalmente para mulheres de baixa escolaridade, o que torna a manutenção dessas vagas ainda mais estratégica para o governo, dado que esta faixa específica de mão-de-obra é de difícil recolocação e muitas delas sustentam sozinhas famílias com estes salários.

Também analisamos a competitividade do Brasil frente a outros países, competitividade esta que depende tanto do posicionamento fiscal, geográfico, das leis trabalhistas e ambientais, quanto das estratégias de competição que envolvem diferenciação do produto, desenvolvimento de marca, logística de prazo de produção e estratégias de união empresarial.

Palavras-chave: Setor têxtil, setor de confecção, competitividade, geração de empregos e balança comercial.

ABSTRACT

This work aims to highlight the importance of the textile sector and the Brazilian production, all the transformations of the same and the competitive strategies to be prioritized, both within the government, and corporate.

This sector generates many jobs, especially for women with low educational level, which makes the maintenance of these jobs even more strategic for the government, as this specific range of hand labor is difficult to replacement and many of them support themselves families using these wages.

We also analyze the Brazil front of competitiveness to other countries, competitiveness this that depends both on the fiscal position, geographic, labor and environmental laws, as the competition strategies involving product differentiation, brand development, within logistics and production strategies enterprise union.

Keywords: Textile sector, manufacturing sector, competitiveness, employment and trade balance.

LISTA DE GRÁFICOS/TABELAS

Tabela 1 –	14
Tabela 2 –	15
Tabela 3 –	16
Gráfico 1 –	18
Tabela 4 –	19
Tabela 5 –	20
Tabela 6 –	21
Tabela 7 –	21
Gráfico 2 –	22
Gráfico 3 –	22
Tabela 8 –	24
Tabela 9 –	25
Gráfico 4 –	26
Tabela 10 –	27
Gráfico 5 –	28
Tabela 11 –	29
Gráfico 6 –	30
Tabela 12 –	31
Gráfico 7 –	34
Gráfico 8 –	35
Tabela 13 –	35
Gráfico 9 –	36
Tabela 14 –	37
Tabela 15 –	42
Tabela 16 –	46

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 INTRODUÇÃO.....	9
CAPÍTULO 2 Caracterização e Análise de Desempenho da Indústria Brasileira Têxtil e de Confecção.....	13
2.1 Estruturação do Setor.....	13
2.2 Produção.....	18
2.3 Valor Adicionado.....	20
2.4 Geração de Emprego e Rendimento do Trabalhador.....	22
2.5 Comércio Exterior e Saldo Comercial	26
CAPÍTULO 3 Competitividade Brasileira no Cenário Internacional.....	31
3.1 Fatores Intrínsecos de Competitividade.....	32
3.2 Fatores Sistêmicos de Competitividade.....	32
3.3 Barreiras à Competitividade no Setor Têxtil e de Confecção.....	33
3.4 Soluções à Retomada da Competitividade no Setor Têxtil e de Confecção.....	39
CAPÍTULO 4 Estratégia das Empresas para Enfrentar a Concorrência Estrangeira....	43
4.1 Principais Estratégias Aplicáveis ao Setor.....	43
4.2 A Tendência do Mercado de Moda é a União entre Empresas.....	43
4.2.1 Uniões entre Empresas do Setor de Confecções.....	46
4.2.2 Estudo de Caso Holding Restoque Comércio e Confecções de Roupas S.A.....	47
4.3 A Importância da Diferenciação do produto para o Setor.....	48
4.4 Análise da Importância da Construção da Marca para o Crescimento de Longo Prazo.....	50
4.5 A Corrida que Envolve a Percepção da Demanda, a Produção e a Entrega.....	53
CAPÍTULO 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	55
CONCLUSÃO.....	55
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	58

Capítulo 1 Introdução

No Brasil, assim como em outros países, a indústria têxtil e de vestuário foi a base do processo de industrialização. Antes de 1950, quando as indústrias automobilísticas e de transformação se disseminaram no país, a indústria têxtil era responsável por uma porcentagem relevante do PIB.

O setor têxtil e de confecção produziu, apenas no ano de 2014, cerca de R\$ 126 bilhões, o equivalente a 5,6% do valor total da indústria brasileira de transformação (excluídas as atividades de extração mineral e a construção civil). Além da expressividade econômica este setor possui enorme relevância devido à quantidade de empregados gerados, a importância de seus produtos na atividade do varejo e nos gastos das famílias.

Segundo o Relatório do IEMI – Inteligência de Mercado de 2014, os empregos gerados pela cadeia têxtil, cadeia que compõe todo o processo produtivo desde a produção têxtil até a produção do bem de consumo final, somaram 1,6 milhão de postos de trabalho no ano de 2014, esta quantidade representa 16,9% do total de trabalhadores industriais, além de relevante economicamente este seguimento é de grande impacto social.

Durante o período analisado no relatório, de 2010 a 2014, a quantidade de unidades produtivas na cadeia têxtil cresceu 6,4%, apesar da queda em 2013 de 0,4. Na confecção de vestuário, o crescimento foi de 7,6%, enquanto as fiações apresentaram queda de 3,7%, as tecelagens, de 3,6%, e as malharias, de 3,2%.

Mais recentemente, o Brasil vem se consolidando como país importador de produtos têxteis e confeccionados. O déficit da balança comercial da cadeia têxtil vem, ano a ano, se ampliando e chegou à US\$ 4,7 bilhões em 2014. No ano de 2010, o déficit era de US\$ 2,8 bilhões, ou seja, em apenas quatro anos, houve crescimento de 69%, uma média de 14% ao ano.

Entre o ano de 2014 e 2013, as importações totais, incluindo fibras e filamentos têxteis, cresceram 5,2% em valores medido em dólares e 9,4% em volume de toneladas. No segmento de fibras e filamentos têxteis, o aumento chegou a 8,7% em valores e 15,2% em volume. As manufaturas têxteis apresentaram alta de 6,0% no volume e de apenas 1,2% nos valores. Já o seguimento de confeccionado, houve alta de 8% no

volume e nos valores. Mas quando analisamos a variação entre 2010 e 2014, o volume cresceu 63,7%, e em valores, 127,5%.

As exportações totais também avançaram entre 2013 e 2014, 7,2% em valores e 19,8% em volume de toneladas. No período entre 2010 e 2014, as exportações aumentaram 12,0% em valores e 17,1% em volume.

O mercado brasileiro tem sofrido expressivas mudanças devido à entrada de grandes marcas internacionais e está se tornando mais complexo e competitivo. Esse novo cenário está gerando uma queda expressiva no número de empresas atuando no ramo. Isso ocorre muito pela falência de empresas ineficientes, incapazes de concorrer nesse novo ambiente, mas também pela fusão de empresas maiores, que implica demissões e cortes expressivos na folha de pagamento.

A falência de empresas devido à concorrência externa está correlacionada com as diferenças entre as leis trabalhistas, os custos de produção e de distribuição em geral, essas diferenças são vistas tanto como vantagens comparativas quanto como custo Brasil. Usufruir das vantagens comparativas é de certa forma saudável em um modelo capitalista global integrado.

Já a união entre empresas, pode ser configurada de diferentes formas, dependendo da condução do processo de produção, logística e gerência. Ocorre como uma reação ao poder de negociação das grandes empresas oligopolistas, o comércio segue a tendência de se concentrar a fim de ser capaz de impor algumas condições a seus fornecedores.

É deveras importante que as marcas mantenham as suas identidades, e não se entranhem a ponto de suas mudanças serem perceptíveis ao consumidor. A identificação entre consumidor e a proposta da marca é o que mantêm a fidelização. Portanto áreas internas como Branding, Marketing e Estilo não devem ser coligadas para evitar colocar em risco tal fidelidade.

Há períodos históricos de grande relevância para o setor têxtil no país. Como durante a segunda guerra mundial em que o país chegou a ser o segundo maior produtor mundial de tecidos, portanto fomos capazes de suprir a carência gerada pelo enfoque dos principais países produtores em setores estratégicos voltados para a guerra.

Outro período de grande importância para o setor foi a década de 1990, em que foi iniciada a abertura comercial. A abertura, obviamente foi responsável pela modernização do setor, assim como a de tantos outros, mas a entrada de equipamentos e

máquinas não foi suficiente para equiparar o setor às concorrentes de peso internacionais. Isso porque com a abertura comercial, além da importação de maquinário também ocorreu a importação de tecidos, em sua maioria Asiáticos e com preços muito atrativos, o que deixou os empreendedores receosos de investirem.

Tal onda se agravou em 2007, ano em que os produtos chineses atingiram seus mais baixos patamares de preço, gerando a demissão de muitos funcionários e o fechamento de muitas empresas. Segundo dados do IEMI (2007), houve um decréscimo de cerca de 70% no número de fiações e tecelagens e uma queda de 11% no número de malharias entre os anos de 1991 e 2001.

É evidente também que a abertura, assim como a importação de maquinários, equipamentos e bens estão diretamente relacionados com o câmbio e as tarifas de importação impostas ao setor, sendo essas fundamentais para incentivar a modernização.

Segundo Prochnik (2003), em muitos países, a cadeia produtiva têxtil/confecções conta com maior proteção tarifária do que o conjunto da indústria. Provavelmente devido a sua importância social na geração de empregos.

Em resumo, a abertura comercial e as suas consequências como a posterior queda tarifária em conjunto com a manutenção do câmbio sobrevalorizado, logo após a adoção do plano real em 1994, trouxeram mudanças radicais para o mercado e a sua dinâmica.

Levando em conta as informações do CNI/ABIT – Confederação Nacional das Indústrias/ Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (2000), os setores mais atingidos pela concorrência foram os produtores de fios e tecidos, o de fibras de algodão e o de confecções.

Um grande alerta de incoerência do setor é o fato do mesmo estar no sentido contrário à tendência global. O consumo de fibras naturais tem seguido uma tendência de redução global a produção interna tem crescido e em contrapartida, o consumo de fibras sintéticas (que exigem mais investimentos em pesquisa e desenvolvimento) está seguindo uma tendência de crescimento de cunho global, enquanto a produção interna tem se reduzido.

Esse fato pode vir a explicar o cenário de comércio internacional, o declínio das exportações e o aumento das importações brasileiras de confecções, enquanto a tendência global é de crescimento acima da média global de outros produtos.

Não é considerada uma surpresa, mas o maior obstáculo que o setor se depara é com a queda real do preço médio, pressionada pelo custo de produção que os Asiáticos são capazes de trabalhar e o crescimento da oferta acima da demanda. Além desses fatores que são obstáculos internacionais, outros fatores explicam a nossa perda de importância no setor e no cenário internacional. Fatores esses como a forma como a abertura comercial foi conduzida, a elevada taxa de juros, a recessão e restrições ao crédito que juntas contribuíram para a condição obsoleta do parque têxtil nacional.

Vemos, portanto que estamos perdendo uma fatia de mercado importante e em um setor de extrema relevância social para a produção de empregos. O grande trade off que nos deparamos é como proteger o setor e seus empregados, sem prejuízos ao consumidor.

CAPÍTULO 2 Caracterização e Análise de Desempenho da Indústria Brasileira Têxtil e de Confeção

2.1. Estruturação do Setor

A estruturação da cadeia têxtil se segmenta em dois importantes setores, o setor têxtil, responsável pela tecelagem, e o setor de confecções, responsável por transformar o tecido em produto final, vestuário.

Há empresas que atuam nas duas categorias, tanto na produção do tecido quanto na transformação do mesmo em peças finais, como a empresa brasileira Riachuelo. Mas estas são exceções. Também porque há muita distinção entre estas indústrias. E para tal união é preciso uma logística e um investimento incomuns neste mercado.

O setor de tecelagem é mais intensivo em capital, escala e há mais possibilidades de automatização da produção. Esse ambiente é mais propício para o surgimento de empresas líderes, dado o custo alto de entrada e os ganhos de escala.

Como mostra a Tabela 1 a porcentagem de empresas no setor com até quatro pessoas é de 53% e se analisarmos as empresas com até 49 funcionários essa porcentagem sobe para 93%. Apesar dessa quantidade significativa de pequenas empresas há uma relevante quantidade de grandes empresas, cerca de 2% das empresas têxteis empregam mais de 100 funcionários, enquanto nas confecções, visto na Tabela 2, esse número cai para 0,7%.

Tabela 1 – Setor de fabricação de produtos têxteis: número de estabelecimentos por faixa de tamanho medido pelo número de empregados (2005 e 2013)

Divisão da classificação de atividades e faixa de pessoal ocupado total	Empresas e outras organizações (2005)	Participação do total 2005(%)	Acumulado 2005	Empresas e outras organizações (2013)	Participação do total 2013(%)	Acumulado 2013
0 a 4	13 275	68,8502	68,8502	7 376	53,6047	53,6047
5 a 9	2 305	11,9548	80,8049	2 505	18,2049	71,8096
10 a 19	1 622	8,41243	89,2174	1 736	12,6163	84,4259
20 a 29	657	3,4075	92,6249	638	4,63663	89,0625
30 a 49	481	2,49468	95,1195	553	4,0189	93,0814
50 a 99	454	2,35465	97,4742	474	3,44477	96,5262
100 a 249	279	1,44702	98,9212	261	1,8968	98,423
250 a 499	117	0,60681	99,528	123	0,8939	99,3169
500 e mais	91	0,47197	100	94	0,68314	100
Total	19 281	100	-	13 760	100	-

Fonte: dados PIA/IBGE

Já o setor de confecção possui distinções significativas, necessita de menos capital inicial e é mais dependente de mão-de-obra, além de possuir um leque maior de diferenciação do produto final. Tais características são propícias aos surgimentos de muitas micros e pequenas empresas.

Como mostra a Tabela 2 a porcentagem de empresas no setor com até quatro pessoas é de 59,7% e se analisarmos as empresas com até 49 funcionários essa porcentagem sobe para 96,9%. Diferentemente das tecelagens, no âmbito brasileiro não há um número relevante de empresas de confecção de artigos de vestuário e acessórios de grande porte.

Tabela 2 - Setor de confecção e artigos de vestuário: número de estabelecimentos por faixa de tamanho medido pelo número de empregados (2005 e 2013)

Divisão da classificação de atividades e faixa de pessoal ocupado total	Empresas e outras organizações (2005)	Participação do total 2005 (%)	Acumulado 2005	Empresas e outras organizações (2013)	Participação do total 2013 (%)	Acumulado 2013
0 a 4	66 960	73,2275	73,2275	46 312	59,705	59,705
5 a 9	10 239	11,1974	84,4249	13 546	17,4634	77,1684
10 a 19	7 358	8,04672	92,4716	9 271	11,9521	89,1205
20 a 29	2 872	3,14082	95,6125	3 522	4,54053	93,661
30 a 49	2 084	2,27907	97,8915	2 547	3,28357	96,9446
50 a 99	1 278	1,39762	99,2892	1 559	2,00985	98,9545
100 a 249	514	0,56211	99,8513	596	0,76836	99,7228
250 a 499	82	0,08968	99,9409	129	0,16631	99,8891
500 e mais	54	0,05905	100	86	0,11087	100
Total	91 441	100	-	77 568	100	-

Fonte: dados PIA/IBGE

Analisando a tabela 3, vemos a variação do número de empresas tanto do setor têxtil, quanto no setor de confecções e podemos também analisar a relevância destas empresas no cenário da indústria de transformação brasileira.

No setor têxtil, entre os anos de 1996 e 2013, vemos uma queda brusca na quantidade de unidades em atividade, esta queda foi muito acentuada no ano de 2007, ano em que a China foi capaz de impor o seu recorde de baixa no preço dos tecidos. O preço dos tecidos chineses alcançou relevante queda de 25%, segundo o The Wall Street Journal, o que afetou muitas empresas brasileiras que não eram capazes de produzir a preços competitivos neste novo cenário. Após 2007 presenciamos uma melhora na quantidade de unidades produtivas, porém até hoje não conseguimos retornar aos patamares anteriores a este ano, em 2006 havia 20.335 empresas de tecelagem operando e fechamos o ano de 2013 com somente 13.760.

Tabela 3 - Setor de fabricação de produtos têxteis e setor de confecção de artigos de vestuário e acessórios: número de empresas e participação relativa na indústria de transformação brasileira

Ano	Fabricação de produtos têxteis		Confecção e artigos de Vestuário		
	Número de unidades locais	Porcentagem da indústria de transformação (%)	Número de unidades locais	Porcentagem da indústria de transformação (%)	Número de unidades locais de Indústrias de transformação
1996	15 666	4,08	62 752	16,33	384 349
1997	15 993	3,92	64 964	15,92	407 983
1998	15 941	3,91	63 112	15,48	407 776
1999	14 829	3,75	63 159	15,97	395 425
2000	15 505	3,8	65 531	16,04	408 555
2001	17 270	3,84	74 067	16,46	450 019
2002	17 759	3,79	77 473	16,52	468 898
2003	18 037	3,75	79 852	16,59	481441
2004	18 534	3,73	83 917	16,89	496 938
2005	19 281	3,68	91 441	17,47	523 300
2006	20 335	3,83	91 814	17,29	531 063
2007	12 797	3,21	69 703	17,51	398 181
2008	13 245	3,25	73 031	17,9	408 030
2009	13 599	3,25	76 735	18,32	418 904
2010	14 248	3,23	80 718	18,3	441 148
2011	14 041	3,22	80 265	18,43	435 547
2012	13 875	3,18	77 607	17,79	436 329
2013	13 760	3,08	77 568	17,36	446 716

Fonte: IBGE

A grande causa para tal disparidade vantagem comparativa está nas leis trabalhistas. Tanto o setor têxtil quanto o de confecção é considerado intensivo em mão de obra. Portanto a diferença salarial se mostra a mais importante das vantagens comparativas.

O Brasil viveu a imposição do salário mínimo, que aumentou o salário real dos trabalhadores de baixa renda, sem que a produtividade fosse alterada. Enquanto na China o salário real é muito inferior ao do Brasil. Há uma movimentação por parte da

China de aumentar os salários, mas essas fábricas provavelmente irão migrar para outros países asiáticos e apenas ocorrerá uma mudança quanto ao Ranking de maiores produtores, mas ainda estaremos pouco competitivos.

Mas também há outros fatores além das leis trabalhistas na China, como as leis de proteção ao meio ambiente levianas, a alta produtividade por trabalhador e os ganhos de escala. Estas características barateiam ainda mais o produto chinês, tornando a concorrência difícil. Na comparação com o Brasil também precisamos destacar a melhor capacidade logística e de transporte chinesa assim como uma menor carga tributária.

As empresas de confecção brasileiras também mostraram reduções expressivas no número de unidades locais, porém não se compara a redução de quase 40% sofrida pelo setor têxtil, estas trocaram seus fornecedores nacionais por fornecedores estrangeiros, que eram capazes de vender um produto compatível a um preço até ¼ mais barato, por isso as confecções conseguiram manter o preço do produto final competitivo. Dado esta redução no custo mais significativo do setor, é previsível que mais empresas se interessem em entrar no mercado.

Vimos no ano de 2014 uma entrada significativa de marcas estrangeiras impondo preços abaixo do mercado. Tais consequências ainda não serão vistas nesta tabela. Pois os dados se limitam ao fim de 2013. Porém é provável que sintamos um novo impacto, impacto esse que atingirá fortemente a indústria de confecções.

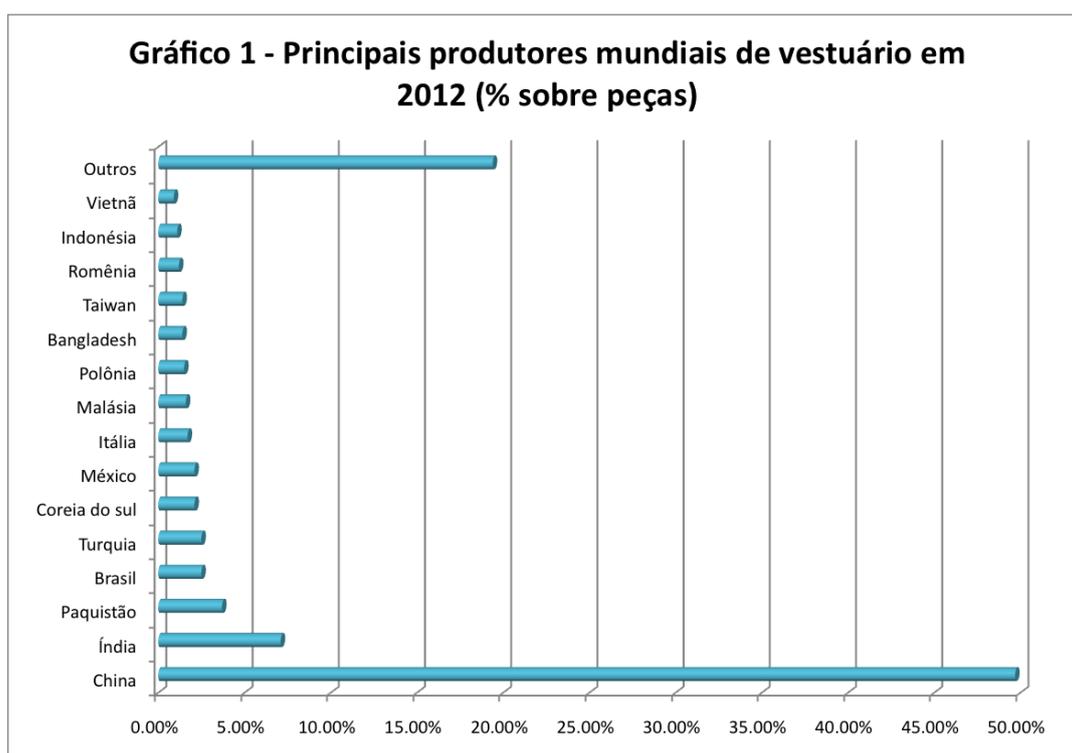
Além das marcas estarem entrando no nosso mercado operando a preços abaixo da média, a quantidade de peças importadas na cesta do consumidor brasileiro está aumentando, como afirmou em 2014 o diretor do IEMI, Instituto de Estudos e Marketing Industrial, Marcelo Prado.

“Em 2015, as expectativas são de que os artigos importados alcancem uma participação de 13,6% sobre o consumo aparente em volume de peças, e as exportações representem 0,3% da produção nacional, quando considerados todos os grupos de vestuário produzidos e consumidos no País”.

Claramente, essa afirmação foi anterior ao aumento expressivo do dólar. Aumento esse que encarece as importações, portanto o impacto da concorrência externa sobre a quantidade de confecções em operação, que parecia que teria início em 2014, será postergado.

2.2. Produção

O Brasil é o quarto maior produtor mundial de peças de vestuário, atrás apenas de China, Índia e Paquistão. Apesar do número expressivo, podemos ver com base no gráfico abaixo, que somente a China é responsável por aproximadamente metade de toda a produção mundial.



Fonte: IEMI

A indústria de vestuário assim como os outros setores de produção de bens de consumo vem encolhendo gradativamente nos últimos anos. No Brasil a indústria fechou o ano de 2014 com uma queda de 0,5% na produção. Juntamente com uma queda de 0,3% no número de unidades produtoras e 1,5% de pessoal ocupado no setor.

Como mostra a tabela 4, o setor de confecções de peças vem acumulando, mesmo que discretas, consequentes quedas na produção. E provavelmente, devido à crise, o valor estimado para 2015 será revisado para baixo e o setor manterá a tendência de queda vista nos últimos 4 anos.

As importações de peças de vestuário cresceram 8,6% entre 2014 e 2015 e a exportação caiu 15,9%. Estamos aumentando a porcentagem de produtos importados em nossa cesta de consumo e reduzindo sucessivamente a exportação.

Tabela 4 - Tendências do mercado de vestuário para 2015 (1.000 peças)

Descrição	Realizado					Evolução (%)	Estimado	Evolução (%)
	2010	2011	2012	2013	2014	Var 14/13	2015	Var 15/14
Produção	6.436.740	6.320.879	6.152.211	6.172.356	6.143.783	-0,50%	6.189.971	0,70%
Importação	405.198	640.477	747.918	844.512	917.193	8,60%	974.845	6,30%
Exportação	40.112	38.948	28.584	26.861	22.603	-15,90%	19.537	-13,60%
Consumo Aparente	6.801.826	6.922.408	6.844.545	6.990.006	7.038.373	0,70%	7.142.279	1,50%
Importação/Consumo (%)	6,00%	9,30%	10,90%	12,10%	13,00%	-	13,60%	-
Exportação/Consumo (%)	0,60%	0,60%	0,50%	0,40%	0,40%	-	0,30%	-

Fonte:IEMI

Vemos na tabela 5, que a queda da produção têxtil, desde 2006, foi de cerca de 20% enquanto o setor de transformação cresceu em produção física em 10%. Claramente o setor não acompanha a tendência da indústria de transformação como um todo, que cresceu substancialmente entre os anos de 2006 e 2008, porém se manteve estagnada de 2008 até 2013.

Tabela 5 - Comparação entre a produção têxtil e a produção física total da indústria de transformação

Ano	Produção têxtil	Produção total da indústria de transformação
2006	100	100
2007	103,8	106
2008	101,9	109,3
2009	95,4	101,3
2010	99,7	111,7
2011	84,6	112
2012	81,1	109
2013	79,8	110,7
Varição total	-20,20%	10,70%

Fonte: IBGE – Produção física industrial

2.3. Valor Adicionado

O valor adicionado pela produção industrial é conhecido como o Valor da Transformação Industrial (VTI) e representa a diferença entre o valor da produção e o consumo na indústria. Portanto é um cálculo prático que analisa o quanto de riqueza a indústria agregou à economia. Em 2011 o VTI da indústria têxtil foi de 16,6 bilhões, e o crescimento do VTI do Brasil entre 2007 e 2011 foi de 10,2 %.

Outra variável importante para a análise do valor agregado é o Valor Bruto da Produção Industrial (VBPI), que é calculada através da soma do VTI com os custos industriais incorridos na produção.

Vemos na tabela 6, que a variação acumulada entre 2007 e 2011 foi de 7,3%, modesta, mas como a produção teve substancial queda durante este período, de cerca de 20,2% entre 2006 e 2013, podemos concluir que a indústria têxtil brasileira está produzindo tecidos de maior valor agregado, apesar de em menor quantidade.

Tabela 6 - Valor agregado no setor têxtil - Dinâmica entre 2007 e 2011 (%) e valores em 2011 (R\$ Milhões)

Valor da transformação industrial	2011	16.556
	Var. Acumulada 2007/2011	10,20%
Valor bruto da produção industrial	2011	41.147
	Var. Acumulada 2007/2011	7,30%

Fonte: IBGE

Na tabela 7, vemos a porcentagem correspondente ao Valor da Transformação Industrial no setor têxtil mostra um desempenho ruim e de sucessivas quedas, mostrando que a produção têxtil tem agregado menos a cada ano para a economia brasileira. Já no setor de confecções o valor tem crescido, apesar de lentamente.

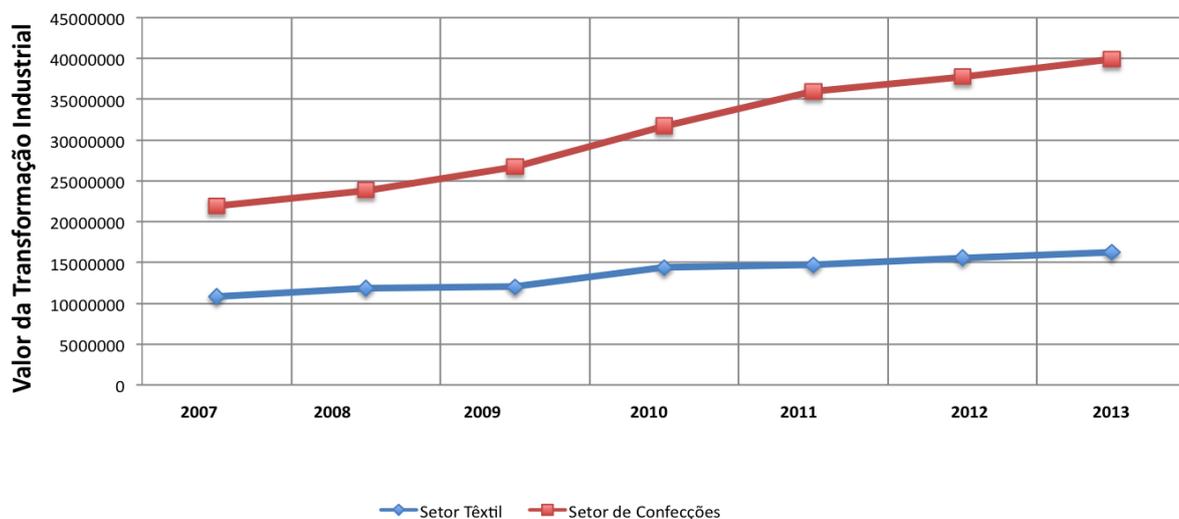
Tabela 7 - Valor da Transformação Industrial Brasileira - (porcentagem)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Setor Têxtil	0,29%	0,24%	0,26%	0,28%	0,23%	0,23%	0,19%
Setor de Confecções	1,87%	1,68%	2,21%	2,11%	2,30%	2,28%	2,21%

Fonte: PIA/IBGE

No gráfico 2, podemos analisar novamente a relação entre o desenvolvimento têxtil e o de confecções através do valor da transformação agregado pela indústria, em reais. Vemos, a priori, que a indústria têxtil e a de confecções pareciam seguir a mesma tendência de crescimento no quesito valor da transformação. Mas o setor têxtil se estabilizou enquanto o de confecções manteve o crescimento.

Gráfico 2 - Valor da Transformação Industrial nos setores têxtil e de confecção no Brasil entre 2007 e 2013

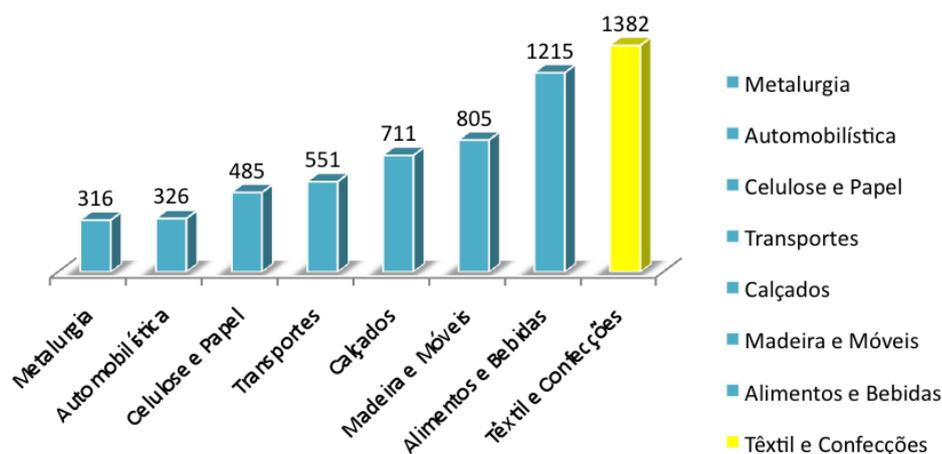


Fonte: IBGE – Produção Física Industrial

2.4. Geração de emprego e rendimento do trabalho

Os setores têxteis e de confecção são setores intensivos em mão-de-obra, segundo o BNDES, nenhum setor da indústria de transformação tem maior potencial de gerar empregos dado um aumento de 10 milhões a mais no faturamento do setor, que o têxtil e de confecção. Ver gráfico 3.

Gráfico 3 - Quantidade de empregos gerados a cada 10 milhões a mais de faturamento do setor



Fonte: BNDES

Com destaque para o setor de confecções que possui uma margem de mecanização menor, e por isso é ainda mais dependente de mão-de-obra.

O setor têxtil teve uma variação de pessoal ocupado de apenas 1,88% de 1996 até 2013, sendo que ocorreu neste período muitas mudanças no âmbito dos direitos trabalhistas afim de obrigar o empregador a assinar a carteira de seus empregados, e impuseram um aumento de 600% no salário mínimo nominal entre 1996 e 2013, o que fez com que o pessoal ocupado assalariado crescesse mais que o pessoal ocupado, subiu 3,14%. E também fez com que a massa salarial crescesse 238%.

Quanto ao setor de confecção o pessoal ocupado aumentou 38,13% de 1996 até 2013, novamente vemos um aumento maior na variação total do pessoal ocupado assalariado, do que o pessoal ocupado total, devido à mesma coerção no âmbito trabalhista. O aumento do pessoal ocupado assalariado foi de 42,19%. Por outro lado, a massa salarial aumentou em 283,18% no período entre 1996 e 2013. E o salário médio tem seguido uma tendência de estabilidade nos últimos 8 anos, desde 2006 se mantendo à 1,6%, com queda apenas em 2012 para 1,5%, dados retirados da tabela 8.

Tabela 8 - Indústria Têxtil e de Confecção: Pessoal ocupado, pessoal ocupado assalariado, total de salários e salário médio (1996-2013).

Ano	Fabricação de produtos têxteis				Confecção e artigos de Vestuário			
	Pessoal Ocupado	Pessoal ocupado assalariado	Salário total	Salário médio	Pessoal Ocupado	Pessoal ocupado assalariado	Salário total	Salário médio
1996	307 336	284 235	1 714 459	6,03	608 824	514 641	2 695 691	5,24
1997	272 141	249 039	1 661 661	6,67	452 735	357 500	1 458 225	4,08
1998	261 297	238 450	1 544 015	6,48	446 322	354 873	1 396 834	3,94
1999	282 522	259 379	1 676 701	6,46	493 811	399 312	1 643 406	4,12
2000	303 010	278 831	1 922 595	6,9	533 117	438 494	1 858 658	4,24
2001	306 666	280 664	2 150 514	7,66	557 946	451 970	2 115 554	4,68
2002	308 531	281 844	2 291 604	8,13	577 750	465 931	2 278 241	4,89
2003	304 979	278 397	2 553 654	9,17	590 247	476 400	2 614 102	5,49
2004	332 533	305 640	2 972 313	9,72	636 827	520 844	3 012 428	5,78
2005	331 050	303 943	3 187 466	10,49	676 458	553 838	3 510 452	6,34
2006	348 990	321 204	3 560 483	11,08	688 468	569 144	4 075 256	7,16
2007	329 476	310 185	3 693 261	11,91	732 916	630 743	4 779 914	7,58
2008	321 572	301 803	3 981 175	13,19	763 936	658 329	5 597 882	8,5
2009	318 436	298 406	4 148 205	13,9	787 454	676 898	6 267 443	9,26
2010	331 629	311 133	4 808 224	15,45	847 444	734 088	7 392 512	10,07
2011	323 322	302 495	5 180 009	17,12	850 426	735 258	8 314 425	11,31
2012	315 120	294 396	5 473 548	18,59	840 405	729 125	9 312 639	12,77
2013	313 104	293 166	5 804 280	19,8	840 955	731 771	10 329 425	14,12
Variação total	1,88%	3,14%	238,55%	-40,54%	38,13%	42,19%	283,18%	-33,33%

Fonte: dados da PIA/IBGE

A indústria de transformação reduziu, nestes onze anos estudados, cerca de 33% em saldo ajustado e 56% em variação relativa também ajustada, já na indústria têxtil e de vestuário essa queda foi ainda mais acentuada, de 70% em saldo ajustado e de cerca de 80% em variação relativa ajustada.

Na tabela 9, devemos destacar os anos de 2008 e 2009, pois há uma queda expressiva em todos os valores estudados em termos de geração de empregos.

Como já analisamos anteriormente, o preço dos produtos têxteis chineses caiu 25% em 2007, além disso, o país é responsável por cerca de metade de toda a produção

mundial de tecidos. Logo o efeito dessa queda é deveras forte e também está refletido na evolução dos empregos do setor nos anos de 2008 e 2009.

Vemos que muitas empresas têxteis fecharam em 2007, mas também vemos outro movimento, o de demissão em massa de trabalhadores do setor em 2008 e em 2009. O motivo dessa demissão em massa foi a falência de muitas empresas e a redução da produção. Ao contrário do que inicialmente suporíamos a crise do subprime pouco influenciou no âmbito nacional, pois a retração de crédito por parte dos bancos foi mais que compensada por uma política de expansão de crédito por parte dos bancos governamentais.

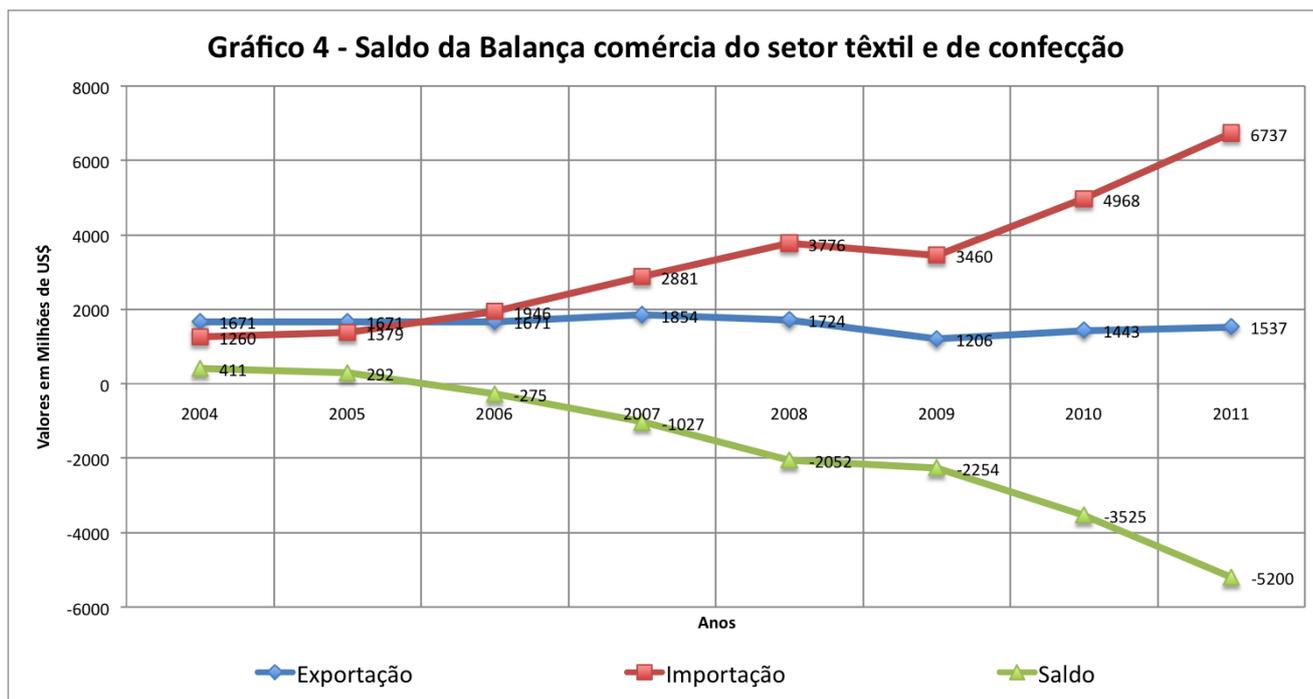
Tabela 9 – Evolução do emprego por setor de atividade econômica-Saldo e Variação relativa

		Saldo - Séries com e sem ajuste			Variação Relativa - Séries com e sem ajuste		
		Indústria de Transformação	Indústria têxtil e de vestuário	Indústria de calçados	Indústria de Transformação	Indústria têxtil e de vestuário	Indústria de calçados
2002	Sem Ajuste	161.170	22.531	13.046	2,83	2,96	4,81
	Ajustado	189.746	24.330	13.924	3,58	3,43	5,29
2003	Sem Ajuste	128.791	1.377	9.223	2,2	0,18	3,25
	Ajustado	154.482	3.720	9.503	2,82	0,51	3,43
2004	Sem Ajuste	504.665	65.625	37.082	8,43	8,36	12,64
	Ajustado	545.665	72.381	39.107	9,67	9,81	13,65
2005	Sem Ajuste	177.548	28.888	-15.720	2,74	3,4	-4,76
	Ajustado	219.330	35.536	-15.326	3,55	4,39	-4,71
2006	Sem Ajuste	250.239	28.165	-401	3,75	3,2	-0,13
	Ajustado	289.619	33.279	1.804	4,52	3,94	0,58
2007	Sem Ajuste	394.584	44.555	9.177	5,71	4,91	2,92
	Ajustado	442.884	49.617	8.604	6,61	5,65	2,76
2008	Sem Ajuste	178.675	22.009	-8.703	2,44	2,31	-2,69
	Ajustado	200.405	24.805	-9.903	2,81	2,67	-3,1
2009	Sem Ajuste	10.865	11.844	13.387	0,15	1,22	4,25
	Ajustado	51.362	17.471	13.845	0,7	1,83	4,46
2010	Sem Ajuste	485.028	55.224	28.002	6,47	5,6	8,53
	Ajustado	554.316	64.449	30.094	7,5	6,64	9,27
2011	Sem Ajuste	174.674	-18.503	-11.188	2,19	-1,78	-3,14
	Ajustado	224.409	-11.126	-9.550	2,83	-1,08	-2,69
2012	Sem Ajuste	33.222	-7.664	-11.351	0,41	-0,75	-3,29
	Ajustado	92.814	346	-9.549	1,54	0,03	-2,76
2013	Sem Ajuste	83.568	-142	-5.534	1,02	-0,01	-1,64
	Ajustado	126.359	7.273	-4.408	1,54	0,71	-1,31
Variação total							
Ajustada		-33,41%	-70,11%	-131,66%	-56,98%	-79,30%	-127,76%

Fonte: CAGED/TEM

2.5. Comércio exterior e saldo comercial

O Saldo na balança dos setores têxteis e de confecção não é positivo desde o ano de 2006, a partir deste ano, as importações superaram as exportações com uma disparidade que aumentou a cada ano, como podemos ver no gráfico 4.



Dados:MDIC/ALICEWEB

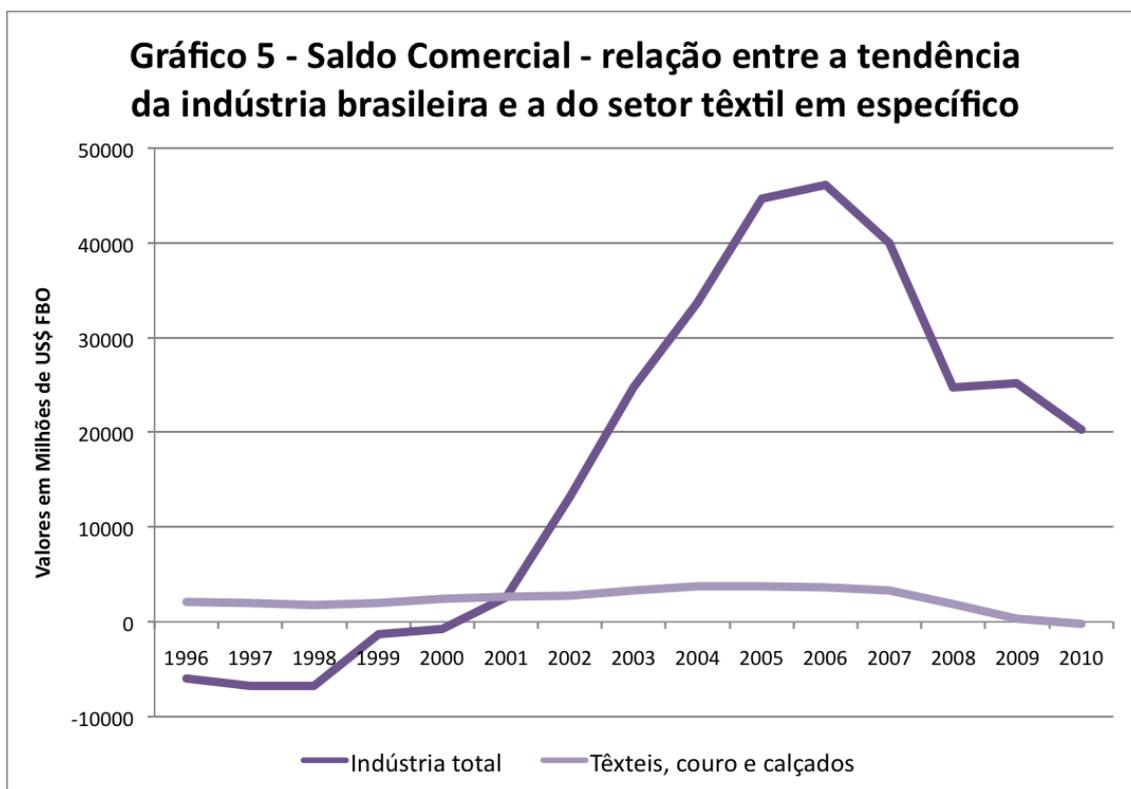
Na tabela 10, vemos que de 2001 até 2010 o saldo comercial da indústria brasileira como um todo foi superavitário, já o saldo comercial para o setor específico têxtil possui uma tendência diferente, em vez de crescer até 2006 com uma queda apenas em 2007 e 2010, o saldo do setor têxtil por outro lado tem encolhido ano após ano desde 1996 chegando a ser pela primeira vez em 14 anos deficitário.

Tabela 10 – Exportações e Importações brasileiras – uma breve comparação entre a tendência da indústria como um todo e a Indústria Têxtil – de 1996 a 2010, em US\$ Milhões FOB

Setores		Exportação		Importação		Saldo	
		Indústria total	Têxteis, couro e calçados	Indústria total	Têxteis, couro e calçados	Indústria total	Têxteis, couro e calçados
1996	Valor	47.747	3.549	53.346	1.482	-5999	2067
	Part. %	100	7,43.	100	2,78.		
1997	Valor	52.994	3.549	59.747	1.623	-6753	1925
	Part. %	100	6,70.	100	2,72.		
1998	Valor	51.140	3.123	57.763	1.345	-6624	1778
	Part. %	100	6,11.	100	2,33.		
1999	Valor	48.011	2.929	49.302	973	-1290	1956
	Part. %	100	6,10.	100	1,97.		
2000	Valor	55.086	3.543	55.851	1.072	-765	2471
	Part. %	100	6,43.	100	1,92.		
2001	Valor	58.223	3.708	55.602	1.045	2621	2663
	Part. %	100	6,37.	100	1,88.		
2002	Valor	60.362	3.555	47.243	845	13119	2709
	Part. %	100	5,89.	100	1,79.		
2003	Valor	73.084	4.094	48.326	812	24758	3283
	Part. %	100	5,60.	100	1,68.		
2004	Valor	96.475	4.819	62.836	1.059	33640	3759
	Part. %	100	4,99.	100	1,69.		
2005	Valor	118.308	5.095	73.600	1.373	44708	3722
	Part. %	100	4,31.	100	1,87.		
2006	Valor	137.470	5.542	91.349	1.913	46120	3629
	Part. %	100	4,03.	100	2,09.		
2007	Valor	160.649	6.039	120.621	2.774	40028	3266
	Part. %	100	3,76.	100	2,30.		
2008	Valor	197.942,00	5.607	173.196	3.782	24746	1825
	Part. %	100	2,83.	100	2,18.		
2009	Valor	152.955	3.854	127.722	3.493	25233	361
	Part. %	100	2,52.	100	2,73.		
2010	Valor	201.915	4.771	181.649	4.978	20266	-207
	Part. %	100	2,36.	100	2,74.		

Fonte: SECEX/MDIC

O gráfico 5 nos evidencia claramente como as tendências dos saldos comerciais caminham em total desencontro. Mostrando que há algo influenciando o setor têxtil em específico, em vez de uma piora do quadro industrial geral.



Fonte: SECEX/MDIC

Segundo a Associação Brasileira de Desenvolvimento Industrial, só no ano de 2011, 200 mil postos de emprego deixaram de ser gerados no Brasil em função do déficit na balança comercial do setor. Esses empregos serão gerados na Ásia.

Na tabela 11 podemos notar que entre 2013 e 2014 tanto a exportação quanto a importação aumentaram. Mas ao analisarmos o saldo vemos que pouco mudou o saldo comercial dos produtos têxteis dos dois anos só se tornou mais deficitário e o saldo da indústria, como um todo, só apresentou superávit no ano de 2013.

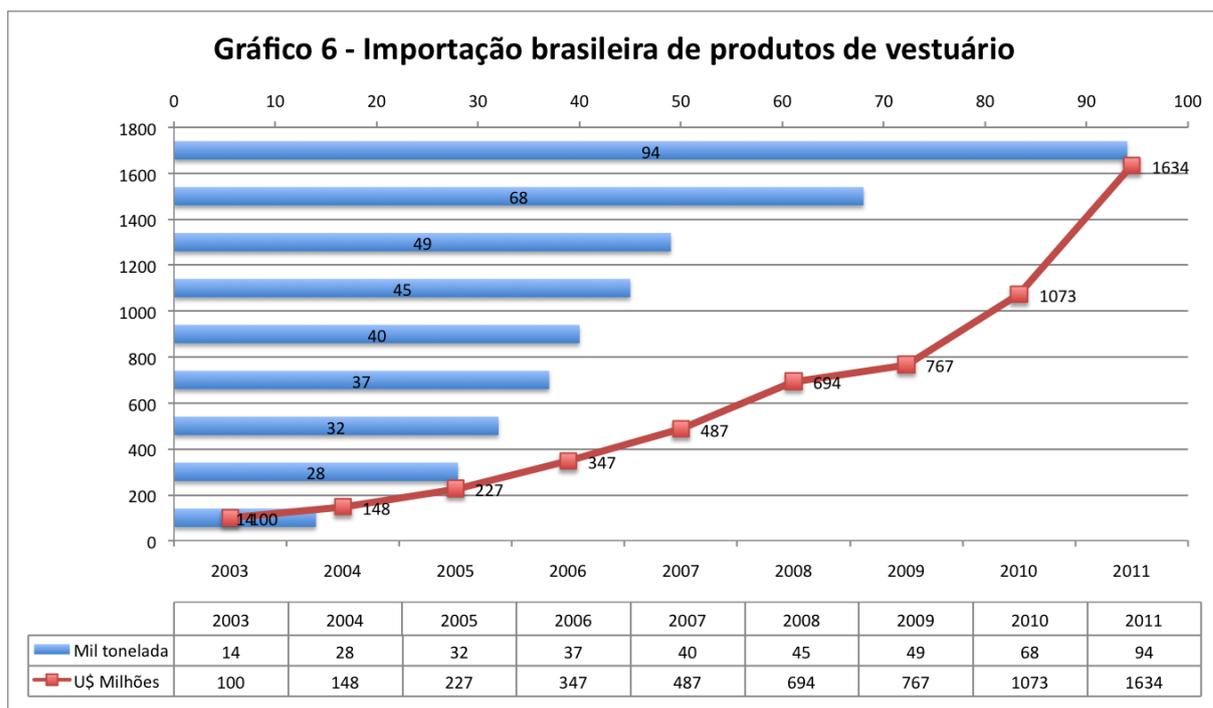
Tabela 11 - Exportações e Importações brasileiras - uma comparação entre os valores de 2013 e 2014 e a variação entre estes anos, em US\$ Milhões FOB

	Setores	Janeiro-Dezembro/2014			Janeiro-Dezembro/2013			Var. 2014/13	
		Valor	Part. %		Valor	Part. %		Abs.	Rel. %
			Total	Produtos Industriais		Total	Produtos Industriais		
Exportação	Indústria Total	225.101	100	-	242.034	100	-	-16.933	-7
	Têxteis, couro e calçados	5.316	2,4	3,8	4.949	2	3,3	367	7,4
Importação	Indústria Total	229.137	100	-	239.748	100	-	-10.610	-4,4
	Têxteis, couro e calçados	7.418	3,2	3,8	7.156	3	3,5	261	3,7
Saldo	Indústria Total	-4036	-	-	2286	-	-	-	-
	Têxteis, couro e calçados	-2101	-	-	-2207	-	-	-	-

Fonte: SECEX/MDI

No gráfico 6 vemos o aumento da quantidade, tanto em toneladas quanto em milhões de dólares, de importados entre os anos de 2001 e 2011. Como já foi citado na parte 1.1 deste estudo, os importados estão ganhando cada vez mais espaço na cesta de consumo de vestuário da população brasileira.

A importação aumentou 16 vezes em menos de 1 década, tendência essa que provavelmente será pressionada a recuar no ano de 2015 e 2016 dado a proporção do aumento do dólar, e de seu caráter imprevisível, pelo menos para a população em geral.



Dados: MDIC/ALICEWEB

CAPÍTULO 3 Competitividade Brasileira no Cenário Internacional

A competitividade é a capacidade de vencer uma competição. Os fatores que influenciam a competitividade são muitos e são, muitas vezes, decisivos para o sucesso ou fracasso do empreendimento.

Tais fatores se dividem em fatores intrínsecos e sistêmicos:

Os fatores intrínsecos são ligados à habilidade de produzir e comercializar com maior eficiência que os outros concorrentes. Os fatores Sistêmicos não são ligados à competência do produtor/comerciante, são fatores ditados pelas características de organização social em que o produtor/comerciante está imerso.

Anteriormente à globalização as produções e os comércios eram mais isolados e por isso a competitividade era baseada em grande parte em fatores intrínsecos. Mas com o advento da globalização e da facilidade do acesso à informação, os fatores sistêmicos têm ganhado peso considerável no debate e são, em muitos casos, decisivos.

Há estudos importantes para analisar os fatores sistêmicos de competitividade do país. O mais importante deles é o produzido pelo World Economic Fórum, em que os países são analisados anualmente em 118 categorias, separadas em 12 pilares da competitividade, o estudo abrange 144 países. Na mais recente publicação lançada dia 29 de setembro de 2015 o Brasil aparece em septuagésimo quinto (75º), dentre os 114 países analisados.

Tabela 12 - Posição Brasileira no Ranking de competitividade mundial é analisada 144 países

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
66º	72º	64º	56º	58º	53º	48º	56º	57º	75º

Fonte: World Economic Fórum

As quedas vistas na análise estatística setorial também foram influenciadas por esta queda expressiva. Como todas as características são baseadas em comparações entre países, podemos analisar nossos possíveis concorrentes. É importante deixar claro que é possível cair de posição, sem piorar em nenhum indicador estudado, basta que os outros países melhorem seus indicativos.

De 2014 para 2015, teríamos caído de posição mesmo se tivéssemos conseguido manter nossas notas nos indicadores, mas nossa queda foi mais acentuada, porque pioramos em diversos quesitos. Os fatores de competitividade podem ser classificados em intrínsecos e sistêmicos.

3.1. Fatores Intrínsecos de competitividade

Os fatores intrínsecos estão ligados à capacidade de produzir e comercializar com mais eficiência que os concorrentes.

Estes fatores dependem muito do setor em que o empreendimento atua. Mas em todos os setores a quantidade de inovação advindo de investimentos em Pesquisa e Desenvolvimento assim como o investimento em desenvolvimento de talentos internos, são posições que aumentam as chances de haver redução de custo, melhor aproveitamento dos recursos naturais e de matérias primas, maior otimização da logística de distribuição e/ou de coleta que promovem mais competitividade à produção.

3.2. Fatores Sistêmicos de Competitividade

3.2.1. Fatores Político institucionais

- Estabilidade das instituições e confiança na manutenção das regras pré-estabelecidas.

- Percepção internacional sobre a qualidade do Brasil como nação, o Brasil pode ser comparado de forma análoga a uma marca, e é preciso que a imagem da marca Brasil seja boa e tenha credibilidade perante o mercado global. Vale ressaltar que em determinadas áreas (como a social, ecológica e sanitária), uma percepção negativa pode dificultar ou até impedir a importação de nossos produtos.

- O nível de educação e treinamento populacional do país influencia diretamente a competitividade da empresa nele situado, tanto via custo operacional fixo, quanto via custos em Pesquisa e Desenvolvimento.

- Organização e proficiência das autoridades para garantir o acesso aos mercados internacionais e defender o mercado doméstico nas questões ligadas às regras internacionais de comercial.

3.2.2. Fatores Macroeconômicos de Política Monetária

- Custo do capital pode ser calculado via diferentes taxas de juros e afeta tanto o custo das empresas, mas também o nível de consumo doméstico, dois importantes pilares para a competitividade externa.

- A política de câmbio é fundamental para o montante de exportação. Quando a moeda está desvalorizada as exportações são beneficiadas pelo câmbio, mas prejudica as empresas com dívidas em moedas estrangeiras e todas as empresas por seus efeitos negativos sobre a economia doméstica. A moeda, quando valorizada, prejudica as exportações, mas barateia os investimentos em inovações tecnológicas. Mas a falta de estabilidade é fatal para a conquista e manutenção de mercados internacionais.

3.2.3. Fatores Macroeconômicos de Política Fiscal

A carga tributária incidente sobre as mercadorias exportadas varia entre países e afeta diretamente a competitividade do produto frente outros mercados.

Nos países mais competitivos essa carga é mínima, enquanto no Brasil essa carga é muito elevada, com tributos em cascata, prejudicando a nossa competitividade.

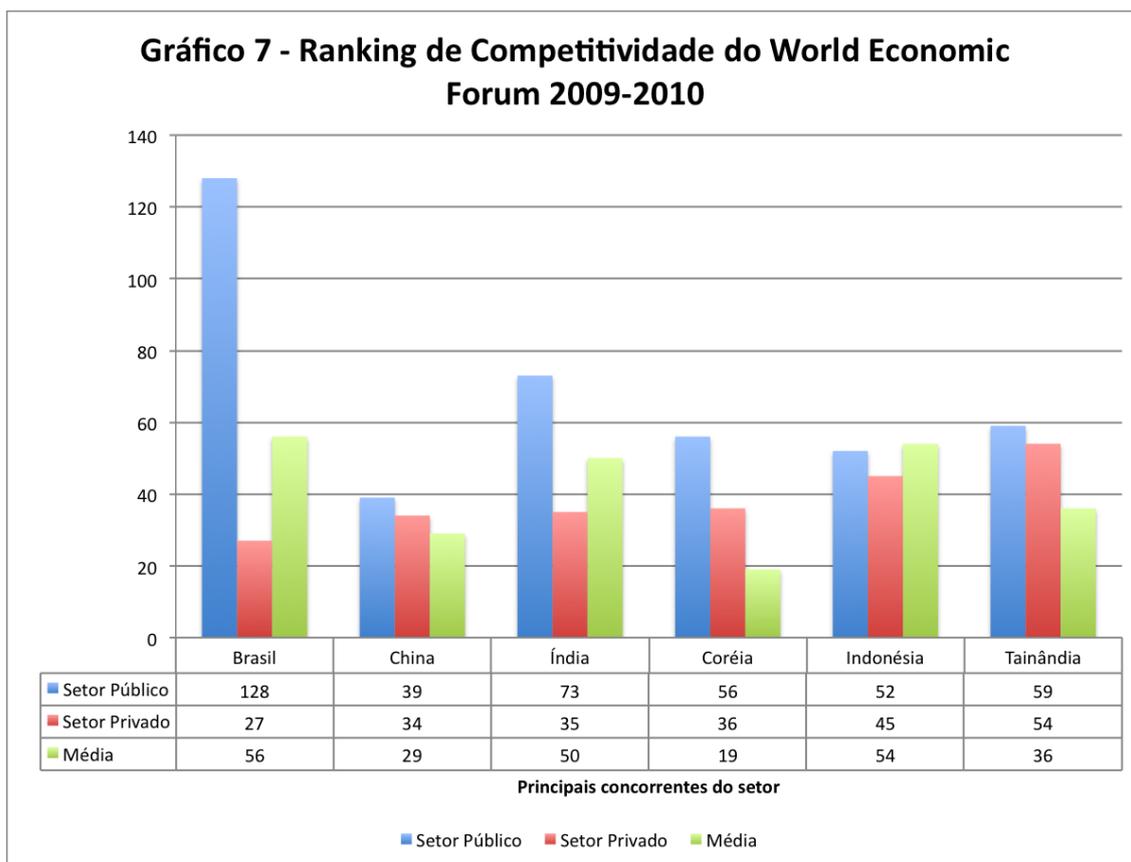
3.2.4. Infraestrutura e logística

O principal sistema de transporte brasileiro é o rodoviário, que é comparativamente muito caro. O Brasil possui uma quantidade de rios navegáveis extensas e muito pouco aproveitada. Também não há estímulo ao crescimento da malha ferroviária, meios de transporte esses, com menor custo marginal de uso.

3.3. Barreiras à Competitividade no Setor Têxtil e de Confecção

A expressiva entrada de importados é fruto da falta de isonomia nos fatores sistêmicos de competitividade.

No Gráfico 7 vemos o quão frágeis somos perante outros países emergentes, que são nossos principais concorrentes nos setores têxteis e de confecção.

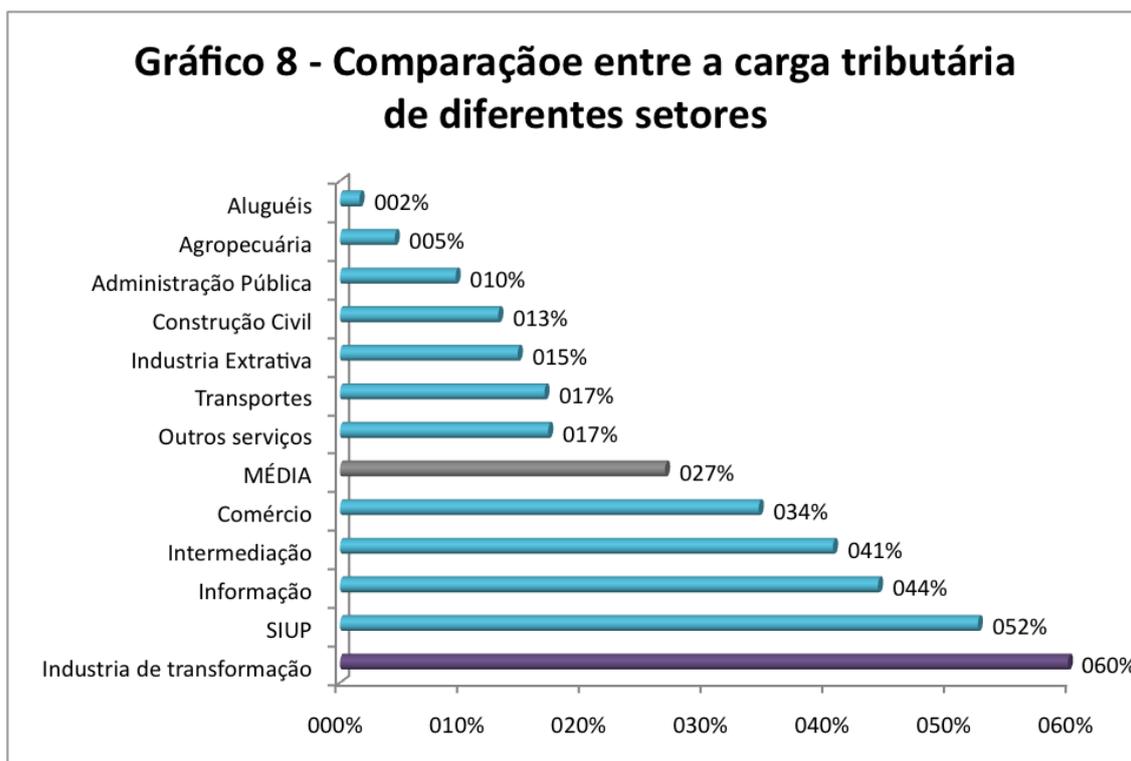


Fonte: World Economic Forum

Principais fatores que dificultam o alcance da isonomia nos fatores sistêmicos são a alta carga tributária, a deficiência na defesa comercial, o custo do capital elevado, o custo da infraestrutura e o desequilíbrio cambial. Todos esses contribuem para a baixa competitividade dos preços brasileiros frente aos produtos estrangeiros.

Carga Tributária

A carga tributária do setor de transformação é muito alta, apesar do mesmo ter uma das maiores capacidades de geração de empregos, como vimos no capítulo 1. No gráfico 8 vemos a diferença de cargas tributárias entre diferentes setores, e comparado à média brasileira.



Fonte: RFB, CONFAZ e IBGE

A tabela 13 nos mostra que a nossa carga tributária é muito superior ao de outros países, concorrentes nos setores têxteis e de confecção.

Tabela 13 – Carga tributária no Brasil, México, Índia, China e Rússia – dados recolhidos no ano de 2013

País	Carga tributária % do PIB
Brasil	36,42%
Índia	13,00%
China	20,00%
Rússia	23,00%

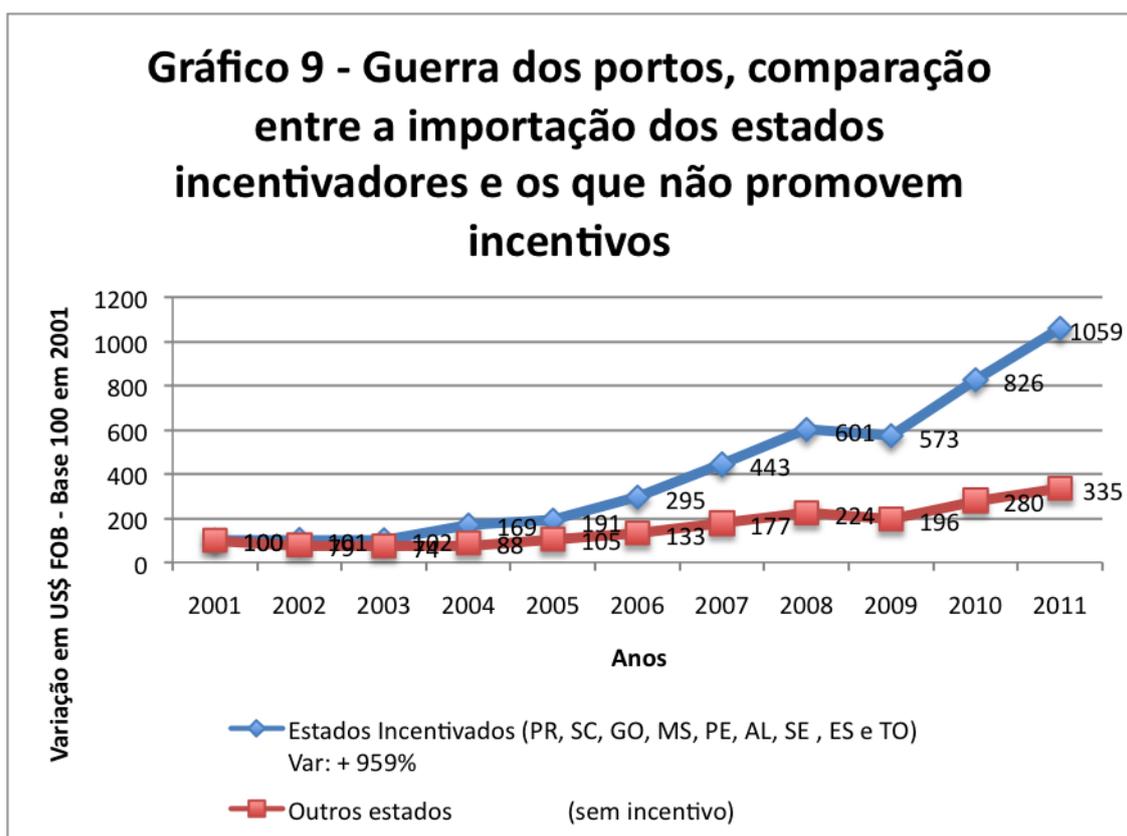
Fonte: Premium Bravo

A carga tributária na indústria têxtil representa 40% do preço dos produtos, e a cada 26 minutos a Receita Federal do Brasil cria uma nova regra. Além disso, os tributos são pagos antes de receberem as vendas, exigindo da empresa, capital de giro.

Deficiência na Defesa Comercial

Estados estão oferecendo benefícios à importação com o objetivo de atrair as importações para seus portos. Assim o mesmo consegue uma receita decorrente do recolhimento da tarifa portuária maior.

No período de 2011, os estados que ofereceram benefícios foram responsáveis por 62%



do volume de importações de produtos têxteis e de bens finais, parcela que corresponde a 3,5 bilhões de dólares. Fonte: ABIT

A guerra dos portos se resume em uma guerra de preços em que quem oferece a maior isenção fiscal se beneficia diretamente pelo aumento da arrecadação estadual e indiretamente pela geração de empregos no seu estado e aumento do investimento no estado em específico.

Para que cesse esta guerra, que é prejudicial para a arrecadação e para o Brasil como um todo, é necessário que se faça uma reforma fiscal e que tais tomadas de decisões sejam encaradas com mais seriedade e em um âmbito nacional, evitando assim que os estados concorram entre si, prejudicando o produtor nacional e beneficiando apenas a produção estrangeira.

Custo de Capital Elevado

O custo do capital é bastante elevado no Brasil e determinante da baixa taxa de investimento, especialmente se comparada aos países emergentes, como China e Índia.

O custo do capital é calculado de diversas formas, mas todos levam em conta a taxa selic, a taxa básica de juros, que atualmente se encontra em patamares muito elevados, e o risco de se investir em tal empresa e país acompanham. Como os riscos do setor são elevados e a taxa básica também, o custo de capital se torna elevado e a quantidade de investimento tende a ser baixa.

Custo da Infraestrutura

Os custos com infraestrutura são elevados e podem ser divididos em vários custos diferentes, como o custo de transportar uma mercadoria por uma via necessariamente mais custosa, o custo da energia elétrica, da água entre outros.

Um dos principais quesitos analisados pelo World Economic Fórum é o custo de infraestrutura do país. Na tabela 14, vemos as posições e notas do Brasil na avaliação de 2015.

Tabela 14 - Comparação entre infraestrutura brasileira e o resto do mundo

	Nota de 1 a 7	Posição no Ranking/144
Qualidade da infraestrutura geral	3,1	120
Qualidade das estradas	2,8	122
Qualidade da infraestrutura ferroviária	1,7	95
Qualidade da infraestrutura portuária	2,7	122
Qualidade da infraestrutura de transporte aéreo	3,4	113
Assento de avião disponível km / semana, milhões *	3.827,30	9
Qualidade do fornecimento de eletricidade	4,1	89
Assinaturas de telefonia móvel / 100 pop . *	135,3	37
Linhas de telefone fixo / 100 pop . *	22,3	51

Fonte: World Economic Forum Notes: Valores são classificados de 1 a 7 exceto os com os assinalados com asterisco (*).

Cada setor e cada tecido a ser fabricado possuem necessidades diferentes de consumo de água e energia elétrica.

Desequilíbrio Cambial

O desequilíbrio prejudica o planejamento futuro das empresas, pois torna os preços, a inflação e o poder de compra mais incertos. Um país em desequilíbrio cambial tem menos credibilidade no cenário internacional e capta menos investimentos e negócios em geral.

As empresas exportadoras em geral são influenciadas de duas formas pela variação cambial, tanto positivamente, quanto negativamente. Isso se dá pelo fato de que, mesmo as empresas exportadoras, também importam produtos. E as empresas que vendem domesticamente também importam. Ou seja, todas são influenciadas pela taxa de câmbio.

A desvalorização faz com que os exportadores possam impor preços mais competitivos no mercado internacional, mas encarece os custos de produção, se estes possuírem importados em sua composição (custos esses que podem ser com maquinário ou matéria-prima), para os importadores a desvalorização encarece o preço final e reduz a margem de lucro.

Já a valorização faz com que os exportadores imponham um preço mais caro no mercado internacional, mas reduz os custos de produção, incentivando uma produção de qualidade e que consegue ser vendida a um preço mais caro, para os importadores barateia o custo dos importados, possibilitando um aumento da margem de lucro.

Uma desvalorização pode ser benéfica para o exportador, caso os custos dele não sejam indexados ao dólar, ou este aumento seja menor que o aumento do lucro dado o aumento das vendas devido à redução do preço. Mas não necessariamente esta será benéfica, para o importador uma desvalorização é sempre prejudicial.

Já a valorização, apesar de aumentar os preços, pode ser benéfica ao incentivar a inovação e a produção de maior valor agregado. Já para o importador ela será sempre benéfica.

Há uma percepção keynesiana de que basta desvalorizar a moeda, que as exportações crescerão e incentivarão a economia como um todo. Mas isso não é necessariamente verdade. Alguns exportadores podem se beneficiar de uma desvalorização, mas em casos específicos, e à custa de uma queda no poder de compra geral. A maioria se prejudica.

A desvalorização gera inflação, não apenas nos produtos importados, que são influenciados diretamente pelo câmbio. Mas também através de muitos outros produtos. Por exemplo, a desvalorização aumenta o preço dos remédios, pois a química fina

utilizada na produção dos mesmos é importada, outro exemplo é o trigo, que apesar de ser produzido internamente é uma commodity e por isso é precificada em dólar, quando o dólar se valoriza, os produtores preferem exportar a suprir o mercado interno, com uma queda na oferta do mercado interno, vêm a inflação. Esse mesmo efeito ocorre com a carne e muitos outros produtos da cesta de consumo. O aumento da inflação por sua vez, reduz o poder de compra e prejudica todos os setores de atacado e de varejo.

Este é um problema de tanto peso que os próprios empresários têm hoje uma variedade de produtos financeiros à disposição criados justamente para protegê-los contra variações da taxa de cambio, os famosos hedges. Os swaps cambiais permitem que eles até mesmo se protejam de variações cambiais no longo prazo.

3.4. Soluções à Retomada da Competitividade no Setor Têxtil e de Confecção.

É preciso analisar como podemos melhorar no quesito competitividade e como as Instituições e o governo podem nos incentivar e cooperar para alcançarmos uma melhor colocação no mercado.



Fortalecimento da Confecção

Para alcançar o fortalecimento do setor têxtil e de confecções devemos estimulá-lo através de algumas políticas macroeconômicas, a fim de proteger este setor que é tão importante para a geração de empregos no país.

Defesa Comercial

O Departamento responsável pela defesa comercial, conhecido como DECOM é a autoridade capaz de investigar e defender o comércio externo.

Ao DECOM competem algumas responsabilidades:

1- Averiguar a procedência e o mérito de petições de abertura para investigações de subsídios, salvaguardas e dumping, com o objetivo de defender a produção doméstica.

2- São responsáveis por propor, abrir e conduzir a aplicação de medidas de salvaguardas, antidumping e compensatórias.

3- O dever de propor a aplicação das medidas para a defesa comercial prevista nos Acordos da Organização Mundial do Comércio – a OMC.

4- Manter-se informado quanto às discussões em relação às normas e à aplicação dos Acordos de defesa comercial junto à OMC.

5- Participar de discussões e negociações relativas à defesa comercial.

6- E por fim, deve acompanhar todas as investigações de defesa comercial abertas por países terceiros contra as exportações brasileiras e prestar assistência em defesa do exportador, fazendo a ponte entre o mesmo, os outros órgãos governamentais e o setor privado.

Este departamento que é deveras necessário para defender os interesses deste setor que é tão globalizado deve ter sua autonomia e capacidade coercitiva incentivada e exaltada.

Negociações Internacionais

As negociações internacionais são importantes meios de incentivar o comércio externo e incentivar o maior aproveitamento das vantagens comparativas de cada economia próxima.

As negociações de acordos bilaterais devem ser incentivadas entre países cujos interesses e padrões estão alinhados. Tais principais padrões são os trabalhistas,

ambientais, cambiais e sociais. Um aspecto que está em alta é a negociação em contraponto à arbitrariedade do governo argentino em relação às exportações brasileiras.

Tributação

A tributação pode incentivar e dificultar o progresso do setor. A tributação pode ser vista como forma de aumentar ou reduzir a chance de competirmos com os produtos importados. O setor reivindica a revisão dos incentivos fiscais estaduais aos produtos importados, assim como a redução dos encargos incidentes sobre a folha de pagamento, que é bem relevante dado o uso intensivo de mão-de-obra.

Outra reivindicação importante é o alongamento do prazo de pagamento dos impostos de forma paulatina, alinhando os prazos de pagamento aos prazos reais de recebimento dado as operações comerciais.

Compras Governamentais

As compras governamentais mostram a completa falta de interesse na produção nacional. Como exemplo temos o fato do uniforme do exército brasileiro ter sido comprado na China, segundo representantes do exército isso causa um “desconforto psicológico”. Para incentivar o mercado interno devemos priorizar as empresas brasileiras cujos produtos tenham qualidade e bom preço.

Em muitas negociações vemos os governantes optarem por recursos mais caros com o objetivo ilícito de desvio de verba, este não parece ter sido o motivo no Exército Brasileiro, pois optaram pelo menor preço. Porém devemos priorizar a qualidade, dado que das fardas é demandado muita resistência, e aproveitar para incentivar o mercado interno. Outra reivindicação do setor é a inclusão dos gastos com uniformes escolares no rol de orçamento obrigatório dos estados e municípios

Custo da Infraestrutura

Os investimentos em infraestrutura são muito pouco priorizados e somam apenas 2,58% do PIB Brasileiro do ano de 2000.

Tabela 15 - Formação bruta de capital fixo por setor de infraestrutura (% do PIB a preços de 1980)

Itens/Anos	1970-1980	1981-89	1993-94	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Investimentos totais	5,42	3,62	2,01	1,62	2,15	2,38	3,17	2,63	2,58
Telecomunicações	0,8	0,43	0,55	0,53	0,79	0,8	1,18	1,1	1,07
Energia Elétrica	2,13	1,47	0,69	0,47	0,57	0,69	0,89	0,77	0,67
Transportes	2,03	1,48	0,54	0,42	0,53	0,61	0,75	0,56	0,63
Saneamento	0,46	0,24	0,23	0,2	0,26	0,28	0,35	0,2	0,21

Como vemos anteriormente, estamos muito aquém de outros países no quesito infraestrutura, o que torna a nossa produção interna ainda mais custosa.

Crescimento das Importações

As importações representam hoje 25% do consumo de produtos têxteis e de confecção. A importação da cadeia produtiva aumentou 222% nos últimos 7 anos.

Como vemos no gráfico 6, no primeiro capítulo, as importações vêm aumentando significativamente tanto a importação dos tecidos para as confecções, tanto as importações do produto pronto, mas ainda em menor escala.

Esta concorrência pode ser vista como desleal por ser extremamente difícil competir via preço e ainda seguir dentro das leis fiscais, trabalhistas e ambientais. Por isso nossa produção nacional tem se especializado em tecidos de maior valor agregado, competindo através de qualidade e diferenciação ao invés de via preço.

CAPÍTULO 4 Estratégia das Empresas para Enfrentar a Concorrência Estrangeira

4.1. Principais Estratégias Aplicáveis ao Setor

As principais estratégias microeconômicas aplicáveis ao setor se baseiam em 4 grandes pilares, são eles:

1- Poder de barganha com os fornecedores para baixar os custos de produção via ganhos de escala.

2- Diferenciação do produto.

3- Investimento em desenvolvimento e manutenção de uma identidade de marca forte.

4- Corrida contra os prazos de fabricação e entrega Chineses

Essas são as principais preocupações dos empresários destes setores, pois são os fatores que mais influenciam no sucesso ou fracasso de uma empresa deste ramo.

Os próximos subcapítulos explicarão a fundo como tais itens influenciam de forma crucial para o rendimento da empresa e porque são tão necessárias.

4.2. A Tendência do Mercado é a União entre Empresas

Ao final do século XX, presenciamos o surgimento com relevância das operações de Fusões e Aquisições (F&A) em diferentes países e entre empresas de diferentes tamanhos.

Este novo cenário de profundas mudanças tem modificado os padrões de gestão, produção e emprego em diversas partes do mundo. Dado isto, podemos ver o crescimento das Fusões e Aquisições no Brasil, como uma resposta estratégica a esse novo cenário.

O Brasil está se atualizando frente às novas formas de se fazer negócios. Desenvolvendo mais competitividade e se fortalecendo frente à concorrência global.

Os três principais objetivos que levam uma empresa a se fundir ou adquirir outra são, segundo Francisco Mussnich, advogado especialista em Arbitragem em casos complexos de Fusões e Aquisições e Sócio Fundador da BMA:

1- Redução de custo. O enxugamento de custos é sempre o primeiro objetivo que nos vem em mente, junto com a união de áreas administrativas e financeiras e o aumento do poder de barganha com os fornecedores de insumos.

2- Dificuldades Jurídicas. No caso do Brasil as complicações fiscais exigem do empresário muito tempo e dinheiro, essas uniões podem facilitar tal andamento e reduzir o tempo gasto com burocracias e pagamentos de impostos.

3-Pouca disposição para fazer a sua empresa crescer de forma orgânica. Uma empresa pode levar muito tempo para crescer e isso também está associado a muito risco. Diferentemente deste cenário, crescer via aquisições é uma maneira de comprar uma fórmula que já se provou certa, portanto com pouco risco associado e de crescer rapidamente. Também é uma vantagem para o empresário atingir uma maior fatia do mercado e assim dificultar a entrada de novos concorrentes.

A maior empresa, ou a compradora, sempre impõe o seu método de trabalho e produção sobre a outra. No Brasil o número de fusões tem crescido significativamente e com tendência de crescimento ainda maior nos anos futuros. O ano de 2015 foi um ano pobre em Fusões e Aquisições, pois as crises econômicas e política desestimulam os negócios e postergam as tomadas de decisões.

Grandes Fusões aconteceram no Brasil nesses últimos anos, os maiores destaques são: a união da Brahma com a Antártica formando a AmBev, a união do Banco Itaú e do Unibanco, a aquisição do Banco Real pelo Santander, a fusão da BM&F com a Bovespa e da Perdigão com a Sadia.

Mas se analisarmos o setor de maneira específica vemos grandes aglomerados surgindo, como a Restoque que possui a Le Lis Blanc, John John, Dudalina, Rosa Chá, Individual, Bobô e a Base. E a InBrands que possui em seu portfólio marcas como a Ellus, VR, Richards, Salinas, Herchcovitch; Alexandre, VRK, Mandi, Selaria Richards, Bobstore, Tommy Hilfinger e G-Star Raw.

Segundo a Inbrasc, esse volume alto de aquisições é uma pista a favor dos bancos de Private Equity que estão expandindo suas atuações. As uniões citadas anteriormente ocorreram devido a injeção de capital de fundos de investimento como o BTG Pactual, no caso da Restoque e da Vinci Capital Partners, no caso da InBrands.

As fusões e aquisições estão, em um âmbito global, aquecidas e com tendências relevantes de crescimento, atraindo cada vez mais empresas brasileiras que visam consolidação nos mais variados setores, buscando assim, novas tendências de mercado e uma maior.

4.2.1. Uniões entre Empresas do Setor Têxtil e de Confeção

Tabela 16 – Principais Fusões do setor têxtil e de confecção

Data em que os F&As foram anunciados	Marcas	Valor total da transação (BRLmm)	Comprador/ Investidor	Classificação do setor de atuação	Descrição da Operação	Receita Total (no anúncio) (BRLmm)
10.01.14	Dudalina S/A	1.327,69	Restoque Comércio e Confeções de Roupas S.A. (BOVESPA:LLIS3)	Vestuário, Acessórios e bens de luxo (Primários)	Dudalina S / A está envolvida na fabricação, marketing, varejo, franquia, exportação e importação de peças de vestuário no Brasil.	435
09.30.2014	Terras de Aventura Indústria de Art Esportivos Ltda	159,07	Alpargatas S.A. (BOVESPA:ALPA4)	Vestuário, Acessórios e bens de luxo (Primários)	A partir de 28 de novembro de 2014, Terras de Aventura Indústria de Arte Esportivos Ltda opera como uma subsidiária da Alpargatas SA.	-
03.25.2013	Grupo Dumont Saab S/A	182,1	Technos da Amazônia Indústria e Comércio S.A.	Vestuário, Acessórios e bens de luxo (Primários)	Grupo Dumont Saab S / A produz e vende relógios. A empresa era anteriormente conhecida como Dumont Saab do Brasil SA.	111,1
10.10.12	Terras de Aventura Indústria de Art Esportivos Ltda	159,1	Alpargatas S.A. (BOVESPA:ALPA4)	Vestuário, Acessórios e bens de luxo (Primários)	Desde o dia 28 de Novembro, 2014, Terras de Aventura Indústria de Arte Esportivos Ltda opera como uma subsidiária da Alpargatas SA.	250
07.23.2012	Five Touch Companies in Brazil	40	Technos da Amazônia Indústria e Comércio S.A.; SCS Comércio de Acessórios de Moda Ltda.	Vestuário, Acessórios e bens de luxo (Primários)	No dia 24 de julho de 2012, Touch Watches Franchising Brasil, Touch Búzios Relógios, You Time Relógios & Touch Barra Comércio foi adquirida pela SCS Comércio de Acessórios de Moda Ltda. Touch Watches Franchising	-
07.10.12	Marisol S.A., Rosa Cha Brand	10	Restoque Comércio e Confeções de Roupas S.A. (BOVESPA:LLIS3)	Vestuário, Acessórios e bens de luxo (Primários)	Em 10 de julho de 2012, Rosa Cha Marca da Marisol SA foi adquirida pela Restoque Comércio e Confeções de Roupas SA.	-
12.23.2011	Marisol S.A.	293,59	Marisol Vestuário S.A.	Vestuário, Acessórios e bens de luxo (Primários)	Marisol S.A. opera na indústria do vestuário Comercializa seus produtos no Brasil e internacionalmente sob as marcas de Marisol, Pakalolo, Babysol, One Store, Lilica Ripilica, Tigor T. Tigre, Rosa Chá, e Stereo.	430,05
07.18.2011	John John Denim	31	Restoque Comércio e Confeções de Roupas S.A. (BOVESPA:LLIS3)	Vestuário, Acessórios e bens de luxo (Primários)	John John Denim fabrica e comercializa jeans	13

Fonte: BroadSpan Capital

4.2.2. Estudo de Caso da Empresa Restoque

Uma das mais importantes e recentes uniões do setor foi entre o grupo Restoque e a empresa Dudalina. O grupo Restoque é uma varejista de moda high-end líder na América Latina. Após a sua fusão ocorrida em outubro de 2014, a empresa reforçou o seu posicionamento e sua plataforma multi-canal.

O foco da empresa encontra-se em pessoas de altas classes sociais, com grande poder aquisitivo e mais resistente a ciclos econômicos críticos. As marcas que contemplam o grupo Restoque são complementares, com este foco, porém atingindo uma ampla variedade de estilos, ocasiões e uma ampla gama de idades tanto para homens quanto para mulheres.

Os principais concorrentes da marca são internacionais, o que é uma vantagem se considerarmos as barreiras à entrada, tais como:

I- Adaptação da coleção a diferentes estações, levando em conta os ciclos sazonais.

II- Encontrar um ponto comercialmente atraente nos shoppings.

III- Desenvolver uma cadeia de suprimentos para uma operação de amplitude nacional, enfrentando nossos problemas de infraestrutura e logística

IV- Sistema fiscal complexo.

Com essa união esperamos melhorias nas métricas operacionais, assim como margens brutas e operacionais, bem como o giro de estoques e giro do ativo.

A Restoque poderá se beneficiar de outras maneiras devido a fusão com a Dudalina, tais como:

I-Melhor negociação com fornecedores

II- Otimização do pessoal de despesas de marketing

III- Melhorias logísticas

IV- Aquisição de 5 novas fábricas, que pertenciam à Dudalina.

Mas tais potenciais ganhos são considerados incertos e provavelmente marginais.

Uma grande melhoria que esta fusão trouxe para a empresa foi no balanço, a Dudalina contribuiu para reduzir significativamente a alavancagem da Restoque. Esta

posição é especialmente importante tendo em vista a alta taxa de juros do Brasil, além de deixar o balanço confortável, o que pode ser valioso para aproveitar possíveis oportunidades de mercado como a aquisição seletiva de marcas promissoras.

Uma das grandes vantagens competitivas da empresa é a capacidade de construir marcas diferenciadas, como por exemplo, quando a John John foi comprada ela era apenas uma pequena cadeia de lojas de atacado com o foco em jeans e hoje é uma das melhores marcas focadas em jeans. O mesmo se aplica para a Bo.Bô e a Rosa Chá.

Os principais fatores de risco que podem influenciar a performance da empresa são: a desaceleração econômica que pode vir a afetar as vendas do setor, o ambiente competitivo pode deteriorar-se, a estratégia de aumentar as vendas para lojas multimarca pode ser mais difícil do que o esperado, ou resultar em uma maior canibalização das lojas existentes e o estoque tem atualmente volumes de negociações médias baixas.

4.3. A Importância da Diferenciação do Produto para o Setor

Os setores têxteis e de confecção necessitam de diferenciação do produto para se manter no mercado, mas os mesmos a alcançam de formas diferentes. O setor de confecção busca tendências de moda, enquanto o setor têxtil busca inovações tecnológicas, que podem promover ao tecido diferentes texturas, pesos, capacidade de absorção entre outros objetivos vantajosos.

Em recente pesquisa, a Confederação Nacional da Indústria apontou os setores têxteis e de vestuário como os maiores prejudicados pela importação de produtos chineses. Segundo Sylvio Napoli, gerente do Departamento de Infraestrutura e Capacitação Tecnológica da Associação Brasileira da Indústria Têxtil (Abit), uma saída é buscar a diferenciação do produto a fim de se capacitar melhor para concorrer com os importados.

Atualmente as importações vêm aumentando, neste seguimento de forma assustadora, como já vimos anteriormente, ou seja, estamos importando o produto final, ao invés de produzi-lo internamente.

Segundo Napoli, o primeiro passo deve ser importar a tecnologia, como importar rolos de fios produzidos com partículas de prata, para uma melhor absorção. Depois de

comprado o fio podemos tecer e fabricar o produto internamente. Portanto, primeiro devemos importar a tecnologia em si, enquanto estreitamos laços entre a indústria e as faculdades para assim, posteriormente, sermos capazes de produzir e até exportar inovações tecnológicas no setor.

O nosso parque industrial é rico e muitas vezes tão competitivo quanto nossos principais concorrentes globais, o problema não reside na modernidade de equipamentos. Este reside da porta da fábrica para fora, onde temos que lidar com a alta carga tributária, questões trabalhistas e logísticas. O maquinário brasileiro é tão atual que fomos capazes de aumentar em 30% a produção, sem aumentar as contratações.

Uma grande aposta do setor é a nanotecnologia aplicada aos tecidos. Esta tecnologia é capaz de criar tecidos que não amarrotam, impermeáveis a óleo e a água, tecidos antibactericidas e antifúngicos ou que secam mais rápido. Outras inovações do setor conferem ao tecido acabamento diferenciado, como ocorre quando mudamos a interação das fibras, usamos fios fantasia, encapados ou fios com alma de outras fibras, podendo gerar assim mais conforto, luminosidade e resistência.

Para nos atualizar frente a concorrência temos duas opções. Uma delas é desenvolver uma pesquisa tradicional, passando por etapas pré-estipuladas e ao fim, provando a sua viabilidade e resultados a nível global. Mas esta solução leva tempo e é custosa.

Outra opção seria comprar a fibra que já possui a tecnologia incorporada e aplicar ao seu produto. No momento atual o caminho mais indicado é o segundo, mas isso se os preços a serem cobrados pelas fibras forem viáveis e se houver incentivo governamental. O setor anseia por zonas de produção e exportação com critérios diferenciados no âmbito logístico e trabalhista.

É importante mudar a visão que perpetua sobre a distância entre os empresários do ramo e as universidades, é preciso mudar a impressão errônea de que os empresários não possuem conhecimento técnico, ou não busca e valoriza. Um exemplo importante desta mudança que ocorre é a relação forte que a Associação Brasileira da indústria têxtil (Abit) tem com a Universidade de São Paulo (USP). A Associação tem ajudado a atualizar a grade do curso de tecnologia têxtil e há também o fato do curso de tecnologia têxtil e de indumentária oferecido pela USP Leste ter nascido na Abit.

Aumentando a diferenciação do nosso produto deixaremos de exportar produtos com baixo valor agregado e pouco manufaturados, como algodões e tecidos crus para exportar roupas acabadas, com estilo, marca diferencial e inovação. Precisamos mudar de perfil de venda, aumentando o preço por quilo mesmo que se reduza a produção por volume. Precisamos investir em aumentar o valor agregado de nossos produtos.

4.4. Análise da Importância da Construção da Marca Para o Crescimento de Longo Prazo

A construção de uma identidade de marca é tão importante quanto à diferenciação do produto, no setor de varejo a demanda nacional está acostumada a consumir marca ao invés de peça.

As marcas associam um valor à peça que não envolve seus custos diretos de produção ou transporte. Eles podem estar associados à um estilo de vida, um status social, ou um agrupamento específico dentro da sociedade, que pode ou não estar relacionado com poder aquisitivo.

Quando uma marca tem um branding forte e atuante, ela aumenta o seu brand equity, ou seja, seu valor. Dessa forma a marca se mantém forte e pode investir em relacionamento, imagem, comunicação, cultura e tudo que for possível para fortalecer seu posicionamento. Todas essas vertentes conectam a marca com o seu consumidor e seu comportamento.

Com esse novo modo de olhar a venda e o que somos capazes de vender, gerou um fato interessante e deveras ambíguo. A possibilidade de uma pessoa consumir a sua marca, sem consumir seu produto, ou seja, ela participa dos eventos, está envolvida com as tendências lançadas e apoia as iniciativas da empresa, mas não a consome devido à algum limitador.

A marca é capaz de criar limitadores não só financeiros, mas também através de seus tamanhos (que não possuem padronização) e locais de venda. Mas o fato dos gastos com branding terem capacidade de alcançar demandas que o próprio produto não alcança não é vista como ineficiência. Pois quanto mais consumidores da sua marca, maior a difusão orgânica dela que aumentará a quantidade de compradores efetivos e da importância da marca no cenário em que atua.

Muitas vezes pensamos em identidade da marca com o objetivo de aumentar a nossa capacidade de concorrer com os produtos importados. Mas para concorrer com o mercado externo devemos enfrentar duas principais barreiras, a cultura e o preço.

A cultura nacional em que estamos imersos é de sobrevalorização do produto importado, por muito tempo vivemos uma onda grande de barreiras comerciais e pouco investimento em tecnologia produtiva interna que fizeram com que nossos produtos fossem vistos como piores que os importados em qualquer circunstância. Vemos claramente isso quando algumas marcas, como a C&A, fazem questão de colocar uma grande etiqueta informando que o produto é importado, acreditando que assim induzirá ao consumidor a pensar que o mesmo tem mais qualidade e justificar via qualidade o preço diferenciado.

Esta mentalidade pode ser considerada ultrapassada e é mais comum entre consumidores mais velho. Mas outra cultura está de modo global influenciando as produções locais. A cultura da globalização, está mais comum entre os jovens, ultimamente vemos que estar conectado com as principais metrópoles contribui para nos vermos como “cidadãos do mundo”, o que para muitos têm muito valor.

Ser cidadão do mundo não envolve apenas possuir produtos de informática de ponta, mas também estar antenado nas principais tendências de moda globais. Neste caso a produção em escala global unifica as tendências e aumenta o seu poder de mercado no mundo, e principalmente em países de cultura mais fraca ou de visão cultural colonizada.

Outra dificuldade que enfrentamos é o preço, como os produtos baseados em tendências globais e em escala global, são produzidos de forma mais barata e mais rápida, eles são capazes de impor preços baixos. Além disso, temos os fatores já estudados de baixa capacidade competitiva e impostos altos que aumentam o custo de produção de venda dos produtos.

Apesar da demanda buscar uma conexão com a tendência global e um menor preço, há muitas marcas se desenvolvendo de forma original e voltada para a nossa cultura como país e assim ganhando espaço no mercado interno.

Quando uma marca produz uma coleção original, isso logo ressalta aos olhos dos que a veem. A maior vantagem de fazer uma marca com o conceito nacional é a facilidade que ela tem de se conectar com o consumidor. Ele se reconhece ali. O

mercado nacional é bem específico e também muito diverso.

Quando se cria algo pelo qual podemos falar com propriedade, criamos também uma relação mais confiável e familiar com o consumidor. Isso torna a marca forte e desejável.

A marca para se manter no mercado deve além de lançar tendências, vender tendências e entregar produtos com qualidade e originalidade a mesma também precisa emocionar. Independentemente de ser o público alvo da marca ou estar dentro do orçamento do cliente. Quando a marca emociona e faz parte da vida da população isso gera uma demanda fidelizada, retorno em vendas e se torna parte importante e atuante da cultura local.

O conceito de identidade da marca pode ser muito eficaz para enfrentar os ciclos econômicos de depressão, mas ele deve ser cuidadosamente correlacionado com uma flexibilidade. Flexibilidade esta que necessita um acompanhamento cuidadoso do mercado.

É preciso manter a identidade da marca sem torná-la uma caricatura de si mesmo. Bater muito tempo na mesma tecla, no mesmo padrão pode desgastar o consumidor e criar uma repulsa do mesmo. O que definitivamente não queremos.

Para evitar que isso aconteça devemos estar atentos à opinião do consumidor, atentos em relação às nossas porcentagens de venda e nunca deixar de lado o bom senso. Em alguns casos é preciso ser flexível para se manter atual e não tornar a sua marca repulsiva.

Uma forma de analisar se a marca está se mantendo fiel à sua base e está sendo flexível, a fim de acompanhar as tendências passageiras, é quantificar a porcentagem de peças institucionais, conceituais e de tendências. Assim vemos quanto à marca está se dedicando a cada vertente.

As peças institucionais devem possuir a base da marca, aquilo que o consumidor pensa ao lembrar-se da mesma. Enquanto as peças conceituais são apostas da marca, aquilo que a mesma vê como um possível “hit”, é nelas que a marca pode criar uma tendência. E as peças tendências são responsáveis por entregar a tendência geral para seus consumidores. As peças conceituais e de tendência podem ser vistas como um mesmo vetor, com direções opostas.

Em tempos de crise, a opção mais aconselhável é investir em uma porcentagem alta de peças conceituais e com tendências que já estão em foco. Esta escolha possui menos risco. Como muitos sabem em tempos de incerteza o nosso maior investimento deve ser manter o cliente em sua zona de conforto, se ele entrou em sua loja ou site, ele busca o óbvio. Este óbvio, neste setor, significam as peças com a essência da marca.

Já em tempos de crescimento de poder aquisitivo, os consumidores se veem mais dispostos a arriscar, pois acreditam que a “maré de sorte irá se manter”. É um bom momento para tentar lançar tendências e talvez aumentar o seu poder de mercado e sua credibilidade como ator no mercado de moda e não apenas espectador.

Esta área é responsável por caminhar com a produção através de diferentes circunstâncias, sem perder a essência e mantendo seus clientes fiéis e seus rendimentos acima de um mínimo necessário para a manutenção de sua produção.

4.5. A corrida que envolve a percepção da demanda, a produção e a entrega.

Há muitos prazos entre a instigação do desejo e a compra do mesmo, e este é um ótimo cálculo para termos como referencial da nossa própria eficiência.

Por que compraríamos uma tendência produzida nacionalmente e de forma mais custosa, portanto com o preço final mais alto se as fabricas chinesas já detectaram a tendência, produziram em massa a custos baixos e ela já chegou barata e pronta para ser usada por apenas seis meses (tempo médio de duração de uma tendência, usado como base para o cálculo da validade prevista destes produtos).

Portanto se o enfoque é tendência devemos ter o tempo como principal referencial, pois se seguindo as leis trabalhistas, ambientais e enfrentando as barreiras de infraestrutura e tributárias é difícil competir via preço com os importados podemos tentar competir vi prazo.

A moda e o tempo possuem uma relação inseparável. A moda conta a história de nossos antepassados e no contexto atual, a moda muda com a velocidade da transmissão via fibra óptica. E neste caso o prazo de fabricação e entrega pode diferenciar o sucesso de vendas do fracasso.

Uma questão central é, tem como os chineses agilizarem a entrega e manterem os preços competitivos? A resposta atualmente é não, para agilizar a entrega o que hoje é entregue via contêiner, através de navios cargueiros que possuem custo unitário de transporte baixíssimo, teria de ser entregue via aviões de carga, o que encarece e muito o produto. Para enviar uma peça de roupa de tamanho médio, este transporte custava cerca de 25 reais por caixa vazia, incluindo neste valor o peso da peça, que dependerá do tecido. Este valor é uma média calculada enquanto o dólar estava estável em cerca de 2,80 reais/dólar. Mas com as recentes desvalorizações do real e valorizações do dólar este valor se distanciou ainda mais de ser viável.

Portanto esta distância geográfica e os atuais custos de transporte podem gerar uma lacuna a ser preenchida. O mercado quer agora e parte da demanda não está disposta a esperar. E essa é uma demanda a ser preenchida pela produção nacional.

Este prazo é importante quando nos referimos a tendências, mas quanto à produção e venda dos itens conhecidos como clássica essa variável tem pouco valor.

É extremamente difícil competir com os chineses na produção de clássicos, pois os mesmos conseguem impor os melhores preços a todos os possíveis níveis de qualidade.

CAPÍTULO 5 Considerações Finais

Conclusão

Este estudo buscou analisar o setor têxtil e de confecção, setor este que além de relevante economicamente é de grande impacto social. Relevante economicamente pois produziu, apenas no ano de 2014 cerca de R\$ 126 bilhões, o equivalente a 5,6% do valor total da indústria brasileira de transformação (excluídas as atividades de extração mineral e a construção civil) e de grande impacto social pois nenhum setor da indústria de transformação tem maior potencial de gerar empregos dado um aumento de 10 milhões a mais no faturamento do setor, que o têxtil e de confecção.

Neste setor o Brasil vem se consolidando como país importador de produtos têxteis e confeccionados, o saldo na balança dos setores têxteis e de confecção não é positivo desde o ano de 2006, a partir deste ano, as importações superaram as exportações com uma disparidade que aumentou a cada ano.

O ano de 2007 foi um divisor de águas para o setor têxtil, neste ano os tecidos chineses atingiram seus mais baixos patamares de preço, provocando no Brasil a demissão de muitos funcionários e o fechamento de muitas empresas. Segundo dados do IEMI (2007), houve um decréscimo de cerca de 70% no número de fiações e tecelagens e uma queda de 11% no número de malharias entre os anos de 1991 e 2001.

Vemos, portanto que estamos perdendo uma fatia de mercado importante e em um setor de extrema relevância social para a produção de empregos. O grande trade off que nos deparamos é como proteger o setor e seus empregados, sem prejuízos ao consumidor.

O crescimento do valor da transformação da indústria acumulado entre 2007 e 2011 foi de 7,3%, modesta, mas como a produção teve substancial queda durante este período, de cerca de 20,2% entre 2006 e 2013, podemos concluir que a indústria têxtil brasileira está produzindo tecidos de maior valor agregado, apesar de em menor quantidade, e este é um dos objetivos do setor.

O mercado brasileiro tem sofrido expressivas mudanças devido à entrada de tecidos a preços baixos e pela a entrada de grandes marcas internacionais e por isso o cenário atual está se tornando mais complexo e competitivo, para garantir que esta

competitividade ocorra de forma saudável é preciso lutar contra as barreiras à competitividade.

Tais fatores sistêmicos que dificultam o alcance da isonomia são: a alta carga tributária, a deficiência na defesa comercial, o custo do capital elevado, custo da infraestrutura e o desequilíbrio cambial. Todos esses contribuem para a baixa competitividade dos preços brasileiros frente aos produtos estrangeiros.

Afim de melhorar a nossa competitividade devemos nos atentar às discussões do DECOM, órgão de defesa comercial, às negociações internacionais e às regras fiscais. Sempre buscando um ambiente propício ao desenvolvimento econômico e social.

Uma tendência notada neste setor é a fusão ou aquisição, estas têm um objetivo amplo de reduzir custos, enfrentar com mais facilidade as dificuldades jurídicas brasileiras e superar dificuldades e riscos decorrentes de um crescimento orgânico.

Uma icônica fusão do setor foi entre a holding Restoque e a empresa focada em camisaria Dudalina, essa análise possui cunho estratégico neste estudo, pois mostra que as vantagens de unir empresas podem ir além das mais prováveis, neste caso a maior vantagem que o mercado destacou foi a redução da alavancagem por parte da Restoque, que teve bastante relevância dado que operamos, atualmente, a juros altos. Além de outros benefícios marginais como a redução do custo de produção.

É de extrema importância que a união não seja perceptível ao consumidor final, pois pode fazer com que consumidores fies à marca deixem de se identificar com a mesma portanto deixem de a consumir. Portanto áreas internas como Branding, Marketing e Estilo não devem ser coligadas.

O Branding, por exemplo, é responsável por associar ao preço valores que não envolvem seus custos diretos e indiretos, pois este é capaz de dar a peça final uma marca. E esta pode estar associada a valores intangíveis e imensuráveis como estilo de vida, um status social, ou um agrupamento específico dentro da sociedade. Aumentando assim o seu brand equity, ou seja, seu valor.

Os setores têxtil e de confecção devem buscar a diferenciação do produto para se manter no mercado. O setor de confecção deve buscar tendências, peças conceituais e que geram interesse e desejo no consumidor. Já o setor têxtil deve buscar diferenciação nas inovações tecnológicas, que podem promover ao tecido diferentes texturas, pesos, capacidade de absorção entre outros objetivos vantajosos.

Outro fator importante deste setor é o prazo de entrega chinês. Este prazo gera uma lacuna a ser preenchida e explorada. Os longos prazos de entrega do nosso principal concorrente devem ser vistos como parâmetro para uma produção que envolva tendências globais. Elas devem ser produzidas antes que os chineses possam entregar no Brasil, assim satisfazemos a demanda que não está disposta a esperar.

Esta cadeia produtiva rica em geração de empregos e muito culturalmente importante deve ser incentivada, assim como o aumento de produtividade de seus trabalhadores. As inovações tecnológicas e criativas deste setor também devem ser objetivadas, com destaque para os tecidos profissionais e esportistas. Pois é nelas que podemos nos basear afim de aumentar o valor agregado da nossa produção.

Referências Bibliográficas

CNI/ABIT – Confederação Nacional Da Indústria / Associação Brasileira Da Indústria Têxtil E Confecção. (2000). **Estudos Setoriais Para Subsidiar As Negociações De Acesso À Mercados: A Cadeia Têxtil, Relatório Final**. Brasília, Df: Cni, Rio De Janeiro; Funcex.

De Barros, K (2014) **Evolução Do Mercado De Fusões E Aquisições (M&A) No Brasil**. Disponível Em: [Http://Www.Ecrconsultoria.Com.Br/Biblioteca/Artigos/Controladoria-Estrategica/Evolucao-Do-Mercado-De-Fusoes-E-Aquisicoes-Ma-No-Brasil](http://Www.Ecrconsultoria.Com.Br/Biblioteca/Artigos/Controladoria-Estrategica/Evolucao-Do-Mercado-De-Fusoes-E-Aquisicoes-Ma-No-Brasil)

Garcia, Odair L.[1994] **Avaliação Da Competitividade Da Indústria Têxtil Brasileira**. Campinas: Instituto De Economia – Unicamp [Tese De Doutorado].

Hollenbeck, F (2015) **Desvalorizar O Câmbio - Uma Péssima Política**. Disponível Em: [Http://Www.Mises.Org.Br/Article.Aspx?Id=2033](http://Www.Mises.Org.Br/Article.Aspx?Id=2033)

IEMI – Instituto De Estudos E Marketing Industrial S/C Ltda (2007). **Primeiro Relatório Do Setor Têxtil Brasileiro**.

Muller Prado, Viviane, Grupos Societários: **Análise Do Modelo De Lei 6.404/1976**.

Napoli, S (2007) **Diferenciação Do Produto: Estratégia Da Indústria Têxtil Para Enfrentar A Concorrência Estrangeira Por Patrícia Mariuzzo**. Disponível Em: <http://inovacao.scielo.br/pdf/inov/v3n3/a02v3n3.pdf>

Prochnik, V. (2003). **A Cadeia Têxtil/ Confecções Perante Os Desafios Da Alca E Do Acordo Comercial Com A União Européia**. Economia, Niterói (Rj).

Spencer, J. (2007) **China Pays Steep Price As Textile Exports Boom**. Disponível Em: [Http://Www.Wsj.Com/Articles/Sb118580938555882301](http://Www.Wsj.Com/Articles/Sb118580938555882301)

Wood Jr., Thomaz. **Novas Configurações Organizacionais: Pesquisa Exploratória Empírica Sobre Organizações Locais**.