

Essa agressividade asiática, no que se refere à produção mundial de têxteis e confeccionados, tem sido crescente. Os países asiáticos são os maiores produtores mundiais, liderança obtida, sobretudo, a partir dos anos 1980, com a aceleração do processo de integração dos mercados mundiais e a flexibilização das barreiras à importação, que acabam por provocar a migração de uma parcela significativa da produção de artigos têxteis e confeccionados dos países desenvolvidos para países emergentes da Ásia e, mais recentemente, para o Leste Europeu, Norte da África e Caribe. Destaca-se a posição dos EUA, segundo maior produtor, e do Brasil que se apresenta como um grande produtor de têxteis/confeccionados, ocupando a sexta posição. A tabela 2 mostra os principais produtores mundiais de têxteis e confeccionados.

Tabela 2: Produção mundial de têxteis e confecções -2006

Produção Têxteis			Produção Confecções		
Países	mil ton.	%	Países	mil ton.	%
1- China/Hong Kong	24.064	43,5	1- China/Hong Kong	13.625	36,8
2- Estados Unidos	5.720	10,3	2- Índia	2.571	6,9
3- Índia	4.184	7,6	3- Estados Unidos	1.255	3,4
4- Paquistão	3.210	5,8	4- México	1.227	3,3
5- Taiwan	1.865	3,4	5- Turquia	1.215	3,3
6- Brasil	1.662	3,0	6- Coréia Sul	1.062	2,9
7- Turquia	1.330	2,4	7- Brasil	905	2,4
8- Coréia da Sul	1.235	2,2	8- Paquistão	846	2,3
9- Indonésia	1.169	2,1	9- Taiwan	816	2,2
10- Tailândia	971	1,8	10- Tailândia	611	1,6
11- México	888	1,6	11- Indonésia	605	1,6
12- Itália	785	1,4	12- Malásia	600	1,6
13- Alemanha	524	0,9	13- Canadá	596	1,6
14- França	502	0,9	14- Romênia	588	1,6
15- Malásia	494	0,9	15- Polônia	548	1,5
16- Bangladesh	475	0,9	16-	513	1,4
Subtotal	49.078	88,7	Subtotal	27.583	74,4
Outros	6.240	11,3	Outros	9.480	25,6
Total (1)	53.318	100	Total (1)	37.063	100

Fonte: ITMF - Fiber Organon *apud* IEMI (2007)

O comércio internacional de têxteis/confeccionados alcançou, em 2005, a cifra de 479 bilhões de dólares, uma expansão de 125% nos últimos 15 anos, com taxa média de crescimento de 5,6% ao ano. Os artigos de vestuário representaram quase 60% desse valor (IEMI, 2006). O Gráfico 1

evidencia a intensificação, a partir dos anos 90 do século passado, do comércio mundial de têxteis e vestuário, fruto do aumento da abertura econômica.

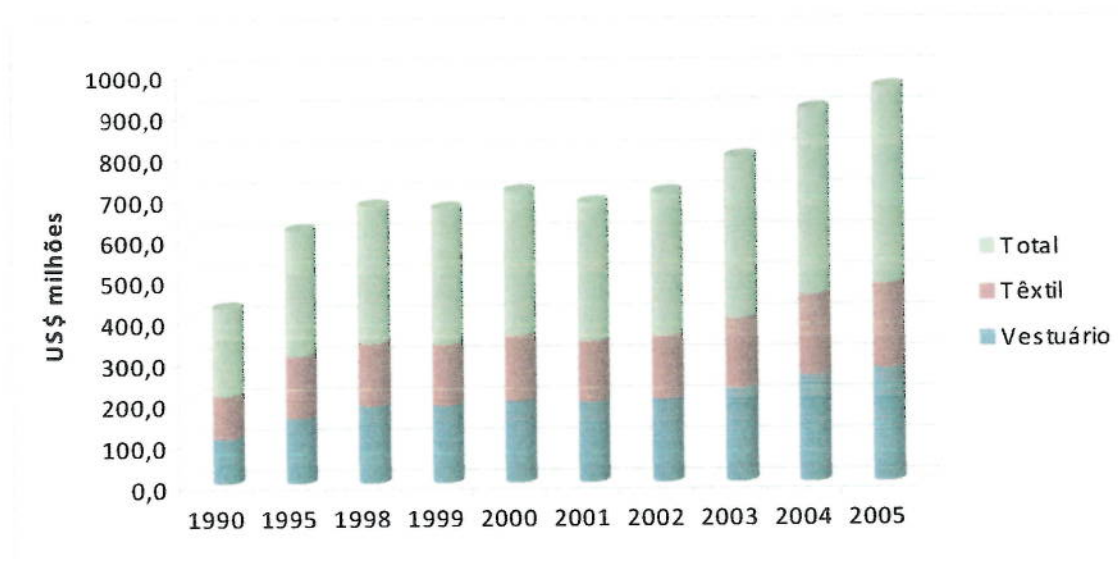


Gráfico 1: Comércio Internacional de Têxteis e Confeções - 2005 (em US\$ milhões)

Fonte: IEMI(2007)

Segundo dados da OMC (2008), o comércio mundial de confecções, em 2006, foi da ordem de 311 bilhões de dólares. O segmento de confecções representou 2,6% do comércio mundial de mercadorias e 3,8% do comércio mundial de produtos manufaturados. Ainda de acordo com a OMC, entre 1980-85, a participação das confecções nas exportações mundiais de mercadorias foi de 4%. Entre 1985 e 1990 ela aumentou para 18%. Desde então, observam-se fortes oscilações nessa participação, mantendo-se, todavia, sempre em percentuais superiores aos observados no começo da década de 1980 (Tabela 3).

Tabela 3: Participação das confecções e têxteis nas exportações mundiais de mercadorias

Período	em %	
	Têxtil	Confecções
1980-85	-1	4
1985-90	15	18
1990-95	8	8
1995-00	0	5
2000-06	5	8
2004	12	11
2005	5	7
2006	7	12

Fonte, OMC, 2008

Como visto, a Ásia vem se destacando como a região que mais exporta têxteis e confecções. Limitando a análise às confecções, em 2006, 52,3% das exportações mundiais foram de origem asiática. A região que mais importa os produtos da Ásia é a América do Norte. No ano de 2005, 34,6% das exportações asiáticas de confecções tiveram como destino aquela região e 31,9% foram exportados para países europeus. A Europa, segunda maior região exportadora de confeccionados, respondeu, em 2006, por 34,4% das exportações mundiais. O próprio continente europeu absorveu 83% das suas exportações e a América do Norte 4,8%. Esta foi responsável por 3,2% das exportações mundiais de confecções, sendo a América do Norte e a América Central e do Sul seus principais mercados consumidores, absorvendo, respectivamente, 77,1% e 10,9% de suas exportações (OMC, 2007).

Em termos de países isolados, destaca-se a China. Suas exportações de confecções atingiram, em 2006, 95,3 bilhões de dólares, representando 30,6% das exportações mundiais. Em 1980, a participação chinesa nas exportações mundiais de confecções era de apenas 4% (Tabela 4).

Tabela 4: Principais países exportadores de confecções

Países	Participação nas exportações mundiais (em %)				Variação percentual anual			
	1980	1990	2000	2006	2000-06	2004	2005	2006
China a	4,0	8,9	18,2	30,6	18	19	20	29
União Europeia (25)	-	-	26,9	26,8	8	12	3	5
exportações-extra-UE (25)	-	-	6,8	7,0	8	11	5	9
Hong Kong, China	12,3	14,2	12,2	9,1	3	8	9	4
exportações locais	11,5	8,6	5,0	2,2	-6	-1	-11	-7
reexportações	0,8	5,7	7,2	7,0	7	13	18	8
Turquia b	0,3	3,1	3,3	3,8	10	12	6	0
Índia b, c	1,7	2,3	3,1	3,3	9	0	39	11
Bangladesh b, c, d	0,0	0,6	2,1	2,8	...	24	23	...
México a	0,0	0,5	4,4	2,0	-5	2	-2	-13
Indonésia	0,2	1,5	2,4	1,8	3	6	16	15
Estados Unidos	3,1	2,4	4,4	1,6	-9	-9	-1	-2
Vietinã d	0,9	1,7	...	28	9	...
Romênia	...	0,3	1,2	1,4	11	16	-2	-4
Tailândia	0,7	2,6	1,9	1,4	2	10	3	4
Paquistão	0,3	0,9	1,1	1,3	11	12	19	8
Marrocos a	0,3	0,7	1,2	1,0	5	6	-6	14
Tunísia b	0,8	1,0	1,1	1,0	6	11	-5	2
Total das 15 economias anteric	-	-	77,1	82,2	-	-	-	-

Fonte: OMC, 2008

Nota: a-Inclui importantes importações das zonas de elaboração
 b-Inclui os valores correspondem ao ano fiscal
 c-Inclui estimações da Secretaria
 d-Os valores correspondem a 2005

Na União Europeia, os grandes exportadores mundiais são Itália e Alemanha, apesar do custo relativamente alto da mão-de-obra. A justificativa para tal situação se deve aos altos investimentos realizados em *marketing* e em tecnologias voltadas para redução do tempo de concepção, produção e comercialização, ampliando a velocidade de lançamento de novas coleções. Estes países se especializaram em nichos de mercado mais lucrativos, de qualidade superior e que agregam mais valor.

Focando exclusivamente alguns países da Ásia, do Caribe e da Europa Oriental constata-se forte inserção de quase todos eles no comércio mundial de confecções, a partir da década de 1990. Alguns tiveram um crescimento nas suas exportações de confecções superior aos três dígitos,

entre 1990 e 2006 (Tabela 5). Esses dados mostram a nova
do trabalho no segmento.

Tabela 5: Evolução das exportações de confecções de ec

Países	Valor (bilhões US\$)					1990 - 2006
	1990	2000	2004	2005	2006	em %
China d	9.699	36.071	61.856	74.163	95.388	983,5
Hong Kong, China	15.406	24.214	25.097	27.292	28.391	184,3
Índia b, c	2.530	6.178	6.632	9.212	10.192	402,8
Indonésia	1.646	4.734	4.285	4.959	5.699	346,2
Paquistão	1.014	2.144	3.026	3.064	3.907	385,3
El Salvador c, d	184	2.673	1.815	1.672	1.498	814,1
Honduras c	64	2.324	2.917	2.879	2.770	4.328,10
México d	587	8.631	7.490	7.306	6.325	1.077,50
República Dominicana d	782	2.555	2.121	1.905	1.642	210,0
Romênia	363	2.328	4.717	4.627	4.423	1218,5
Tunísia c	1.126	2.227	3.289	3.124	3.174	281,9
Turquia c	3.331	6.533	11.193	11.833	11.882	356,7

Fonte: OMC, 2008

Nota: a o ano mais próximo.

b os valores correspondem ao ano fiscal.

c Inclui estimações da Secretaria.

d Inclui importantes exportações das zonas de elaboração.

No que tange às importações de confecções, em 2006, observa-se que a liderança cabe aos EUA, países da União Européia e Japão. Juntos, eles responderam por mais de 80% das importações mundiais. O mercado consumidor de confecções norte-americano é o maior e mais dinâmico do mundo - os EUA são o segundo maior produtor mundial de confecções e, ainda assim, responderam por quase 25,6% das importações mundiais em 2006 (TABELA 6).

Tabela 6: Evolução das importações de confecções de economias selecionadas

Países	Participação nas importações mundiais (em %)				Variação percentual anual			
	1980	1990	2000	2006	2000-06	2004	2005	2006
União Europeia (25)	-	-	39,7	43,6	9	16	5	8
importações extra-UE (25)	-	-	20,8	24,6	11	16	8	12
Estados Unidos	16,4	24,0	32,2	25,6	4	6	6	4
Japão	3,6	7,8	9,5	7,4	3	11	4	6
Hong Kong, China	-	-	-	-	3	7	8	2
Rússia b, e	-	-	1,3	2,5	20	34	23	2
Canadá e	1,7	2,1	1,8	2,1	11	16	14	14
Suíça	3,4	3,1	1,5	1,4	7	9	8	-1
Coréia do Sul	0,0	0,1	0,6	1,2	19	8	6	29
Austrália e	0,8	0,6	0,9	1,0	10	22	17	5
México a, e	0,3	0,5	1,7	0,8	-6	-15	-2	0
Cingapura	0,3	0,8	0,9	0,8	5	7	-5	17
importações definitivas b	0,2	0,3	0,3	0,2	5	14	7	12
Turquia b	0,0	0,0	0,1	0,7	44	54	21	203
Noruega	1,7	1,1	0,6	0,6	7	8	11	7
Emirados Árabes Unidos b, d	0,6	0,5	0,4	0,6	...	40	7	...
China a	0,1	0,0	0,6	0,5	6	8	6	6
Total de las 15 economías anteriores	-	-	91,9	88,8	-	-	-	-

Fonte: OMC, 2008

Nota: a-Inclui importantes importações das zonas de elaboração
 b-Inclui os valores correspondem ao ano fiscal
 c-Inclui estimações da Secretaria
 d-Os valores correspondem a 2005
 e-Importações FOB

Os produtos asiáticos representaram, em 2006, 68,9% das importações de confecções dos EUA, enquanto a América Latina respondeu por 13,1% dessas importações (OMC, 2008). Ressalta-se que a América Latina vem aumentando sua participação devido aos acordos regionais com o México e os países da América Central e do Caribe.

Já na União Europeia, a maior parcela das importações de confecções, em 2006, veio dos próprios países europeus (56,8%) e 36,1% foram de origem asiática. A América Latina aparece com uma participação de apenas 0,3%. Em termos de país, a China é o maior exportador de produtos confeccionados para a Europa (18,3%) e a Turquia aparece em segundo lugar com 7,4% (OMC, 2008).

Esses dados ratificam a nova lógica do comércio mundial de confecções. Os países asiáticos, sobretudo a China, consolidaram-se como os grandes exportadores de confecções e os países desenvolvidos, principalmente os EUA, como os principais mercados consumidores destes produtos. Embora a União Européia ainda seja uma grande exportadora de confecções, ela vem perdendo mercado para asiáticos. A América Latina vem aumentando sua participação no comércio mundial, especialmente com os EUA, fruto de acordos regionais. Por fim, o comércio da América Latina com a UE ainda é muito restrito.

3.5 DETERMINANTES DE COMPETITIVIDADE

Como observado, as melhorias ocorridas nos padrões de produção da cadeia têxtil/confecções não se realizaram de forma homogênea. O segmento têxtil é capital-intensivo e engendrou um desenvolvimento tecnológico mais significativo do que o segmento de confecções. Este, por ter uma estrutura produtiva essencialmente trabalho-intensiva, apresentou dificuldades em implementar melhorias tecnológicas, sobretudo na introdução de automação no processo produtivo.

Além dessas configurações de ordem tecnológica, a realocação produtiva das atividades da cadeia de confecções tem origem nas baixas barreiras à entrada de novas empresas na indústria e na sua estrutura trabalho-intensiva. O salário, nesse sentido, ganha uma dimensão crucial na composição dos custos de produção da indústria de confecções e, por conseguinte, torna-se um importante elemento para a localização espacial das empresas, em termos nacionais e internacionais.

A emergência competitiva dos países do sul e sudeste asiáticos (Paquistão, Índia e China) provocou uma reação das empresas líderes dos países mais industrializados. As estratégias adotadas apostam na diferenciação e agregação de valor através de: produtos intensivos em estilo, moda e *design*; inovações tecnológicas, proporcionadas pelas novidades na fabricação de fibras químicas; e flexibilização e especialização das etapas de produção, para responder mais rapidamente às variações do mercado.

Destaque-se, como importante aparato estratégico adotado pelas empresas que procuram investir em diferenciação, a área de *design* e *marketing*.

No segmento de confecções, os investimentos em fatores intangíveis como *design*, *marketing* e na qualificação de recursos humanos são decisivos para a competitividade das empresas, pois, em grande parte, são eles que definem o posicionamento das empresas em setores de maior ou menor valor adicionado e lucratividade. Como se trata de uma indústria intensiva em trabalho, os custos, a gestão e a qualificação da mão-de-obra são fatores fundamentais na competitividade das empresas (MELO; HANSEN, 2004, p. 14-15).

A abordagem das cadeias globais de valor proposta por (Gereffi, 1999) explica a forma de inserção das empresas dos países periféricos no âmbito da produção de confecções mundial. Essa inserção é fundamental para o aprimoramento produtivo destas empresas. Esse aprimoramento abre a possibilidade delas avançarem para etapas produtivas que agregam maior valor, como as áreas de *design*, *marketing* e o desenvolvimento de marca própria.

O argumento utilizado por esse autor é que com a inserção nas cadeias globais coordenadas por grandes empresas transnacionais, que exigem qualidade e especificações restritas dos produtos, as empresas dos países em desenvolvimento tenderiam a desenvolver potencialidades dinâmicas através dos mecanismos de aprendizados, sobretudo o *learning by doing* e o *learning by using*.

Ou seja, uma hipótese adotada pela abordagem de cadeias de Gereffi (1999) é que o crescimento de uma firma está associado à inserção em redes globais de produção e comercialização, comandadas por empresas transnacionais. A participação nessas redes permite às firmas de países em desenvolvimento obterem ganhos de aprendizado e, portanto, apropriar-se de uma parte maior do valor gerado ao longo da cadeia produtiva.

Gereffi (1999) afirma que dependendo do modo da relação existente entre as firmas líderes e as controladas, o aprimoramento via aprendizado pode ser maior ou menor. No caso do mecanismo de sub-contratação do tipo modelagem, as perspectivas de aprimoramento são mais limitadas, haja vista que as empresas fornecedoras são meras montadoras de produtos, sendo os insumos e as especificações fornecidos pelas empresas líderes. Entretanto, nas relações estabelecidas por varejistas e por “fabricantes sem marca” com seus fornecedores, denominadas de “pacote completo”, as chances de aprimoramento produtivo são maiores.

O autor exemplifica esse argumento com o desempenho de algumas empresas asiáticas como a Giordano e a Episode, ambas de Honk Kong. Estas empresas, originalmente, eram fornecedoras de “pacotes completos” das marcas mundiais, mas, através de processos de aprendizagem e absorção das informações sobre *design* e critérios de estabelecimento dos padrões de qualidades, preço e entrega internacionais, exigidos por seus compradores, transformaram-se em grandes fabricantes com marcas (OEM). A Giordano e a Episode, hoje, lideram suas cadeias globais, sobretudo com fornecedores localizados na China. A Giordano também conseguiu entrar no mercado norte-americano através da compra da Tommy Hilfiger e da Liz Clayborne, grandes confeccionistas daquele país.

Existem, entretanto, críticas⁷ a abordagem de aprimoramento proposta por Gereffi (1999). Schimitz (2005), por exemplo, afirma que o aprendizado na etapa produtiva e a melhoria do produto são possíveis, dada a transferência de conhecimento por parte das firmas líderes para as fornecedoras. Não obstante, as empresas dos países em desenvolvimento não conseguiram evoluir para as atividades que agregam mais valor, pois tal perspectiva conflitaria com os interesses das grandes empresas que coordenam as cadeias. A inserção das empresas dos países em desenvolvimento nas cadeias globais de valor se dá via subordinação, pois a organização produtiva está voltada para os interesses dos mercados consumidores dos países desenvolvidos e das empresas destes países. Estas, normalmente, quando se sentem ameaçadas fazem algum tipo de retaliação. Schimitz (2003) afirma que políticas públicas foram fundamentais para o sucesso de algumas empresas de confecções dos países asiáticos, enquanto Prochnick (2003) destaca as relações e a regras de importação estabelecidas entre norte-americanos e as ZEP’s latino – americanas como os verdadeiros estímulos para o aprimoramento.

Em suma, o mercado mundial de produtos têxteis e confeccionados tende para uma maior integração e especialização da produção, ou seja, uma maior divisão internacional do trabalho. Tanto o acirramento da concorrência internacional quanto o movimento de liberalização comercial apontam para estratégias, de empresas e países, que contemplem a construção tanto de competitividade espúria, apoiada em baixos salários, quanto de competitividade autêntica, baseada em investimentos constantes em atualização tecnológica – de produtos e processos – e

⁷ A discussão sobre a possibilidade de aprimoramento ou não a partir da inserção de empresas dos países emergentes nas cadeias globais de valor não serão aprofundadas nesta dissertação. Para maiores detalhes sobre essa discussão ver Schmitz (2003) e Prochnick (2003).

capacitação de sua mão-de-obra. Tais diretrizes devem estar na pauta de discussões e proposições de política econômica, posto que, em uma ambiência de competição dinâmica e fluida, são inúmeras empresas e postos de trabalho que estão em jogo.

4 INDÚSTRIA DE CONFECÇÕES NO BRASIL

4.1 MUDANÇAS ESTRUTURAIS RECENTES

A indústria têxtil e confeccionista brasileira é um dos mais importantes setores da economia nacional, tanto na geração de empregos, quanto no valor de sua produção. Em valores monetários, ela produziu, em 2006, US\$ 33 bilhões, 4,1% do faturamento total da indústria de transformação brasileira. Os empregos somaram 1.523,9 mil, 17,3% do total de trabalhadores alocados na indústria da transformação naquele ano (IEMI, 2007).

Tabela 7: Receita e emprego na indústria têxtil e de confecções brasileira - 2005

Receita Bruta	(US\$ bi)	Empregos	(mil.func.)
Têxteis básicos	21,8	Têxteis básicos	330,0
Confeccionados	30,2	Confeccionados	1.193,9
Total da cadeia (1)	33,0	Total da cadeia (1)	1.523,9
Faturamento Ind. Transf. (2)	635,1	Emprego Ind. Transformação (2)	8.833,40
Participação %	5,2	Participação %	17,3

Fonte, IEMI, 2006

Em 2006, o Brasil foi o sexto maior produtor mundial de artigos têxteis e confeccionados. Foram produzidas cerca de 8,7 bilhões de peças de vestuário, a produção de malharia foi a terceira maior do mundo e a de índigo a segunda (IEMI,2007). Esses dados conferem ao país o título de um dos maiores mercados têxteis do planeta e, o que é mais importante, sua produção é quase toda direcionada para o consumo interno, algo possível graças ao seu expressivo contingente de consumidores.

Essa indústria passou por profundas transformações em sua estrutura produtiva nas últimas décadas do século XX, assim como todo o parque industrial brasileiro. A abertura comercial, a reestruturação produtiva e a recessão econômica, no início dos anos 1990, provocaram forte crise na cadeia têxtil/confecções brasileira, que “historicamente desenvolveu-se através da internalização de todas as suas atividades produtivas (tendo como foco um mercado praticamente imune a produtos estrangeiros), com baixos índices de produtividade e baixos investimentos em

tecnologia de ponta (Gorini, 2000, p. 30). Segundo Haguenuer e outros (2001), a cadeia têxtil/confeções foi a que mais perdeu participação no PIB brasileiro, entre as estudadas por estes autores, no período de 1990 (3% do PIB) a 1996 (2% do PIB).

Entre 1996 e 2005, a fabricação de produtos têxteis no conjunto da indústria foi declinante, passando de 4,9% para 4,1%. Já a confecção de artigos do vestuário e acessórios cresce no conjunto da indústria, de 5,5% para 6,7% (MDIC, 2007).

De acordo com Viana (2006, p. 9):

[...] pode-se afirmar que a indústria têxtil é um setor de demanda elástica, ou seja, bastante sensível a modificações no poder de compra da população. Dessa forma, o baixo crescimento da economia brasileira nos últimos anos, exceto em 2004, somado à queda de poder aquisitivo da população em geral, são fatores que explicam a instabilidade verificada no mercado interno no passado recente.

Um traço marcante na década de 1990 foi o aumento dos produtos importados, dada a redução dos preços relativos destes. Com isto houve fechamento de unidades, desestruturação da cadeia produtiva e eliminação de postos de trabalhos. Entre 1990 e 2000, 68,% do postos de trabalho no setor de confecções foram eliminados e 37,5% no setor de têxteis (IEMI, 2006).

A indústria têxtil, incluindo fiação, tecelagem, malharia e beneficiamento, encolheu em número de unidades industriais, 56,87% entre 1990 e 2006. Em contraste, o número de unidades de confecções aumentou em 42,5% (Tabela 8). Dessa forma, a concentração foi relativamente mais intensa nos segmentos iniciais da cadeia têxtil - fiação e tecelagem -, nos quais a possibilidade de ganhos de escala e de implantação de processos automatizados é maior. Além disso, no segmento de confecções, as barreiras à entrada são bem menores.

Tabela 8: Fábricas instaladas por segmento

Segmentos	Unidades							
	1990	1995	2000	2002	2003	2004	2005	2006
Têxteis	7.244	5.278	4.463	4.503	4.130	3.847	4.026	4.120
Fiações	1.179	661	360	363	364	359	376	383
Tecelagens	1.481	984	434	431	437	448	493	593
Malharias	3.766	3.019	3.195	3.261	2.874	2.546	2.582	2.421
Beneficiamento	818	614	474	448	455	494	575	723
Confeccionados	15.368	17.066	18.797	17.766	18.060	19.042	20.853	21.898
Vestuários	13.283	13.908	15.634	14.767	15.156	16.531	18.096	18.884
Meias e Acessórios	731	1.235	1.235	1.256	1.189	995	1.081	1.101
Linha Lar	1.062	1.498	1.501	1.291	1.255	1.020	1.098	1.157
Outros (1)	292	425	427	452	460	496	578	756
Total	22.612	22.344	22.269	22.190	22.190	22.889	24.879	26.018

Fonte: IEMI, 2007

Nota (1): artigos técnicos e industriais

Segundo Haguenauer (2001), somente a partir da segunda metade da década de 1990 é que começaram a ser implementadas medidas defensivas e de reestruturação para o setor. Dentre os instrumentos utilizados, destacaram-se os incentivos ao investimento em modernização produtiva e à cotonicultura (cultura do algodão), aumento temporário de alíquotas de importação e estabelecimento de cotas de importação para alguns produtos. Aqui, cabe destacar o apoio do governo ao crédito, através de um programa especial do BNDES, que aliado a queda dos preços dos bens de capital possibilitaram uma renovação fabril.

Os investimentos em máquinas têxteis/confecções se intensificaram com a abertura comercial (Tabela 9). No período de 1990 a 1995, os investimentos em máquinas na indústria têxtil/confecções aumentaram em 54%, 125% somente no segmento de confecções. A modernização do parque de máquinas da cadeia consumiu recursos de mais de US\$ 11 bilhões entre 1990 e 2006, ou seja, US\$ 323,5 milhões por ano, em média (IEMI, 2006). A renovação fabril no segmento de confecções contemplou máquinas, majoritariamente, de 2ª geração. Devido

ao elevado custo, as máquinas de 3ª geração apresentaram uma introdução mais incipiente⁸ (MELO; HASEN, 2004).

Tabela 9: Investimentos em máquinas têxteis (em milhões de US\$)

Segmentos	milhões de US\$							
	1990	1995	2000	2002	2003	2004	2005	2006
Fiação	239,2	248,8	168,8	178,5	128,5	166,8	213,6	151,0
Tecelagem	96,9	179,8	103,8	71,9	71,5	96,7	85,5	98,5
Malharia	138,4	184,5	115,1	65,8	54,8	74,9	84,5	79,5
Beneficiamento	90,3	168,1	113,7	86,7	73,9	98	117,4	103,3
Confeccionados	106,5	239,6	109,3	81,9	73,4	103,6	134,1	142,2
Outros	12,7	32,2	27,1	25,8	16,6	19,3	14,9	88,4
Total	684	1.053,0	637,8	510,6	418,7	559,3	650	662,9

Fonte: IEMI, 2007

Os investimentos realizados no período colocaram o Brasil – em especial, as maiores empresas da cadeia do algodão – em patamar tecnológico similar ao do resto do mundo. Os investimentos em tecnologia de ponta foram destinados principalmente às áreas de fiação, tecelagem e acabamento (Gorini, 2000). Assim, foi possível aumentar a produtividade da cadeia em 200% no período 1995/2005, conforme observado no gráfico 2. Entretanto, esse aumento da produtividade não foi homogêneo. Os setores mais capital-intensivos, fiação e tecelagem, tiveram suas produtividades por trabalhador mais elevadas devido a maior mecanização e automação do processo produtivo.

⁸ As máquinas de costura de 2ª geração contam "... com acessórios auxiliares, como cortadores de linha, motores de passo com velocidades e pontadas programáveis, posicionamento da agulha, arremate automático e refileiros. Nas máquinas de 3ª geração o processo de costura é executado automaticamente..." (MELO; HANSEN, 2004, p. 16).

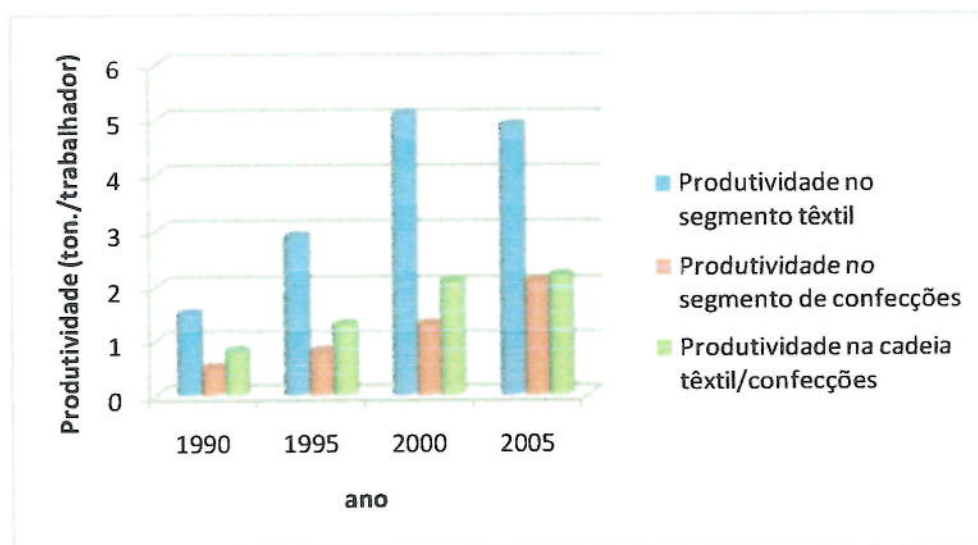


Gráfico 2: Produtividade da cadeia têxtil/confeccões brasileira

Fonte: ABIT, 2007

A produção têxtil cresceu moderadamente entre 1990 e 1999: a produção de fios (em toneladas) teve uma taxa acumulada de 10% nesse período (média de 1% ao ano), a de tecidos planos acumulou crescimento de 3% e a de malhas 30% (média de 2,9% ao ano). Já a produção de confeccionados cresceu à taxa acumulada de 84% no mesmo período (média de 7% ao ano), alcançando, em 1999, 8,2 bilhões de peças (Gorini, 2000). Este aumento no volume de produção de confecções (Gráfico 3) se deve tanto ao aumento da produtividade do setor (introdução de novas tecnologias e qualificação da mão-de-obra) quanto ao aumento no número de fábricas instaladas, conforme foi observado na tabela 8.

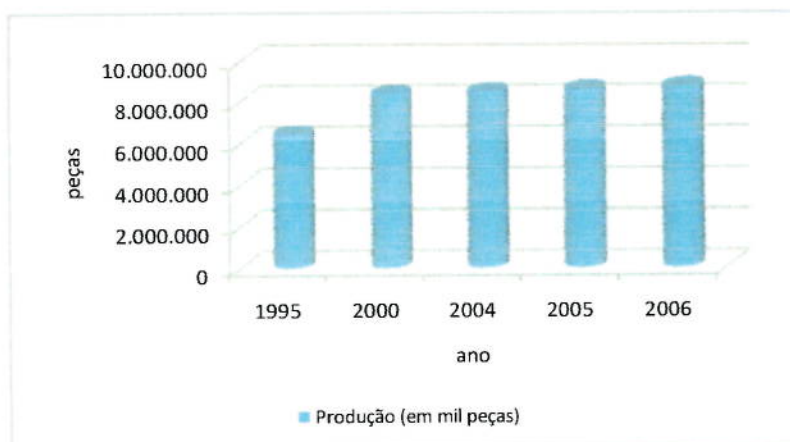


Gráfico 3: Evolução da produção de confecções no Brasil.

Fonte: IEMI, 2006

A distribuição da produção de confecções por porte das empresas revelou, em 2006, uma concentração da produção nas grandes e médias empresas, em que pese o maior número de pequenos empreendimentos no segmento de confecções. As médias empresas foram as que mais empregaram, cerca de 40% da mão-de-obra, em 2006. Entretanto, se o período de análise é ampliado (1995-2004), observa-se uma redução de 42,1% da mão-de-obra nestas empresas, embora, no mesmo período, o número de fábricas instaladas de porte médio tivesse aumentado em 78,8%. A redução do emprego nas grandes empresas também foi representativa (21,8%) entre 1990 e 2004 (Tabela 10). Esta redução do número de postos de trabalho nas empresas, principalmente nas de maior porte, foi reflexo da modernização verificada nos anos 1990.

A modernização produtiva das grandes empresas toma-se evidente quando se analisa a produtividade por trabalhador (produção em toneladas/trabalhador). Nas empresas de confecções de maior porte, a produtividade por trabalhador aumentou de 8 toneladas por trabalhador, em 1995, para 11,42 toneladas, em 2006. Já nas pequenas empresas, a produtividade por trabalhador (produção em toneladas/trabalhador) reduziu no período, embora a produtividade por trabalhador seja maior. Isto revela a importância da mão-de-obra para as pequenas empresas (Tabela 10).

Destaca-se a elevada produtividade por fábricas das grandes empresas, embora esta tenha se reduzido no período de 1995 a 2006. Isto evidencia que as grandes empresas são mais capital-intensiva que as pequenas e médias empresas, em que pese o aumento da produtividade por fábrica nas empresas de pequeno porte, no período analisado (Tabela 10).

Tabela 10: Distribuição da produção por porte de empresas

Porte das empresas	1995	2000	2005	2006
Pequenas				
Nº de Fábricas	13.368	13.071	14.583	15.250
Mão-de-obra direta	73.675	89.894	150.937	172.348
Produção - tons	1.578.299	1.897.533	2.497.811	2.675.126
Prod. (ton.)/ n. de fábricas	118,07	145,17	171,28	175,42
Prod. (ton.)/ trabalhador	21,42	21,11	16,55	15,52
Médias				
Nº de Fábricas	3.307	5.174	5.567	5.915
Mão-de-obra direta	562.215	496.501	379.452	325.454
Produção - tons	2.080.860	3.273.247	3.001.408	2.985.256
Prod. (ton.)/ n. de fábricas	629,23	632,63	539,14	504,69
Prod. (ton.)/ trabalhador	3,70	6,59	7,91	9,17
Grandes				
Nº de Fábricas	391	552	703	733
Mão de Obra direta	347.531	190.677	240.553	271.598
Produção - tons	2.779.308	3.220.904	3.113.414	3.101.398
Prod. (ton.)/ n. de fábricas	7.108	5.835	4.429	4.231
Prod.(ton.)/ trabalhador	8,00	16,89	12,94	11,42

Fonte: IEMM, 2006

A abertura da economia na década de 1990 também contribuiu para o processo de reordenamento espacial das atividades produtivas da cadeia têxtil/confecções. Na base desse reordenamento, as empresas buscaram racionalizar a produção, reduzir custos especialmente com mão-de-obra e seguir programas de incentivos fiscais.

Entre 1990 e 2006, a produção nacional de têxteis sofreu alteração. Apesar da grande concentração da produção nas regiões Sul e Sudeste do país, observou-se, nos últimos anos, um considerável aumento da participação do Nordeste, cuja produção aumentou de 15%, em 1995, para 19% em 2006, particularmente, na produção de fios e tecidos (Gráfico 4). Para tanto foram

realizados grandes investimentos em plantas com altas escalas, sobretudo, as voltadas para a produção de tecidos planos de algodão, como, por exemplo, sarjas, indigos, tecidos para lençóis e malhas para confecção de camisetas (Gorini, 2000). Entretanto, os menores custos da mão-de-obra e os incentivos fiscais foram determinantes para esse aumento da participação do Nordeste na produção de confecções.

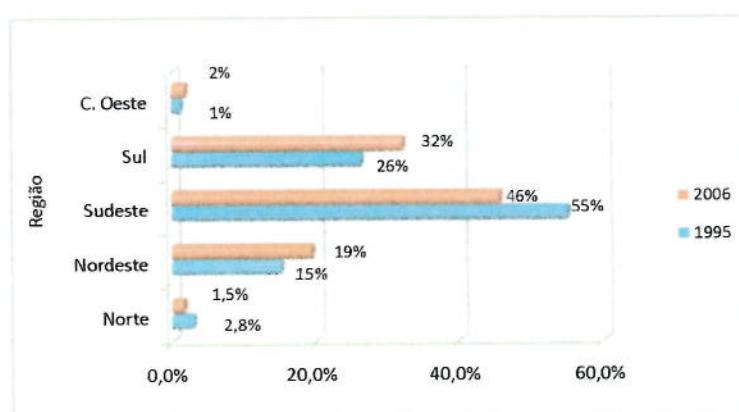


Gráfico 4: Distribuição Regional da Produção (%) de têxteis e confeccionados

Fonte: IEMI, 2007

Quando se analisa a evolução da participação das regiões na produção de têxteis e confecções (Tabela 11) observa-se que a da região Sudeste, em todos os segmentos, foi reduzida no período de 1990 a 2005. No segmento de fios e confecções, a participação desta região na produção nacional total foi reduzida em 15,5% e 14%, respectivamente. A região Nordeste apresentou crescimento em todos os segmentos, com destaque para a produção de fios (aumento de 7,7%), malhas (aumento de 5,6%) e confecções (aumento de 4,4%). O Centro-Oeste também aumentou sua participação no setor de confecções, uma expansão da ordem de 3,7%.

Tabela 11: Evolução da participação das regiões na produção de têxteis e confecções (em %)

Segmento	Variação da produção (em %)									
	Norte		Nordeste		Sudeste		Sul		C. Oeste	
	1990	2005	1990	2005	1990	2005	1990	2005	1990	2005
Fios	2,7	1,3	24,9	32,6	55,2	39,7	17,2	26,1	0	0,3
Tecidos	3,1	2,6	17,6	20,4	65,6	62,5	12,8	13,8	0,9	0,7
Malhas	0,2	0,2	2,8	8,4	39,9	34,8	55,7	55,3	1,4	1,3
Confecções	2,8	2,4	8	12,4	66,6	52,3	21,6	28,3	1,0	4,7

Fonte: IEMI, 2006

No que diz respeito à distribuição regional das confecções, cerca de 50%, tanto das indústrias como da produção, concentrava-se na região Sudeste, em 2005 (tabela 11). No mesmo ano, as regiões Sul e Nordeste, que vêm em seguida na produção de confeccionados, responderam, respectivamente, por 28% e 12,4%.

A região Sudeste apresentou um crescimento na produção de confecções de 18,5% entre 1990 e 2005. Neste mesmo período, o Nordeste teve sua produção acrescida em 36,7% e o Centro Oeste em 104%. Estes dados evidenciam a realocização da produção do segmento para regiões cujo custo da mão-de-obra é menor (Tabela 11). As informações da tabela 12 corroboram tal evidência, na medida em que indicam o crescimento do número de unidades de confecções instaladas na região Nordeste e, sobretudo, na região Centro-Oeste.

Tabela 12: Unidades fabris instaladas de confecções por região

Região	Unidades						
	1990	1995	2000	2002	2003	2004	2005
Norte	124.940	413.276	375.832	442.526	448.663	439.804	244.990
Nordeste	349.426	572.304	1.137.791	1.179.011	1.192.894	1.232.753	1.285.539
Sudeste	2.950.869	4.565.924	5.679.874	5.538.697	5.558.610	5.683.891	5.456.892
Sul	954.066	1.300.532	2.488.362	2.438.670	2.470.158	2.549.362	2.947.134
C. Oeste	46.497	165.842	334.079	418.398	423.733	395.636	484.115
Total	4.425.798	7.017.877	10.015.938	10.017.301	10.094.059	10.301.445	10.418.670

Fonte: IEMI, 2006

Com essas mudanças estruturais, o segmento de confecções aumentou sua produtividade, tornando-se mais competitivo. A produtividade de trabalho, expressada pela relação entre produção (em mil peças) e número de trabalhadores, aumentou 113,5% no Nordeste, 322% no Sudeste, 97% no Sul e 556% na região Centro-Oeste entre 1990 a 2005. A produtividade por fábrica instalada (relação entre produção, em mil peças, por número de fábricas instaladas) também apresentou crescimento significativo (Tabela 13).

Tabela 13: Produtividade do setor de confecções por região geográfica

Região	Produtividade						
	1990	1995	2000	2002	2003	2004	2005
Nordeste							
produção (em mil pçs)/n. fábricas	275,14	281,65	439,81	452,25	469,27	477,81	475,95
produção (em mil pçs)/trabalhador	3,70	5,44	6,86	7,22	7,44	7,58	7,19
Sudeste							
produção (em mil pçs)/trabalhador	2,09	3,86	7,72	8,66	8,50	8,42	8,84
Sul							
produção (em mil pçs)/n. fábricas	358,27	381,50	599,46	579,53	593,22	580,72	555,96
produção (em mil pçs)/trabalhador	4,47	8,67	9,65	9,51	9,59	9,84	8,83
Centro Oeste							
produção (em mil pçs)/n. fábricas	117,12	270,54	415,00	484,82	500,87	443,54	365,65
produção (em mil pçs)/trabalhador	1,32	6,08	5,46	6,66	6,73	6,32	8,66

Fonte: Adaptado de IEMI, 2006

Em suma, as principais mudanças realizadas pela indústria têxtil e de confecções no Brasil, a partir da década de 1990, podem ser assim resumidas: introdução de inovações tecnológicas e sistema de qualidade; modernização do parque industrial; terceirização e especialização da produção orientada pela redução de custos; intensificação do processo de concentração no segmento têxtil; pulverização da produção no segmento de confecções; e reordenamento espacial da indústria para a Região Nordeste e Centro-Oeste.

4.2 A HETEROGENEIDADE DA CADEIA TÊXTIL/CONFECÇÕES

A cadeia têxtil/confecções brasileira é bastante diversificada, formada por inúmeros segmentos diferenciados, com variadas escalas de produção e distintos níveis de emprego de mão-de-obra e de tecnologia. Essa estrutura diversificada decorre, sobretudo, da variedade de insumos utilizados, dos inúmeros produtos e destino final das estratégias empresariais. As empresas de capital estrangeiro estão majoritariamente presentes nos segmentos de fibras e filamentos, enquanto que, nos demais segmentos, predominam as empresas de capital nacional (PROCHNIK, 2002).

Em 2005, segundo o IEMI (2006), a indústria têxtil contava com 4.026 unidades produtivas formais, sendo 376 de fiações, 493 de tecelagens, 2.582 malharias e 575 de beneficiamento. Já a indústria de confecções possuía 20.853 unidades produtivas formais distribuídas da seguinte maneira: 1.8096 empresas de vestuários, 1.081 de meias e acessórios, 1.098 de linha lar e 578 de outros setores de confecções (artigos técnicos e industriais).

A indústria têxtil/confecções apresenta-se concentrada, em termos de unidades fabris, nos elos superiores da cadeia e pulverizada no segmento de confeccionados. Já a concentração de da mão-de-obra é verificada nos elos inferiores da cadeia, fato justificado por sua própria característica de ser capital-intensiva no segmento de fiação e têxtil (Tabela 14).

Tabela 14: Unidades fabris e emprego direto na cadeia de têxtil/confecções brasileira, 2006

	Fibras/Filamentos	Têxteis	Confecções
Unidades Fabris	15	4.120	21.898
Empregos direto	10.000	330.000	1.194.000

Fonte: IEMI, 2007

Os segmentos de fiação e tecelagem foram os que mais se modernizaram nos últimos anos. Os investimentos em novas máquinas corroboram tal argumentação, conforme observado na tabela 9. Com isto, as grandes empresas deste segmento tomaram-se internacionalmente competitivas e, portanto, interessadas na maior abertura dos mercados estrangeiros. A Santista Têxtil, líder

mundial na produção de jeans, e a Coteminas, são exemplos de empresas brasileiras competitivas a nível global.

Ressalta-se que o Brasil apresenta grande competitividade na linha de produtos à base de fibras e filamentos naturais, dada a eficiência da cultura do algodão no país (Gorini, 2000). O Brasil é o terceiro principal produtor mundial de algodão, atrás dos Estados Unidos e da Índia. No Brasil, a proporção de tecidos feitos de algodão (65%) é muito superior à proporção encontrada em outros países (50%, na Europa). Segundo estimativa da Associação Brasileira do Vestuário (ABRAVEST), em 2007, 75% das roupas confeccionadas no Brasil foram feitas de algodão, particularmente malhas de algodão.

Este percentual vai na contramão da tendência internacional de maior participação dos produtos sintéticos e artificiais. A produção de fibras químicas, no Brasil, tem se mantido estável, nos últimos 20 anos, enquanto a produção mundial duplicou. No exterior, destaca-se o caso dos países asiáticos, fornecedores de fibras químicas do tipo *commodity* em escala mundial (PROCHNIK, 2002)

No que se refere ao setor de confecções, as empresas maiores conseguem se adaptar melhor às mudanças tecnológicas e gerenciais demandadas pelo novo paradigma tecno-econômico. Essas empresas trabalham com tecnologias mais sofisticadas e têm maior intensidade de capital do que as micro e pequenas empresas. Além disso, elas também trabalham com técnicas de organização da produção próximas aos padrões internacionais, possuem mão-de-obra com boa qualificação e têm seus produtos voltados para nichos de mercados específicos que valorizam a qualidade e a diferenciação de produtos. Essas empresas têm focado no *design*, nas estratégias de *marketing* e no gerenciamento de marcas, além de fazerem esforços para se inserirem no mercado internacional.

Já a maioria das micro e pequenas empresas de confecções brasileira são deficientes. Grande parte delas tem sua produção voltada para atender o mercado interno e caracterizam-se pela defasagem tecnológica, baixo nível de informatização, ineficiente sistema de comercialização, pouca flexibilidade produtiva e pouco envolvimento na área de *design* (BRAGA, 2005; PEIXOTO, 2005).

No segmento de confecções do Brasil, sobretudo o povoado por empresas de pequeno porte, apesar da modernização do parque fabril verificado a partir da abertura comercial, ainda predominam as máquinas de costura simples, que não exigem recursos nem treinamento especial para operá-las. No que se refere a idade média das máquinas, a maioria delas tem uma idade média superior a 8 anos (Gráfico 5).

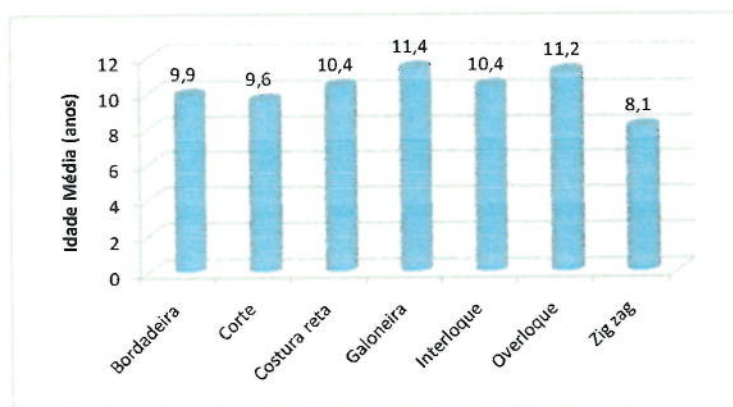


Gráfico 5: Idade média das principais máquinas de confecções

Fonte: IEMI, 2006

Outra grande diferença que existe entre o modelo brasileiro e o modelo internacional é a alta especialização das grandes empresas que dominam o segmento de confecções mundialmente. No exterior, elas trabalham com uma nítida separação das etapas do processo produtivo, onde a criação do produto (*design*), atividade de *marketing* e a distribuição estão concentradas nas unidades centrais que detêm a marca, enquanto as outras etapas do processo produtivo são alocadas em locais nos quais os custos de produção são menores. (La Rovere *et alli*, 2000). No Brasil, a grande maioria das empresas não atua dessa forma, salvo algumas poucas empresas como, por exemplo, a Hering e a De Millus, que têm flexibilizado a produção. Elas têm subcontratado no país outras empresas para realizar a costura e estão focando, cada vez mais, no gerenciamento da marca e no *design*. Há também, exemplos bem sucedidos de empresas do tipo “fabricantes sem fábricas”, que focam apenas no *design* e *marketing*, como a Zoomp, Ellus e M. Officer (PEIXOTO, 2005).

4.3 COMÉRCIO EXTERIOR

O Brasil é um importante produtor mundial de artigos têxteis, ocupando, em 2006, como visto, a sexta posição entre os maiores produtores destes artigos. No entanto, em termos de comércio exterior sua participação ainda é muito pequena, estando colocado na 47ª posição no *ranking* dos maiores exportadores e importadores mundiais. Ressalta-se que somente 7% da produção nacional é exportada, o que torna possível concluir que, nesse segmento industrial, o Brasil produz pra si mesmo (IEMI, 2007).

As vendas externas de têxteis e confeccionados, em 2005, chegaram a US\$ 2,2 bilhões, com US\$ 649 milhões em fibras/filamentos, US\$ 788 milhões em têxteis (fios, tecidos, malhas e especialidades) e US\$ 764 milhões em artigos confeccionados. No mesmo ano, as importações atingiram US\$ 1,5 bilhão, mas não foi quebrado o recorde de 1995, quando as compras externas chegaram a US\$ 2,3 bilhões. Em 2005, as importações de fibras/filamentos foram de US\$ 515 milhões, US\$ 728 milhões de têxteis e US\$ 275 milhões de confeccionados. Com esses números, o saldo positivo da balança comercial da cadeia têxtil em 2005 foi de US\$ 684 milhões, 4,1% maior do que o alcançado em 2004, que foi de US\$ 657 milhões (IEMI, 2006).

Segundo dados do IEMI (2006), entre 1990 e 2000, houve um aumento das importações, puxada pelos segmentos de fibras e filamentos. Em valores, elas cresceram 317% e 463%, em toneladas. Já o volume importado de têxteis aumentou, no mesmo período, de 17,2 mil toneladas para 150,8 mil toneladas, correspondendo a um crescimento de 393%. A partir de 1996, as importações de produtos têxteis começaram a cair, provavelmente em razão dos investimentos feitos, a partir de 1994, e da reestruturação do setor. Atualmente, observa-se uma evolução das importações, tanto em toneladas quanto em valor, possivelmente fruto da valorização cambial (IEMI, 2006)

Em termos de balanço comercial da indústria têxtil/confeccões, após a abertura comercial, ela começou a apresentar déficits. Em 1995, o saldo negativo foi de US\$ 850 milhões. No início dos anos 2000 os saldos positivos reapareceram, com destaque para os saldos comerciais positivos de anos 2004 e 2005, US\$ 657 milhões e US\$ 684 milhões respectivamente. Entretanto, a taxa de câmbio tem influenciado o comércio externo dos produtos têxteis e confeccionados brasileiro. A sobrevalorização do Real restringiu, em 2006, as exportações e, por outro lado provocou um aumento das exportações, resultando em um déficit comercial de US\$ 60 milhões (Gráfico 6).

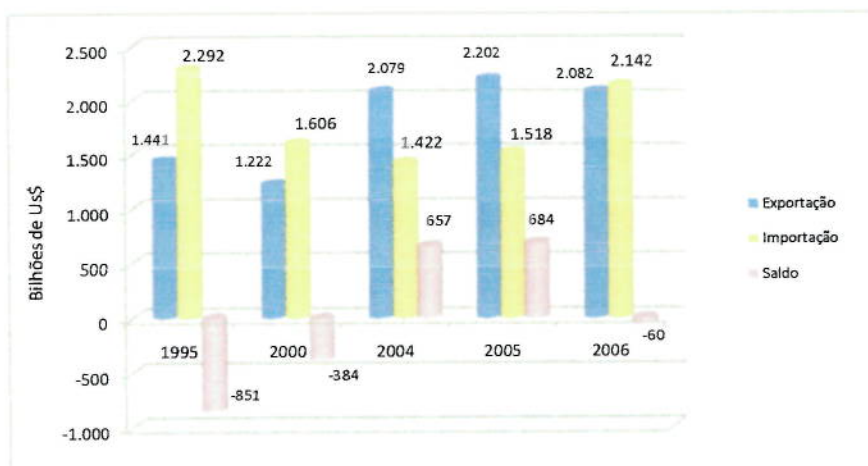


Gráfico 6: Comércio exterior do setor têxtil/confeccões brasileiro

Fonte: IEMI, 2006

De forma desagregada, por segmento da indústria têxtil/confeccões, os dados do comércio exterior brasileiro mostram que o segmento de fibras e filamentos é o que apresenta maiores déficits comerciais, enquanto que o segmento de confeccões mostra-se como sendo o responsável pelo impacto positivo no comércio exterior dessa indústria (Gráfico 7). Estes dados reforçam a heterogeneidade da cadeia produtiva têxtil/confeccões. De acordo com Prochnik (2003), a grande heterogeneidade apresentada pela cadeia têxtil/confeccões brasileira também contribuiu para os resultados negativos, pois não somente sua competitividade, em relação aos produtores mundiais, era pequena, como havia uma grande diferença competitiva intra-indústria. Entretanto, com a reestruturação do setor e, conseqüentemente, o aumento da competitividade, a partir de 2005, os saldos comerciais no conjunto da cadeia passaram a ser positivos novamente.

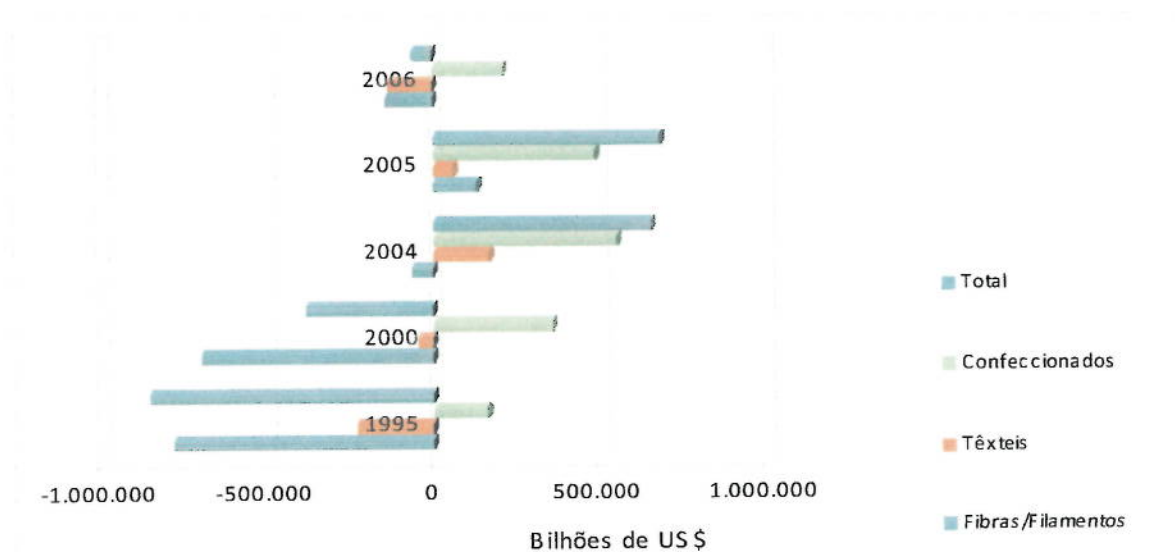


Gráfico 7: Comércio exterior da indústria têxtil/confeções brasileiro, por segmento produtivo, em períodos selecionados

Fonte: IEMI, 2006

As exportações brasileiras de produtos têxteis estão baseadas, principalmente, em artigos fabricados com fibras naturais, as quais responderam por 69% da pauta de produtos exportados, ficando os artigos de fibras químicas com os 31% restantes, em 2005. Já nas importações brasileiras dos mesmos produtos há completa inversão, com as fibras naturais representando 34% do total importado e as fibras químicas 66%, naquele mesmo ano. Ou seja, no segmento de fibras naturais o Brasil obtém saldos positivos, enquanto que no segmento de fibras químicas, os resultados são deficitários (Tabela 15).

Tabela 15: Comércio exterior de produto têxtil por tipo de fibra utilizada na produção

Segmentos	em bilhões de US\$								
	Importações			Exportações			Saldo		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Naturais (1)	231	299	246	1.181	1.430	1.514	950	1.131	1.268
Químicas (3)	649	908	1.005	326	442	434	-323	-466	-571
Outros (4)	182	215	267	149	207	254	-33	-8	-13
Total	1.062	1.422	1.518	1.656	2.079	2.202	594	657	684

Fonte: SECEX/IEMI, 2006

Notas: (1) inclui algodão, juta, lã, linho, rami, seda e outras fibras animais e vegetais

(2) inclui tapetes e carpetes

(3) inclui poliéster, náilon, acrílico, viscose e outras fibras artificiais e sintéticas

(4) inclui os dados referentes a 'não tecidos', 'tecidos técnicos', 'feltros', cordéis, etc.

No que se refere ao destino das exportações têxteis brasileiras, cabe destacar a participação do Mercosul que foi responsável por absorver 31,3% das exportações do Brasil, em 2006. O Mercosul, os Estados Unidos e a União Européia foram o destino de 70% do total exportado, em 2006 (Tabela 16).

Com relação às exportações brasileiras para a Ásia é possível observar uma trajetória crescente (Tabela 16), sendo, em 2006, o terceiro maior destino das exportações brasileiras. Individualmente, destaca-se o mercado chinês para os produtos têxteis, sobretudo planos, visto que o Brasil não é competitivo frente à China no segmento de confecções. As exportações de têxteis brasileiros para Europa Ocidental e União Européia vêm perdendo espaço. Acordos comerciais regionais têm favorecido a Turquia e os países do Norte da África, diminuindo, assim a competitividade da indústria brasileira.

Entre os Estados brasileiros, São Paulo é o maior exportador de confeccionados (29,7% dessas exportações, em 2006, foram de origem paulista). Santa Catarina apareceu como o segundo estado que mais exportou (23,6%), sobretudo as malhas da região de Itajaí. Minas Gerais e Ceará também se destacaram como pólos exportadores, sendo responsáveis por 9,4% e 9,4% respectivamente (IEMI, 2007).

Em 2006, os EUA foram o maior mercado consumidor dos produtos confeccionados brasileiros. Eles absorveram 28,5% das exportações, seguido por Argentina (10%), Espanha (5,5%) e Alemanha (3,9%) (IEMI, 2007).

Tabela 16: Destino das exportações brasileiras de têxteis/confeccões.

Blocos Econômicos	em %		
	2004	2005	2006
1. América Latina	45,4	49,6	53,4
Mercosul	25,1	29,0	31,3
2. América Norte (1)	32,7	31,3	28,5
Estados Unidos	31,6	30,7	27,9
3. Europa Ocidental	17,0	13,9	12,2
União Européia	16,0	13,2	11,5
4. Ásia	3,0	2,9	3,5
China, Hong Kong, Macau	0,4	0,7	0,7
5. África	1,0	1,0	1,5
6. Oriente Médio	0,6	0,7	0,5
7. Oceania	0,3	0,4	0,3
8. Europa Oriental	0,1	0,2	0,2

Fonte: IEMI, 2007

Notas: (1) - inclui somente EUA e Canadá

Quanto a origem das importações brasileiras de confeccões destacam-se os países asiáticos, que responderam, em 2006, por 69% das mesmas. China, Hong Kong e Macau, isolados, foram responsáveis por 33% das importações totais de produtos confeccionados (IEMI, 2007). A participação da União Européia e da América Latina nas importações brasileira de confeccionados vem caindo nos últimos anos (Tabela 17).

Tabela 17: Origem das importações brasileira de têxteis

Blocos Econômicos	em %		
	2004	2005	2006
1. Ásia	59,2	62,7	69,0
China, Hong Kong, Macau	23,5	28,6	33,0
2. Europa Ocidental	15,7	14,5	12,3
União Européia	14,8	13,6	11,3
3. América Latina	13,9	13,7	10,6
Mercosul	11,7	11,5	8,5
4. América Norte (1)	9,4	7,1	6,3
Estados Unidos	9,1	6,8	6,1
5. África	1,3	1,2	0,9
6. Oriente Médio	0,3	0,6	0,7
7. Europa Oriental	0,2	0,2	0,2
8. Oceania	0,1	0,1	0,1

Fonte: IFML 2007

Notas: (1) - inclui somente EUA e Canadá

O comércio Brasil/China no setor é bastante desigual, pois 98,7% das exportações brasileiras para a China são de fibras e 99,1% das importações brasileiras provenientes da China são de produtos manufaturados (ABIT, 2007). Além da maior competitividade da indústria têxtil chinesa, sobretudo no segmento de confecções, exceto de malha, fruto do baixo custo da mão-de-obra, do processo de reestruturação da cadeia produtiva daquele país, resultado da nova lógica de atuação dos grandes *players* mundiais, e da taxa de câmbio extremamente desvalorizada há, segundo a ABIT (2007), indícios de que a China esteja praticando *dumping*.

Outro ponto que merece destaque entre o comércio bilateral de vestuários Brasil/China é a desconformidade dos dados do comércio. Segundo dados da ABIT (2007), as informações dos órgãos responsáveis pelo comércio externo chinês não corresponderam com as informações do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior brasileiro. Em 2004, a diferença entre o que a China exportou de vestuários, em toneladas, para o Brasil, e o que o Brasil importou de vestuários, em toneladas, da China foi da ordem de 15 mil toneladas. Em 2005, a diferença foi de 12 mil toneladas e, em 2006, de 15,1 toneladas. Estes desencontros de informações evidenciam que pode estar havendo importações ilegais (Gráfico 8).

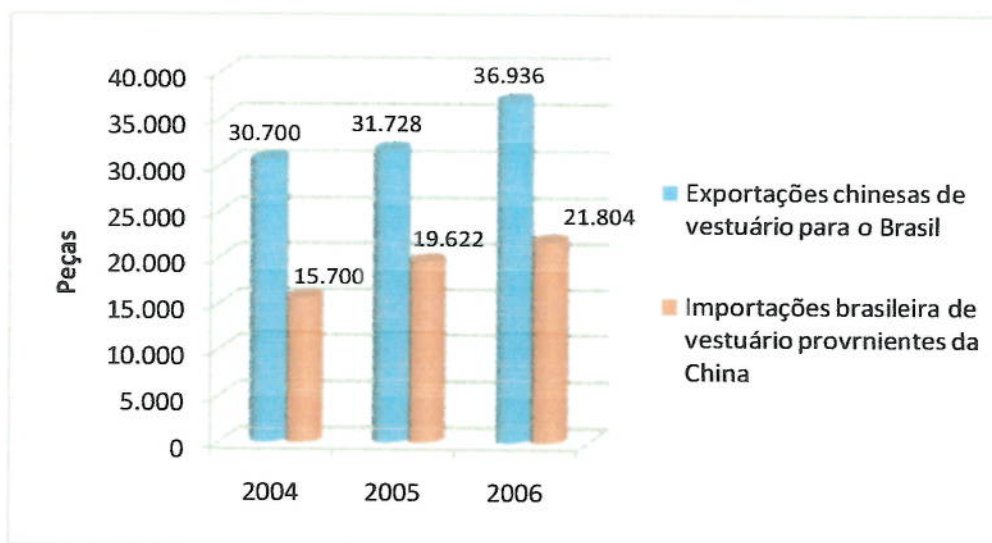


Gráfico 8: Desconformidade dos dados do comércio Brasil/China de vestuário.

Fonte: ABIT. 2007

Os principais estados importadores de têxteis são: São Paulo, Espírito Santo e Santa Catarina, representando, respectivamente, 34,3%, 18,7% e 9,1% das importações brasileiras.

Cabe ressaltar que apesar da reestruturação das empresas da cadeia ter trazido ganho de competitividade, a orientação destas empresas continua sendo predominantemente para o mercado interno, havendo, portanto, espaço para expansão da inserção brasileira no mercado externo.

Entretanto, essa maior inserção internacional da cadeia têxtil/confecções brasileira enfrenta obstáculos, tais como a necessidade de modernização, tanto tecnológica como gerencial, sobretudo no elo de confecções. No Brasil, as mudanças no quadro econômico e a concorrência dos importados levaram a uma forte concentração industrial nos segmentos de fios e tecidos, com grande redução no número de unidades produtoras e de empregos, e aumento do número de unidades informais no segmento confeccionista.

Neste contexto, a cadeia têxtil/confecções brasileira apresenta dois problemas estruturais: existência de um grande número de empresas de menor porte com baixo poder competitivo; e uma subcadeia de produtos à base de insumos químicos e sintéticos menos competitiva. No mundo inteiro, esse segmento de fibras e filamentos opera com elevadas escalas e fluxo contínuo

de produção. Em contraste, no Brasil, as escalas são consideravelmente mais baixas e o fluxo de produção é descontínuo em grande parte das plantas industriais instaladas (GORINI, 2000; PROCHNIK, 2003).

No segmento de confecções, La Rovere e outros (2000) e Prochnik (2003) destacam como principais problemas:

- elevada ocorrência de empresas de pequeno porte com as seguintes fragilidades: escassez de financiamento para capital de giro e para aquisição de máquinas modernas; e pequena escala de produção, onerando os custos de transação com os fornecedores e com os clientes;
- inexistência de mecanismos de cooperação entre as médias, pequenas e micro empresas;
- ausência de marcas brasileiras consolidadas no mercado mundial, conseqüência de uma indefinição do *design* e da moda brasileiras, aos quais esta marca possa estar associada;
- excessiva informalidade, acarretando uma distorção do sistema de preços. A informalidade é um sério problema do setor de confecções brasileiro, pois acaba desestimulando as empresas formais a atuarem no mercado. A explicação para isso é que normalmente as empresas informais copiam o *design* dos produtos de empresas formais, e assim, terminam influenciando a rentabilidade das empresas formais possuidoras de altos encargos trabalhistas e fiscais e que investem em *design*.

Cabe ainda ressaltar a ausência de parcerias e/ou alianças estratégicas tanto no varejo, com investimentos no ponto de venda para melhor expor o produto, quanto com fornecedores para o desenvolvimento conjunto de novos produtos, e também entre produtores. A exemplo das grandes empresas mundiais do setor, os produtores têxteis e confeccionistas nacionais deveriam se articular, mais efetivamente, com grandes cadeias de lojas, inclusive hipermercados, a fim de obterem vantagens tanto em escala quanto em aprimoramento produtivo. Tais parcerias poderiam facilitar a obtenção de financiamentos para desenvolvimento de redes integradas de fornecedores locais (GORINI, 2000).

Conforme visto, os países desenvolvidos tais como os EUA e os países da União Européia, intensificaram as estratégias com foco na formação de blocos de comércio. As tarifas de

importação sobre os produtos só incidem, normalmente, sobre o valor agregado. Ou seja, os países com os quais os países desenvolvidos possuem acordos comerciais têm preferências tarifárias sobre as exportações. Assim, acordos comerciais e desenvolvimento de novos mercados tomam-se necessidades imperativas para aumento da competitividade do setor brasileiro. Nesse sentido, a ABIT vem pressionando o governo federal no sentido de negociar possíveis reduções nas alíquotas que sobretaxam as exportações de produtos nos quais o Brasil possui maior competitividade. A inserção nos principais mercados consumidores merece a devida atenção tanto do poder público como da classe empresarial.

Uma importante estratégia que vem sendo adotada pela indústria de confecções brasileira, em várias regiões do país, como forma de incrementar sua competitividade, tem sido a articulação em torno de arranjos produtivos locais com intuito de gerar externalidades positivas, sobretudo no que se refere a inovação.

5 OS ARRANJOS PRODUTIVOS DE CONFECÇÕES DE SALVADOR E FEIRA DE SANTANA

5.1 FORMAÇÃO DA INDÚSTRIA DE CONFECÇÕES BAIANA

A indústria têxtil/confecções configura-se como um setor relevante na história econômica da Bahia. Ela teve sua origem no século XIX, quando as primeiras fábricas têxteis foram implantadas na Bahia. No ano de 1891, por exemplo, foi fundada, em Salvador, a Companhia Empório Industrial do Norte, situada na Boa Viagem (Península de Itapagipe) que, mais tarde, tomar-se-ia um expoente da expansão dessa indústria. Em meados da década de 1940, o pólo têxtil/confecções da região se tornou o principal pólo industrial da região metropolitana de Salvador. A época, além da Companhia Empório Industrial do Norte, destacava-se, também, a Barreto de Araujo.

A vocação do Estado para o setor têxtil/confecções resultou de uma junção de fatores. Salvador representava um grande centro urbano, existia uma forte tradição cultural de mulheres rendeiras, característica da região Nordeste, e abundância da principal matéria-prima do setor, o algodão. Dessa forma, mercado consumidor, mão-de-obra qualificada e matérias-primas disponíveis foram determinantes para a consolidação desse setor no Estado, que devido à sua necessidade de se localizar próximo aos centros urbanos de maior porte, concentrou-se na capital e no Recôncavo baiano.

A participação do setor têxtil e de confecções no perfil da indústria baiana, em termos de valor agregado, desde o seu apogeu, tem flutuado bastante. Em termos absolutos, o segmento de confecções apresentou um crescimento significativo entre anos de 1970 e 1985, em decorrência, principalmente, da maturação dos investimentos realizados durante o período de “industrialização” baiana. Esses investimentos reforçaram a concentração dessa atividade econômica na Região Metropolitana e no Recôncavo Baiano. Naquele período, o número de estabelecimentos de confecções na Bahia aumentou de 36 para 214 unidades; o número de pessoal ocupado passou de 822 para 3.640; e um aumento de 1335% no Valor da Transformação Industrial (VTI) (BALBI; MALUF, 2004, p. 2). Apesar disso, sua importância relativa diminuiu

bastante devido à expansão de outros ramos da indústria de transformação, sobretudo o petroquímico.

Em 2006, existiam mais de mil estabelecimentos no segmento de confecções na Bahia, sendo as peças do vestuário o mais freqüente (Tabela 18). O segmento de confecções baiano é formado basicamente por micro e pequenas empresas. Seus pólos mais significativos estão localizados nos municípios de Salvador, Feira de Santana e Jequié, responsáveis por sediar cerca de 70% das empresas formais de todo o Estado (RAIS, 2006).

Tabela 18: Setor e tamanho das empresas de confecções da Bahia, segundo o número de empregados, 2006

Tamanho	Classificação da atividade				Total
	Confecção de roupas íntimas	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	Confecção de roupas profissionais	Fabricação de acessórios do vestuário	
Micro empresas	0	0	0	0	0
Pequena empresa	6	56	13	6	81
Média empresa	1	24	4	1	30
Total	148	647	132	76	1.003

Fonte: RAIS, 2006

Após 1994, o número de estabelecimentos de confecções no estado aumentou significativamente (Gráfico 9), fruto da própria reestruturação da indústria têxtil/confecções verificada no início dos anos 1990. Dentre os ramos do segmento destaca-se, principalmente o de peças do vestuário, exceto roupas íntimas. O segmento de confecções de roupas profissionais, peças interiores do vestuário e fabricação de acessórios também demonstraram um ligeiro crescimento.

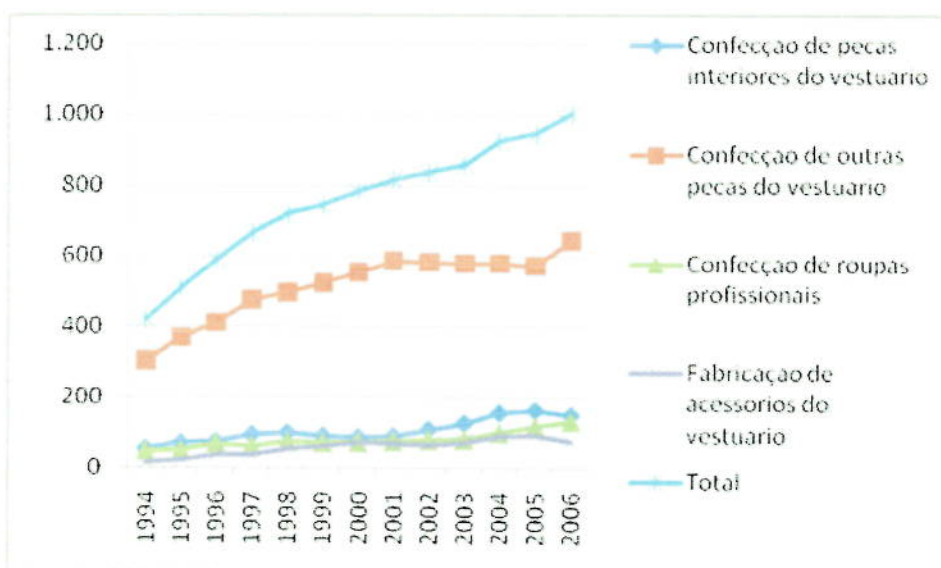


Gráfico 9: Evolução do número de estabelecimentos de confecções na Bahia.

Fonte: RAIS, 1994-2006.

Com cerca de 9 mil trabalhadores formalmente cadastrados, o segmento de confecções representa 5,53% dos empregos formais da indústria de transformação baiana (RAIS, 2006). Estes dados, no entanto, escondem uma grande parcela de empregos informais e subcontratações.

O número de postos de trabalho no segmento de confecções apresentou tendência de crescimento, a partir de 1994 (Gráfico 10). Ressalta-se, porém, que em 2002 o número de postos de trabalho, em geral, apresentou uma queda abrupta, fato justificado pela desaceleração econômica e incertezas do período.

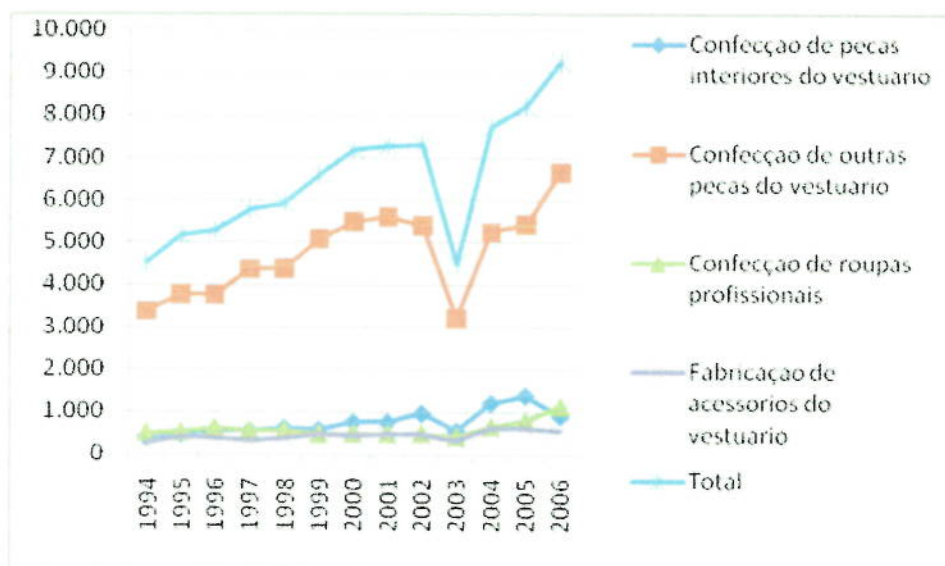


Gráfico 10: Evolução do número de empregos do segmento de confecções no Estado da Bahia.

Fonte: RAIS, 1994-2006

No que se refere à mão-de-obra, observa-se que a maior parte dos empregados possui nível médio completo ou incompleto. O gráfico 11 também ilustra que o setor quase não absorve profissionais com nível superior.

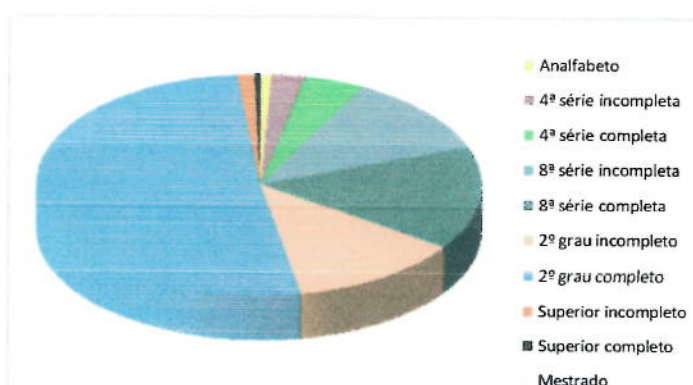


Gráfico 11: Nível educacional dos empregados do setor de confecções baiano, 2006

Fonte: RAIS, 2006

Enfim, a indústria de confecções da Bahia apresenta, no geral, um perfil consoante com a média desta indústria no país: pequeno capital; trabalho-intensiva; baixa complexidade tecnológica; e pouca qualificação da mão-de-obra.

5.2 O APL DE CONFECÇÕES DE SALVADOR

5.2.1 Características Gerais

A indústria de confecções da cidade de Salvador está sediada, majoritariamente, no bairro do Uruguai, na Península de Itapagipe. Essa região concentra parcela considerável das empresas do município⁹, além de ser o espaço pioneiro nas articulações destinadas à implementação de um arranjo produtivo no Estado.

Essa concentração espacial levou, em 1997, os empreendimentos instalados na região a iniciarem uma articulação, visando o aproveitamento das sinergias derivadas da aglomeração e, conseqüentemente, a promoção de uma inserção mais competitiva. No entanto, apenas em setembro de 2003, a iniciativa recebeu respaldo institucional, através do projeto de estruturação do APL de Confecções da Rua do Uruguai e Entorno, inserido no programa Rede de Apoio aos Arranjos Produtivos Locais do Estado da Bahia, capitaneado pela Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação (SECTI), além de outros parceiros institucionais.

O apoio institucional dirigido ao APL de Confecções da Rua do Uruguai e Entorno, não restringiu a adesão de outras empresas sediadas fora da Península de Itapagipe. A abrangência do programa se estendeu a todo o perímetro do Município de Salvador e Lauro de Freitas, ainda que ele seja denominado nessa dissertação de APL de Confecções de Salvador.

A estrutura produtiva do APL de Confecções de Salvador apóia-se, basicamente, em micro e pequenas empresas e é fortemente concentrada na confecção de peças do vestuário (exceto roupas íntimas, blusas, camisas). Mais de 64% dos empreendimentos formais do município produzem este tipo de confecção (Tabela 19).

⁹ A região da Rua do Uruguai possui cerca de 19% das empresas de confecções do município de Salvador e aproximadamente 8% das empresas do Estado da Bahia (BALBI; MALUF, 2004, p. 4).

Tabela 19: Setor e Tamanho das Empresas de Confeccões de Salvador-Ba, segundo o número de empregados, 2006

Tamanho	Classificação da atividade				Total
	Confeção de roupas íntimas	Confeção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	Confeção de roupas profissionais	Fabricação de acessórios do vestuário	
Micro empresa	44	192	45	22	303
Pequena empresa	1	25	9	3	38
Média empresa	0	11	2	1	14
Total	45	228	56	26	355

Fonte: RAIS/ 2006

O padrão tecnológico básico é a máquina de costura industrial (80,9%). Apenas 4,8% das empresas possuíam máquinas computadorizadas e a idade média das empresas não ultrapassava 10 anos, em 2004. A área administrativa e gerencial da maioria das empresas ficava sob responsabilidade de seus proprietários, geralmente sem a qualificação adequada para a posição (apenas 9,6% das empresas possuíam programas de capacitação gerencial e administrativa) (BALBI; MALUF, 2004, p. 6).

O número efetivo de empregos gerados pelo segmento de confeccões é de difícil mensuração. Isso se deve, sobretudo, à forte presença de trabalho informal, terceirizado (faccionistas) e/ou temporário. Em 2006, a indústria de confeccões de Salvador registrava cerca de 3.690 empregos formais, 39,7% do pessoal ocupado na indústria no estado, concentrados na confeção de peças do vestuário (exceto roupas íntimas, blusas, camisas) (70,27%). O nível de escolaridade predominante era o ensino médio (67,42%) e a média salarial de aproximadamente R\$ 460,00. Estes números, ainda que não contemplem a informalidade característica do segmento, já indicam um certo grau de precariedade.

A partir de 2003, o número de empregos gerados no segmento vem apresentando uma tendência positiva (Gráfico 12). Isso reflete uma expansão do setor, resultado do aquecimento da atividade econômica, o que é importante para a cidade do Salvador, visto que o segmento é trabalho-intensivo e a capital baiana apresenta elevadas taxas de desemprego.

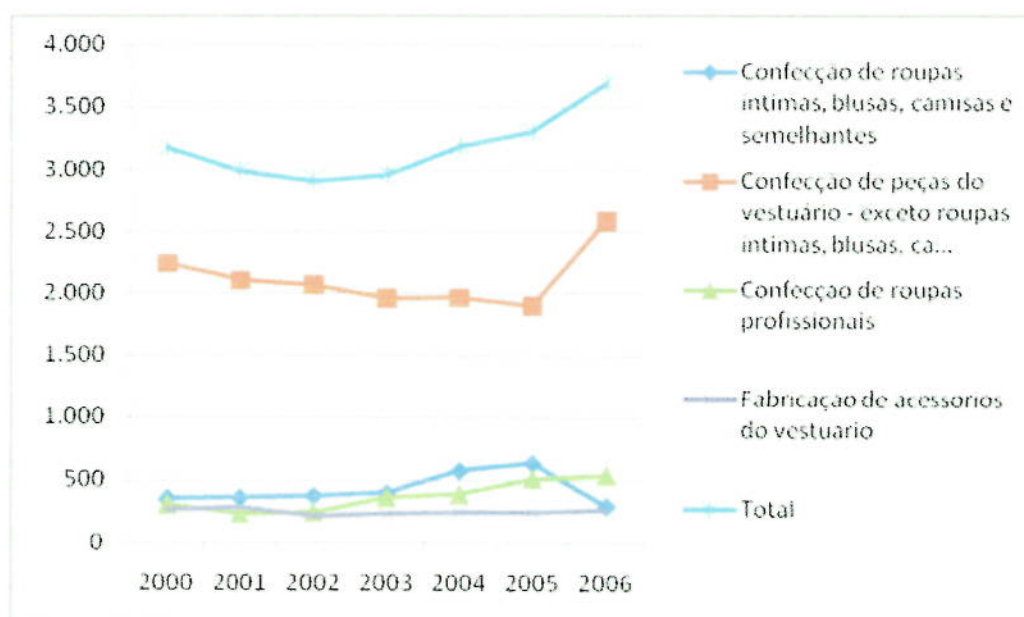


Gráfico 12: Pessoal ocupado nas empresas de confecções de Salvador-BA, 1994 a 2006

Fonte: RAIS/MTE – 2000-2006

A produção de vestuário do APL apresenta uma linha de produtos bastante diversificada - vestuário dirigido ao público feminino (38,1%), confecções em geral (19%), peças de tamanhos especiais e para gestantes (14,3%), peças destinadas ao público masculino (9,5%) e a moda praia (9,5%) – que se destina, principalmente, para o mercado local, Região Metropolitana de Salvador (80,9%) e outras regiões do Estado da Bahia (14,3%) (BALBI; MALUF, 2004, p. 6.). Em menor proporção, algumas empresas mais estruturadas, e que conseguem agregar maior valor a seus produtos, exportam uma pequena parte de sua produção para outros estados e apenas um número bastante diminuto dessas empresas conseguem escoar parte de sua produção para outros países¹⁰.

Segundo Balbi e Maluf (2004, p. 6), em 2003, a produção e o faturamento anual médio, por estabelecimento, era de 67 mil peças e R\$ 265 mil, respectivamente. Em junho de 2005, as exportações somaram cerca de 13 mil peças, a capacidade instalada era de 800 mil peças, o faturamento por máquina era algo próximo a R\$ 35 mil e o volume de negócios girou em torno de R\$ 2,8 milhões, motivado, principalmente, por compras coletivas feitas junto a grandes fornecedores (SEBRAE/Bahia, 2005).

¹⁰ [...] “O Centro Internacional de Negócios na Bahia (PROMO) tem dado apoio a algumas empresas do arranjo, no que se refere à divulgação, no exterior, de roupa para praia (moda praia)” (CRUZ, PASSOS, 2006, p. 155).

O APL dispõe, desde 1997, de um importante centro de escoamento da produção, o *shopping Bahia Outlet Center*, localizado no bairro do Uruguai, que concentra 246 lojas de fábrica. Este centro, de comercialização, além de promover uma maior interação, através de vendas internas e externas e a centralização de diversos outros serviços correlatos, permite a formação de contatos de vendas, canais de comunicação e apoio logístico à atividade exportadora, promoção e participação de feiras de negócios, entre outras economias externas derivadas da aglomeração espacial (TEIXEIRA; GUERRA 2004).

Em que pese esses esforços, o mercado consumidor de confecções de Salvador é suprido, basicamente, por produtos importados do exterior, de Fortaleza, Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Santa Catarina e Goiânia. Segundo o SEBRAE (2006), 80% das confecções baianas são oriundas de outros estados. Apesar de apresentar auto-suficiência na produção de fios sintéticos e naturais, a Bahia, não possui um importante segmento da cadeia produtiva têxtil e de confecções, a transformação de fios. Isso explica, em parte, o elevado percentual de produtos finais e insumos importados de outros estados. Os principais insumos consumidos pelas empresas do arranjo são os tecidos planos¹¹, a malharia¹² e linhas, geralmente fornecidos por empresas das regiões Sul e Sudeste do Brasil.

Em termos de infra-estrutura de capacitação, a do APL de Confecções de Salvador é formada, sobretudo, por cursos oferecidos pelo Sistema SENAI/FIEB¹³ para o setor de confecções, além de outros três centros de capacitação¹⁴. Os cursos oferecidos envolvem mecânica industrial, corte, costura e bordado, costura industrial em malha, costura industrial em tecido plano e modelagem industrial em malha. Ressalta-se também a presença no município de três cursos universitários de moda.

No que tange às características ligadas à inovação, cooperação e aprendizado – temas chaves dessa dissertação – do APL de confecções de Salvador, buscou-se apreendê-las, a partir da aplicação de um questionário. Do total das empresas entrevistadas, 7 foram de pequeno porte,

¹¹ *Jeans, brim, microfibras e fio tinto.*

¹² *Cotton, Piquet e dry.*

¹³ O Sistema SENAI/FIEB possui 15 cursos, regulares e temporários, na área técnica de vestuário e 8 na área de tecnologia e consultoria.

¹⁴ O Centro Suburbano de Educação Profissional (CESEP), a Sociedade 1 de Maio e a Sociedade Beneficente 25 de Junho. Os dois primeiros ofertam cursos na área de mecânica industrial e o último oferece cursos de corte, costura e bordados.

empregando cerca de 40 pessoas, e 13 foram micro empresas, que empregavam, em média, 15,5 pessoas na atividade produtiva principal. Não foram entrevistadas médias e não existe uma grande empresa de confecções na Bahia. Tal lacuna não acarreta sérios problemas para o trabalho, visto que as políticas de promoção de APLs, um dos focos do mesmo, miram, sobretudo, as micro e pequenas empresas (Tabela 20).

Tabela 20: Porte das empresas da amostra do APL de confecções de Salvador, 2006

Tamanho das Empresas	Nº de Empresas entrevistadas	%	Nº de Empregados nas empresas entrevistadas	%
1. Micro	13	65,0%	109	27,9%
2. Pequena	7	35,0%	281	72,1%
3. Média	0	0,0%	0	0,0%
4. Grande	0	0,0%	0	0,0%
Total	20	100,0%	390	100,0%

Fonte: Pesquisa de campo

Das 7 pequenas empresas entrevistadas, 3 são, de acordo com a Classificação Nacional da Atividade Econômica (CNAE) do IBGE, empresas de confecção de roupas profissionais, outras 3 são empresas de confecção de outras peças do vestuário e 1 empresa é de confecção de peças interiores do vestuário. Já as micro empresas foram, de acordo com a mesma CNAE, assim distribuídas: 7 são empresas de confecções de outras peças do vestuário, 1 empresa de confecções de roupas profissionais, 1 empresa de fabricação de acessórios para o vestuário e outras 4 empresas de confecções de peças interiores do vestuário.

De acordo com a percepção dos empresários entrevistados, os principais determinantes de competitividade das empresas, por ordem de importância, são: qualidade da matéria-prima e dos insumos; qualidade da mão-de-obra; qualidade do produto; estratégia de comercialização; e a capacidade de atendimento dos pedidos, conforme pode ser visualizado nos índices da tabela 21. Ressalta-se que para os pequenos empresários entrevistados, o grau de importância dado ao desenho e estilo dos produtos não foi muito alto, muito provavelmente devido ao fato de 2 dessas pequenas empresas entrevistadas serem do ramo de confecção de roupas profissionais, onde *design* e estilo do vestuário não são tão relevantes como fator competitivo.

Tabela 21: Fatores determinantes da competitividade das MPEs do APL de confecções de Salvador

Fatores competitivos	Micro					Pequena				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Qualidade da matéria-prima e outros insumos	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	1,00	0,0%	0,0%	14,3%	85,7%	0,94
2. Qualidade da mão-de-obra	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	1,00	0,0%	14,3%	0,0%	85,7%	0,90
3. Custo da mão-de-obra	0,0%	15,4%	15,4%	69,2%	0,83	0,0%	14,3%	42,9%	42,9%	0,73
4. Nível tecnológico dos equipamentos	0,0%	0,0%	30,8%	69,2%	0,88	0,0%	14,3%	71,4%	14,3%	0,61
5. Capacidade de introdução de novos produtos/processos	0,0%	0,0%	30,8%	69,2%	0,88	0,0%	0,0%	57,1%	42,9%	0,77
6. Desenho e estilo nos produtos	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	1,00	0,0%	0,0%	57,1%	42,9%	0,77
7. Estratégias de comercialização	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	1,00	0,0%	14,3%	14,3%	71,4%	0,84
8. Qualidade do produto	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	1,00	14,3%	0,0%	0,0%	85,7%	0,86
9. Capacidade de atendimento (volume e prazo)	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	1,00	14,3%	0,0%	14,3%	71,4%	0,80

*Índice = $(0 \times N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \times N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \times N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (N^{\circ} \text{ Empresas no Segmento})$

Fonte: Pesquisa de Campo

No que diz respeito às vantagens em relação à localização das empresas no município de Salvador (Tabela 22) observa-se que a proximidade com os clientes/consumidores é a principal vantagem da localização do arranjo, segundo os empresários. Ou seja, o mercado consumidor representa a grande vantagem local para o aglomerado produtivo. A disponibilidade de mão-de-obra, o baixo custo da mão-de-obra, a proximidade de fornecedores de insumos e matérias-primas foram apontadas, pelos micro e pequenos empresários, como as grandes desvantagens ou gargalos para competitividade das empresas no ambiente local.

Ainda sobre as vantagens de localização no APL de Salvador (Tabela 22), um dado que chama atenção é que a proximidade com os centros de pesquisa e universidades é considerada irrelevante, evidenciando que há no arranjo pouca articulação das empresas com os centros de pesquisa e a universidade ou mesmo que os empresários locais ainda não perceberam o quão importante são as universidades e os centros de pesquisa para o desenvolvimento de P&D, além de fontes de inovações e, conseqüentemente de vantagens competitivas dinâmicas.

Ademais, em relação existência de programas de apoio e promoção, observa-se que para as micro empresas tal fator se constitui em um elemento de média a alta importância para a localização no arranjo, mas para as pequenas empresas eles não são tão relevantes. Esta divergência de percepção permite, ainda que de forma preliminar, concluir que as vantagens de uma iniciativa pública de promoção do APL não são percebidas claramente pelos empresários como uma vantagem competitiva do arranjo local.

Tabela 22: Vantagens da localização das MPEs empresas do APL de confecções de Salvador

Externalidades	Micro					Pequena				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Disponibilidade de mão-de-obra qualificada	46,2%	15,4%	23,1%	15,4%	0,34	14,3%	14,3%	42,9%	28,6%	0,59
2. Baixo custo da mão-de-obra	76,9%	15,4%	0,0%	7,7%	0,12	71,4%	14,3%	14,3%	0,0%	0,13
3. Proximidade com os fornecedores de insumos e matéria prima	69,2%	7,7%	7,7%	15,4%	0,22	71,4%	14,3%	14,3%	0,0%	0,13
4. Proximidade com os clientes/consumidores	15,4%	15,4%	15,4%	53,8%	0,68	14,3%	14,3%	14,3%	57,1%	0,70
5. Infra-estrutura física (energia, transporte, comunicações)	15,4%	7,7%	15,4%	61,5%	0,73	14,3%	14,3%	42,9%	28,6%	0,59
6. Proximidade com produtores de equipamentos	53,8%	15,4%	23,1%	7,7%	0,26	57,1%	28,6%	14,3%	0,0%	0,17
7. Disponibilidade de serviços técnicos especializados	53,8%	15,4%	23,1%	7,7%	0,26	28,6%	42,9%	28,6%	0,0%	0,30
8. Existência de programas de apoio e promoção	23,1%	15,4%	23,1%	38,5%	0,57	0,0%	42,9%	42,9%	14,3%	0,53
9. Proximidade com universidades e centros de pesquisa	69,2%	15,4%	0,0%	15,4%	0,20	42,9%	42,9%	14,3%	0,0%	0,21

Fonte: Pesquisa de campo

Índice: $*Índice = (0*N^{\circ} Nulas + 0,3*N^{\circ} Baixas + 0,6*N^{\circ} Médias + N^{\circ} Altas) / (N^{\circ} Empresas no Segmento)$

As informações da tabela 23 reforçam as constatações da tabela precedente. Conforme visto na tabela 22, a proximidade com fornecedores de insumo e matérias-primas e com produtores de equipamentos foram tratadas como irrelevantes. A proximidade de fornecedores, em geral, não é significativa, uma vez que as aquisições de matérias-primas e insumos, serviços e equipamentos não são realizadas localmente. Já a venda local dos produtos é de alta importância. O índice de 0,91 para as micro empresas entrevistadas e de 0,94 para as pequenas empresas refletem a importância do mercado local como escoadouro da produção do APL.

Tabela 23: Transações comerciais realizadas localmente pelas MPEs empresas do APL de confecções de Salvador – 2004/2006

Tipos de Transações	Micro					Pequena				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Aquisição de insumos e matéria prima	15,4%	38,5%	23,1%	23,1%	0,48	42,9%	42,9%	14,3%	0,0%	0,21
2. Aquisição de equipamentos	30,8%	30,8%	30,8%	7,7%	0,35	57,1%	28,6%	14,3%	0,0%	0,17
3. Aquisição de componentes e peças	23,1%	46,2%	23,1%	7,7%	0,35	42,9%	57,1%	0,0%	0,0%	0,17
4. Aquisição de serviços (manutenção, marketing, etc)	15,4%	38,5%	23,1%	23,1%	0,48	14,3%	42,9%	42,9%	0,0%	0,39
5. Vendas de produtos	0,0%	0,0%	23,1%	76,9%	0,91	0,0%	0,0%	14,3%	85,7%	0,94

Índice = $(0 * N^{\circ} \text{Nulas} + 0,3 * N^{\circ} \text{Baixas} + 0,6 * N^{\circ} \text{Médias} + N^{\circ} \text{Altas}) / (N^{\circ} \text{Empresas no Segmento})$

Fonte: Pesquisa de campo

Enfim, são essas as características mais gerais da estrutura produtiva do APL de Confecções de Salvador. Ele é formado por um contingente elevado de micro e pequenas empresas, com uma cadeia produtiva pouco especializada e desprovida de importantes elos.

5.2.2 Inovação, Cooperação e Aprendizado

Tendo em vista a importância do processo inovativo, da cooperação e do aprendizado para a construção de vantagens competitivas duradouras, a preocupação principal da pesquisa de campo foi identificar e analisar a capacidade de inovar dos atores locais, bem como suas capacidades de se articularem, horizontalmente e verticalmente, de modo a ensejar processos de aprendizado.

No que se refere a inovação de produto, 76,9% das micro e 71,4% das pequenas empresas entrevistadas afirmaram que introduziram pelo menos um produto novo no período 2004 a 2006. Destas, 69,2% e 71,4% micro e pequenas empresas, respectivamente, introduziram produtos novos, mas já existente no mercado. Apenas uma micro empresa introduziu um produto novo para o mercado internacional, trata-se de uma patente de utilização de fibra de poliamida na confecção de roupas (Tabela 24).

Tabela 24: Inovações nas MPEs do APL de confecções de Salvador – 2004/2006

Descrição	em %	
	Micro	Pequena
	Sim	Sim
1. Inovações de produto*	76,90	71,40
1.1. Produto novo para a sua empresa, mas já existente no mercado?	69,20	71,40
1.2. Produto novo para o mercado nacional?	23,10	14,30
1.3. Produto novo para o mercado internacional?	8,30	0,00
2. Inovações de processo*	38,50	85,70
2.1. Processos tecnológicos novos para a sua empresa, mas já existentes no setor?	30,80	85,70
2.2. Processos tecnológicos novos para o setor de atuação?	7,70	14,30
3. Outros tipos de inovação*	100,00	100,00
3.1. Criação ou melhoria substancial, do ponto de vista tecnológico, do modo de acondicionamento de produtos (embalagem)?	15,40	42,90
3.2. Inovações no desenho de produtos?	100,00	85,70
4. Realização de mudanças organizacionais (inovações organizacionais)*	100,00	100,00
4.1. Implementação de técnicas avançadas de gestão ?	23,10	42,90
4.2. Implementação de significativas mudanças na estrutura organizacional?	69,20	71,40
4.3. Mudanças significativas nos conceitos e/ou práticas de marketing ?	92,30	85,70
4.4. Mudanças significativas nos conceitos e/ou práticas de comercialização ?	100,00	85,70
4.5. Implementação de novos métodos e gerenciamento, visando a atender normas de certificação (ISO 9000, ISSO 14000, etc)?	0,00	28,60

*: (Nº Empresas com pelo menos um sim) / (Nº Empresas no Segmento)

Fonte: Pesquisa de Campo

Com relação a introdução de novos processos de produção observa-se que há uma nítida diferença entre as micro e pequenas empresas. Estas últimas inovaram muito mais do que as primeiras no período de 2004 a 2006. Das pequenas empresas entrevistadas, 85,7% introduziram algum tipo de inovação de processo, enquanto somente cerca de 38% das micro empresas fizeram esse mesmo tipo de inovação (Tabela 24). Isto talvez possa ser explicado pela maior dificuldade das micro empresas para reter mão-de-obra com um mínimo de qualificação que a capacite a promover melhoramentos no processo produtivo. Entretanto, em relação as inovações no desenho dos produtos, as micro empresas se mostraram mais capazes. Todas as empresas entrevistadas afirmaram que no período estudado introduziram inovação no *design*.

Um dado interessante é que todas as empresas afirmaram ter efetuado inovações organizacionais, preponderando a implementação de significativas mudanças na estrutura organizacional e nos

conceitos e/ou práticas de *marketing* e comercialização. Os elevados percentuais declarados de inovações podem estar relacionados ao fato de que o período analisado coincide com o período no qual as políticas de fomento ao arranjo procuravam conscientizar os atores locais para a importância das inovações e seus impactos sobre a competitividade.

Um dado que se choca com esse esforço de conscientização dos atores locais é a despreocupação dos mesmos com a introdução de novos métodos visando atender normas de certificação. Apenas 2 empresas das vinte entrevistadas, afirmaram ter implementado métodos com esse objetivo (Tabela 24).

A pesquisa de campo também procurou mapear a constância das atividades inovativas (Tabela 25). Como esperado, a aquisição de máquinas e equipamentos foi rotineiramente mais desenvolvida pelas pequenas empresas (57,1%) do que pelas micro empresas (23,1%). Inovações na gestão da qualidade ou organizacionais também foram rotineiramente mais desenvolvidas pelas pequenas empresas, quando comparadas com as micro empresas. Tais constatações podem estar associadas à hipótese de que as pequenas empresas, por poderem dar, em tese, um pouco mais de garantia que as micro empresas, têm acesso mais fácil a capital para promover mudanças organizacionais e se envolver com programas de gestão da qualidade.

Destaque-se também que as novas formas de comercialização e distribuição e a P&D são as atividades inovativas mais constantes, segundo o conjunto das empresas entrevistadas, como pode ser visualizado nos índices da tabela 26. A P&D deve ser entendida como um algo voltado para a introdução de inovações a partir de processos de *learning by doing* e *learning by using*, pois, em geral, a P&D voltada para o desenvolvimento tecnológico é realizada nos segmentos a montante da cadeia de confecções (Tabela 25).

Tabela 25: Constância da atividade inovativa das MPEs do APL de confecções de Salvador – 2004/2006

Descrição	Micro				Pequena			
	Não desenvolveu	Rotineira mente	Ocasional mente	Índice*	Não desenvolveu	Rotineira mente	Ocasional mente	Índice*
1. Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) na sua empresa	15,4%	76,9%	7,7%	0,81	0,0%	71,4%	28,6%	0,86
2. Aquisição externa de P&D	53,8%	30,8%	15,4%	0,38	28,6%	42,9%	28,6%	0,57
3. Aquisição de máquinas e equipamentos	38,5%	23,1%	38,5%	0,42	28,6%	57,1%	14,3%	0,64
4. Aquisição de outras tecnologias	41,7%	33,3%	25,0%	0,46	42,9%	28,6%	28,6%	0,43
5. Projeto industrial ou desenho industrial	76,9%	7,7%	15,4%	0,15	71,4%	14,3%	14,3%	0,21
6. Programa de treinamento orientado à introdução de produtos/processos	46,2%	23,1%	30,8%	0,38	42,9%	28,6%	28,6%	0,43
7. Programas de gestão da qualidade ou de modernização organizacional	46,2%	30,8%	23,1%	0,42	42,9%	42,9%	14,3%	0,50
8. Novas formas de comercialização e distribuição	23,1%	61,5%	15,4%	0,69	28,6%	57,1%	14,3%	0,64

*Índice = $(0 * N^{\circ} \text{ Não desenvolveu} + 0,5 * N^{\circ} \text{ Ocasionalmente} + N^{\circ} \text{ Rotineiramente}) : (N^{\circ} \text{ Empresas no Segmento})$

Fonte: Pesquisa de campo

As respostas fornecidas às questões feitas indicam, até então, que as empresas do APL de confecções de Salvador são intensivas em inovação principalmente no que diz respeito a introdução de novos desenhos e estilo e novas formas de comercialização e distribuição. Não obstante, as inovações no processo produtivo são menos intensivas, sobretudo para as micro empresas. Em geral, as pequenas empresas realizam mais sistematicamente as atividades inovativas, provavelmente porque possuem mais recursos para financiá-las.

Os resultados verificados no APL podem estar vinculados à necessidade imperativa das empresas inovarem para sobreviver em um ambiente cada vez mais competitivo, aliada a redução das taxas de juros e maiores facilidades para obtenção de crédito. Destaca-se também que, como dito anteriormente, no período que a pesquisa de campo foi realizada havia uma mobilização em torno das políticas de promoção do arranjo e a questão da inovação era amplamente discutida. Assim, é preciso ver com cautela a alta intensidade das atividades inovativas.

A pesquisa de campo também procurou captar a percepção dos entrevistados sobre os possíveis impactos da introdução das inovações. O aumento da qualidade dos produtos foi o principal impacto apontado pelo conjunto das MPEs (Tabela 26). Este resultado indica que as empresas do arranjo podem estar caminhando na direção correta, no que diz respeito à competição com produtos importados, pois muitos deles competem via preços e apresentam baixa qualidade.

A produtividade também merece destaque. Segundo as empresas entrevistadas, as inovações introduzidas foram de alta ou média importância para o aumento da mesma. Este impacto somado ao aumento da qualidade dos produtos reflete-se na percepção de que as inovações ajudam as MPEs a manter participação no mercado que atuam e no mercado interno.

Observa-se, na mesma tabela 26, que os empresários entrevistados não indicaram impactos significativos das inovações nas reduções de custos. Elas também não ensejaram, de forma mais efetiva, abertura de novos mercados nem aumento da participação no mercado externo, conforme pode ser observado nos baixos índices da tabela 26. Isto, muito provavelmente, porque as inovações não permitiram o enquadramento em regulações e normas relativo ao mercado externo. Dessa forma, conclui-se que as inovações tiveram um maior efeito positivo apenas no mercado interno. A continuidade e um maior aprofundamento do esforço inovativo pode vir a gerar vantagens competitivas que se reflitam em uma maior inserção das empresas do arranjo no mercado externo.

Tabela 26: Impactos das atividades inovativas nas MPEs do APL de confecções de Salvador, 2004-2006.

Descrição	Micro					Pequena				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Aumento da produtividade da empresa	0,0%	7,7%	53,8%	38,5%	0,73	0,0%	0,0%	42,9%	57,1%	0,83
2. Ampliação da gama de produtos ofertados	7,7%	30,8%	23,1%	38,5%	0,62	14,3%	0,0%	42,9%	42,9%	0,69
3. Aumento da qualidade dos produtos	0,0%	0,0%	30,8%	69,2%	0,88	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	1,00
4. Permitiu que a empresa mantivesse a sua participação nos mercados de atuação	7,7%	0,0%	38,5%	53,8%	0,77	0,0%	14,3%	28,6%	57,1%	0,79
5. Aumento da participação no mercado interno da empresa	0,0%	7,7%	38,5%	53,8%	0,79	14,3%	0,0%	28,6%	57,1%	0,74
6. Aumento da participação no mercado externo da empresa	30,8%	23,1%	15,4%	30,8%	0,47	14,3%	28,6%	28,6%	28,6%	0,54
7. Permitiu que a empresa abrisse novos mercados	46,2%	23,1%	15,4%	15,4%	0,32	14,3%	28,6%	57,1%	0,0%	0,43
8. Permitiu a redução de custos do trabalho	46,2%	23,1%	15,4%	15,4%	0,32	14,3%	57,1%	14,3%	14,3%	0,40
9. Permitiu a redução de custos de insumos	30,8%	38,5%	15,4%	15,4%	0,36	14,3%	28,6%	42,9%	14,3%	0,49
10. Permitiu a redução do consumo de energia	54,5%	9,1%	18,2%	18,2%	0,32	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,30
11. Permitiu o enquadramento em regulações e normas padrão relativas ao Mercado Interno	30,8%	15,4%	46,2%	7,7%	0,40	14,3%	42,9%	28,6%	14,3%	0,44
12. Permitiu o enquadramento em regulações e normas padrão relativas ao Mercado Externo	46,2%	15,4%	30,8%	7,7%	0,31	42,9%	28,6%	28,6%	0,0%	0,26

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (N^{\circ} \text{ Empresas no Segmento})$
 Fonte: Pesquisa de Campo

As informações referentes a treinamento e capacitação de recursos humanos deixa evidente que essas ações, independentemente do tamanho das empresas entrevistadas, ocorrem no interior das mesmas ou em cursos técnicos realizados no próprio arranjo produtivo (Tabela 27). Essas informações sugerem que as empresas do arranjo possuem pouca ligação com o ambiente externo, o que de certa forma impede ou dificulta a troca de informações e, sobretudo, do conhecimento tácito.

As MPEs costumam ter dificuldades para absorver mão-de-obra mais qualificada. Essa dificuldade não é diferente no APL. O preocupante é que os empresários consideram a contratação e/ou absorção de técnicos, engenheiros e universitários irrelevantes (Tabela 27).

Como se sabe, a mão-de-obra qualificada é fundamental para otimizar processos, promover inovações e, conseqüentemente, gerar vantagens competitivas dinâmicas para as empresas.

Tabela 27: Atividades de Treinamento e Capacitação de Recursos Humanos das MPEs do APL de Confeccões de Salvador, 2004-2006.

Descrição	Micro					Pequena				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Treinamento na empresa	38,5%	7,7%	38,5%	15,4%	0,69	0,0%	42,9%	42,9%	14,3%	0,53
2. Treinamento em cursos técnicos realizados no arranjo	7,7%	15,4%	30,8%	46,2%	0,07	28,6%	0,0%	42,9%	28,6%	0,54
3. Treinamento em cursos técnicos fora do arranjo	84,6%	7,7%	7,7%	0,0%	0,05	85,7%	14,3%	0,0%	0,0%	0,04
4. Estágios em empresas fornecedoras ou clientes	92,3%	0,0%	7,7%	0,0%	0,00	85,7%	14,3%	0,0%	0,0%	0,40
5. Estágios em empresas do grupo	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,08	85,7%	0,0%	0,0%	14,3%	0,14
6. Contratação de técnicos/engenheiros de outras empresas do arranjos	92,3%	0,0%	0,0%	7,7%	0,00	85,7%	0,0%	14,3%	0,0%	0,09
7. Contratação de técnicos/engrenheiros de empresas fora do arranjo	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00
8. Absorção de formandos dos cursos universitários localizados no arranjo ou próximo	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,22	28,6%	42,9%	0,0%	28,6%	0,41
9. Absorção de formandos dos cursos técnicos localizados no arranjo ou próximo	69,2%	0,0%	23,1%	7,7%	0,22	28,6%	14,3%	42,9%	14,3%	0,44

*Índice = $(0 * N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 * N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 * N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (N^{\circ} \text{ Empresas no Segmento})$

Fonte: Pesquisa de Campo

Devido a importância da informação e do conhecimento para as atividades inovativas, buscou-se averiguar quais seriam as principais fontes de informações para o processo de aprendizagem das empresas. No que se refere às fontes internas de informação, as pequenas empresas dão maior importância aos departamentos de P&D, quando comparadas com as micro empresas. Nesse mesmo quesito, constata-se que, independentemente do tamanho da empresa, as áreas de produção, vendas e *marketing* e os serviços de atendimento ao cliente são considerados de alta importância. Isso pode ser explicado pelo papel que os processos de *learning by doing* e *learning by using* geralmente desempenham nas MPEs (Tabela 28).

Observa-se, na mesma tabela 28, a importância que as empresas entrevistadas designam aos clientes, como fontes externas importantes de informações. Para os empresários, é fundamental entender as necessidades e o ponto de vista dos demandantes de seus produtos. Eles indicaram, ainda, que as empresas associadas, que fazem parte das redes as quais pertencem, possuem alta importância na obtenção de informações que propiciem o aprendizado (Tabela 28). Redes de firmas mostram-se, assim, uma significativa fonte de informação e conhecimento, particularmente o conhecimento tácito.

As universidades e as instituições de pesquisas, teste, ensaios e certificações foram consideradas como de baixa importância para obtenção de informações. Este resultado era esperado na medida em que os empresários indicaram que a proximidade com universidades e centros de pesquisa não era uma vantagem da localização da empresa no APL. A não absorção de universitários também corrobora tal constatação e é um sintoma da distância entre as empresas e as universidades. Ou seja, a interação entre empresas, universidades e centros de pesquisa parece não existir no arranjo.

Já os centros de capacitação profissional foram considerados importantes fontes de informação para o aprendizado, sobretudo para as pequenas empresas (Tabela 28). Aqui, destaca-se o papel do SENAI, com seus cursos de moda, costura e mecânica. O SEBRAE também foi citado, pois ofereceu, durante o período da pesquisa, alguns cursos voltados para a área gerencial.

Uma outra fonte importante de informações para o aprendizado indicada foram as feiras, exposições e lojas. Este resultado pode ter uma dupla interpretação: as empresas utilizam as feiras e exposições para copiar produtos; e/ou usam essas fontes de informações para capturar tendências de mercado. As conferências, seminários, cursos e publicações especializadas também foram consideradas como importantes para obtenção de informações que propiciem aprendizado (Tabela 28).

Tabela 28: Fontes de informação para o aprendizado das MPEs do APL de Confeções de Salvador – 2004/2006

Descrição	Micro					Pequena				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Fontes Internas										
1.1. Departamento de P & D	38,5%	23,1%	0,0%	38,5%	0,45	0,0%	28,6%	14,3%	57,1%	0,74
1.2. Área de produção	0,0%	0,0%	38,5%	61,5%	0,85	0,0%	0,0%	28,6%	71,4%	0,89
1.3. Áreas de vendas e marketing	0,0%	0,0%	23,1%	76,9%	0,91	0,0%	14,3%	14,3%	71,4%	0,84
1.4. Serviços de atendimento ao	0,0%	7,7%	30,8%	61,5%	0,82	0,0%	0,0%	57,1%	42,9%	0,77
2. Fontes Externas										
2.2. Empresas associadas	0,0%	0,0%	42,9%	57,1%	0,83	20,0%	0,0%	20,0%	60,0%	0,72
2.3. Fornecedoros de insumos	46,2%	23,1%	23,1%	7,7%	0,28	14,3%	28,6%	14,3%	42,9%	0,60
2.4. Clientes	0,0%	0,0%	7,7%	92,3%	0,97	14,3%	0,0%	14,3%	71,4%	0,80
2.5. Concorrentes	15,4%	15,4%	46,2%	23,1%	0,55	28,6%	0,0%	28,6%	42,9%	0,60
2.6. Outras empresas do Setor	23,1%	15,4%	46,2%	15,4%	0,48	16,7%	16,7%	33,3%	33,3%	0,58
2.7. Empresas de consultoria	61,5%	7,7%	15,4%	15,4%	0,27	28,6%	28,6%	14,3%	28,6%	0,46
3. Universidades e Outros Institutos de Pesquisa										
3.1. Universidades	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	85,7%	14,3%	0,0%	0,0%	0,04
3.2. Institutos de Pesquisa	92,3%	0,0%	0,0%	7,7%	0,08	85,7%	0,0%	0,0%	14,3%	0,14
3.3. Centros de capacitação	7,7%	15,4%	38,5%	38,5%	0,66	14,3%	0,0%	14,3%	71,4%	0,80
3.4. Instituições de testes, ensaios e	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	85,7%	0,0%	0,0%	14,3%	0,14
4. Outras Fontes de Informação										
4.2. Conferências, Seminários, Cursos	7,7%	0,0%	61,5%	30,8%	0,68	0,0%	0,0%	71,4%	28,6%	0,71
4.3. Feiras, Exibições e Lojas	0,0%	0,0%	7,7%	92,3%	0,97	0,0%	28,6%	0,0%	71,4%	0,80
4.4. Encontros de Lazer	69,2%	7,7%	15,4%	7,7%	0,19	57,1%	42,9%	0,0%	0,0%	0,13
4.5. Associações empresariais locais	23,1%	15,4%	38,5%	23,1%	0,51	28,6%	0,0%	57,1%	14,3%	0,49

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (N^{\circ} \text{ Empresas no Segmento})$
 Fonte: Pesquisa de campo

Como a cooperação é fundamental para o aprendizado interativo e, conseqüentemente, para o processo inovativo, o questionário aplicado tentou capturar se no arranjo estão sendo realizadas atividades cooperativas, os principais atores locais envolvidos nestas atividades, bem como os resultados obtidos.

Tabela 29: Participação em atividades cooperativas das empresas do APL de confeções de Salvador – 2004/2006.

Tamanho da Empresa	Sim	Não	Total
1. Micro	84,6%	15,4%	100,0%
2. Pequena	71,4%	28,6%	100,0%

Fonte: Pesquisa de campo

Das empresas entrevistadas, 84,6% das micro e 71,4% das pequenas afirmaram que realizaram algum tipo de atividade cooperativa (Tabela 29). Entretanto, este resultado deve ser observado com bastante cautela, pois as relações de confiança no APL são muito frágeis. A inovação em APLs costuma requerer cooperação e confiança.

As informações da tabela 30 indicam que as atividades cooperativas no arranjo ainda são incipientes e frágeis. Os principais parceiros de atividades são os clientes, embora as empresas associadas tenham também sido importantes, um possível reflexo da existência de algumas redes de firmas formadas no arranjo. Os concorrentes e outras empresas do setor não são vistos como parceiros importantes das atividades cooperadas, indicando que as empresas do APL encaram o processo concorrencial como uma luta de todos contra todos.

As relações de parceria das empresas com universidades e centro de pesquisa são inexistentes, sendo um pouco relevante com os centros de capacitação profissional. O mesmo ocorre com as entidades sindicais e com os órgãos de apoio e promoção (Tabela 30). Ou seja, apesar das empresas afirmarem ter realizado atividades cooperativas, a pesquisa de campo não conseguiu capturar de forma clara quais os principais parceiros destas atividades, a não ser os clientes das empresas.

Tabela 30: Principais parceiros de atividades cooperativas das MPEs do APL de confecções de Salvador – 2004/2006

Agentes	Micro					Pequena				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Empresas										
1.2. Empresas associadas	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,69	0,0%	0,0%	20,0%	80,0%	0,66
1.3. Fornecedores de insumos	45,5%	9,1%	0,0%	45,5%	0,41	0,0%	20,0%	60,0%	20,0%	0,44
1.4. Clientes	0,0%	0,0%	9,1%	90,9%	0,82	0,0%	20,0%	20,0%	60,0%	0,56
1.5. Concorrentes	0,0%	63,6%	36,4%	0,0%	0,35	0,0%	60,0%	40,0%	0,0%	0,30
1.6. Outras empresas do setor	0,0%	72,7%	18,2%	9,1%	0,35	0,0%	60,0%	40,0%	0,0%	0,30
1.7. Empresas de consultoria	18,2%	45,5%	27,3%	9,1%	0,33	40,0%	20,0%	40,0%	0,0%	0,21
2. Universidades e Institutos de Pesquisa										
2.1. Universidades	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00
2.2. Institutos de pesquisa	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	60,0%	0,0%	0,0%	40,0%	0,29
2.3. Centros de capacitação profissional de assistência técnica e de manutenção	9,1%	0,0%	36,4%	54,5%	0,65	0,0%	0,0%	40,0%	60,0%	0,60
2.4. Instituições de testes, ensaios e certificações	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	60,0%	0,0%	20,0%	20,0%	0,23
3. Outros Agentes										
3.1. Representação	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00
3.2. Entidades Sindicais	18,2%	0,0%	36,4%	45,5%	0,57	0,0%	20,0%	0,0%	80,0%	0,61
3.3. Órgãos de apoio e promoção	9,1%	0,0%	36,4%	54,5%	0,65	0,0%	20,0%	0,0%	80,0%	0,61
3.4. Agentes financeiros	36,4%	18,2%	27,3%	18,2%	0,34	0,0%	20,0%	40,0%	40,0%	0,50

*Índice = (0*Nº Nulas + 0,3*Nº Baixas + 0,6*Nº Médias + Nº Altas) / (Nº Empresas no Segmento)
 Fonte: Pesquisa de campo

Em virtude das frágeis relações horizontais entre as empresas do APL, as formas de cooperação realizadas mostraram-se bastante restritas. Elas se restringem, sobretudo, as reivindicações, participação conjunta em feiras e a capacitação de recursos humanos. Para as micro empresas, o desenvolvimento de produtos e processos e o desenho e estilo dos produtos foram considerados como sendo importantes formas de cooperação realizada (Tabela 31).

Tabela 31: Formas de cooperação das MPEs do APL de Confecções de Salvador.

Descrição	Micro					Pequena				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Compra de insumos e equipamentos	45,5%	9,1%	9,1%	36,4%	0,38	20,0%	80,0%	0,0%	0,0%	0,17
2. Venda conjunta de produtos	36,4%	18,2%	18,2%	27,3%	0,37	0,0%	60,0%	40,0%	0,0%	0,30
3. Desenvolvimento de Produtos e processos	18,2%	9,1%	18,2%	54,5%	0,58	0,0%	40,0%	60,0%	0,0%	0,34
4. Design e estilo de Produtos	9,1%	9,1%	9,1%	72,7%	0,68	0,0%	20,0%	60,0%	20,0%	0,44
5. Capacitação de Recursos Humanos	18,2%	18,2%	18,2%	45,5%	0,52	0,0%	20,0%	40,0%	40,0%	0,50
6. Obtenção de financiamento	81,8%	0,0%	9,1%	9,1%	0,12	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00
7. Reivindicações	18,2%	0,0%	18,2%	63,6%	0,63	0,0%	0,0%	20,0%	80,0%	0,66
8. Participação conjunta em feiras,	18,2%	9,1%	9,1%	63,6%	0,61	0,0%	20,0%	0,0%	80,0%	0,61

*Índice = $(0 * N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 * N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 * N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (N^{\circ} \text{ Total de Empresas})$

Fonte: Pesquisa de campo

Os resultados das ações conjuntas, de acordo com a percepção das empresas que afirmaram desenvolver atividades cooperativas, também são restritos e não muito significativos. A melhoria na qualidade dos produtos e processos, maior capacitação de recursos humanos e a introdução de inovações organizacionais foram apontados como os mais relevantes (Tabela 32).

Tabela 32: Resultados das ações conjuntas no APL de confecções de Salvador

Descrição	Micro					Pequena				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Melhoria na qualidade dos produtos	27,3%	18,2%	0,0%	54,5%	0,51	0,0%	16,7%	83,3%	0,0%	0,47
2. Desenvolvimento de novos produtos	36,4%	18,2%	9,1%	36,4%	0,40	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,39
3. Melhoria nos processos produtivos	27,3%	9,1%	9,1%	54,5%	0,53	0,0%	33,3%	33,3%	33,3%	0,54
4. Melhoria nas condições de fornecimento dos produtos	36,4%	9,1%	9,1%	45,5%	0,45	16,7%	33,3%	50,0%	0,0%	0,34
5. Melhor capacitação de recursos humanos	27,3%	18,2%	9,1%	45,5%	0,48	16,7%	0,0%	50,0%	33,3%	0,54
6. Melhoria nas condições de comercialização	36,4%	9,1%	9,1%	45,5%	0,45	33,3%	0,0%	50,0%	16,7%	0,40
7. Introdução de inovações organizacionais	18,2%	27,3%	0,0%	54,5%	0,53	16,7%	16,7%	33,3%	33,3%	0,50
8. Novas oportunidades de negócios	27,3%	18,2%	18,2%	36,4%	0,45	16,7%	16,7%	50,0%	16,7%	0,44
9. Promoção de nome/marca da empresa no mercado nacional	45,5%	9,1%	9,1%	36,4%	0,38	33,3%	33,3%	33,3%	0,0%	0,26
10. Maior inserção da empresa no mercado externo	63,6%	0,0%	9,1%	27,3%	0,28	50,0%	33,3%	16,7%	0,0%	0,17

*Índice = $(0 \times N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \times N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \times N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) \div (N^{\circ} \text{ Total de Empresas})$

Fonte: Pesquisa de campo

A importância dos processos de treinamento e aprendizagem foi avaliada como baixa ou média pelas empresas entrevistadas. Ao analisar os índices da tabela 33, observa-se que para as micro empresas, a capacitação para realização de mudanças e melhorias em produtos e processos, bem como para o desenvolvimento dos mesmos, foram considerados como os resultados mais importantes dos processos de treinamento e aprendizagem. Já para as pequenas empresas, o maior conhecimento do mercado de atuação e a melhor capacitação administrativa foram os resultados mais expressivos desses processos.

Tabela 33: Resultados dos processos de treinamento e aprendizagem no APL de Confeções de Salvador.

Descrição	Micro					Pequena				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Melhor utilização de técnicas produtivas, equipamentos, insumos e componentes	15,4%	30,8%	38,5%	15,4%	0,48	14,3%	42,9%	42,9%	0,0%	0,39
2. Maior capacitação para realização de modificações e melhorias em produtos e processos	7,7%	23,1%	46,2%	23,1%	0,58	0,0%	42,9%	57,1%	0,0%	0,47
3. Melhor capacitação para desenvolver novos produtos e processos	7,7%	15,4%	53,8%	23,1%	0,60	14,3%	28,6%	57,1%	0,0%	0,43
4. Maior conhecimento sobre as características dos mercados de atuação da empresa	7,7%	38,5%	23,1%	30,8%	0,56	0,0%	28,6%	57,1%	14,3%	0,57
5. Melhor capacitação administrativa	7,7%	38,5%	23,1%	30,8%	0,56	14,3%	14,3%	57,1%	14,3%	0,53

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (N^{\circ} \text{ Empresas no Segmento})$
 Fonte: Pesquisa de Campo

A incipiente e limitada interatividade entre os atores locais do APL reflete, dessa forma, nos resultados bastante tímidos das ações conjuntas e dos processos de treinamento e aprendizagem. Assim, evidencia-se que os atores locais ainda não entenderam a importância da interatividade e dos processos de aprendizagem e treinamento como instrumentos que podem gerar inovações e ganhos competitivos no APL.

5.3 O APL DE CONFECÇÕES DE FEIRA DE SANTANA

5.3.1. Características Gerais

Feira de Santana é o maior município do interior da Bahia, possuindo uma população estimada de aproximadamente 535 mil habitantes (SEI, 2008). Por sediar um dos maiores entroncamentos de rodovias estaduais e federais do país e o maior do Norte/Nordeste, um intenso fluxo de mercadorias e de pessoas passa pela região.

A origem do APL local se deve à iniciativa do Sindicato das Indústrias do Vestuário de Feira de Santana e Região (SINDVEST/FSA), que concebeu um projeto para a constituição do “Pólo de Logística das Indústrias de Confeções de Feira de Santana e Região” (POLICON). Com base no POLICON, o SINDVEST/FSA procurou estabelecer parcerias institucionais, como a firmada entre os governos municipal e estadual para a concessão temporária das instalações do antigo CASEB e da Cesta do Povo. Em 2003, o APL ganhou o reforço institucional da Rede de Apoio aos Arranjos Produtivos Locais do Estado da Bahia.

A indústria de confeções de Feira de Santana é formada, na sua maioria, por micro e pequenas empresas. Em 2006, eram 192 micro empresas de um total de 220 empreendimentos formais. A maior concentração das empresas do segmento (75%) se dava na produção de confecção de peças do vestuário (exceto roupas íntimas, blusas, camisas) (Tabela 34).

Tabela 34: Setor e Tamanho das Empresas de Confeções de Feira de Santana-Ba, segundo o número de empregados - 2006

Tamanho	Classificação das empresas				Total
	Confeção de roupas íntimas	Confeção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	Confeção de roupas profissionais	Fabricação de acessórios do vestuário, exceto para segurança e proteção	
Micro empresas	25	141	10	16	192
Pequena empresa	0	18	1	2	21
Média empresa	0	6	1	0	7
Total	25	165	12	18	220

Fonte: RAIS, 2006

As empresas do arranjo foram majoritariamente constituídas com capital local familiar, usam recursos próprios, tanto para inversões fixas quanto para capital de giro, e são gerenciadas por proprietários e/ou familiares (apenas 2% possuíam gerentes contratados). Além disto, o tempo de vida de $\frac{3}{4}$ dessas empresas não ultrapassava uma década (SENSU CONSULTORIA ORGANIZACIONAL, 2004).

O número de ocupados na indústria de confeções de Feira de Santana era, em 2006, de 2.148 pessoas, das quais 82,5% estavam alocadas na confecção de peças do vestuário (exceto roupas íntimas, blusas, camisas). A escolaridade média era o 2º grau completo (56%) e a renda média era de R\$ 404,00 (RAIS, 2006).

A evolução do número de empregos acompanha a do segmento no estado: queda entre 2000 e 2002 e forte expansão a partir de 2003, puxada, principalmente, pelo segmento de confecções de peças do vestuário (Gráfico 13)

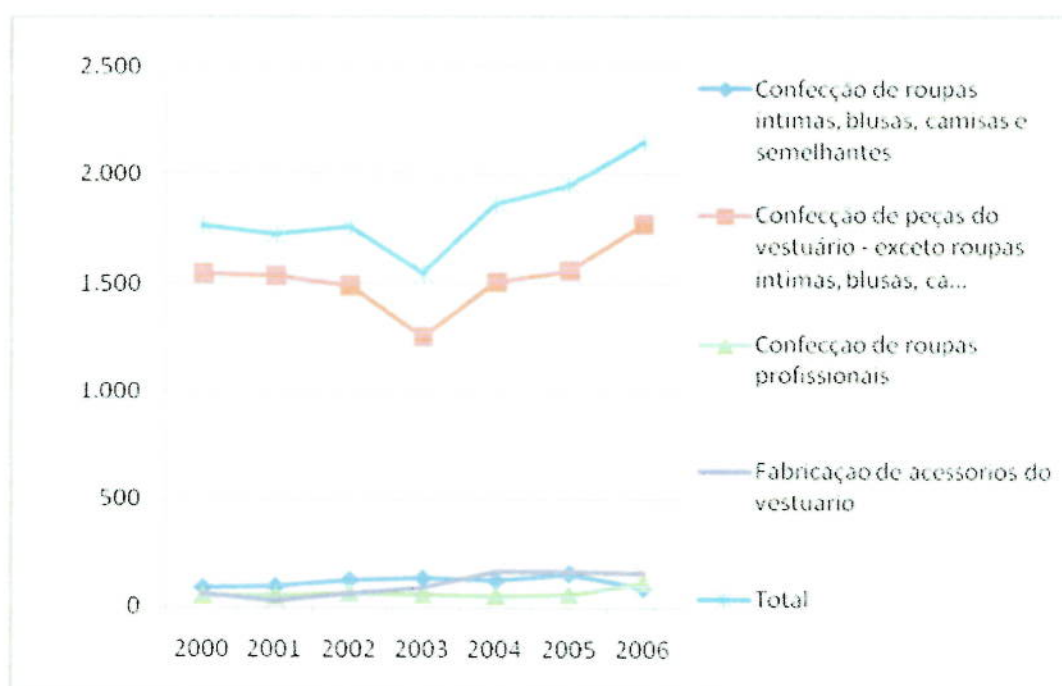


Gráfico 13: Pessoal Ocupado nas Empresas de Confecções de Feira de Santana-BA, 2000 a 2006

Fonte: RAIS/TEM 2000-2006

As principais linhas de produção do APL são vestuários de moda feminina (39%), confecções em geral (36%), moda infantil (25%); fardamentos (22%) e moda masculina (17%). O fato de uma grande parte das empresas produzir confecções em geral denota baixa especialização. A produção se destina, principalmente, ao mercado local (55%), Salvador (46%) e outras regiões do estado (47%). No entanto, um número não desprezível dos empreendimentos já consegue exportar parte de seus produtos para outros estados brasileiros (37%). Os principais fornecedores estão localizados nas regiões Sul e Sudeste, principalmente para o suprimento de tecidos planos e malharias (66%) (SENSU CONSULTORIA ORGANIZACIONAL, 2004; p.29). Ainda segundo esta mesma fonte, o faturamento médio mensal de quase um terço das firmas é de até R\$ 5 mil. Apenas 10% tinham faturamento médio mensal acima de R\$ 100 mil. O mercado consumidor dos produtos do arranjo é Feira de Santana, Salvador e os municípios do interior do estado. Poucas

empresas escoam sua produção para outros estados brasileiros. Cerca de 70% das empresas realizam suas vendas diretamente na fábrica. O prazo médio de entrega dos produtos é de até 15 dias.

Uma característica singular do APL Feira de Santana é que um número relevante de empresas produz diretamente para outras empresas do próprio arranjo. São atividades de facção, corte, costura, acabamento, molde e bordado. Esta relação é, normalmente, informal. Uma vantagem comparativa deriva de sua localização espacial, um importante entroncamento rodoviário, o que torna o APL referência para diversos municípios.

A pesquisa de campo em Feira de Santana foi realizada com 22 empresas, distribuídas de acordo com seu tamanho (Tabela 35).

Tabela 35: Porte das empresas da amostra do APL de confecções de Feira de Santana.

Tamanho das Empresas	Nº de Empresas entrevistadas		Nº de Empregados nas empresas entrevistadas	
		%		%
1. Micro	15	68,20%	208	38,80%
2. Pequena	7	31,80%	328	61,20%
Total	22	100,00%	536	100,00%

Fonte: Pesquisa de Campo

De acordo com as empresas entrevistadas, a infra-estrutura física do arranjo e a proximidade com clientes e fornecedores são as principais vantagens locacionais do APL. Elas apontaram uma grande dificuldade: pouca disponibilidade de mão-de-obra qualificada para o segmento de confecções (Tabela 36). Essa dificuldade é um grande entrave para o crescimento do segmento, segundo os entrevistados. Corroborando tal constatação a Sensus Consultoria Organizacional (2004) considera que este problema estrutural é o que merece maior atenção no APL de confecções de Feira de Santana. Para complicar, o SENAI local não disponibiliza nenhum curso regular para o setor de confecções.