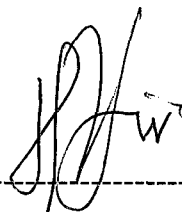


UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

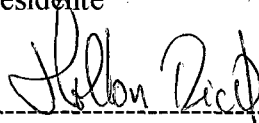
A Banca Examinadora resolveu a nota... 9,0 a **aluna Tatiana Reichelt Ferreira**
na Disciplina CNM 5420 - Monografia, pela apresentação deste trabalho.

Banca Examinadora :



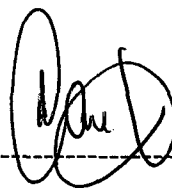
Prof. Hoyêdo Nunes Lins

Presidente



Prof.

Membro



Prof.

Membro

AGRADECIMENTOS

À minha família, que com compreensão me apoiou e compartilhou momentos de angústia e alegria ao longo do trabalho e sua dedicação dispensada no decorrer de minha vida.

Ao meu namorado, Carlos Alberto Lopes, pelo apoio e dedicação ao longo deste trabalho.

Ao Professor Doutor Hoyêdo Nunes Lins, pela dedicação e desprendimento que tornou possível a realização deste trabalho.

A todas entidades e órgãos visitados e à D. Ninita Muniz que, de alguma forma, auxiliaram na elaboração desta Monografia.

SUMÁRIO

LISTA DE ANEXOS	VII
LISTA DE FIGURAS	VIII
LISTA DE QUADROS	IX
LISTA DE TABELAS	X
RESUMO	XIII

CAPÍTULO I

1. O PROBLEMA.....	14
1.1 Introdução.....	14
1.2 A Formulação da Situação Problema.....	16
1.3 Objetivos.....	17
1.3.1. Geral.....	17
1.3.2. Específico.....	18
1.4 Metodologia.....	18

CAPÍTULO II

2. A INDÚSTRIA DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO NO MUNDO E NO BRASIL: TENDÊNCIAS RECENTES.....	19
2.1 Aspectos da Produção de Artigos do Vestuário em Termos Internacionais.....	19
2.2 A Indústria de Confeções no Brasil.....	22
2.2.1 Perfil Empresarial e Organização Produtiva: Algumas Notas.....	22
2.2.2 Questões de Tecnologia.....	24
2.3 A Liberação Comercial e a Indústria de Confeções No Brasil.....	26

CAPÍTULO III

3. SANTA CATARINA COMO ESTADO PRODUTOR DE ARTIGOS

DO VESTUÁRIO.....	30
3.1 Notas Sobre a Evolução do Setor Têxtil-Vestuário em Santa Catarina no Período 1980 - 1990.....	30
3.2 Restruturação Produtiva e Mudanças no Trabalho No Setor Têxtil-Vestuário Catarinense.....	31
3.2.1 Indústria do Vestuário: Modernização, Inovações Tecnológicas.....	32
3.2.2 Terceirização.....	33
3.2.3 Restruturação Produtiva e Diminuição do Emprego.....	34
3.2.4 Qualificação e Condições De Trabalho.....	34
3.2.5 Questões com Relação ao Meio-Ambiente.....	35
3.3 Núcleos Produtores do Estado.....	35
3.3.1 Microrregião de Joinville.....	36
3.3.2 Microrregião de Blumenau.....	38
3.3.3 Microrregião de Itajaí.....	42
3.3.4 Microrregião de Florianópolis.....	42
3.3.5 Microrregião de Tubarão.....	43
3.3.6 Microrregião de Criciúma.....	43
3.3.7 Microrregião de Araranguá.....	45

CAPÍTULO IV

4. O PÓLO VESTUARISTA DE FLORIANÓPOLIS.....	48
4.1 Antecedentes e Evolução.....	48
4.1.1 Período de Instalação e Aspectos da Administração de Algumas Empresas de Confecções da Região de Florianópolis.....	50
4.1.2 Idade dos Equipamentos e Nível de Informatização das Empresas do Setor.....	52
4.1.3 Principais Matérias-Primas e sua Origem.....	53
4.1.4 Mercados.....	55
4.1.5 Problemas Enfrentados pelo Empresariado na Comercialização dos Produtos e na Administração das Empresas.....	56
4.1.6 Formas de Acompanhar as Tendências da Moda.....	59

4.2 ASSINVEST : Objetivo e Realização.....	61
4.2.1 Escola Profissionalizante.....	61
4.4.2 Centros de Moda	62
4.2.2.1 Outlet.....	63
4.2.3 Estratégias de Modernização, por Parte da Assinvest, para o Setor do Vestuário da Região de Florianópolis.....	67
4.3 Situação Atual de Algumas Firms de Confeção da Grande Florianópolis.....	68
4.3.1 Surgimento, Evolução e Faturamento.....	69
4.3.2 Produção.....	69
4.3.3 Questões Ligadas à Comercialização de Produtos e Insumos.....	71
4.3.4 Investimento e Tecnologia.....	72
4.3.5 Impacto da Abertura Comercial do Brasil.....	73
CAPÍTULO V	
5. CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES	
5.1 Conclusão.....	75
5.2 Recomendações	76
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	78
ANEXOS	84

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 01 - PESQUISA DIRETA ÀS INDÚSTRIAS DE CONFECÇÕES DA GRANDE FLORIANÓPOLIS	84
---	-----------

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01 - MAPA : MICRORREGIÕES DO ESTADO DE SANTA CATARINA	47
FIGURA 02 - COOPERATIVA	59

LISTA DE QUADROS

QUADRO 01 - ESTRUTURA E CONCENTRAÇÃO INDUSTRIAL DOS PRINCIPAIS PÓLOS - 1985(%)	31
---	----

LISTA DE TABELAS

TABELA 01 - INTERVALOS DE EMPREGOS DIRETOS POR EMPRESAS.....	22
TABELA 02 - IDADE DOS PRINCIPAIS EQUIPAMENTOS DA INDÚSTRIA DO VESTUÁRIO EM PESQUISA REALIZADA EM ALGUMAS EMPRESAS BRASILEIRAS - 1993.....	24
TABELA 03 - IDADE MÉDIA DO PARQUE INDUSTRIAL (EM %).....	25
TABELA 04 - PRINCIPAIS DIFICULDADES DO SETOR TÊXTIL-VESTUÁRIO (EM %).....	28
TABELA 05 - ALTERNATIVAS PARA SOLUCIONAR OS PRINCIPAIS PROBLEMAS E PARA CONSOLIDAR O NEGÓCIO, CONFORME ESCOLHAS FEITAS PELAS EMPRESAS PESQUISADAS (EM %).....	37
TABELA 06 - ALGUMAS EMPRESAS TÊXTEIS QUE DESTACAM-SE EM JARAGUÁ DO SUL.....	38
TABELA 07 - ALGUMAS EMPRESAS TÊXTEIS QUE DESTACAM-SE EM BLUMENAU.....	39
TABELA 08 - ALTERNATIVAS PARA SOLUCIONAR OS PRINCIPAIS PROBLEMAS E PARA CONSOLIDAR O NEGÓCIO, CONFORME ESCOLHAS FEITAS PELAS EMPRESAS PESQUISADAS (EM %).....	41
TABELA 09 - ALTERNATIVAS PARA SOLUCIONAR OS PRINCIPAIS PROBLEMAS E PARA CONSOLIDAR O NEGÓCIO, CONFORME ESCOLHAS FEITAS PELAS EMPRESAS PESQUISADAS (EM %).....	44
TABELA 10 - ALTERNATIVAS PARA SOLUCIONAR OS PRINCIPAIS PROBLEMAS E PARA CONSOLIDAR O NEGÓCIO, CONFORME ESCOLHAS FEITAS PELAS EMPRESAS PESQUISADAS (EM %).....	45

TABELA 11 - ALTERNATIVAS PARA SOLUCIONAR OS PRINCIPAIS PROBLEMAS E PARA CONSOLIDAR O NEGÓCIO, CONFORME ESCOLHAS FEITAS PELAS EMPRESAS PESQUISADAS (EM %)	46
TABELA 12 - PERÍODO DE INSTALAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DE CONFECÇÕES EM FLORIANÓPOLIS	51
TABELA 13- ADMINISTRAÇÃO DAS EMPRESAS	52
TABELA 14- NÚMERO DE EMPRESAS QUE OPTARAM PELA PROFSSIONALIZAÇÃO	52
TABELA 15- IDADE MÉDIA DAS MÁQUINAS / EQUIPAMENTOS	53
TABELA 16 -NÚMERO DE EMPRESAS QUE UTILIZAM INFORMATIZAÇÃO / SISTEMA PRÓPRIO	53
TABELA 17 - PRINCIPAIS MATÉRIAS-PRIMAS UTILIZADAS	54
TABELA 18 - ORIGEM DAS MATÉRIAS-PRIMAS UTILIZADAS NA PRODUÇÃO	55
TABELA 19 - DESTINO DAS VENDAS DOS PRINCIPAIS PRODUTOS	55
TABELA 20 - CARACTERÍSTICAS DOS MERCADO DE VENDAS, SEGUNDO AS FIRMAS	56
TABELA 21 - PRINCIPAIS PROBLEMAS ENFRENTADOS NA COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS	56
TABELA 22 - PRINCIPAIS PROBLEMAS ENCONTRADOS NA ADMINISTRAÇÃO DAS EMPRESAS	58
TABELA 23 - FORMAS QUE A EMPRESA UTILIZA PARA ACOMPANHAR AS TENDÊNCIAS DA MODA E DE MODERNIZAÇÃO	60
TABELA 24 - FORMAÇÃO ESPECÍFICA DO RESPONSÁVEL PELO PLANEJAMENTO DA COLEÇÃO	60
TABELA 25 - ALTERNATIVAS PARA SOLUCIONAR OS PRINCIPAIS PROBLEMAS E PARA CONSOLIDAR O NEGÓCIO, CONFORME ESCOLHAS FEITAS PELAS EMPRESAS PESQUISADAS (EM %)	64

TABELA 26 - ALTERNATIVAS PARA SOLUCIONAR OS PRINCIPAIS PROBLEMAS E PARA CONSOLIDAR O NEGÓCIO, CONFORME AS ESCOLHAS FEITAS PELAS EMPRESAS PESQUISADAS (EM %)	65
TABELA 27 - ALTERNATIVAS PARA SOLUCIONAR OS PRINCIPAIS PROBLEMAS E PARA CONSOLIDAR O NEGÓCIO, CONFORME AS ESCOLHAS FEITAS PELAS EMPRESAS PESQUISADAS (EM %)	66
TABELA 28 - FATURAMENTO ANUAL(1996)	69
TABELA 29 - PRINCIPAIS LINHAS DE PRODUÇÃO	70
TABELA 30 - PRINCIPAIS ATIVIDADES SUBCONTRATADAS	71
TABELA 31 - PESSOAL OCUPADO	71
TABELA 32 - INVESTIMENTOS REALIZADOS NO PERÍODO 1990/1997	73

RESUMO

A abertura da economia brasileira, a partir dos anos 90, passa a determinar a necessidade da reestruturação produtiva por parte das empresas nacionais. No que diz respeito à indústria do vestuário, o incremento das importações provocou um processo de fragilização no setor.

Neste contexto, as confecções do Estado de Santa Catarina também passam por dificuldades oriundas dessa mudança na política econômica, que se traduzem na queda nas vendas, redução dos postos de trabalho e, no limite, no fechamento de muitas empresas.

Assim, o presente estudo visa focar a indústria do vestuário da região de Florianópolis, descrevendo sua trajetória, bem como suas reações, perspectivas e possibilidades de expansão frente a acirrada competição de produtos similares de origem asiática, por exemplo, da China.

CAPITULO I

O PROBLEMA

1.1 Introdução

Podem ser percebidas características similares na indústria do vestuário, tanto no Mundo quanto no Brasil, como por exemplo: diversidade nos tipos de artigos do vestuário fabricados, diversidade com relação ao mercado consumidor e a respeito dos níveis tecnológicos dos equipamentos utilizados nas diferentes unidades fabris.

Tal setor é conhecido por registrar grande heterogeneidade sobretudo entre as empresas, no próprio interior das empresas em função de uma prática comum de apresentar equipamentos de diferentes gerações que operam numa mesma planta fabril.

A partir dos anos 70, a indústria do vestuário testemunha notável desempenho de países do Sudeste asiático no cenário internacional do setor. Operando com base em custos salariais situados entre os mais baixos do mundo, a China, por exemplo, foi considerado concorrente em potencial dos confeccionistas nacionais, principalmente nos anos 90. Tal fato deve-se à redução das alíquotas de importação e à abertura comercial, que geraram um grande consumo de importados. Desta forma, o aumento das importações de tecidos vem afetando negativamente as indústrias do vestuário no Brasil já que estes produtos são fabricados a um custo menor e passam a serem vendidos no mercado interno.

Sendo Santa Catarina um Estado consagrado em nível nacional como grande Pólo Vestuarista, também constata impactos negativos bastante pronunciados referentes à liberalização comercial do país. De modo geral, as empresas de confecções catarinenses enfrentaram problemas como: concorrência desleal de produtos similares de origem asiática, quedas nas vendas, alto custo com mão-de-obra, redução dos níveis de emprego e elevadas taxas de juros bancárias.

Neste trabalho, busca-se estudar a trajetória do Pólo do Vestuário da Região de Florianópolis para identificar as estratégias adotadas e as perspectivas, das empresas frente ao novo quadro econômico brasileiro, com a abertura comercial.

O Capítulo II encarrega-se de expor, em breves palavras, algumas características da indústria vestuarista no Brasil: seu perfil organizacional, empresarial e tecnológico, assim como, a implementação de estratégias adequadas ao novo perfil global da economia por parte do empresariado nacional.

O Capítulo III tem como objetivo central focar Santa Catarina como produtor do vestuário direcionando-se primeiramente, a sua reestruturação produtiva e mudanças no seu setor vestuarista.

Historicamente, Santa Catarina é um dos Estados brasileiros, que mais se destaca na indústria do vestuário superando, por exemplo, Minas Gerais.

O Estado caracteriza-se por apresentar deste micro até grandes empresas que representam este setor ao longo de seu território. O município de Blumenau é o que tem a maior importância, no setor vestuarista em Santa Catarina. Além disso, é um dos maiores Pólos Têxteis e de Confeções do Mundo agregando empresas de prestígio nacional e internacional.

Buscar-se-á ainda, efetuar breves comentários sobre as sete microrregiões do Estado que, de alguma maneira, tem no setor do vestuário uma importante fonte de aplicação de recursos.

É no Capítulo IV que as atenções são direcionadas ao Pólo do Vestuário de Florianópolis, apresentando sua história, características produtivas e administrativas, assim como, questões relacionadas às entidades que contribuíram e contribuem para seu crescimento.

Por apresentar uma vocação turística e por possuir uma ecologia frágil, não compatível com a indústria de transformação de grande porte, a Ilha opta pela indústria do vestuário como alternativa não poluente e geradora de empregos. É na década de 80 que os confeccionistas locais, (com a colaboração da Prefeitura Municipal) reuniram-se e criaram a Indústria do Vestuário de Florianópolis.

Sob a liderança da ASSINVEST - Associação das Indústrias do Vestuário da Grande Florianópolis e em parceria com órgãos institucionais como o SEBRAE, UDESC e empresariado local, foi possível no transcorrer dos anos, medidas de modernização entre elas: Escola Profissionalizante e Centros de Moda.

Na seqüência do referido Capítulo procurar-se-á verificar quais as possibilidades do Pólo de Florianópolis frente à abertura comercial do Brasil.

Neste propósito, através de entrevistas diretas feitas à algumas empresas confeccionistas da Grande Florianópolis, pode-se fornecer ao referido estudo o perfil destas empresas no ano de 1997.

1.2 Formulação da Situação Problema

É cada vez mais presente no contexto brasileiro, nos últimos anos, a ampliação do grau de abertura comercial. Neste sentido a situação problema consiste em verificar os problemas e possibilidades do setor do vestuário na atual economia brasileira com relação a liberalização comercial.

Conforme GOULARTI FILHO (1995, p.1), em função de uma iniciativa da Região Sul do Estado, no final dos anos 60, nascia a fabricação de algumas etiquetas por parte de atacadistas de Criciúma (SC). Já nos anos 80, a indústria do vestuário, na maioria formada por micro empresas, produziam 42 milhões de peças ao ano na região de Criciúma.

Conforme dados do referido autor, a região de Criciúma começa a se desenvolver como Pólo Vestuarista em Santa Catarina na década de 80.

No entender de COUTINHO (1994, p.68), a integração da economia mundial aponta algumas tendências como a transformação dos métodos de produção, as inovações nas formas de gestão e da organização empresarial e a emergência de novas formas de concorrência entre grupos de empresas. Se observa que é de suma importância a tentativa de evitar condições desse de penetração de produtos importados onde se constata a falta de qualidade dos produtos brasileiros contra os altos patamares de competição atingidos pela indústria do Sudeste asiático.

Segundo HAGUENAUER (1996, p.205), entre 1980 e 1994, a grande novidade é o crescimento acentuado das importações. Assim, as empresas não localizadas no país estão se tornando uma ameaça para as empresas locais. Em 1993 se verificou que as compras externas cresceram 60%.

De acordo com o mesmo autor, o acontecimento dos anos 90 é caracterizado pela integração econômica com os países do Cone Sul, o Mercosul. Empresas com produtos similares enfrentarão acirrada concorrência.

Acredita o mesmo autor que, “o Mercosul pode ser considerado como fonte de oportunidade de crescimento para aquelas empresas que conseguiram desenvolver as capacitações empresariais para atuar neste espaço regional”, (HAGUENAUER, 1996, p.206).

Neste sentido, com as baixas barreiras à entrada de produtos estrangeiros, a produção e comercialização agressivas de Países asiáticos reduzem a capacidade de resposta das empresas e do Governo brasileiro. Na verdade, esta parece ser uma questão de reorientação dos padrões operacionais a fim de conquistar maior parcela do mercado consumidor.

Para SCHERER & CAMPOS (1993, p.230), o notável desempenho da China se deve à disponibilidade de matérias-primas e os custos secundários dentre os menores do mundo. Neste contexto, ela atua no segmento de produtos de menor preço, onde vem crescendo seus níveis de exportação. Os países do Sudeste asiático contam com o forte apoio creditício para a incorporação de equipamentos modernos à produção. É neste contexto que as empresas do setor do vestuário da Grande Florianópolis devem explorar oportunidades em busca de uma nova trajetória tecnológica.

Conforme observa o mesmo autor, sugere-se um planejamento que visa uma situação agressiva das empresas do setor do vestuário ao encontro de medidas que levem à uma redução das desvantagens frente ao produto asiático, via modernização tecnológica e difusão de novos equipamentos.

Em suma, este cenário é caracterizado pela problemática que se verifica mediante à baixa competitividade dos produtos do vestuário da Grande Florianópolis, frente à acirrada concorrência do mercado asiático. Indaga-se como as empresas devem agir mediante aos seus escassos recursos econômicos e quais as estratégias compatíveis com a realidade.

Justifica-se com a presente pesquisa o seguinte questionamento: como será as estratégias de reorganização das empresas do Vestuário em Florianópolis com a concorrência relacionada aos Países asiáticos e ao Mercosul em relação aos níveis de produção, de preço, emprego e investimento ?

1.3 Objetivos

1.3.1 Geral

Descrever a trajetória do setor do vestuário em Florianópolis e examinar a reação das empresas, face a entrada no mercado de produtos similares oriundos do exterior, tentando vislumbrar perspectivas de expansão do setor em nível local.

1.3.2 Específicos

- 1) Examinar a trajetória do Pólo do Vestuário da Região de Florianópolis, levantando número de empregados e mercado concorrente;
- 2) Analisar os problemas e possibilidades do setor do vestuário no atual quadro macroeconômico brasileiro com a abertura do mercado;
- 3) Levantar as estratégias em curso e previstas, por parte das empresas, frente às mudanças de marco regulatório no Brasil, com vistas ao fortalecimento do setor na região da Grande Florianópolis.

1.4 Metodologia

A metodologia do trabalho a ser realizado terá como base pesquisas bibliográficas de fontes secundárias de dados e, posteriormente entrevistas realizadas em algumas empresas associadas a ASSINVEST - Associação das Indústrias do Vestuário da Grande Florianópolis.

Os questionários, para obtenção de dados de fonte primária, foram aplicados em empresas localizadas na região da Grande Florianópolis(SC). Utilizar-se-á de tratamento estatístico na tabulação dos questionários.

O trabalho também conta com a contribuição de alguns órgãos institucionais como a FIESC, o SEBRAE, o DIEESE e outros tantos.

De posse das informações das entrevistas será possível expor a trajetória, a situação atual do Pólo do Vestuário e suas perspectivas futuras em termos de análises interpretativas.

CAPÍTULO II

A INDÚSTRIA DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO NO MUNDO E NO BRASIL : TENDÊNCIAS RECENTES.

O setor do vestuário brasileiro apresenta algumas características que são notadas também no contexto internacional. O setor destaca-se pela possibilidade de divisão do processo produtivo entre unidades diferentes e pelos níveis tecnológicos muito díspares entre as empresas. A heterogeneidade é regra, pois, em função das diferentes plantas (espaço físico) apresentados pelas empresas, há distintos níveis de capacitação, desempenho e produtividade (BASTOS, 1993). As últimas décadas assistem a um intenso processo de reestruturação do complexo têxtil-vestuário em escala mundial.

Assim sendo, passa-se a seguir a abordar alguns aspectos relevantes ocorridos na indústria do vestuário nas economias internacional e nacional.

2.1 Aspectos da Produção de Artigos do Vestuário em Termos Internacionais

A indústria do vestuário é caracterizada, em termos internacionais, como atividade econômica que apresenta uma vasta diferenciação tanto nos tipos de produtos fabricados quanto no que se refere ao mercado consumidor que atinge.

A diversidade de tipos de produtos é grande. Parte da relação inclui : roupas íntimas, roupas de dormir, roupas de praia / banho, roupas de lazer, roupas sociais, roupas infantis, meias / malhas, artigos de cama, mesa e banho, etc.

Sua clientela diversifica-se quanto ao nível de renda, à faixa etária, ao padrão de cultura e a outras tantas variáveis. Porém o principal público alvo da indústria do vestuário são as mulheres entre 20 e 40 anos. É nesta fase que elas ingressam no mercado de trabalho e passam efetivamente a adquirir bens para elas e para a família. Os artigos do vestuário consistem em fração importante desses bens.

É desde os anos 70 que a indústria do vestuário testemunha o notável desempenho do Sudeste asiático no cenário internacional do setor. Neste quadro global, é possível observar os mais diversos estilos de disputas para sobressair no setor vestuarista. Cada país se arma com aquilo que lhe é mais favorável à atual concorrência.

Os países desenvolvidos tendem a lançar mão dos mais altos avanços tecnológicos. Já aos países em desenvolvimento resta a vantagem de possuir uma grande reserva de mão-de-obra barata e disposta a trabalhar.

No decorrer da década de 70, a indústria do vestuário presenciou a crescente participação de países em desenvolvimento, como a China, por exemplo, no cenário internacional (LINS, 1996, p. 13).

O aumento da participação da China no mercado mundial de confecções, na década de 80, deu-se com base em custos salariais situados entre os mais baixos do mundo. Como resultado, no começo dos anos 90, a China foi considerado o país com maior crescimento nas exportações de vestuário para os países desenvolvidos. Este país tem se voltado de maneira crescente para a produção e exportação de vestuário, atuando especialmente nos segmentos de produtos de menor preço. Além de disporem de mão-de-obra a preços muito baixos, os produtores chineses se beneficiam de subsídios tanto para as importações de matéria-prima quanto para suas exportações de artigos do vestuário.

Países da África e da América Latina, entre outros, também destacaram-se no início desta década como grandes produtores de têxteis e vestuário, com peças extremamente competitivas no mercado mundial, tendo em vista os baixos custos produtivos. A competitividade de certos focos de produção na Ásia baseia-se também em modernização. Em meados dos anos 80, Hong Kong elevou 78% suas importações de máquinas sofisticadas para a produção de vestuário. Esta é uma das características de países sem mercado interno que modernizam-se constantemente visando só a exportação (BASTOS, 1993).

Com o novo perfil global, os países asiáticos galgam rapidamente destaque como grandes produtores de artigos de vestuário. Tal reestruturação tem envolvido a transferência de fases de produção intensivas em mão-de-obra (costura) para os países em desenvolvimento. Já aos países da América do Norte e da Europa Ocidental (países desenvolvidos tecnologicamente), tendem a caber as etapas onde incide automação. É importante mencionar que a busca de reserva de força de trabalho por parte das grandes firmas torna-se fator decisivo à inserção internacional de vários países. No essencial, a mencionada reestruturação tem implicado subcontratação internacional, de modo que certos tipos de produtos são fabricados em países periféricos (LINS, 1996, p. 13).

O caráter intensivo em trabalho das etapas finais de produção deste ramo torna o baixo custo da mão-de-obra um fator determinante à prática de subcontratação, quer no interior dos países, quer em escala internacional. Cabe mencionar que a localização geográfica

e os aspectos culturais, revelam-se importantes na definição dos países a serem incorporados através das relações de subcontratação pelas grandes empresas internacionais.

As empresas asiáticas, em busca de uma maior competitividade, vêm se reestruturando geograficamente, dirigindo a produção para locais (nos países em desenvolvimento) que possam proporcionar vantagens em termos de salários e direitos sociais menores.

A redução do número de estabelecimentos nos países contratantes, tendo em vista as mudanças de localização, resultou em impactos negativos sobre o emprego e a produção (BASTOS, 1993). O que isso pode significar para os países que recebem capacidades produtivas a partir de economias mais fortes, pode ser ilustrado com o caso dos Estados Unidos, que monta suas fábricas na fronteira com o México e se utiliza da força de trabalho local. As condições de trabalho são mínimas e paga-se pouco por várias horas de trabalho. Toda riqueza e lucro produzidos na empresa é repartido ou depositado nos bancos dos países contratantes. Quando trata-se de dinheiro, não deixam nenhuma possibilidade econômica para o povo mexicano. Observa-se nas cidades de implantação a perseguição política à organização dos trabalhadores e o descaso com o meio ambiente local, com a proliferação das doenças profissionais que afetam os trabalhadores (RAMIREZ, 1993).

Por sua vez, a Índia e alguns outros países são um exemplo de economias que se destacam como fortes exportadores em função de suas indústrias poderosas. Além disso, priorizam as vendas e de forma alguma compram no exterior.

A Itália é país de alto nível de industrialização em que o setor vestuarista é destacado, haja vista uma tecnologia avançada no processo de produção. Há empresas que se utilizam de máquinas que permitem padronizar o fechamento das peças e máquinas que tecem a malha e já fazem na largura do pano para cada tamanho, evitando-se assim o desperdício. Uma operação que leva na indústria brasileira 15 segundos, na Itália leva apenas 04 segundos¹. E quando trata-se de custos salariais, a Itália é outro país que parte, no final da década de 80, para a contratação de força de trabalho mais barata nos países em desenvolvimento.

A indústria têxtil e de confecções italianas, por exemplo, é líder no mercado pela melhor formação técnica de mão-de-obra que utiliza, pela tecnologia mais avançada de produção e pelo cuidado extremo com a qualidade. Isto garante ganhos de tempo e qualidade².

¹ Diário Catarinense, Informe Especial, 1996, p. 13.

² Diário Catarinense, Informe Especial, 1996, p. 13.

2.2 A Indústria de Confeccões no Brasil

O setor de confeccões no Brasil apresenta grande fragmentação, diversidade de escalas e técnicas produtivas. Quer dizer, caracterizado por apresentar, na sua grande maioria, unidades produtivas de pequeno e médio porte passíveis de terceirizar grande parte da produção a fim de reduzir seus custos com mão-de-obra, maquinários, instalações entre outros. Outro aspecto importante a considerar diz respeito aos níveis tecnológicos das estruturas fabris no Brasil. É possível perceber a convivência em operação, de máquinas antigas com máquinas modernas na mesma unidade produtiva.

2.2.1 Perfil Empresarial e Organização Produtiva : Algumas Notas

As unidades produtivas que integram o complexo têxtil-vestuário brasileiro, na sua grande maioria, são micro, pequenas e médias empresas³ (Tabela 01). Este fato tem a ver com o fato de que a indústria de confeccões possui reduzidas barreiras técnicas à entrada (LINS, 1996, p. 15).

TABELA 01

INTERVALOS DE EMPREGOS DIRETOS POR EMPRESAS

INTERVALOS DE EMPREGOS DIRETOS	EMPRESAS	
	%	% ACUMULADO
1 - 10	38,06	38,06
11 - 20	21,38	59,44
31 - 60	10,84	70,28
61 - 110	6,53	76,81
111 - 160	9,92	86,73
161 - 220	4,84	91,57
221 - 300	5,22	96,79
MAIS DE 300	3,16	100,0

FONTE: BASTOS, 1993, p. 42.

³ É interessante argumentar que para caracterizar o porte das empresas em operação, leva-se em conta o número de empregados que nela trabalham

CLASSIFICAÇÃO DO PORTE DAS EMPRESAS POR NÚMERO DE EMPREGADOS

EMPRESAS	NÚMERO DE EMPREGADOS
MICRO	ATÉ 10
PEQUENA	11 - 100
MÉDIA	101 - 500
GRANDE	+ DE 500

Fonte: IBGE

No setor constata-se algumas empresas de grande porte que definem estratégias empresariais visando modernização e ganhos de produtividade. Já as empresas de pequeno porte caracterizam-se pela defasagem tecnológica e por visar eminentemente o mercado interno, além disso, competem muito mais por custo do que por qualidade.

Outro aspecto a destacar, é o elevado grau de informalidade que caracteriza a indústria de confecções (é o produto final da cadeia produtiva têxtil-vestuário, abrangendo roupas de malhas, vestuário e acessórios de tecidos, roupa de cama, dentre outros) brasileiras. Este fato gera dificuldades com relação à avaliação do seu comportamento em termos de ocupação de mão-de-obra (LINS, 1996, p. 15).

Outro elemento característico deste setor é a intensa terceirização, opção de muitas empresas: aparece como mais uma alternativa de reduzir custos com mão-de-obra e encargos sociais, possibilitada pelo fato do alto grau de divisibilidade da indústria de confecções.

“O processo de produção da indústria de confecções do vestuário é altamente divisível, ou seja, pode ser paralisado em uma multiplicidade de pequenas tarefas, cujo sucesso dependerá do grau de controle administrativo, embora tal divisibilidade seja mais difícil nas pequenas empresas”, (GOULARTI FILHO, 1997).

No entanto, pode-se observar problemas com relação à qualidade do serviço prestado e aos prazos de entrega. Neste caso o subcontratante tem de ter um rigoroso acompanhamento para que seus produtos venham a ter as qualidades desejadas nos acabamentos e outros serviços.

Na Itália, por exemplo, este tipo de relação entre empresas tende a proporcionar flexibilidade, rapidez de produção e tantas outras vantagens. Porém, na visão brasileira, a terceirização emerge muito mais como forma de evitar ou diminuir os custos com encargos sociais onerosos. Neste contexto, muitas vezes são as facções⁴ que arcam com as obrigações trabalhistas e fiscais.

⁴ Facções : estabelecimentos prestadores de serviços; nelas pode-se montar uma das peças do vestuário cortada pelo confeccionista (contratante); o faccionista não detém a marca do produto.

2.2.2 Questões de Tecnologia

Os avanços tecnológicos incidem de forma diversa sobre as várias fases da produção do vestuário (LINS, 1996, p. 13).

É possível constatar em algumas áreas de produção no Brasil os diversos tipos de máquinas de costura, por exemplo. Embora com defasagem, a etapa de costura faz-se com equipamentos tecnologicamente razoavelmente sofisticados. O cenário predominante na indústria é o uso simultâneo e articulado de equipamentos fabris de última geração e equipamentos de décadas passadas. Isto deve-se ao fato de que as máquinas de costuras evoluíram muito pouco nos últimos anos. Num mesmo espaço de trabalho pode-se verificar o convívio de máquinas de anos atrás juntamente com máquinas de costura elétrica (maioria) e eletrônica.

De acordo com estudos feitos por BASTOS (1993), a idade dos equipamentos mais importantes da indústria de confecções no Brasil tem mais de 10 anos de funcionamento (Tabela 02). Isto representa a pouca preocupação em renovar os atuais maquinários e à pouca evolução tecnológica dos equipamentos e grande absorção de mão-de-obra neste setor.

TABELA 02

IDADE DOS PRINCIPAIS EQUIPAMENTOS DO VESTUÁRIO EM PESQUISA REALIZADA
EM ALGUMAS EMPRESAS BRASILEIRAS - 1993.

(Nº de Empresas)

	Até 5 anos	6 a 10 anos	Mais de 10 anos	Empresas Total
EQUIPAMENTOS MAIS IMPORTANTES NA EMPRESA	12	10	16	38

FONTE: BASTOS, 1993.

De acordo com dados fornecidos pela TEXTÍLIA PRESS de 1997, a idade média dos equipamentos utilizados decresceu muito nos últimos 05 anos. Isto demonstra que a compra de máquinas e a atualização dos processos produtivos têm sido uma das prioridades dos confeccionistas. Segundo a Tabela 03, 61% das empresas possuem máquinas novas, com até 05 anos idade, enquanto 8% ainda permanecem com o seu parque industrial antigo ou desatualizado.

TABELA 03

IDADE MÉDIA DO PARQUE INDUSTRIAL (EM %)

61%	ATÉ 5 ANOS
31%	ENTRE 5 E 10 ANOS
8%	ENTRE 10 E 20 ANOS

FONTE: TEXTÍLIA PRESS, 1997, p. 3.

No que concerne à informática, é nas fases de desenho e corte que os avanços tecnológicos estão mais presentes, em prol de uma maior rapidez e precisão das tarefas produtivas.

"Na etapa de desenho e corte grandes avanços foram obtidos com o uso da tecnologia CAD / CAM. Estima-se que a economia de tecido gerada na utilização de tais sistemas alcance cerca de 10%. Outro importante vantagem destes sistemas é o ganho de velocidade na etapa de criação, especificação técnica das peças-modelagem dos diversos tamanhos a serem fabricados a partir de um mesmo desenho original. Ao se tornar possível, quase instantaneamente, evoluir de um desenho original para a definição de todos os tamanhos a serem fabricados, foram viabilizadas formas de organização da produção em base de respostas rápidas, o que permite atender mais eficientemente alterações no perfil da demanda"(BASTOS, 1993, p. 26)

Obtém-se assim a otimização do corte das peças de tecido, com menos perdas de matéria-prima, o que se reflete posteriormente na qualidade do produto final.

No entanto, tal tecnologia, na presente situação econômica, só é acessível às empresas que possuem escala e recursos financeiros para sua implementação.

O início dos anos 90 assistiu a investimentos na indústria com vistas à modernização (LINS, 1996, p. 16).

Neste contexto, a modernização da indústria de confecções segue duas direções: a compra de máquinas de costura mais modernas e a compra de equipamentos de CAD / CAM⁵. O intuito é melhorar o desempenho das firmas deste setor. As grandes empresas brasileiras já alcançaram níveis de informatização no gerenciamento da produção, na concepção modelagem de artigos e na fase de corte (SCHERER & CAMPOS, 1993).

Em termos de modernização, as empresas de grande porte têm presença relativamente maior nos segmentos em que a produção é padronizada, menos sujeitas às

⁵ CAD: Computer Aided Design (Projetos Assistidos por Computadores). CAM: Computador Aided Manufacturing (Manufatura Assistida por Computador).

modificações impostas pela moda, com elevado índice de mecanização (artigos de cama, mesa e banho, copa e meias). No caso das pequenas empresas, a maioria não realiza treinamento de funcionários e ainda apresenta restrita utilização de modernas técnicas organizacionais. Além disso, as dificuldades em adquirir financiamentos põe em risco a sobrevivência das mesmas. A solução para estas firmas pode estar na conquista de pequenos mercados com produtos de baixo custo porém primando por qualidade, práticas produtivas atualizadas, especialização da mão-de-obra e tudo o mais que às leve à modernização.

Por volta de 1994, o nível de produtividade da mão-de-obra brasileira foi considerado baixo. Neste mesmo ano, enquanto se produziram 530 peças por homem / mês nas indústrias do setor no Brasil, no Primeiro Mundo eram produzidas de 700 a 800 peças. Esta diferença será eliminada quando o corte de tecidos e a manufatura forem otimizados com o auxílio de computadores. Atualmente, no país, ainda não chega a ter 500 sistemas de CAD e 50 de CAM⁶.

Com relação à flexibilidade⁷, esta pode vir de pequenas e médias empresas, como as fábricas, para se ter ajuste mais rápido frente às variações de demanda. Neste sentido, as empresas devem buscar vantagens na área do modismo.

Neste contexto, são competitivas as empresas que a cada instante adotam estratégias mais adequadas ao padrão de concorrência setorial. E é na atual situação macroeconômica brasileira que as empresas do setor do vestuário devem dar maior atenção à flexibilidade para conquistar agilidade e competitividade frente às regras do mercado.

2.3 Liberalização Comercial e a Indústria de Confecções no Brasil

Na década de 80, os investimentos em modernização e tecnologia no Brasil eram restritos às grandes empresas, as únicas com condições de financiar a importação. Já as micro, pequenas e médias empresas caracterizam-se por apresentar processos produtivos rudimentares envolvendo familiares ou terceiros. E os impactos observados têm a forma de baixos níveis de produtividade, podendo comprometer a competitividade internacional do setor.

Naquela mesma década, as empresas nacionais estavam mais presentes no mercado externo em função da retração do consumo interno. Mas o mercado externo era, e continua sendo, para a maioria das firmas de pequeno porte, de difícil acesso.

⁶ Diário Catarinense, Informe Especial, 1996, p. 3.

⁷ FLEXIBILIDADE: sistema de produção que utiliza chegada aleatória de ordens de produção e encomendas personalizadas. Leva à qualidade, diminuição de atendimento e redução de custos.

Com a crise dos anos 80, época de recessão, buscaram-se alternativas de mercado por parte das empresas nacionais do setor. Constatou-se a grande inserção da indústria brasileira no mercado externo.

Desde o início dos anos 90, verifica-se a implementação de uma política tarifária que passa a desproteger a indústria doméstica baseada na redução das alíquotas de importação.

Tal fato envolve as indústrias do ramo do vestuário brasileiro que sofreram quedas no volume da produção e no volume de empregos e na remuneração dos trabalhadores mediante a abertura da economia ao mercado externo.

É no âmbito do Plano Real, mais precisamente em 1995, que com a apreciação cambial (o que facilitou ainda mais as importações) verifica-se um clima de incerteza no país. Incerteza esta que resulta em dúvidas sobre o nível de estabilização da taxa cambial. A opção governamental de estabilização econômica via manutenção do câmbio deu espaço às importações competitivas originárias sobretudo de Países asiáticos.

De fato, as preocupações do empresariado brasileiro do setor vestuarista têm lógica. É na indústria de confecções que o quadro de vendas reduziu-se em virtude da retração do consumo agravado pela concorrência avassaladora dos importados. A rápida progressão na entrada desses produtos no mercado nacional gerou impactos consideráveis, evidenciando-se assim a fragilidade do setor.

A competitividade do setor vestuarista brasileiro testemunha uma concorrência desleal face aos produtos com preços muito mais baixos provenientes do mercado asiático. É essencial que se regule de maneira adequada as alíquotas de importação em vista de um mercado efetivamente competitivo e que a discipline para evitar a importação indiscriminada, inclusive de produtos de qualidade inferior.

Perante esta realidade, há pouco tempo, o setor moveu processo antidumping contra a República da Coreia, que vende tecidos com preços inferiores aos praticados no mercado internacional. Tal acontecimento custou, em outubro de 1993, cerca de 8,7 mil empregos brasileiros e fechou pelo menos dez empresas do Pólo de Americana (SP)⁸.

Em contrapartida, com relação à abertura comercial, o setor pode tirar vantagens na importação de matéria-prima e equipamentos. As condições de aquisição no setor oferecem financiamentos mais longos e os juros são menores, do que no Brasil.

Na atualidade, ser competitivo na produção do setor têxtil-vestuário requer aptidão para adequar-se às freqüentes modificações no mercado. Isto implica dispor de

⁸ Revista de Negócios - Mercosul, 1993, p. 58.

condições, e fazer prova de agilidade, para introduzir inovações em termos de moda e design (LINS, 1996, p. 18). Adotar *just in time*⁹, difundir modernas técnicas organizacionais são alguns dos investimentos possíveis nesta indústria com vistas à modernização.

Porém, a indústria brasileira ainda se encontra distante da eficiência produtiva internacional. As maiores falhas parecem residir na insuficiente atividade de pesquisa científica e tecnológica e nos escassos recursos governamentais para o setor (BIELSCHOWSKY, 1989).

No que tange às principais dificuldades enfrentadas pela indústria têxtil-vestuário brasileira na atualidade, a Tabela 04, mostra o seguinte: 38% das empresas pesquisadas, apontam as importações como um fator que vem gerando dificuldades ao setor.

TABELA 04
PRINCIPAIS DIFICULDADES DO SETOR TÊXTEL - VESTUÁRIO (EM %)

38%	IMPORTAÇÕES
25%	CUSTO BRASIL INSTABILIDADE DO MERCADO
19%	FALTA DE FINANCIAMENTO
14%	INADIMPLÊNCIA DO MERCADO
4%	CUSTO DA MATÉRIA-PRIMA

FONTE: TEXTÍLIA PRESS, 1997, p. 3.

Na atual situação macroeconômica brasileira, as empresas vestuaristas deparam-se com uma concorrência desigual frente a invasão dos produtos importados e com onerosos encargos sociais existente no Brasil. Como os salários têm peso considerável na estrutura de custos, muitas das empresas do ramo partem para algumas estratégias.

Neste contexto, para uma empresa de Minas Gerais, a possibilidade de vender mais barato que os chineses já é uma realidade. Suas camisetas chegam aos revendedores por 75 centavos de dólar, enquanto os chineses custam 87 centavos de dólar em média. Isto só foi possível mediante uma reestruturação produtiva em termos geográficos e organizacionais da empresa. Porém, primeiramente, antes da abertura do mercado para a concorrência externa, o empresário responsável modernizou a principal empresa do grupo. Mesmo vendendo por menos, consegue-se ter a margem líquida mais alta entre as grandes empresas brasileiras do

⁹ JUST IN TIME: sistema de organização da produção para produzir na quantidade e no tempo exatos. Reduzir bastante os estoques e aumentar a flexibilidade; objetiva apresentar estoques perto de zero proporcionando economia de tempo e dinheiro.

setor. Sabendo disto, a Hering se mostrou interessada em comprar as camisetas dessa empresa para colocar nelas as suas etiquetas (EXAME, 1997, p. 40).

Frente aos chineses, a empresa possuía uma vantagem competitiva na energia brasileira, que custava menos da metade daquela produzida na China. Ao optar por instalar-se no Nordeste do Brasil, tirou-se vantagem dos incentivos fiscais e do baixo custo da mão-de-obra. Uma das preocupações da empresa é primar pelo seu prestígio facilitando negociações de matérias-primas e prazos maiores de pagamento ou à vista com bons descontos.

Outro ponto positivo da empresa é que ela partiu para uma produção integrada, eliminando assim os intermediários. A mecanização é seu outro ponto forte. Isto contribui na rapidez de produção: uma camiseta a cada 02 minutos, 04 vezes mais rápido que a média.

Com portos de mar do Nordeste próximos da Europa e dos Estados Unidos, resultando em frete mais barato, menos burocracia e baixo custo da mão-de-obra são pontos por demais atrativos às empresas nacionais, em especial as do ramo do vestuário, para tornarem-se competitivas frente aos importados.

Porém a maior atração está nos incentivos fiscais. Existem Estados que oferecem área com infra estrutura e uma outra série de incentivos, inclusive treinamento operacional. E a qualidade da força de trabalho ofertada, pode-se igualar-se a outros Estados (VEJA, 1996, p. 50).

Como exemplo de outra empresa que está obtendo resultados positivos no Nordeste, tem-se a Vicunha (SP). Esta empresa está instalada no Ceará, Rio Grande do Norte e Pernambuco para sobreviver à invasão dos panos chineses.

CAPÍTULO III

SANTA CATARINA COMO ESTADO PRODUTOR DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO

Neste capítulo aborda-se, primeiramente, a evolução recente das indústrias têxtil e do vestuário em Santa Catarina. Em seguida, com base no trabalho feito pelo DIEESE (DIEESE, 1997), enfocam-se a reestruturação produtiva e as mudanças no uso da mão-de-obra no setor. Por último, consideram-se os núcleos produtores têxteis com importância na economia do Estado.

3.1 Notas Sobre a Evolução do Setor Têxtil - Vestuário em Santa Catarina no Período 1980 - 1990.

O Estado de Santa Catarina destaca-se como produtor têxtil e vestuário em nível de Brasil. Seu parque têxtil destacou-se, historicamente, pelo dinamismo e ganhos de representatividade em nível nacional, galgando em 1980 a posição de terceiro Pólo do complexo têxtil-vestuário, superando Estados como o de Minas Gerais.

Nos anos 80, as indústrias de confecções de Santa Catarina assistiram mudanças bastante pronunciadas ao verificarem avanços significativos ao melhorar sua contribuição na oferta de postos de trabalho de 10,5% para 17,0% em 1980 e 1985 respectivamente, assumindo o papel de principal empregador setorial. De outro lado, as atividades têxteis apresentaram queda de 13,3% em 1980 para 9,1% em 1985 em relação à oferta de postos de trabalho, cedendo espaço às confecções (CUNHA, 1992, p. 203).

Porém é sobre o setor têxtil-vestuário que recaem os baixos níveis de investimentos e de modernização da capacidade produtiva do Estado. Segundo estudo realizado por CUNHA(1992), 88% dos teares pesquisados funcionavam pelo sistema de lançadeiras, os quais há duas décadas já não eram produzidos.

Segundo a informação de CUNHA(1992, p. 23), "A defasagem tecnológica pode até não ser tão sentida no âmbito interno brasileiro, pois todo o parque produtivo vive os mesmos contratemplos que afligem o setor industrial do Estado. Contudo os maiores riscos decorrem da brusca abertura do mercado nacional aos ofertantes estrangeiros (...)"

Com relação aos núcleos produtores, o Estado é formado por micro, pequenas, médias e grandes empresas. No entanto, a elite industrial brasileira é composta por uma das maiores empresas do Estado, o grupo Hering (Blumenau). A empresa superou em 1990 a casa dos US\$ 2 bilhões em faturamento galgando a 16ª posição dentre os grupos em operação no Brasil e a 4ª dentre os de capital nacional (CUNHA, 1992, p. 235). Blumenau, segundo Quadro 01, registrou em 1985 melhor participação em nível nacional tanto na indústria têxtil (50,9%) como na do vestuário (46,0%). Neste mesmo caminho destaca-se Criciúma e Joinville como pólos vestuaristas e têxteis catarinenses entre outros municípios do Estado não mencionados no Quadro 01.

Quadro 01

		Estrutura e concentração industrial dos principais pólos - 1985 (%)														
Município		não metálicos	metalúrgica	mecânica	mat. elétr.	trans porte	madeira	mobil iário	papel e papelão	quím ica	mat. plásticas	têxtil	vestuário	alimen tares	fumo	demaís gêneros
Blumenau	no município	-	-	-	-	-	-	-	4,8	-	-	32,3	33,5	-	12,0	17,4
	no estado	-	-	-	-	-	-	-	17,5	-	-	50,9	46,0	-	85,0	-
Chapécó	no município	-	-	-	-	1,7	1,2	-	-	-	-	-	-	91,1	-	6,0
	no estado	-	-	-	-	2,7	0,5	-	-	-	-	-	-	13,1	-	-
Criciúma	no município	25,1	-	-	-	-	-	-	-	9,4	-	-	9,8	7,8	-	47,9
	no estado	20,8	-	-	-	-	-	-	-	19,0	-	-	3,6	2,0	-	-
Itajaí	no município	10,3	-	-	19,0	(x)	-	-	(X)	-	-	-	-	30,6	-	20,1
	no estado	4,1	-	-	11,6	(x)	-	-	(X)	-	-	-	-	3,7	-	-
Joinville	no município	-	18,7	28,8	-	-	-	-	-	-	21,7	7,7	9,3	-	-	13,8
	no estado	-	64,3	63,8	-	-	-	-	-	-	82,0	12,7	13,5	-	-	-
Lages	no município	-	-	12,8	-	-	45,0	2,9	21,4	-	-	-	-	8,4	-	9,5
	no estado	-	-	2,2	-	-	10,6	1,3	6,5	-	-	-	-	0,7	-	-
São José	no município	15,7	-	-	8,0	-	-	6,1	-	-	-	17,0	-	23,1	-	29,2
	no estado	1,8	-	-	1,6	-	-	1,3	-	-	-	1,0	-	0,8	-	-
Outros		73,3	35,7	34,0	86,8	97,3	88,9	97,4	76,0	81,0	18,0	35,4	36,9	79,7	15,0	-

FONTE: FUNDAÇÃO IBGE. Censo Econômico de 1985: municípios - Região Sul. V4. p. 23. (x) Resultado emitido afim de evitar a identificação do informante.

CUNHA, 1992, p. 197

3.2 Reestruturação Produtiva e Mudanças no Setor Têxtil - Vestuário Catarinense

As incorporações tecnológicas, tanto na forma de equipamentos quanto de técnicas de gestão da produção, estão provocando alterações no mercado de trabalho e nas condições em que o trabalhador atua na produção, seja no plano mundial, seja no Brasil. Santa Catarina não está excluída destas mudanças. Observa-se, em recente pesquisa feita pelo DIEESE (DIEESE, 1997), que no Estado tais mudanças ocorrem sobretudo nas grandes empresas, uma vez que são elas as que mais têm condições de se adiantar na corrida tecnológica, absorvendo as inovações e modificando seus métodos gerências.

O referido estudo revela que a indústria catarinense está passando, nesta década, por alguns processos simultâneos e interativos: a estabilização macroeconômica, a abertura da economia ao mercado externo e a reestruturação produtiva. Estes aspectos levam a mudanças na estrutura produtiva, no que tange à organização do trabalho, à tecnologia, ao mercado de trabalho e às relações sindicais. O Plano Real com medidas de restrição ao crédito e altas taxas de juros bancários, tem significado um número considerável de empresas com prejuízos. Mas é a liberalização comercial do país que, de fato, afeta boa parte das empresas.

“O processo de abertura da economia, que iniciou ainda no Plano Collor, talvez seja o maior impacto sobre a estrutura industrial brasileira e catarinense. As empresas, para sobreviverem, estão reduzindo custos, o que normalmente significa reduzir empregos” (DIEESE, 1997, p. 12).

A quebra de empresas, com significativa redução dos níveis de emprego, torna-se algo marcante nos mais diversos setores da economia nacional. Em muitas das que se mantêm em operação, protagonizam-se uma reestruturação produtiva que significa profunda mudança nos processos produtivos, com repercussões no trabalho.

Na pesquisa realizada pelo DIEESE (1997), foram colhidas informações de quatro empresas têxteis catarinenses de médio porte e de trabalhadores das empresas que não aceitaram ser entrevistadas. A seguir serão expostos alguns dados que possibilitarão observar o recente perfil do setor têxtil do Estado.

3.2.1 Indústria do Vestuário: Modernização, Inovações Tecnológicas

Já é sabido que a indústria catarinense como um todo tem, recentemente, diversificado muito seu mix de produtos. Em relação às empresas têxteis e do vestuário do Estado, isto não é muito diferente. Isto deve-se ao fato de que estas empresas têxteis têm, mesmo que lentamente, introduzido novas tecnologias de produção, de processos e de organização.

As inovações mais significativas neste setor são introduzidas depois de 1990. Em termos de informatização, as empresas pesquisadas pelo DIEESE (1997) estão se equipando com máquinas novas, sistemas de CAD / CAM, (que possibilitam a otimização do corte), máquinas de costuras mecanizadas e outras com dispositivos eletrônicos.

Para algumas das empresas respondentes, já são importantes os passos com relação à instalação de novas máquinas. Os filatórios Open- End, Autoconner, com dois robôs e um computador, com enorme velocidade e com fornecimento de todas as informações

possíveis sobre a produção, são um exemplo de equipamentos de última geração introduzidos em empresas com maiores recursos financeiros.

A automação quase completa da máquina em relação ao operador possibilita a eliminação de estágios manuais de carregamento e descarregamento. Porém, no segmento de costura e confecção, por ser uma tecnologia atrasada, há dificuldades na automação. Se uma costureira sai da máquina, ela pára e não há produção até que a costureira volte a operá-la.

Segundo relatos de alguns trabalhadores, as firmas buscam qualidade através de exigências sobre o operário, pois continua-se a comprar matéria-prima de baixa qualidade para se ganhar no preço.

O *just in time* e a técnica de *kanban*¹⁰ fazem parte do processo produtivo das empresas têxteis pesquisadas. Todavia, o que não foi verificado nas empresas em questão foi a atenção reservada à ISO 9000, que começa a ser exigida por algumas empresas do ramo no exterior.

3.2.2 Terceirização

O processo de terceirização está cada vez mais presente, principalmente em serviços complementares à atividade produtiva. Nas confecções, tal processo se faz presente em empresas terceiras instaladas com essa finalidade ou por costureiras no sistema de trabalho domiciliar (DIEESE, 1997, p. 88).

Segundo informações das empresas pesquisadas pelo DIEESE (1997), a terceirização nas confecções também pode se direcionar aos seguintes serviços: manutenção elétrica, segurança, portaria, transporte de produtos, manutenção mecânica e jardinagem. Porém, por este serviço paga-se um salário mínimo, sem benefícios nem sindicalização.

Os empresários associam tal alternativa à redução de custos e aumento de produtividade. Para os trabalhadores, a situação é bem outra. Para eles, a terceirização é associada à precarização das condições de trabalho e à insegurança, pois as empresas se insentam de encargos e direitos sociais. O problema é que os sindicatos ainda não conseguem interferir nesta situação.

Parte das empresas pesquisadas pelo DIEESE (1997) mencionam que o maior problema da terceirização reside ainda na baixa qualidade do serviço prestado. Neste

¹⁰ KANBAN: sistema de informação que alimenta o JUST IN TIME. É composto por cartões coloridos que indicam a necessidade de determinado produto.

contexto, uma das firmas questionadas declarou preferir ficar com apenas parte da produção e se dedicar mais à comercialização da marca.

3.2.3 Restruturação Produtiva e Diminuição do Emprego

A redução dos postos de trabalho entre 1991 e 1996 no emprego formal deve ser atribuída à vários fatores: o aumento do número de máquinas por trabalhadores e máquinas automáticas, que incorporam grande parte de atividades antes realizadas por trabalhadores. A este respeito, a pesquisa relata que a maioria das empresas, ao introduzem maquinários novos, se encarregam de fazer um treinamento para os operários adequarem-se à realidade da empresa. O exugamento da mesma, a política monetária e a abertura às importações também foram responsáveis pelas mudanças no nível do desemprego do setor têxtil.

Como ressalva, quanto ao desemprego provocado pela terceirização, cabe esclarecer que parte deste é compensado com o emprego em empresas terceiras. Entretanto, isso significa rebaixamento das condições gerais do trabalho no setor, pois muitas vezes o trabalho terceirizado é informal, sem cobertura previdenciária e, além disso, desenvolvido de forma intensa, em períodos noturnos e fins-de-semana.

3.2.4 Qualificação e Condições de Trabalho

A busca da qualificação permanente tem sido a tônica das empresas do setor, Assim, em prol da atualização, exige-se treinamento do trabalhador junto aos fabricantes de máquinas ou mesmo junto aos vendedores.

Dissemina-se a procura pelo trabalhador capaz de realizar raciocínios abstratos e lógicos, capaz de entender um manual de funcionamento de uma máquina. E cresce também a procura por profissionais capazes de se adaptar às mudanças tecnológicas do mercado. Pois, frente às exigências do processo de globalização, a educação do trabalhador é colocada como condição indispensável para a manutenção do emprego .

Segundo depoimento de um mecânico, o medo de perder o emprego é constante:

“Há dez anos atrás, um trabalhador entrava sem maiores exigências, ficava acomodado na empresa. Hoje ele tem que procurar fazer vários cursos sobre máquinas e outros, para não perder o emprego. A empresa diz: “vai fazer esse ou aquele curso...! (...) Ela estimula mas não paga (...)”(DIEESE, 1997, p. 94).

Atualmente, as empresas são forçadas a impor critérios mais rigorosos na seleção, pois há um elevado número de trabalhadores disponíveis no mercado.

Com relação às atuais condições de trabalho, estas sofreram alterações tais como: intensificação do ritmo de trabalho imposto pelas novas técnicas de organização; aumento do esforço físico, mental e visual; a tensão no trabalho (“é proibido errar”, “a trabalhadora do lado está te vigiando”), (“a todo tempo a gerência está dizendo: “tem muita gente lá fora que quer pegar o teu lugar”); controvérsias quanto aos acidentes de trabalho; aumento do número de máquinas por trabalhador e ausência de organização sindical. (DIEESE, 1997, p. 95).

3.2.5 Questões com Relação ao Meio-Ambiente

Normalmente, as empresas emitem vários tipos de poluentes ao meio-ambiente e ao ambiente de trabalho. No setor têxtil há processos de alvejamento, tingimento e lavação, os quais são altamente poluentes, que afetam o ambiente externo através da fumaça das chaminés e resíduos jogados às águas. Já no interior da fábrica, a poluição vem dos ruídos das máquinas, poeiras e odores.

Recentemente, as novas tecnologias têm, de certa forma, amenizado parte da poluição, dependendo apenas da conscientização de cada empresário.

Esta preocupação iniciou-se há alguns anos, em decorrência das exigências da legislação e do próprio mercado, que cada vez mais exige produtos ecologicamente corretos. As pressões também originam-se de ações judiciais dos sindicatos e da fiscalização destes com a vigilância sanitária.

“A busca pelo “ecologicamente correto”, além de garantir o acesso à mercados mais exigentes, tem significado também economia de recursos para as empresas “ (DIEESE, 1997, p. 27). Este fato é justificado pelo DIEESE face a constatada economia de energia e de combustível, bem como a redução do desperdício.

3.3 Núcleos Produtores do Estado

São cinco os principais municípios catarinenses em torno dos quais gravitam, historicamente, atividades do setor têxtil-vestuário: Joinville, Blumenau, Brusque, Criciúma e Jaraguá do Sul.

Esta parte do trabalho refere-se às microrregiões do Estado de Santa Catarina onde existe concentração de atividades têxteis e do vestuário. As microrregiões encontram-se identificadas na Figura 01, que contém mapa do Estado.

3.3.1 Microrregião de Joinville

a) Joinville

Joinville, localizada no Nordeste do Estado, possui 396.987 habitantes e 1.604 indústrias (DIÁRIO CATARINENSE, 30 abr., 1997, p. 149). Destaca-se, no setor têxtil-vestuário, pela produção de roupas de cama, mesa e banho. O setor apresenta pequenas e grandes empresas de confecções e micro e pequenas malharias. Fator importante no surgimento recente dessas firmas foi a recessão dos anos 80, que significou demissões de mão-de-obra por parte das empresas maiores. Parte desta mão-de-obra fez uso dos conhecimentos adquiridos abrindo firmas que atuam em segmentos de consumidores menos exigentes (LINS, 1996).

b) Jaraguá do Sul

Jaraguá do Sul, no Norte catarinense, é outra cidade pertencente a esta microrregião. Possui 92.849 habitantes e 576 indústrias (DIÁRIO CATARINENSE, 30 abr., 1997, p. 146).

Nas duas últimas décadas assistiu-se à projeção das atividades de malharia, envolvendo mais de 450 empresas, 41% das quais no setor da malharia; o setor do vestuário, sozinho, emprega mais de 14.000 trabalhadores. Em 1997, possui quase 1000 indústrias, sendo 195 delas dedicadas à confecção de artigos de vestuário. Neste sentido, o município conquistou o título de Capital da Malha. No setor predominam pequenas e microempresas com consideráveis desempenhos, inclusive por instalarem postos de vendas para o chamado "turismo de compra": criou-se o Pólo de Jaraguá, centro de compra mais adequado à exposição do produto local e com a preocupação de vender os produtos com preços de fábrica.

Estudos feitos pelo SEBRAE-SC (1995), permitem desenhar o perfil do setor na cidade. Verifica-se que, 28,8% das empresas instaladas no Portal de Jaraguá alegaram que as linhas de crédito para capital de giro são importantes para a sobrevivência de seu estabelecimento. Porém é a redução dos juros (30%) a alternativa mais apontada em prol a consolidação do negócio (Tabela 05).

TABELA 05
PORTAL DO JARAGUÁ
ALTERNATIVAS PARA SOLUCIONAR OS PRINCIPAIS PROBLEMAS E PARA
CONSOLIDAR O NEGÓCIO, CONFORME ESCOLHAS FEITAS PELAS
EMPRESAS PESQUISADAS (EM %)

ITENS	DESCRIÇÃO	EMPRESAS
CREDITICIAS	- Linhas de crédito para capital de giro, com carência para 6 meses	28,8
	- Linhas de crédito para linhas de produção com carência para 2 anos	8,4
	- Financiamento para projetos empreendedores	1,2
	- Redução do juros	30,0
QUALIF. PROFIS.	- Investir em novas tecnologias	1,2
SEBRAE	- Incentivar a participação em Feiras / Exposições	1,2
	- Associativismo para compra de matéria-prima	1,2
POLÍTICA GOVERN.	-Imposto único	6,0
	- Anistia para impostos atrasados	1,2
	- Taxar com impostos as importações	1,2
	- Incentivar o consumo e a produção	2,4
GER. E ADMINISTR.	-Conquistar novos mercados	1,2
	- Contratar novos representantes	1,2
	- Vendas diretas para varejistas e atacadistas	1,2
	- Diminuir custos internos	1,2
	- Racionalizar meios de produção	1,2
OUTROS	- Baixo poder aquisitivo do consumidor	7,2
	- Reduzir custos de matéria-prima	1,2
	- Maior divulgação a nível nacional de nossos pólos industriais	1,2
TOTAL		100,0

FONTE: SEBRAE - III Encontro Estadual de "OUTLET" do Vestuário, 1995.

A cidade conta com confecções conceituadas nacionalmente, como Malwee e a Marisol.

A Marisol, existe há 32 anos e tem como estratégia produzir artigos com alto valor agregado para vários nichos de consumo. Há pouco tempo, a empresa passou a colocar

suas marcas infantis em bolsas, carteiras e bonés. Mais do que vender para um número grande de pessoas, quer-se vender para uma só pessoa o maior número possível de artigos (EXPRESSÃO, 1996, p. 73). A Tabela 06 menciona alguns dados das principais empresas da localidade.

TABELA 06
ALGUMAS EMPRESAS TÊXTEIS QUE DESTACAM-SE EM JARAGUÁ DO SUL

EMPRESAS	EMPREGADOS	PRODUÇÃO ANUAL (PEÇAS)	PRODUTO	FATURAMENTO ANUAL
MAJU IND. TÊXTIL LTDA	700	3 MILHÕES	*	R\$ 20 MILHÕES
MALWEE MALHAS LTDA	3500	400 TONELADAS	MALHAS	*
MARISOL S/A IND. DO VESTUÁRIO	3500	20 MILHÕES	MALHAS	R\$171 MILHÕES

FONTE: IBGE - Santa Catarina em Dados, 1996. Tabela elaborada pela autora.

* Os números não foram revelados.

A empresa Marisol atualmente está dividida em cinco marcas diferentes: Criativa, Stone Soup, Marisol, Lílica Ripilica, Tigor T. Tigre e recentemente a Majú (EXPRESSÃO, 1995, p. 73).

3.3.2 Microrregião de Blumenau

a) Blumenau

Localizada no Médio Vale do Itajaí, Blumenau tem uma população de 230.988 habitantes e 1.377 indústrias (DIÁRIO CATARINENSE, 30 abr., 1997, p. 42). No setor têxtil-vestuário, a cidade abriga mais ou menos 1.700 empresas de todos os tamanhos: 33 são grandes, 75 são médias e o restante (perto de 1.600) estão entre as micro e pequenas empresas. O município polariza o Vale do Itajaí, região que constitui o segundo Pólo Têxtil do mundo, com atividades em 45 aglomerados urbanos e empresas com mais de 42 mil trabalhadores (LINS, 1996).

Blumenau é conhecida internacionalmente por sediar algumas das principais indústrias têxteis do país, como a Hering, Teka, Cremer e Karsten. A Tabela 07 permite visualizar algumas características das principais empresas do setor na localidade.

TABELA 07

ALGUMAS EMPRESAS TÊXTEIS QUE DESTACAM-SE EM BLUMENAU

EMPRESAS	EMPREGADOS	PRODUÇÃO ANUAL (PEÇAS)	PRODUTOS	FATURAMENTO ANUAL
COMPANHIA TÊXTIL KARSTEN	2000	21 MILHÕES	CAMA, MESA E BANHO	R\$ 114 MILHÕES
CREME S / A	2000	1 MIL TONELADAS	LINHA HOSPIT.	R\$ 137 MILHÕES
HERING TÊXTIL *	5300	47 MILHÕES	MALHAS E TECIDOS PLANOS	R\$ 300 MILHÕES

FONTE: IBGE - Santa Catarina em Dados, 1996. Elaborado pela autora.

* É a maior empresa do Brasil e da América Latina na Confeção de malhas e tecidos planos (são destinados ao vestuário, ao uso doméstico e ao uso industrial; para uso doméstico: roupas de cama, mesa e banho, etc; industrial: filtros de algodão, componentes para o interior de automóveis, etc.).

A Hering é a maior malharia do continente, a pioneira do setor no país e dona de uma marca forte no Brasil e no exterior. A empresa é um dos pilares da industrialização do Vale do Itajaí.

No atual cenário macroeconômico do país, face a abertura comercial e outras dificuldades, a Hering foi forçada a se reestruturar à nova realidade econômica. A empresa redefiniu suas estratégias optando por reduzir custos, vendendo 44% das ações da Hering Nordeste para o Grupo Vicunha, e tendo em vista o aumento da concorrência, tem feito esforço para vender: volta-se para nichos específicos de mercado (Wangler, Mafisa, Omino, Public Imagem e Puc) e deixa de ser somente fabricante de roupas, passando também a administrar marcas como Disney e Coca-Cola¹¹ através de licenciamento exclusivo dessas marcas. Com isto, a empresa sai ganhando no volume de vendas e no preço (com grande parte da produção terceirizada) (EXPRESSÃO, 1995, p. 110). Outro passo dado pela empresa foi de reduzir sua estrutura, para ter mais agilidade e condições de respostas rápidas ao mercado (EXPRESSÃO, 1996, p. 72).

No que diz respeito ao meio-ambiente, a Hering implantou, na metade dos anos 90, um processo de gestão ambiental. Objetivando reduzir, ou até mesmo eliminar, o impacto causado no meio-ambiente. O alvo é a revisão do processo produtivo no que tange aos ruídos

¹¹ Terão contratos com a matriz americana da Coca-Cola, para atuar nos mesmos mercados da Disney. Isto significa que boa parte do faturamento das confecções estampadas com estas marcas e vendidas nos mercados da Europa vão parar no caixa da Hering.

das máquinas, poluição do ar e resíduos tóxicos lançados aos rios (EXPRESSÃO, 1995, p. 61).

b) Brusque

Brusque, localizada no Vale do Itajaí-Mirim, tem 66.554 habitantes e 928 indústrias. É outra cidade de destaque na indústria têxtil e do vestuário (DIÁRIO CATARINENSE, 30 abr., 1997, p. 54).

Situada a Sudeste de Blumenau, abriga as principais fábricas de beneficiamento de algodão no Estado e é cidade-berço da fiação catarinense. Mais de 50% da população ativa encontra-se nas atividades têxteis, a qual em 10 anos inaugurou 2000 pequenas confecções. Por apresentar uma favorável zona rural, a indústria local se utiliza em larga escala da mão-de-obra feminina que ali se localiza (LINS, 1996).

Como pólo comercial, a cidade conta, no início dos anos 90, com mais de 20 centros comerciais e três mil pontos de venda com produtos comercializados a preços de fábrica.

Trabalhando no sistema de pronta entrega, a cidade possui 17 fabricantes de felpudos, 15 atacadistas de tecidos, 15 empresas franqueadas e 26 malheiros que vendem malha em quilo para confeccionistas.

Com uma nova estrutura econômica, em função do Plano Real e o avanço da globalização, com a abertura do mercado, Brusque se viu afetada economicamente. As empresas sem estrutura estão desaparecendo do mercado (DIÁRIO CATARINENSE, 30 abr., 1997, p. 4). Neste sentido, verificou-se em reportagem de 23 de abril de 1997, que a inauguração da Havan (loja de departamentos), contribuiu para agravar o problema de Brusque pois o empreendimento concentrou a atenção da clientela e com seu poder de barganha impediu que o pequeno distribuidor local competisse (DIÁRIO CATARINENSE, 1997, p. 22).

Para recuperar-se desta crise, o setor incentivou a criação de cooperativas de trabalho com parceria da Prefeitura local e a Associação de Micro e Pequenas Empresas (AMPE) e o SEBRAE regional.

c) Gaspar

Gaspar, com localização no Médio Vale do Itajaí, tem 40.440 habitantes e possui 350 indústrias. Em 1996, a Hering e a Sulfabril fecharam suas portas na cidade. A

produção têxtil, neste caso, ocupa a economia informal, além das quatro cooperativas têxteis de trabalho que empregam um grande número de costureiras. O setor têxtil gerou, nestes últimos anos, 6 mil empregos no município (DIÁRIO CATARINENSE, 30 abr., 1997, p. 105).

Conforme estudos feitos pelo SEBRAE(1995), na Tabela 08 constatou-se que 31,5% das empresas pesquisadas pelo órgão alegaram linhas de crédito para capital de giro como alternativa para que solucionem seus principais problemas e consolidem seu negócio.

TABELA 08

GASPAR CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL
ALTERNATIVAS PARA SOLUCIONAR OS PRINCIPAIS PROBLEMAS E
PARA CONSOLIDAR O NEGÓCIO, CONFORME ESCOLHAS FEITAS
PELAS EMPRESAS PESQUISADAS (EM %)

ITENS	DESCRIÇÃO	EMPRESAS
CREDITÍCIAS	-Linhas de crédito para capital de giro, com carência para 6 meses	31,5
	-Redução dos juros	6,3
POLÍTICA GOVERN.	-Imposto único	6,3
	- Reforma tributária	12,6
	- Cotas de importação	6,3
	- Incentivo do governo	12,6
OUTROS	- Baixo poder aquisitivo do consumidor	25,2
TOTAL		100,0

FONTE: SEBRAE - III Encontro Estadual de "OUTLET" do Vestuário, 1995.

d) Guabiruba

Localizada no Médio Vale do Itajaí, com 11.550 habitantes e 256 indústrias, Guabiruba atua no setor de tecelagem (DIÁRIO CATARINENSE, 30 abr., 1997, p.109).

O município é considerado o maior produtor de fios da região e seu produto está presente em Brusque e outras regiões do Estado e do país.

Com a recente automatização industrial, otimizou-se a produção local e a cidade mudou o seu papel histórico de cidade-dormitório de Brusque, pois grande parte de seus trabalhadores está empregado em empresas brusquenses. Guabiruba foi negativamente afetada pela crise do setor no início dos anos 90, já que 70% de sua PEA (população economicamente ativa) trabalhava no município citado.

e) Benedito Novo

Benedito Novo, situado no Médio Vale do Itajaí, tem população de 8.678 habitantes e apresenta 28 indústrias. Caracterizada como região agrícola, a industrialização modifica o perfil econômico do município. Com uma filial das confecções Marisol, a maioria das mulheres da cidade está empregada na empresa, reforçando a economia local (DIÁRIO CATARINENSE, 30 abr., 1997, p. 40).

3.3.3 Microrregião de Itajaí

a) Ilhota

Como representante do setor têxtil-vestuário desta área, está Ilhota. Localizada no Foz do Itajaí-Açú, tem uma população de 10.030 habitantes e apresenta 40 indústrias. As micro e pequenas empresas de produção de roupas íntimas e linha praia são as grande geradoras de empregos em Ilhota.

Desde 1996, a economia informal das pequenas fábricas de fundo de quintal e das pequenas confecções, com média de 05 a 10 funcionários, se expandiu para mais de 100 mil peças mensais. O setor gera, em 1997, 150 empregos diretos e a produção é escoada para o Estado, Rio Grande do Sul e localidades (DIÁRIO CATARINENSE, 30 abr., 1997, p.120).

3.3.4 Microrregião de Florianópolis

Nesta microrregião destaca-se a região da Grande Florianópolis, onde, desde meados da década de 80, o setor do vestuário tem se mostrado como grande alternativa econômica para a localidade, depois do turismo.

Florianópolis, capital do Estado, tem uma população de 268.551 habitantes, e seu pólo vestuarista evoluiu com a criação de uma Associação de produtores frente às necessidades do empresariado local. Os centros de moda foram se multiplicando e, com a ajuda do corredor turístico, as confecções da capital estão expostas ao público das mais variadas origens (DIÁRIO CATARINENSE, 30 abr., 1997, p. 96).

Mesmo não havendo registros/documentos sobre as atividades de confecção nos principais municípios da Grande Florianópolis, pode-se citar que São José reúne o maior número de confecções que, no próximo capítulo, serão enfocadas, a partir de entrevistas diretas.

3.3.5 Microrregião de Tubarão

a) Capivari de Baixo

Na microrregião de Tubarão encontra-se Capivari de Baixo com uma população de 17.129 habitantes e 39 indústrias (DIÁRIO CATARINENSE, 30 abr., 1997, p. 68).

Como estímulo à economia local, surgiram várias pequenas e médias empresas de confecções, com a utilização da mão-de-obra local. Sua produção, embora pequena, é colocada no mercado catarinense e paulista.

3.3.6 Microrregião de Criciúma

a) Criciúma

Criciúma destaca-se nesta microrregião, além de outras atividades, pelo setor têxtil-vestuário. Localizada na Região Sul do Estado, tem uma população de 159.033 habitantes e 336 indústrias (DIÁRIO CATARINENSE, 30 abr., 1997, p. 83).

As confecções, principalmente com tecidos planos e desenvolvidas tanto pelo sistema de facção como pelo de confecção, apresentaram recentemente um vertiginoso crescimento. De 1978 a 1993, na sua maioria micro e pequenas empresas, passaram de 20 para 350 empresas com mão-de-obra predominantemente feminina (LINS, 1996).

Por apresentar o título de capital brasileira do carvão, Criciúma atraiu um grande número de mão-de-obra a fim de suprir a produção local. Com a crise do carvão, a cidade, no início dos anos 80, verifica grande contingente de mão-de-obra feminina disposta a ajudar no orçamento familiar. Verifica-se assim uma avalanche de micro e pequenas empresas que abrem suas portas em prol à nova alternativa econômica do município, a indústria do vestuário.

A indústria do vestuário agregou trabalhadores desempregados, profissionais em busca de alternativas, gerando inúmeras frentes de trabalho. Este cenário fez de Criciúma umas das cidades que mais produzem *jeans* em Santa Catarina, dividida entre confeccionistas e faccionistas.

A atividade vertuarista é uma das mais importantes do município. Em termos de produção, a região está ao lado do Sul de Minas Gerais e norte do Paraná. A região entra no rol, juntamente com estes Estados, de preferência aos confeccionistas paulistas para confeccionarem suas etiquetas (GOULARTI FILHO, 1994).

A indústria do vestuário vem desenhando uma nova paisagem na Região Carbonífera e tornou-se uma nova divisão do trabalho a nível setorial em relação às duas anteriores: o carvão, em decadência, e a atual cerâmica.

Como posto de venda, encontramos na região o Pórtico de Criciúma e o Cavaller Shopping Center, alvos de estudos do SEBRAE-SC (1995). São centros de compras dirigidos ao público variado com venda dos produtos locais com preços diretos de fábrica.

A Tabela 09, mostra que, no Pórtico de Criciúma, 37,5% dos logistas foram unânimes em apontar linhas de crédito para capital de giro como melhor alternativa à atual crise do município.

TABELA 09
PÓRTICO DE CRICIÚMA
ALTERNATIVAS PARA SOLUCIONAR OS PRINCIPAIS PROBLEMAS E
PARA CONSOLIDAR O NEGÓCIO, CONFORME ESCOLHAS FEITAS
PELAS EMPRESAS PESQUISADAS (EM %)

ÍTEMS	DESCRIÇÃO	EMPRESAS
CREDITÍCIAS	-Linhas de crédito para capital de giro, com carência para 6 meses	37,5
	-Linhas de crédito para linhas de produção com carência de 2 anos	7,5
	- Redução de juros	17,5
	-Aumento do crédito	5,0
	- Mais crédito na liberação de cheque especial	5,0
	- Renegociação da dívidas	2,5
POLÍTICA GOVERN.	-Imposto único	2,5
	- Taxar com impostos as importações	2,5
	- Não importar produtos acabados	2,5
	- Sistemas de cotas para importação	2,5
OUTROS	- Possuir qualidade nos produtos	2,5
	- Reduzir custos de matéria-prima	2,5
	- Aumento nas vendas	5,0
	- Reforma constitucional (Leis Trabalhistas)	2,5
TOTAL		100,0

FONTE: SEBRAE - III Encontro Estadual de "OUTLET" do Vestuário, 1995.

Com relação à alternativa para consolidar-se na atual situação econômica, 45% dos confeccionistas apontaram linhas de crédito para capital de giro (Tabela 10).

TABELA 10
CAVALLER SHOPPING CENTER
ALTERNATIVAS PARA SOLUCIONAR OS PRINCIPAIS PROBLEMAS
E PARA CONSOLIDAR O NEGÓCIO, CONFORME ESCOLHAS
FEITAS PELAS EMPRESAS PESQUISADAS (EM %)

ITENS	DESCRIÇÃO	EMPRESAS
CREDITÍCIAS	-Linhas de crédito para capital de giro com carência para 6 meses	45,0
	-Linhas de crédito para linhas de produção com carência de 2 anos	6,0
	-Redução dos juros	33,0
SEBRAE	-Incentivar a participação em feiras / exposições	3,0
POLÍTICA GOVERN.	-Imposto único	9,0
	- Proteção contra importações	3,0
	- Incentivo à MPE	3,0
TOTAL		100,0

FONTE: SEBRAE - III Encontro Estadual de "OUTLET" do Vestuário, 1995.

b) Morro da Fumaça

Em Morro da Fumaça, localizado no Sul do Estado, com uma população de 13.393 habitantes e 155 indústrias, verifica-se outro foco do setor confeccionista (DIÁRIO CATARINENSE, 30 abr., 1997, p.184).

Utilizando-se da mão-de-obra local, que até então trabalhava na fabricação de tijolos e culturas de fumo e arroz, o setor confeccionista começa a criar espaço no diversificado número de atividades do município.

3.3.7 Microrregião de Araranguá

a) Araranguá

Localizada no Extremo Sul do Estado, com uma população de 50.579 de habitantes e 500 indústrias, Araranguá é uma das cidades mais prósperas do sul catarinense (DIÁRIO CATARINENSE, 30 abr., 1997, p. 23).

Suas culturas mais fortes são as plantações de fumo, arroz e milho e nos últimos anos destaca-se no ramo de confecções.

b) Sombrio

Localizada no Extremo Sul do Estado, Sombrio possui 21.396 habitantes e 238 indústrias. A cidade possui o Super Center Japonês, com características similares aos

demais centros de compras de porte do Estado, onde se expõe a produção de confeccionistas da área (DIÁRIO CATARINENSE, 30 abr., 1997, p. 286).

Segundo estudos feito pelo SEBRAE, o referido Center, no que concerne às alternativas para se consolidar o negócio no atual cenário econômico do Brasil, 36% optaram por mais linhas de crédito para capital de giro. Segue-se assim escolhendo redução das taxas de juros como alternativa para 27% das empresas (Tabela 11).

TABELA 11

SUPER CENTER JAPONÊS

ALTERNATIVAS PARA SOLUCIONAR OS PRINCIPAIS PROBLEMAS E PARA CONSOLIDAR O NEGÓCIO, CONFORME AS ESCOLHAS FEITAS PELAS EMPRESAS PESQUISADAS (EM %)

Í TENS	DESCRIÇÃO	EMPRESAS
CREDITÍCIAS	-Linhas de crédito para capital de giro com carência de 6 meses	36,0
	-Reduzir juros	27,0
QUALIF. PROFIS.	-Qualificar mão-de-obra	9,0
POLÍTICA GOVERN.	-Imposto único	9,0
OUTROS	- Possuir qualidade nos produtos	18,0
TOTAL		100,0

FONTE : SEBRAE - III Encontro Estadual de "OUTLET" do Vestuário, 1995.

c) Maracajá

Maracajá, cidade localizada no Sul do Estado, tem uma população de 5.357 habitantes e 19 indústrias e é outro foco do setor vestuarista no Estado (DIÁRIO CATARINENSE, 30 abr., 1997, p. 172).

Na sua atual realidade econômica, as tendências do município direcionam-se ao progresso no ramo de confecções. As atenções são todas voltadas ao *jeans*, como opção econômica que promete grandes frutos.

FIGURA 01
MICRORREGIÕES DO ESTADO DE SANTA CATARINA



CAPÍTULO IV

O PÓLO VESTUARISTA DE FLORIANÓPOLIS

Florianópolis caracteriza-se como cidade de economia terciária, baseada principalmente no setor de serviços, com destaque para a administração pública estadual e para o turismo. A cidade tem sua vocação turística assentada nas riquezas naturais; e por ser na maior parte uma Ilha, Florianópolis possui uma ecologia frágil, não compatível com a indústria de transformação de grande porte. Deste modo, a indústria do vestuário aparece como alternativa não poluente de geração de empregos, aparentemente adequada à manutenção do *status* de núcleo turístico internacional.

É nos anos 80 que se presencia o florescimento da indústria de confecções na capital; dão-se os primeiros passos rumo à contribuição de um Pólo do Vestuário.

4.1 Antecedentes e Evolução

Até meados dos anos 80 o setor de confecções em Florianópolis era composto por pequenas oficinas residenciais¹². Entretanto, com a crescente aceitação dos produtos, o chão-de-fábrica foi tomando mais espaço a fim de atender a crescente demanda. A única preocupação das confeccionistas da época era acompanhar as tendências da moda e possuir um bom representante que divulgasse sua produção nas regiões próximas e em outros Estados.

A fim de desenvolver Florianópolis especialmente com vistas à minimização do desemprego local, em termos sócio-econômico, e também em função de uma necessidade de consumo interno e desemprego, a gestão municipal de 1986 incluiu esta preocupação - referente à criação de um Pólo do Vestuário - em sua proposta de Governo¹³. Assim com o objetivo de estimular a indústria do vestuário, a Prefeitura Municipal de Florianópolis implantou no Município, em 1986, o Pólo do Vestuário. A iniciativa inseria-se no objetivo

¹² Boa parte das informações sobre a história do Pólo do Vestuário de Florianópolis foi obtida mediante entrevistas, com destaque para as entrevistas com a Sra. Ninita Muniz, empresária do setor e que contribuiu para a evolução do núcleo vestuarista local.

¹³ Informação obtida no IPUF - Instituto de Planejamento Urbano de Florianópolis através de um trabalho realizado, sobre o assunto, por uma equipe técnica em 1989: "Perfil Sócio - Econômico dos Municípios de Florianópolis, São José, Palhoça e Biguaçu.

mais amplo de promover um salto qualitativo e quantitativo no segmento do vestuário da capital.

Microempresária no ramo desde 1974, Ninita Muniz foi figura marcante nesta fase, atuando como Assessora de Desenvolvimento Econômico da Prefeitura Municipal de Florianópolis, naquele ano. A prefeitura local, em convênio com o SENAI, montou uma escola profissionalizante que formava estilistas em *jeans* e outros. Foi uma tentativa - incipiente - de ordenar microempresários que davam seus primeiros passos neste ramo. No entanto, a escola encerrou suas atividades no término do mandato do Prefeito da época.

A partir da segunda metade dos anos 80, a indústria do vestuário de Florianópolis procurou deixar de lado o amadorismo, que caracterizava o setor até então, e procurou um constante aprimoramento na qualidade de seus produtos. A busca de um padrão de qualidade parece ter passado a ser um traço marcante, com a implementação de um projeto formulado no âmbito da Prefeitura Municipal, com participação de um grupo de pequenos empresários locais, os quais se interessaram em criar uma associação: no ano de 1986, fundou-se a Associação de Indústria do Vestuário - ASSINVEST¹⁴

A presidente da ASSINVEST na época acreditava que Florianópolis tinha vocação para a moda e para o modismo¹⁵. Por apresentar características peculiares em que se destaca a participação do turismo na economia, Florianópolis pode contar com um tipo de consumidor que não se restringe aos habitantes locais. Por ser uma cidade turística, houve interesse de vários empresários locais em formar centros de compras adequados à recepção das pessoas que visitavam a Ilha.

Com a idéia de aumentar a renda de micro e pequenos empresários através de novas oportunidades de trabalho e da venda de seus produtos direto ao consumidor, estimulando a produção através do consumo, implantam-se, no começo dos anos 80, os primeiros OUTLETS¹⁶ no mercado local. São áreas com instalações amplas e baratas que reúnem confeccionistas locais objetivando vender produtos de qualidade com preços de fábrica. Através desta iniciativa da ASSINVEST, em parceria com a Prefeitura local, nascem a Central da Moda (1987), o Entrelaços (1991) e o Interfábricas (1991).

Com muita publicidade se presencia o crescimento da ASSINVEST. O resultado positivo despertava o interesse de empresários de outros municípios, pois no Brasil ainda não existia algo semelhante.

¹⁴ A ASSINVEST tem o principal objetivo de representar seus associados junto aos poderes públicos e teve como primeiro presidente Ninita Muniz.

¹⁵ Informações obtidas mediante entrevistas diretas realizadas pela autora.

¹⁶ OUTLET: Expressão inglesa que significa posto de venda; espaço de exposição.

Tal entidade encarregava-se da organização de feiras de amostra experimental, e buscava melhor entrosamento entre empresário e comerciantes, a fim de incentivar a comercialização dos produtos locais, a criação de cursos de especialização e outras coisas.

No decorrer dos acontecimentos, a presidente da Associação (Ninita Muniz), depois de presidir 03 mandatos na ASSINVEST, entrega o cargo ao novo presidente, Marcus Arnoldo Schuabe em 1993. Segundo pessoas que participaram da criação da Associação, as inúmeras barreiras no caminho da ASSINVEST só foram vencidas pelas insistências e paciência de uns poucos, entre eles a ex-presidente da Associação.

Já na eleição de 1994, Marcílio Ávila assume a presidência da Associação como terceiro presidente da casa. É um empresário que começou cedo no ramo, sendo proprietário da MGA Indústria, Comércio e Confeções, fabricante da Griffê Ciclovía, e que agora aceita o desafio de presidir a ASSINVEST no biênio 95 / 96. No que concerne à recente gestão, em relação às normas dos centros de compras desde a fundação da Associação, neste houve uma reordenação na conduta da ASSINVEST.

4.1.1 Período de Instalação e Aspectos da Administração de Algumas Empresas de Confeção da Região de Florianópolis

No início dos anos 90, o SEBRAE-SC, em convênio com a ASSINVEST e com o Instituto Veneto Per I Rapporti Com I Paesc Delle Arre Lontane - Regional de Santa Catarina, apresentaram um trabalho desenvolvido através de pesquisa direta em 282 empresas. As empresas referidas localizavam-se nos municípios de Biguaçu, Florianópolis, Palhoça, São José e Santo Amaro da Imperatriz. Objetivavam identificar as necessidades, dificuldades e potencialidades do setor, o trabalho tornava-se instrumento norteador para a definição e priorização de ações a fim de fortalecer e desenvolver o segmento de confeções.

Na pesquisa realizada constatou-se que 88% das 282 empresas foram implantadas a partir da década de 80, reafirmando o caráter recente da formação do Pólo. É com a associação de outras tantas empresas nos anos subseqüentes, o Pólo se consolidou até a atualidade. De fato, com a formação do Pólo do Vestuário de Florianópolis, nos anos 80, instalaram-se 115 novas indústrias no aglomerado urbano. Nesta época, dois fatores foram determinantes para o crescimento do setor: O Plano Cruzado I e os incentivos municipais praticados naquele período¹⁷. Os dados apontados na Tabela 12 reforçava o caráter jovem

¹⁷ Dados retirados do Diagnóstico do Setor de Confeções da Região da Grande Florianópolis em 1993 em Pesquisa Direta realizada pelo SEBRAE-SC.

das empresas de confecções locais pelo fato de muitas nascerem após a metade da década de 80.

TABELA 12

PERÍODO DE INSTALAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DE CONFECÇÕES EM FLORIANÓPOLIS

PERÍODO	EMPRESAS	%
1970 - 1975	06	2
1976 - 1980	11	4
1981 - 1985	45	16
1986 - 1990	115	41
1991 1ºSEM/93	88	31
NÃO INFORMARAM	17	6
TOTAL	282	100

FONTE : SEBRAE - SC, Pesquisa Direta - 1993, p. 5.

O referido Pólo , no início dos anos 90, reuniu aproximadamente 380 empresas de pequeno e médio porte que buscavam a maturidade através da profissionalização e da expansão de seu mercado, tendo a ASSINVEST como órgão representativo¹⁸.

Já no ano de 1995, o Pólo congregava 500 empresas, gerando 15 mil empregos diretos, e teve como faturamento cerca de R\$ 20.000.000 aproximadamente¹⁹. Entretanto, quando se trata de tamanho , havia uma grande dificuldade para dimensionar exatamente o tamanho do Pólo do Vestuário, que estava ramificado por toda a Grande Florianópolis, envolvendo São José, Palhoça e Biguaçu²⁰.

Quanto ao estilo predominante de administração os números confirmam (Tabela 13) que 73% das 282 empresas estudadas praticavam a administração tradicional, de caráter familiar. E 27% delas eram indústrias que apresentavam uma administração livre de parentesco. O caráter familiar vem de encontro ao fato de que várias empresas eram oriundas de pequenas fábricas domésticas , caracterizando o setor com a existência de , na sua maioria, micro e pequenas empresas.

¹⁸ Dado oriundo do "Catálogo ASSINVEST - Primavera - Verão" 95 /96.

¹⁹ FLORIANÓPOLIS - PROBLEMAS E AÇÕES - IPUF, 1996.

²⁰ Indústria e Comércio, 1997, p. A11.

TABELA 13
ADMINISTRAÇÃO DAS EMPRESAS

ALTERNATIVAS	EMPRESA	%
FAMILIAR	205	73
NÃO FAMILIAR	77	27
TOTAL	282	100

FONTE : SEBRAE - SC, Pesquisa Direta - 1993, p. 6.

Segundo os dados da Tabela 14, somente 17% das empresas do setor adotavam na época uma administração profissionalizada, o que é certamente reflexo do caráter familiar das empresas.

TABELA 14
NÚMERO DE EMPRESAS QUE OPTARAM PELA PROFISSIONALIZAÇÃO

ALTERNATIVA	NÚMERO	%
SIM	49	17
NÃO	233	83
TOTAL	282	100

FONTE : SEBRAE - SC, Pesquisa Direta - 1993, p. 6

4.1.2 Idade dos Equipamentos mais Utilizados e o Nível de Informatização das Empresas do Setor

Aproximadamente 60% das máquinas e equipamentos utilizados no setor do vestuário em 1993, tinham idade média de 01 a 04 anos, sendo considerados seminovos. Estes números denotavam a recente implantação da maioria das empresas (década de 80) (Tabela 15).

TABELA 15

IDADE MÉDIA DAS MÁQUINAS / EQUIPAMENTOS

IDADE MÉDIA	EMPRESAS	%
01 A 04 ANOS	170	60
05 A 09 ANOS	78	28
10 A 14 ANOS	16	06
15 A 20 ANOS	03	01
+ DE 20 ANOS	01	01
NÃO INFORMARAM	14	04
TOTAL	282	100

FONTE : SEBRAE - SC, Pesquisa Direta - 1993, p. 10.

No que concerne à informatização, a Tabela 16 indica uma parcela ainda muito pequena das empresas do setor que fazia, em 1993, uso da informática (13%). Isto configuravam um atraso competitivo frente aos concorrentes aparelhados com as mais diversas tecnologias de última geração.

TABELA 16

NÚMERO DE EMPRESAS QUE UTILIZAM INFORMATIZAÇÃO/SISTEMA PRÓPRIO

ALTERNATIVA	INFORMATIZADA	%	SISTEMA PRÓPRIO	%
SIM	36	13	30	83
NÃO	246	87	06	17
TOTAL	282	100	36	100

FONTE : SEBRAE - SC, Pesquisa Direta - 1993, p. 17.

4.1.3 Principais Matérias-Primas e Sua Origem

Com relação às matérias-primas, as mais utilizadas no referido trabalho eram as malhas (73%), moleton (62%), e tecidos de algodão em geral (54%). Como curiosidade, apenas 4% das empresas pesquisadas utilizavam o couro como matéria-prima. Estes números mostram a realidade do produto ofertado pelo Pólo local na época, o qual grande parte das empresas revelavam-se com produtores de camiseta, blusões de moleton, pijamas e outros artefatos de tecidos (Tabela 17).

TABELA 17
PRINCIPAIS MATÉRIAS-PRIMAS UTILIZADAS

MATÉRIAS -PRIMAS	Nº DE INDICAÇÕES DE UTILIZAÇÃO	% SOBRE TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS
MALHAS	207	73
FIOS	54	19
TECIDOS DE ALGODÃO	151	54
ELANCA	65	23
SARJA	47	17
POPELINE	101	36
JEANS	37	13
MOLETON	175	62
LÃ	49	17
PLUSH	68	24
MEIA-MALHA	191	68
NYLON	21	07
LYCRA	70	25
BORDADOS	73	26
VISCOSE	117	42
COURO	11	04
COTON LYCRA	144	51
LINHAS	282	100
TAC-TEL	87	31
BOTÕES	210	75
ZIPER	216	77
ADESIVOS	82	29
EMBALAGENS	222	79
RIBANA	191	68

FONTE : SEBRAE - SC, Pesquisa Direta - 1993, p. 11.

A maioria das principais matérias-primas eram oriundas de outros Estados (43%). No entanto, 39% das empresas buscavam seu material de fabricação em outros municípios de Santa Catarina. A ida a outros Estados era a opção por vários confeccionistas na busca da qualidade da matéria-prima e melhores formas de pagamentos (Tabela 18).

TABELA 18

ORIGEM DAS MATÉRIAS-PRIMAS UTILIZADAS NA PRODUÇÃO

ORIGEM	%
MUNICÍPIO	18
OUTROS MUNICÍPIOS DE SANTA CATARINA	39
OUTROS ESTADOS	43
TOTAL	100

FONTE : SEBRAE - SC, Pesquisa Direta - 1993, p. 12.

4.1.4 Mercado

Na Tabela 19, verifica-se que os principais produtos de fabricação das 282 empresas eram escoados, na sua maioria, para o próprio município (67%), através de consumidores locais e turistas que compram na região. Isto indica que o mercado local era o grande absorvedor da produção. Outros Estados correspondiam apenas 14% do consumo da produção local e eram poucas as empresas que optavam pelo Exterior (1%), em função da falta de estrutura gerencial e administrativa.

TABELA 19

DESTINO DAS VENDAS DOS PRINCIPAIS PRODUTOS

DESTINO	%
MUNICÍPIO	67
ESTADO	14
OUTROS ESTADOS	18
EXTERIOR	1
TOTAL	100

FONTE : SEBRAE - SC, Pesquisa Direta - 1993, p. 13.

Fica-se evidente na Tabela 20 a disparidade de opinião do empresariado a respeito da natureza do mercado. Aproximadamente 44% das empresas pesquisadas disseram que o mercado em que atuam era altamente competitivo. No entanto, 46% consideram normais as condições de competição. E apenas 10% das 282 empresas alegaram que possuem parte do mercado representado por uma clientela fiel aos seus produtos. Estas eram empresas que se dedicavam a um determinado nicho de mercado, priorizando, frente a concorrência, a qualidade dos produtos e os serviços ao consumidor e, em segundo lugar, os preços.

TABELA 20

CARACTERÍSTICA DOS MERCADO DE VENDAS, SEGUNDO AS FIRMAS

MERCADO	EMPRESAS	%
ALTAMENTE COMPETITIVO	125	44
COMPETIÇÃO NORMAL	130	46
NÃO HÁ COMPETIÇÃO	27	10
TOTAL	282	100

FONTE : SEBRAE - SC, Pesquisa Direta - 1993, p. 13.

4.1.5 Problemas Enfrentados pelo Empresariado na Comercialização dos Produtos e na Administração das Empresas

Dentre os principais problemas enfrentados pelos empresários na comercialização dos produtos, foi indicado o baixo poder aquisitivo da população. Porém, 33% das empresas alegaram que na conjuntura do mercado de confecções de 1993 elas não apresentavam problemas nesta área (Tabela 21).

TABELA 21

PRINCIPAIS PROBLEMAS ENFRENTADOS NA COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS

PROBLEMAS	EMPRESA	% SOBRE O TOTAL DE EMPRESAS PESQUISADAS
BAIXO PODER AQUISITIVO DA POPULAÇÃO	41	15
CUSTO ALTO DA MATÉRIA-PRIMA E CURTO PRAZO DE PAGAMENTO INTERFERE NEGATIVAMENTE NO PREÇO DE VENDA	27	10
PONTOS DE VENDA DEFICIENTES	17	06
CONCORRÊNCIA ACIRRADA	32	11
DIFICULDADE EM ENCONTRAR MÃO-DE-OBRA PARA VENDAS	15	05
NÃO TEM PROBLEMAS NESTA ÁREA	93	33

FONTE : SEBRAE - SC, Pesquisa Direta - 1993, p. 15.

A concorrência acirrada (11%) era outro problema na realidade das empresas no início dos anos 90, reforçado pelo alto custo da matéria-prima e curto prazo de pagamento aos fornecedores. De fato, uma mercadoria com altos custos e pequenos prazos de pagamentos geram produtos finais mais caros. Neste caso, deixavam de ser competitivos frente aos concorrentes que auferiam maiores vantagens em termos de preço (produtos importados).

Preços estes que, atualmente, são dados pela concorrência internacional; para conservar a margem de lucro, é necessário comprimir os custos.

No entanto, o que mais afetou o comércio local desde o começo dos anos 90 até o presente momento, foram as reduções das alíquotas de importação decretadas pelo Governo em gestão. Produzindo com mão-de-obra de presidiários e utilizando-se de tecnologia de ponta, a China e outros Países asiáticos (como foi visto no capítulo I) entraram avidamente no mercado brasileiro. Florianópolis, como outras partes do país, está em desvantagem frente a esses países, mesmo contando com uma grande massa de mão-de-obra barata e em condições de trabalho informal. Em contrapartida, algumas firmas no plano local contam com a vantagem de comprar insumos importados com mais qualidade e menores preços.

Para alguns empresários, como a fundadora da ASSINVEST, é fundamental competitividade. Para tanto, algumas sugestões têm sido apresentadas. Por exemplo, a criação do Clube do *jeans*, para que um grupo de confeccionistas interessados em reduzir seus custos com matéria-prima importem-na em conjunto. É mais barato comprar em grande quantidade do que cada um comprar separadamente. Outra alternativa tem a ver com a especialização em um tipo de roupa (produzir só bermudas ou camisetas, por exemplo). Mesmo com a tentativa de bloquear as importações para proteger as fábricas, para a empresária, sempre haverá aqueles comerciantes que buscam maiores lucros através da comercialização de produtos mais baratos. Não se pode é deixar que o confeccionista local desestimule-se em fabricar e opte por importar e tornar-se um revendedor de artigos do vestuário importados, em especial, da China.

A Tabela 22, confere que os principais problemas enfrentados na administração das empresa tem a ver com a falta de mão-de-obra qualificada (61%). Outro problema de peso é com relação à escassez de treinamento específico (37%) para qualificar a mão-de-obra. Neste contexto, o trabalho braçal continua sendo a chave mestra deste segmento.

TABELA 22

PRINCIPAIS PROBLEMAS ENCONTRADOS NA ADMINISTRAÇÃO DAS EMPRESAS

ALTERNATIVA	Nº DE INDICAÇÕES	% SOBRE O TOTAL DAS EMPRESAS PESQUISADAS
PESSOAL (qualificação da mão-de-obra)	171	61
ADMINISTRAÇÃO DAS FINANÇAS	96	34
APROPRIAÇÃO DE CUSTOS NA FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA	67	24
COMPRA DE MATÉRIA-PRIMA	75	27
CONTROLE DE ESTOQUES DE MATÉRIA-PRIMA E PRODUTO ACABADO	47	17
VENDAS	83	29
CURSOS PROFISSIONALIZANTES	87	31
CURSOS DE CONTEÚDO TÉCNICO	74	26
TREINAMENTO DE MÃO-DE-OBRA	103	37
NECESSIDADE DE INOVAÇÃO TECNOLÓGICA	87	31
PRODUTIVIDADE	96	34
QUALIDADE DOS PRODUTOS	51	18
OUTROS	48	17

FONTE : SEBRAE - SC, Pesquisa Direta - 1993, p. 16.

Através de pesquisas feitas pela ASSINVEST, constatou-se que, dos 450 associados, 95% tinham dificuldades para encontrar mão-de-obra especializada quando necessitavam expandir seus negócios (AN CAPITAL, 1996, p. 6). De posse dessa informação, a Associação procurou preencher esta lacuna (na metade dos anos 90) através da Escola da ASSINVEST que se encarregava de dar cursos profissionalizantes às crianças de rua capacitando-as ao mercado local.

No começo desta década, a Associação constatou uma redução no número de seus associados. Com a abertura econômica nacional ao mercado externo, muitas das confecções da região de Florianópolis fecharam suas portas sem chegar a completar um ano de existência. Os motivos para tal situação são vários: altas taxas de juros, alto gasto com encargos sociais, atraso tecnológico do parque fabril, invasão dos produtos importados e outros. Como estratégia face a esta crise, o mais coerente é que cada unidade fabril escolha o caminho a seguir de acordo com suas características frente ao mercado concorrente.

Como exemplo de estratégia para enfrentar a crise atual, algumas empresas do setor optavam, no início da década de 90, pelas facções. A facção é considerada pelo

empresariado do meio como um redutor de custos. A empresa-mãe, neste caso, se livra dos pesados encargos sociais do empregado que perde direito de férias, 13º salário e outras vantagens.

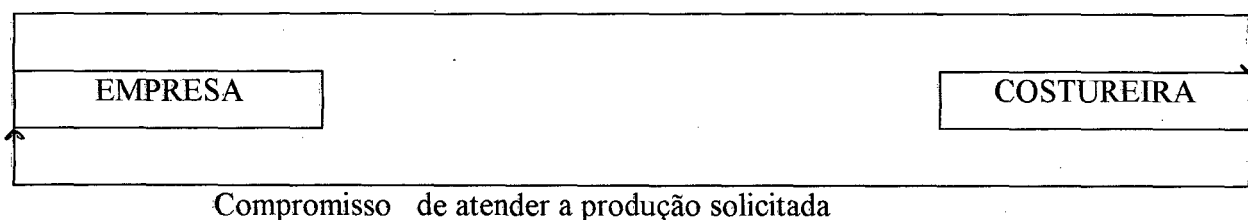
Como ilustração, pode-se citar o caso de uma fábrica de *jeans* instalada em Florianópolis. O esquema abaixo mostra um tipo de terceirização:

FIGURA 02

A COOPERATIVA

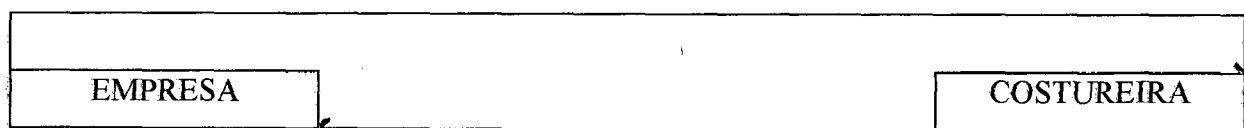
1º TIPO

Empréstimo de máquina e equipamento e prestação de assistência técnica/manutenção semanal



2º TIPO

Venda de máquina e equipamento e prestação de assistência técnica/manutenção semanal



FONTE: MOURA, 1994, p. 45. Adaptado pela autora.

Através de empresas desse tipo, a empresa reduz seus custos com funcionários e ainda desfruta da possibilidade de redistribuir os seus recursos.

4.1.6 Formas de Acompanhar as Tendências da Moda

O setor de confecções está ligado diretamente ao modismo. Em função disto, os empresários do ramo devem estar sempre atentos às atuais tendências da moda, antecipando-se aos lançamentos de cada nova estação do ano. Aproximadamente 78% (Tabela 23) dos empresários investigados declararam atualizarem-se através de revistas especializadas,

algumas obtidas em viagens feitas ao exterior, e eram poucos (09%) os que freqüentavam seminários e palestras direcionadas ao assunto.

TABELA 23

FORMAS QUE A EMPRESA UTILIZA PARA ACOMPANHAR AS
TENDÊNCIAS DA MODA E DE MODERNIZAÇÃO

ALTERNATIVA	NÚMERO DE INDICAÇÕES	% SOBRE O TOTAL DAS EMPRESAS PESQUISADAS
REVISTAS ESPECIALIZADAS	221	78
SEMINÁRIOS / PALESTRAS	25	09
FEIRAS	142	50
OBSERVAÇÃO DA CONCORRÊNCIA	176	62
OUTRAS	184	65

FONTE : SEBRAE - SC, Pesquisa Direta, - 1993, p. 19.

Pensando em elevar nacionalmente a figura de Florianópolis como Pólo do Vestuário e da Moda, e interessada na atualização e informação do empresariado local, a atual presidência da ASSINVEST promove várias viagens para o Brasil e ao Exterior em busca de novidades tecnológicas e das últimas tendências da moda. E em conjunto com alguns órgãos locais, a Associação oferece, por vezes, cursos, seminários e palestras com figuras de renome para manter o setor atualizado.

Sobre planejamento da coleção, 77% (Tabela 24) do empresariado, em 1993, não utilizavam os serviços de profissionais com formação específica para a criação e planejamento de coleções. Os altos custos devem ser a causa principal do pouco uso.

TABELA 24

FORMAÇÃO ESPECÍFICA DO RESPONSÁVEL PELO PLANEJAMENTO DA COLEÇÃO

ALTERNATIVA	NÚMERO	%
SIM	64	23
NÃO	218	77
TOTAL	282	100

FONTE : SEBRAE - SC, Pesquisa Direta - 1993, p.19

4.2 ASSINVEST: Objetivo e Realização

Com o objetivo de atender às necessidades do empresariado local do setor do vestuário, a ASSINVEST promoveu a criação da Escola Profissionalizante, dos Centros de Moda e atividades que favorecem o Pólo local.

4.2.1 Escola Profissionalizante

A fim de ajudar os microempresários da capital, a ASSINVEST, em parceria com o SEBRAE, criou em 1995 a Escola da ASSINVEST, cujo objetivo é treinar e profissionalizar meninos de rua. A Escola de Formação Profissional visa ajudar as crianças desajustadas socialmente, dando-lhes uma profissão que, em seguida, possibilite introduzi-las no mercado local. De acordo com as suas aptidões, a Escola se encarrega de modelá-las a fim de suprir as necessidades do setor. Só saem do aprendizado, as crianças psicologicamente prontas e qualificadas para a realidade profissional. O atual presidente da ASSINVEST teve esta idéia a partir de preocupações com as crianças que não possuem perspectivas de futuro. Mas a situação também veio de encontro às necessidades das confecções de Florianópolis em relação aos profissionais capacitados na atualização de seu processo produtivo, pois urge melhorar a capacidade produtiva da empresa de acordo com a realidade de mercado, através de profissionais qualificados.

Primeiramente, a ASSINVEST cadastra as meninas de rua para serem feitas as entrevistas com psicólogos e, posteriormente, enfrentar 03 meses de curso. Durante as aulas, elas recebem alimentação gratuita, meio salário mínimo e vale transporte; o pré-requisito é que estejam regulamentadas em uma instituição de ensino. Ao término do curso, as meninas vão trabalhar como funcionárias nas malharias. Já os meninos, devem ser treinados para a área do corte. O local, as máquinas e os panos pertencem à ASSINVEST e às fábricas associadas (DIÁRIO CATARINENSE, 1995, p. 31). Inicialmente o estágio é remunerado e o encaminhamento profissional depende dos convênios com as empresas interessadas na mão-de-obra especializada. No caso, a ASSINVEST se encarrega de fazer um cadastro das empresas. Em 1996, o SEBRAE / AFLOV (Associação Florianopolitana de Voluntários) e a ASSINVEST deram seqüência aos cursos executados pelo Thempos (Centro de Formação Profissional em Confecção). O objetivo maior declarado é a construção da cidadania e o incentivo ao menor na faixa etária de 14 à 18 anos.

Como exemplo, o próprio presidente da ASSINVEST, gestão 97, usufrui dos trabalhos da Escola empregando um menino recém-saído do curso de Cortador de Tecido em

sua empresa (a Griffé Ciclovía). Por sinal o empresário está muito satisfeito com o desempenho do menor ao mencionar que este funcionário é melhor do que os outros profissionais mais antigos (O ESTADO, 1996, p.9).

Alguns dos formandos não querem ser empregados: tem a opção, pelo menos em tese, de trabalhar por conta própria em suas residências.

Para o ano de 1997, espera-se dar continuidade a esta iniciativa, já que nos últimos dois anos cerca de 200 crianças e adolescentes carentes da Grande Florianópolis foram beneficiadas.

4.2.2 Centros de Moda

Visando aglomerar os centros de moda de bom nível com a venda de produtos fabricados por confeccionistas florianopolitanos com preços direto de fábrica, criou-se o primeiro centro de compra. Em 1987, a Central da Moda, no Terminal Rita Maria, abre suas portas, concentrando 48 lojas com aproximadamente 100 pessoas empregadas, atendendo uma clientela bastante diversificada. Não demorando muito, em 1991, o Entrelaços e o Interfábricas surgem como resposta ao sucesso de tal iniciativa.

Com a intenção de aumentar seus pontos de venda, a ASSINVEST inaugurou em 1996 o Mall Center. É um centro de pronta-entrega que, segundo o atual presidente da Associação, segue os padrões dos Shoppings Centers no que se refere ao conforto e à satisfação. O Trajano Mall Center, como é chamado, localiza-se na parte central da capital, ao alcance do público em geral. Na atual situação do mercado, o consumidor, além de exigir produtos de qualidade, quer fazer as compras em ambiente com ar condicionado, conforto e comodidade. Seguindo o princípio dos demais centros de compra da capital, o Trajano Mall Center trabalha com preços de fábrica (DIÁRIO CATARINENSE, 1996).

De acordo com o atual presidente da ASSINVEST, Santa Catarina é um centro têxtil, mas não é um centro difusor de moda. Porém, Florianópolis tem vocação para mudar essa realidade e pode realizar esse objetivo, aliando o turismo à moda (DIÁRIO CATARINENSE, 1997, p. 27). É com este pensamento que a ASSINVEST inaugurou o Shopping Cristal Center em 1997, mais um centro de compra na capital.

Conforme a Associação, a construção de um Shopping é um projeto inovador e marca uma fase do Pólo do Vestuário da Grande Florianópolis. Com o Shopping Cristal Center, inaugura-se um novo estilo de compra, oferecendo qualidade no atendimento e preços que favorecem o consumidor. Espera-se que tal empreendimento gere cerca de 100 empregos

diretos, sem contar a geração de empregos nas pequenas indústrias que possivelmente ampliarão sua produção (DIÁRIO CATARINENSE, 1997, p. 21).

4.2.2.1 Outlet

A partir de iniciativas da Prefeitura de Florianópolis e da ASSINVEST, houve uma preocupação em organizar a atividade informal do setor. Sendo assim, dá-se apoio ao projeto dos “Shoppings” industriais ou “OUTLET CENTERS”, a fim de criar uma estrutura que permita gerar novos empregos na cidade.

Os chamados OUTLET CENTERS vieram de encontro às necessidades de expor à sociedade local e aos turistas frequentadores da Ilha, a imensa gama de confecções e outros artefatos de tecido relacionadas ao gradativo fortalecimento desta alternativa econômica na capital.

Este tipo de posto de venda é caracterizado pela comercialização de produtos de qualidade à preço de fábrica. O aprimoramento da qualidade se deve à exigência do mercado; o preço reduzido, ao fato de não haver intermediários no processo de comercialização.

No ano de 1995, realizou-se o III Encontro Estadual de “OUTLET” do Vestuário, como resultado da parceria do SEBRAE-SC - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina e da FAMPESC - Federação das Associações das Micro e Pequenas de Santa Catarina.

O referido encontro teve a preocupação de discutir o momento atual em relação à situação em que se encontra o país e apontar diretrizes e políticas voltadas ao fortalecimento do segmento.

A seguir estão apenas expostos dados de OUTLET CENTERS da capital : Central da Moda, Entrelaços e Interfábricas. São dados que mostram a realidade dos micro e pequenos empresários do setor do vestuário local.

Nas Tabelas 25 e 26, estão abordadas as questões às quais deve-se dar maior atenção , com vistas à sobrevivência das empresas do setor.

Para 22,4% dos comerciantes da Central da Moda, as linhas creditícias para capital de giro são os pilares do fortalecimento de seu negócio. E 11,2% do empresariado apontam a redução do juro como alternativa para solucionar os principais problemas da atual crise econômica e consolidar o negócio(Tabela 25).

TABELA 25
CENTRAL DA MODA
ALTERNATIVAS PARA SOLUCIONAR OS PRINCIPAIS PROBLEMAS E
PARA CONSOLIDAR O NEGÓCIO, CONFORME ESCOLHAS
FEITAS PELAS EMPRESAS PESQUISADAS (EM %)

ÍTEMS	DESCRIÇÃO	EMPRESA
CREDITÍCIAS	-Linhas de crédito para capital de giro com carência para 6 meses	22,4
	-Linhas de crédito para linhas de produção com carência para 2 anos	1,6
	- Redução dos juros	11,2
QUALIF. PROFIS.	-Qualificar mão-de-obra	1,6
SEBRAE	- Incentivar a participação em feiras / exposições	4,8
	- Associativismo para compra de matéria-prima	4,8
	- Informações de franquias	1,6
POLÍTICA GOVERN.	- Imposto único	6,4
	- Incentivas exportações	1,6
	- Proteção contra importações	4,8
OUTROS	- Promover eventos / promoções	3,2
	- Comissionar guias	1,6
	- Calcular demanda, evitar estoques	3,2
	- Formulação de preços de venda real	6,4
	- Possuir qualidade nos produtos	8,0
	- Baixo poder aquisitivo do consumidor	3,2
	- Facilidade de estacionamento	4,8
	- Distribuição de pequenos brindes	1,6
	- Mudar linha de produtos	1,6
	- Efetuar pesquisas	1,6
	- Fazer cartão de crédito	1,6
	- Praça de alimentação	1,6
TOTAL		100,0

FONTE : SEBRAE - III Encontro Estadual de "OUTLET" do Vestuário, 1995.

Quanto ao Entrelaços (Tabela 26), os confeccionistas foram claros ao apontar linhas de crédito para capital de giro (23,1%) e redução dos juros (12,6%) como alternativa para solucionar principais problemas e consolidar o negócio frente à situação econômica do estabelecimento.

TABELA 26
ENTRELAÇOS
ALTERNATIVAS PARA SOLUCIONAR OS PRINCIPAIS PROBLEMAS E PARA
CONSOLIDAR O NEGÓCIO, CONFORME ESCOLHAS FEITAS PELAS
EMPRESAS PESQUISADAS (EM %)

ÍTEM	DESCRIÇÃO	EMPRESAS
CREDITÍCIAS	- Linhas de crédito para capital de giro com carência para 6 meses	23,1
	- Linhas de crédito para linhas de produção com carência para 2 anos	6,3
	- Financiamento para projetos empreendedores	2,1
	- Reduzir juros	12,6
	- Aumentar juros caderneta de poupança	2,1
QUALIF. PROFIS.	- Qualificar mão-de-obra	2,1
	- Profissionalização nível técnico	2,1
ESTRATÉGIAS MARKETING	- Incentivar a participação em feiras / exposições	2,1
	- Associativismo para compra de matéria-prima	2,1
POLÍTICA GOVERN.	- Abertura das importações	2,1
	- Imposto único	10,5
	- Anistia para impostos atrasados	2,1
	- Incentivar exportações	2,1
	- Proporcionar vantagens às MPE	2,1
	- Taxar com impostos as exportações	4,2
	- Não importar produtos acabados	2,1
- Importar equipamentos (Itália / China) para aparelhar máquinas nacionais	2,1	
OUTROS	- Crediário mais rigoroso, exigindo mais informações dos clientes	4,2
	- Possuir qualidade dos produtos	4,2
	- Cadastrar melhores clientes	2,1
	- Baixo poder aquisitivo do consumidor	2,1
	- Facilidade de estacionamento	2,1
	- Reduzir custos de matéria-prima	4,2
TOTAL		100,0

FONTE : SEBRAE - III Encontro Estadual de "OUTLET" do Vestuário, 1995.

Porém, é no caso do Interfábricas (Tabela 27) que as escolhas são mais claras. Cinquenta por cento das empresas do OUTLET votaram a favor de linhas de crédito para capital de giro para se fortalecerem no mercado, e 30% das lojas locais se consideram afetadas com as altas taxas de juros praticados pelos bancos.

TABELA 27
INTERFÁBRICAS
ALTERNATIVAS PARA SOLUCIONAR OS PRINCIPAIS PROBLEMAS E
PARA CONSOLIDAR O NEGÓCIO, CONFORME ESCOLHAS FEITAS
PELAS EMPRESAS PESQUISADAS (EM %)

ÍTENS	DESCRIÇÃO	EMPRESAS
CREDITÍCIAS	- Linhas de crédito para capital de giro com carência para 6 meses	50,0
	- Reduzir juros	30,0
OUTROS	- Baixo poder aquisitivo do consumidor	20,0
TOTAL		100,0

FONTE : SEBRAE - III Encontro Estadual de "OUTLET " do Vestuário, 1995.

Em síntese, observa-se que as alternativas mais imprescindíveis à consolidação das empresas no atual momento econômico são:

- No que concerne ao crédito: linhas de crédito para capital de giro com carência de seis meses e redução dos juros;
- No que concerne à qualificação profissional: qualificar mão-de-obra;
- No que concerne às estratégias de marketing e SEBRAE: incentivar a participação em feiras / exposições e associativismo para compra de matéria-prima;
- No que concerne à política governamental: imposto único e incentivos às exportações;
- No que concerne às outras alternativas: baixo poder aquisitivo do consumidor (parece ter havido um equívoco por parte do SEBRAE na formulação deste item pois o contrário tende atingir o objetivo da Tabela.), possuir qualificação dos produtos e facilidade de estacionamento;

À luz dessas informações, pode-se observar o descaso do Governo com as micro e pequenas empresas impossibilitadas financeiramente de investir na qualificação da mão-de-obra, em recursos tecnológicos, expansão de seus negócios e outros. Sem a

considerável atenção quanto aos incentivos fiscais e outros em prol da indústria local, o Pólo do Vestuário se verá enfraquecido como alternativa econômica.

Na atual situação, o que se testemunha é a ampliação do número de empresas que fecham suas portas face à frustração bastante pronunciada do empresariado.

4.2.3 Estratégias de Modernização, por Parte da Assinvest, para o Setor do Vestuário da Região de Florianópolis

Com a criação do Pólo do Vestuário, a UDESC - UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA - se preocupou em atender a demanda do setor criando, em 1992, um curso de especialização em Desenho Industrial, Estilismo e Modelagem. Curso este que teve a contribuição de professoras francesas especializadas no assunto.

Em 1995, a ASSINVEST propôs uma aproximação maior entre a UDESC e os empresários da área, criando um fórum de discussão permanente, estimulando os profissionais atuantes no setor a participarem do curso de bacharelado em estilismo da Escola Superior de Moda da UDESC.

Fomentando e estimulando o surgimento e o crescimento das micros e pequenas empresas, o SEBRAE, em parceria com a ASSINVEST, tem como projetos a realização de seminários de desenvolvimento de moda e programas de melhoria técnica como a informatização do processo de corte das peças de tecido. Serão feitos estudos sobre a criação de uma central de importação de matérias-primas, que possibilitaria a redução dos custos, aumentando a competitividade dos produtos fabricados.

A ASSINVEST, juntamente com o SEBRAE, lançou um projeto de expansão de mercado para o escoamento da produção doméstica. Pensando em colocar Florianópolis na rota dos negócios da moda, a Associação criou o Catálogo ASSINVEST de Moda Primavera / Verão 95 / 96. Aproveitando a abertura de fronteiras proporcionada pelo Mercosul, e o amadurecimento da moda desenvolvida regionalmente que possui características e identidade próprias, foi possível pôr em prática tal projeto (FOLHA DE SÃO JOSÉ, 1995, p. 6).

Nos últimos anos, em conjunto com a FIESC (Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina) e o SEBRAE, organizaram-se viagens para feiras internacionais. O destino mais desejado é a Itália. Vai-se atrás de novidades e tendências de moda e tecnologia (DIÁRIO CATARINENSE , 1996, p. 3). O interesse é por modernização no segmento do vestuário. Neste propósito, a ASSINVEST procura manter um calendário constante de missões para as feiras internacionais - 01 viagem a cada 02 meses.

O SENAI (Serviço Indústria Aprendizagem Industrial) também está presente como parceira da ASSINVEST, porém só se encarrega de promover cursos. Como contribuição ao segmento, o SENAI procura mostrar aos confeccionistas o perfil das empresas do setor, muitas vezes com auxílio de profissionais estrangeiros que se apresentam como os mais atualizados no mundo em termos de moda.

O Catálogo da ASSINVEST de Moda Primavera / Verão 95 / 96 mostrou o melhor da moda da região. Seu lançamento ocorreu num desfile realizado no hotel no Costão do Santinho Resort, na praia do Santinho no sul da Ilha, com a presença de jornalistas e figuras importantes do ramo. Procurou-se contratar profissionais eficientes, como consultores, para desenvolver a Cartela de Cores, com inspiração no colorido típico de Florianópolis. O elemento de inspiração foi a tradição das rendas de bilro, cestarias, rendas para pescar (REVISTA TODA MODA, 1995, p.37).

Face a insistência da Associação com relação à obtenção de linhas de crédito aos vestuaristas, em 1996 o BNDES liberou tal solicitação. Foram beneficiadas 118 empresas da região para que os confeccionistas melhorem seu parque industrial, investindo na modernização tecnológica dos equipamentos a fim de serem mais competitivos. Esta liberação é uma grande conquista face ao freqüente descaso dos bancos, que apenas se direcionam às grandes empresas e desprezam os microempresários. Esquecem eles que tais empresas são grande geradoras de emprego e renda.

4.3 Situação Atual de Algumas Firms de Confecção da Grande Florianópolis

Com vistas a levantar informações atualizadas sobre a situação atual do setor na Grande Florianópolis, realizou-se uma pesquisa direta, com aplicação de questionários, em algumas empresas locais. As empresas objetivo desta investigação foram micro e pequenas empresas, integrantes de um painel selecionado a partir de informações da ASSINVEST, que aceitaram ser entrevistadas. Cuidou-se, na seleção do painel, para que fossem incluídas firmas já existentes na década de 80, de modo que fosse possível obter alguma visão sobre a trajetória das empresas e assim identificar o impacto representado pela abertura comercial do Brasil.

Visitaram-se seis empresas, divididas entre fabricantes de roupas de moleton, roupas e acessórios de couro, pijamas e camisolas, edredons e outros artigos do vestuário; as entrevistas foram realizadas no primeiro semestre de 1997.

A seguir exploram-se aspectos principais das entrevistas.

4.3.1 Surgimento, Evolução e Faturamento

As seis empresas apresentam características similares quanto ao seu histórico (origem e período de implantação). O início da atividade deu-se, em todos os casos, quando uma pessoa da família resolveu pôr em prática alguns “dotes” com relação à costura. A partir disso, as famílias uniam-se em torno da atividade, trabalhando por conta própria e vendendo seus produtos ou no próprio local de fabricação, ou para estabelecimentos locais. Com a aceitação cada vez maior dos artigos fabricados, as pequenas confecções ampliaram suas instalações, contratando mais empregados e adquirindo mais máquinas e equipamentos, a fim de atender a crescente demanda.

Com o desenvolvimento das atividades de produção, houve aumento dos postos de venda, na intenção de divulgar cada vez mais os produtos no comércio local. Assim, as empresas pesquisadas apresentam atualmente de 01 a 03 lojas espalhadas pela região da Grande Florianópolis. Apenas duas das seis empresas comercializam seus produtos em magazines no interior de Santa Catarina e fora do Estado. Este panorama, no entanto, é um pouco diferente em relação à época em que as empresas em questão possuíam instalações maiores pois se vendia tudo o que fabricava em função da melhor situação em que se encontravam na década de 80.

Quanto ao faturamento, observa-se considerável dispersão dos valores indicados (Tabela 28).

TABELA 28
FATURAMENTO ANUAL (1996)

INTERVALOS (US\$ MIL)	NÚMERO DE EMPRESAS
MENOS DE 250	2
DE 250 a 500	1
NÃO SOUBERAM DIZER *	3
TOTAL	6

FONTE : Elaboração própria, a partir de pesquisa direta.

* Pelo fato das oscilações decorrentes das estações e/ou épocas festivas.

4.3.2 Produção

No que diz respeito às linhas de produção, observa-se grande variedade entre as empresas pesquisadas. Isso é coerente com uma característica básica do setor no plano internacional e brasileiro, qual seja a grande heterogeneidade da artigos fabricados (Tabela 29). Note-se, porém, que metade das firmas pesquisadas declarou fabricar artigos de moleton, o

que talvez possa ser interpretado como um indício de tendência do setor na Grande Florianópolis.

TABELA 29
PRINCIPAIS LINHAS DE PRODUTO

LINHAS DE PRODUTO	EMPRESAS					
	A	B	C	D	E	F
MODINHA *				X		
PIJAMA/ CAMISOLA			X			
EDREDONS		X				
MALHAS	X				X	
LYCRA					X	
LIGANETE					X	
CANVAS	X					
ROUPA/ACESSÓRIOS DE COURO						X
MOLETON	X			X	X	

FONTE : Elaboração própria., a partir de pesquisa direta.

* Termo usado nesta indústria para designar nova tendência de alteração rápida da moda feminina.

Por outro lado, todos fabricantes informaram que não atuam como subcontratados. Neste caso 05 firmas contam com serviços de empresas especializadas para executar algumas tarefas, ou seja, terceirizam parte de suas atividades. A percentagem de tarefas realizadas por terceiros varia entre as empresas: a participação de 5% a 50% da produção subcontratada no valor da produção total da firma. Isto significa uma busca por mais qualidade por meio de serviços especializados, ou mesmo a superação da falta de maquinário e a redução de custos (mão-de-obra e espaço físico).

Registrou-se, no entanto, que todas as empresas em questão consideram como médio o grau de satisfação quanto à subcontratação. E o principal problema reside na qualidade do serviço e nos prazos de entrega.

Segundo a Tabela 30, o serviço mais solicitado a terceiros refere-se aos bordados, em função da falta de maquinário especializado e em função de uma redução dos custos.

TABELA 30
PRINCIPAIS ATIVIDADES SUBCONTRATADAS

SERVIÇOS CONTRATADOS	NÚMERO DE EMPRESAS
BORDADO	6
COSTURA	3
SERIGRAFIA	3
LAVANDERIA	1
ESTAMPARIA	2
OVERLOCK	1

FONTE : Elaboração própria, a partir de pesquisa direta.

A opção pelas subcontratações deve-se ao fato da atual crise econômica do país e da necessidade de se reduzir gastos com a folha de pagamento. Neste sentido, na Tabela 31, pode-se verificar a trajetória do número de funcionários nas empresas pesquisadas desde sua implantação até o presente momento.

TABELA 31
PESSOAL OCUPADO

EMPRESAS	NA IMPLANTAÇÃO	QDADE MÁXIMA/ANO	EM 1997
A	20	20 - (1992)	3
B	3	45 - (1978/84)	1
C	2	68 - (1995)	4
D	1	60 - (1987/88)	30/40
E	1	21 - (1991)	2
F	2	24 - (1994)	18

FONTE: Elaboração própria, a partir de pesquisa direta.

Estes dados sugerem que, na sua grande maioria, o setor de confecções da Grande Florianópolis é formado por micro empresas e por empresas de pequeno porte segundo a classificação do IBGE.

4.3.3 Questões Ligadas à Comercialização de Produtos E Insumos

Para os confeccionistas pesquisados, as vendas dos produtos são efetivadas principalmente em outras lojas e diretamente ao usuário final, em seus próprios estabelecimento. No entanto, 50% das firmas alegaram que houve um aumento no número de

clientes entre 1990 e 1996, por vezes pela redução dos preços de venda e também porque fecharam-se muitas confecções em função da entrada dos importados, altas taxas de juros e outros. Assim, o núcleo de concorrentes locais teria diminuído.

No que concerne à existência de algum sistema de coleta e estudo de informações precisas sobre as expectativas do cliente, verifica-se apenas a coleta de informações por parte dos vendedores em tratamento direto com o cliente.

E quanto aos insumos importados, para 83% das empresas, as máquinas e equipamentos são os mais adquiridos no exterior, em função da atualização tecnológica, qualidade dos mesmos, preço favorável na aquisição, melhor serviço prestado do produto, e até mesmo, a inexistência destes no mercado nacional.

Para os entrevistados, o Plano Real veio contribuir neste sentido, pois as linhas de crédito são mais acessíveis, facilitando, assim, as importações dos insumos (máquinas, equipamentos, tecidos, aviamentos, revistas e outros tantos).

Quatro dos seis confeccionistas em questão competem com empresas maiores apresentando grande desvantagem, principalmente na compra de insumos. As empresas maiores têm capacidade de produção que viabiliza compras feitas em grande quantidade, o que significa vantagens no preço de sua aquisição. Assim, as firmas menores, por não conseguirem adquirir tais quantidades, posicionam-se em desvantagem frente às maiores. E para 83% das empresas, seus concorrentes estão na mesma região/cidade sendo eles pequenos ou grandes que estão disputando este mercado.

4.3.4 Investimento e Tecnologia

Na Tabela 32, apresentam-se dados que espelham a situação das empresas pesquisadas com relação ao montante de investimentos realizados desde 1990 até hoje. Neste sentido, metade das empresas pesquisadas direcionaram aproximadamente 100 a 300 mil dólares em investimentos no período de 1990 até o presente momento.

TABELA 32

INVESTIMENTOS REALIZADOS NO PERÍODO 1990/1997

INTERVALOS (US\$ MIL)	NÚMERO DE EMPRESAS
DE 100 a 200	2
DE 200 a 300	1
MAIS DE 2500	1
NÃO INFORMARAM	2
TOTAL	6

FONTE: Elaboração própria, a partir de pesquisa direta.

O montante direcionado pelas empresas aos investimentos objetivam: a inovação de produtos para mercados preexistentes(33%), a incorporação, de produtos para mercados preexistentes(33%) e para novos mercados(50%). Porém, para o atual ano, em função da recessão, não há previsão de investimentos, em especial, em maquinários.

Entre as máquinas e equipamentos mais importantes estão as máquinas de overlock, de costura industrial reta, cobertura, entre outras. Adquiridas na década de 80 tais máquinas, são oriundas da Coreia, do sul da Alemanha, Estados Unidos e Itália, países com tecnologia de ponta neste ramo. Com relação ao sistema de informática de CAD/CAM, nenhuma das empresas apresentam tal tecnologia em seus processos produtivos.

Quanto à questão da qualificação da mão-de-obra, não é problema para os entrevistados pois os funcionários são admitidos como profissionais, ou a empresa se encarrega do ensino ou busca pessoal de outras regiões. A respeito de modelistas, apenas 03 das empresas entrevistadas, possuem hoje somente um profissional da área, e o restante das empresas conta com o bom gosto de familiares para projetar e desenvolver novos produtos.

4.3.5 Impacto da Abertura Comercial do Brasil

A abertura comercial da economia brasileira, já referido neste trabalho, com a conseqüente invasão de artigos estrangeiros do vestuário no comércio local, foi apontada como fonte de problemas por apenas 01 das 06 empresas questionadas. Esta firma alegou que viu sua produção prejudicada principalmente pelo fato de que sua matéria-prima nacional, é mais cara que a importada, embora seja de melhor qualidade. Assim, a empresa não estaria em condições de confeccionar um produto de baixo custo com qualidade, perdendo concorrência com os chineses. As 05 restantes não interromperam nenhuma linha de produção em virtude das importações, apenas testemunharam quedas nas vendas. Em contrapartida, 2/3 das empresas apresentaram um aumento na incorporação de novos produtos após 1990, pela

solicitação dos clientes e a partir de novos desenvolvimentos próprios. Ou seja, diversificaram seus produtos, abrindo um leque de novas oportunidades, o que na verdade, constitui traço próprio do setor, visto que a moda e o gosto da clientela são dinâmicos.

Testemunhou-se, contudo, que 04 das 06 empresas entrevistadas sofreram, nos últimos anos, uma queda em suas vendas no mercado interno. Primeiramente, a causa principal é a recessão econômica por que passa o Brasil, que leva à redução no consumo de artigos do vestuário. Em função da atual crise econômica do país, as pessoas estão direcionando maior parcela de sua renda às necessidades básicas, adquirindo o que é supérfluo (artigos do vestuário, por exemplo) em outras ocasiões ou buscando somente aquilo que apresenta preços mais baixos.

Neste sentido, as empresas referidas acima lançam mão da baixa qualidade dos similares asiáticos para cativar a considerável fatia do mercado que, além de procurar produtos de baixo custo dá grande importância à qualidade dos mesmos.

É válido ressaltar que entre os impactos negativos resultantes da abertura comercial do Brasil sobre as indústrias de confecções brasileiras, as mesmas podem contar com algumas vantagens. Vantagens estas que consiste na compra de insumos importados com preços mais acessíveis, melhores formas de pagamento e qualidade dos mesmos.

CAPÍTULO V

CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

5.1 Conclusão

A indústria de confecção apresenta aspectos básicos similares tanto em nível de Mundo como de Brasil : heterogeneidade tanto no interior das empresas quanto no níveis tecnológicos, no tamanho das unidades produtivas, diversidade de consumidores e de produtos ofertados.

No presente momento é possível observar grande disponibilidade de mão-de-obra no mercado. Com isto, cresce também o número de pessoas interessadas em montar seu próprio negócio . Com os baixos custos de implementação, o segmento de confecções é o mais procurado : é possível montar uma pequena linha de produção com apenas 01 ou 02 máquinas industriais. Porém, por não se vender tudo o que é produzido, como antigamente ocorria, faz-se necessário ter eficiência, qualidade de produto e visão de mercado. Este fato também é outro a contribuir para a formação de empresas do ramo da confecção. No entanto, atualmente, o mercado exige que a fase de pequeno seja curta, para partir logo para o crescimento e aprimoramento a fim de sobreviver à atual crise econômica do país.

No que concerne às diferenças, as indústrias de confecções em países desenvolvidos caracterizam-se, em boa parte, por apresentarem tecnologia de ponta e modernas técnicas organizacionais em suas unidades fabris.

Sob a vigência de reduzidas alíquotas de importação a partir de 1990, observa-se ao longo do trabalho que as empresas brasileiras estão enfrentando uma concorrência desleal, o qual tanto os insumos como os produtos acabados estão submetidos as mesmas leis tarifárias.

Perante esta realidade, as indústrias confeccionistas brasileiras lançam mão de estratégias para sobrevivência : as subcontratações são um exemplo, conforme salientado no texto; assim procedendo, as firmas agregam desempregados e reforçam, assim, a questão da informalidade do país.

Na análise, verificou-se que as indústrias de confecção da região de Florianópolis também espelham o novo perfil brasileiro deste setor.

Através de pesquisa direta realizada em algumas confecções na região de Florianópolis, verificou-se que a situação de recessão da economia brasileira vem causando danos aos produtores locais em particular nos níveis de venda. Constatou-se que, desde os anos 80, com a implantação do Pólo do Vestuário em Florianópolis, as empresas desta época obtiveram crescimento até os anos que antecederam a abertura comercial do Brasil. Porém, é a partir dos anos 90, com a redução das alíquotas de importação e altas taxas de juros bancários, que o número de empregados e o volume de produção foram reduzidos.

Entretanto, o que foi concluído, na verdade, é que a abertura impacta menos do que a recessão. Ou seja, a “quebradeira” de muitas das confecções da região de Florianópolis tem a ver com a retração atual da economia brasileira, e não, diretamente, com a abertura comercial. Embora a abertura tenha significado concorrência acirrada para produtores de mercadorias de baixa qualidade.

O mercado concorrente se mostrou cada vez mais agressivo e desleal, principalmente em 1996 e nos primeiros meses de 1997. Porém, o maior problema está em conseguir confeccionar produtos de qualidade com baixos custos de produção. Como o setor conta com grande número de mão-de-obra, os gastos com os encargos sociais no Brasil pesam no orçamento da empresa. Reduzindo a folha de pagamento e partindo para a aquisição de insumos importados com maior qualidade e condições favoráveis de aquisição, algumas confecções locais ainda conseguem se fazer presente no mercado.

Foi possível observar que algumas empresas que não possuem a alternativa de comprar matéria-prima de qualidade com preços mais baixos, pois não apresentam escala de produção que viabilize isto. Assim, são fortes candidatos a fecharem suas portas ou a tornarem-se apenas revendedores de confecções importadas.

5.2 Recomendações

Um ponto muito importante indicado nas empresas pesquisadas é a falta de atenção por parte do Governo em freiar a importação dos produtos acabados e estimular ainda mais a importação de insumos a fim de reanimar as empresas do setor.

Portanto, para o novo empreendedor que pretende ingressar neste setor, ao defrontar-se com um mercado recessivo, recomenda-se que, ao começar com pequenas instalações, seu período de pequeno confeccionista deve ser curto, partindo, em pouco tempo,

para investimentos de todo tipo, a fim que sua empresa sobreviva. Para uma análise mais apurada quanto à abertura de uma confecção na atual situação do mercado, é recomendável que o empresário interessado faça um estudo mais detalhado das condições de financiamento, das medidas governamentais quanto à questão cambial e que tipo de incentivos dados às pequenas e médias empresas.

O grande desafio das empresas está centrado na capacidade de buscar novas alternativas gerenciais e organizacionais, assim como novos mercados, onde se tenha uma boa integração da cadeia empresa/cliente/fornecedores.

Sinteticamente, pairam dúvidas sobre o futuro do Pólo do Vestuário da Região de Florianópolis. Mantido o atual quadro conjuntural, a mortalidade das empresas tendem a se incrementar, reduzindo o potencial do setor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALGO novo no Sertão. *Veja*, São Paulo, n. 34, p. 50 - 55, ago. 1996.
- AMAURI Júnior espera projeto para ajudar ASSINVEST. *Diário Indústria e Comércio*, Florianópolis, p. A11, jan. 1997. In: CLIPAGEM ASSINVEST.
- As 300 maiores empresas do sul. *Expressão*, Florianópolis, n. 69, p. 73, 1996.
- ASSINVEST abrirá cursos para menores carentes. *Diário Catarinense*, Florianópolis, p. 31, jun. 1995. In: CLIPAGEM ASSINVEST.
- ASSINVEST cria estratégia para criar novos mercados. *Folha de São José*, São José, p. 6, maio 1995. In: CLIPAGEM ASSINVEST.
- ASSINVEST quer criar pólo da moda. *Diário Catarinense*, Florianópolis, p. 27, jan. 1997. In: CLIPAGEM ASSINVEST.
- BASTOS, Carlos P. M. . *Competitividade da Indústria do Vestuário: Nota técnica setorial do Complexo Têxtil* . In: IE / UNICAMP - IEI / UFRJ- FDC - FUNCEX. Estudo da Competitividade da Indústria Brasileira. Campinas, 1993, 87p. [mimeo].
- BIELSCHONSKY, R. e STUMP, G. . *A internacionalização da indústria brasileira: números e reflexos depois de alguns anos de abertura*. In: O BRASIL E A ECONOMIA GLOBAL. BUMANN, Renato (org.) , Rio de Janeiro : Campus, 1989. P. 167 - 193.
- CHADAD diz que confecção está sucateada. *Diário Indústria e Comércio*, Florianópolis, p. A11, ago. 1996. In: CLIPAGEM ASSINVEST.

COUTINHO, L. A fragilidade do Brasil em face da Globalização. In: BAUMANN, Renato (org.): O BRASIL E A ECONOMIA GLOBAL. BAUMANN, Renato (org.): Rio de Janeiro, Campus, SOBEET, 1996. 507p. p. 219 - 237.

COUTINHO, Luciano, FERRAZ, José Carlos. *Estudo da Competitividade da indústria brasileira*. Revisada por Cristiane Rufeisen e Lúcio Helena Morelli. 2 ed. São Paulo: Papirus, 1994, 510 p.

CROCCO, Marco Aurélio. *Padrão de Concorrência e Estratégia Competitiva: um estudo do complexo têxtil - calçadista*. *Nova Economia*, Belo Horizonte, V. 4, n.1, nov., 1994, p. 155 - 188.

CUNHA, Idaulo José. *O salto da indústria catarinense: um exemplo para o Brasil*. Florianópolis: Paralelo 27, 1992. 296p..

DIEESE - DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DA ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIO - ECONÔMICO. *Reestruturação produtiva e empregos na indústria de Santa Catarina*. Florianópolis, 1997, V. 3 : Reestruturação produtiva na indústria catarinense : análise geral.

___ V. F : Setor têxtil.

ESTADO é referência de modinha. *AN Capital*, Florianópolis, p. A8, ago. 1996. In: CLIPAGEM ASSINVEST.

ESTE tigre cresceu no Nordeste. *Exame*, São Paulo, p. 40 - 41, mar. 1997.

FLORIANÓPOLIS ganha Shopping Cristal Center. *Diário Catarinense*, Florianópolis, p. 21, mar. 1997. In: CLIPAGEM ASSINVEST.

FLORIANÓPOLIS já faz a moda. *Diário Catarinense*, Florianópolis, p. 2 - 3, set. 1995. In: CLIPAGEM ASSINVEST.

GLOBALIZAÇÃO fecha pronta entrega e tumultua economia de Brusque. *Diário Catarinense*, Florianópolis, p. 4 -5, abr. de 1997. In: CLIPAGEM ASSINVEST.

GOULARTI FILHO, Alcides e JENOVEVA NETO, Roseli. *A indústria do vestuário e o desempenho da economia sul - catarinense*. Criciúma, 1997, 224p. (Obra não Publicada).

GOULARTI FILHO, Alcides. *Uma nova divisão territorial do trabalho no sul de Santa Catarina : as indústrias do vestuário*. Dissertação (Curso de Mestrado em Geografia) - Universidade Federal de Santa Catarina, 1994, 49p. [Orientador: Prof. Armém Mamigoniam].

_____. *A isersão da indústria do vestuário na economia do sul de Santa Catarina*. Dissertação (Curso de Mestrado em Geografia) - Universidade Federal de Santa Catarina, 1995. 175p. [Orientador: Prof. Armém Mamigoniam].

GOVERNOS do Brasil e da Argentina negociam para colocar panos quentes na disputa pelo mercado têxtil. *Revista de Negócios - Mercado do Cone Sul*, São Paulo , n.19, p. 54 - 58. out. 1993. In: FIESC.

HAGUENAER, Lia, FERRAZ, João C. e KUPPER, David S. *Competitividade e internacionalização na indústria brasileira*. In.: O BRASIL E A ECONOMIA GLOBAL. AUMANN, Renato (org.). Rio de Janeiro, Campus, SOBEET, 1996, 507 p.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Santa Catarina em dados*. Rio de Janeiro, 1996. P. 1 - 112.

INCREMENTAR pesquisas. *Revista de Negócios - Mercado do Cone Sul*, São Paulo, p. 57 - 60, abr. 1994.

INDÚSTRIA têxtil vê novos tempos. *Textília Press*, São Paulo, n.7, p. 3, jan. 1997, 23p. In: FIESC.

INFORME Especial: Análises Setoriais - têxtil e vestuário. *Diário Catarinense*, Florianópolis, p. 3, 26 mar. 1996.

IPIUF - INSTITUTO DE PLANEJAMENTO URBANO DE FLORIANÓPOLIS. *Perfil sócio econômico dos municípios de Florianópolis, São José, Palhoça e Biguaçu*. Florianópolis, 1989, 201p.

_____. *Florianópolis - problemas e ações*. Florianópolis, 1996, 109p.

LINS, Hoyêdo N. . *Competitividade e Internacionalização das Pequenas e Médias Empresas do Complexo Têxtil - Vestuário de Santa Catarina*. Relatório Parcial, Florianópolis, Jul. 1996, V.2, p. 6 - 19.

LUZ NO caminho. *Expressão*, *Florianópolis*, n. 69, p. 72, 1996.

MERCOGUIA. Guia de Economia, Indústria e Negócio do Mercosul, São Paulo, p. 26 - 29, 93 / 94.

MOURA, Mauro de. *Estudo da estrutura do mercado de confecções de Florianópolis*. Monografia (Graduação de Ciências Econômicas) - Curso de Ciências Econômicas - Universidade Federal de Santa Catarina, 1994. 74p. [Orientador : Prof. Jesiel de Marco Gomes].

O NEGÓCIO é ditar moda. *Expressão*, Florianópolis, n. 64, p. 4-5, 1996.

O NOVO mapa do Estado. *Diário Catarinense*, Florianópolis, p. 1-139, 30 abr. 1997.

PEIXINHOS agora são top - model. *Expressão*, Florianópolis, n. 69, p. 110 - 112, 1996.

PESADELO oriental. *Expressão*, Florianópolis, n. 64, p. 14- 16, 1991.

PRATES, Arlene M. M., MANZOLLI, Judite Irene, MIRA, Marly^a F. B. *Geografia Física de Santa Catarina*. Florianópolis: Lunardelli , 1992, 112p. il.

RAMIREZ, José. *Os desafios para o movimento sindical dos processos de integração*. Seminário Internacional dos Trabalhadores na Indústria do Vestuário, Novo Hamburgo - 27 a 30 de maio de 1993, Relatório..., Porto Alegre: FASE / POA, Programa de Trabalhadores Urbanos, 1994.

RUMO à ISO verde. *Expressão*, Florianópolis, n. 61, p. 61, 1995.

SCHERER, André L. F. & CAMPOS, Sílvia H. *As mudanças no comércio internacional e as exportações brasileiras têxteis e vestuário. Ensaio FEE*, Porto Alegre, V. 14, n. 1, p. 229 - 254, 1993.

SEBRAE - SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SANTA CATARINA. *Diagnóstico do setor de confecções da região da grande Florianópolis*, Florianópolis, 1993.

_____. *III Encontro Estadual de "OUTLET" do Vestuário*, 1995.

SETOR do vestuário recebe linha de crédito do BNDES. *AN Capital*, Florianópolis, p. 6, set. 1996.

TEMPO do faz de conta terminou. *Diário Catarinense*, Florianópolis, p. 3-5, out. 1996. In: CLIPAGEM ASSINVEST.

THEMPOS forma segunda turma de confecção. *O Estado*, Florianópolis, p. 9, set. 1996.

TRAJANO Mall Center. *Diário Catarinense*, Florianópolis, jan. de 1996. [texto avulso]. In: CLIPAGEM ASSINVEST.

UM GIRO de Norte a Sul. *Revista Toda Moda*. São Paulo, p. 37, maio 1995. In: CLIPAGEM ASSINVEST.

VESTUÁRIO resiste aos importados. *Diário Catarinense*, Florianópolis, p. 22, abr. 1997. In: CLIPAGEM ASSINVEST.

ZIMERMANN, Tacísio. *O Setor do Vestuário no Mercosul*. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DOS TRABALHADORES NA INDÚSTRIA DO VESTUÁRIO, Novo Hamburgo - 27 a 30 de maio de 1993, Relatório..., Porto Alegre: FASE / POA, Programa de Trabalhos Urbanos, 1994.

ANEXO

ANEXO 01

PESQUISA DIRETA ÀS INDÚSTRIAS DE CONFECÇÕES DA GRANDE FLORIANÓPOLIS

I - INFORMAÇÃO SOBRE A EMPRESA (ESTRUTURA E DESENVOLVIMENTO)

1.1 Razão social da empresa

Nome

Endereço

Pessoa para contato

CEP TEL FAX

1.2 Ano de fundação da empresa; do estabelecimento

1.3 A empresa possui outros estabelecimentos? Sim () Não ()

Nome	Localização	Atividade principal
.....
.....
.....

1.4 Principais fatos históricos da empresa (ver anexo 1.4.1)

1.5 Indique a faixa em que se situa o montante aproximado do seu faturamento anual (1996), em US\$.

Menos de 250 ()	de 2000 a 3500 ()
de 250 a 500 ()	de 3500 a 5000 ()
de 500 a 700 ()	de 5000 a 7000 ()
de 700 a 1000 ()	de 7000 a 10000 ()
de 1000 a 1500 ()	mais de 10000 ()
de 1500 a 2000 ()	

II - ATIVIDADES PRODUTIVAS

2.1 Detalhe as linhas de produção principais (cobrindo até 80% das vendas):

Linha	Ano inicial
1.....
2.....
3.....
4.....
5.....

2.2 Mencione:

(b) Número e natureza das linhas de produção interrompidas desde 1990:

Principais razões da interrupção (ex.: perda da rentabilidade, desatualização tecnológica, diminuição por fusão de produtos, concorrência das importações, etc.):

2.3 Após 1990 o ritmo de incorporações de novos produtos aumentou () ou diminuiu ().

Porque?

2.4 Para as principais linhas incorporadas desde 1990, assinale as três principais que motivaram seu início:

- a) solicitação dos clientes; ()
 b) incorporação prévia por firmas concorrentes; ()
 novos desenvolvimentos próprios; ()

2.5 Sua empresa atua como subcontratada? Sim () Não ()

Caso negativo pule para a questão 2.11.

2.6 Qual a natureza da subcontratação que você presta?

- f) Fação (produto acabado); ()
 g) Partes do produto; ()
 h) Acessórios; ()
 i) Tingimento; ()
 j) Acabamento; ()

- k) Bordado; ()
 l) Overlock; ()
 m) Modelagem; ()
 n) Corte; ()
 o) Costura; ()
 p) Lavanderia; ()
 q) Serigrafia; ()
 r) Estamparia; ()
 s) Outros. ()

Quais?

2.7 Em 1996 a firma operou como subcontratada para quantas empresa?

Esse número varia muito?

Sim () Não () Porque?

2.8 Indique localização, tamanho e setor de atividade dos principais subcontratantes:

.....

2.9 Vantagens da subcontratação para a firma:

.....

2.10 Problemas/dificuldades da subcontratação para a sua firma:

.....

2.11 A sua empresa atua como subcontratante?

Sim () Não ()

Caso positivo:

a) Quantos subcontratados você teve em média em 1996?

b) Participação da produção subcontratada no valor da produção total da sua firma: (%).

c) Indique os processos de fabricação ou produtos que você subcontrata a terceiros:

Facção (produto acabado); ()

Partes do produto; ()

Acessórios; ()

- Tingimento; ()
 Acabamento; ()
 Bordado; ()
 Overlock; ()
 Modelagem; ()
 Corte; ()
 Costura; ()
 Lavanderia; ()
 Serigrafia; ()
 Estamparia; ()
 Outros. ()
 Quais?

d) Como você distribui as atividades que subcontrata?

- subcontrato as mesmas atividades junto a diversas firmas ()
 - subcontrato atividades específicas junto a firmas especializadas naquelas atividades ()

e) Grau de satisfação com a qualidade da produção subcontratada:

Alta () Média () Baixa ()

f) Vantagens da subcontratação para firma:

g) Problemas/dificuldades da subcontratação para a firma:

h) A sua firma pretende aprofundar a subcontratação? Sim () Não ()

Porque?

III - INFORMAÇÃO SOBRE CLIENTES

3.1 Como vende seus produtos no mercado brasileiro?

	Número de clientes	Participação nas vendas %
a) venda a distribuidores atacadistas (*);
b) venda direta a empresas industriais (*);
c) venda ao usuário final;
d) venda para outras lojas;
e) venda para encomenda;

- f) venda para sacoleiras;
- g) outras

3.2 Mudanças significativas entre 1990/1996.

- a) N. de clientes: Aumento () Diminuição () Igual ()
- b) Localização geográfica de seus principais mercados: Sim () Não ()

Explicar:

3.3 Existe algum sistema de coleta e estudo de informações precisas sobre as expectativas do cliente?

Sim () Não (). Como ocorre a coleta?

IV - INFORMAÇÃO SOBRE OS FORNECEDORES

4.1 Insumos importados:

Usa () Quais?

Origem:

Usou () Quais?

Motivo?

Vantagens?

Participação de insumos importados sobre o total de insumos em:

1990 % 1996 %

4.2 Pretende usar/ aumentar o uso de insumos importados? Sim () Não ()

Porque?

4.3 O que o Plano Real está representado em termos de compra de insumos?

.....

V - INFORMAÇÃO SOBRE OS COMPETIDORES

5.1 Em relação aos seus principais competidores:

a) Há competição com empresas maiores? Sim () Não ()

Em caso afirmativo, a diferença de tamanho causa desvantagem competitiva para sua empresa?

Sim () Não ()

Explique:

Principais atividades prejudicadas pela menor escala:

	Prejudicada	Muito prejudicada
compras com insumos	()	()
produção	()	()
comercialização	()	()
investimento em desenvolvimento	()	()
outros	()	()

Explique:

b) Nos últimos seis anos o número de competidores nas principais linhas produtivas da firma:

() aumentou significativamente;

() aumentou ligeiramente;

() não se alterou;

() diminuiu significativamente;

() diminuiu ligeiramente.

5.2 Você tem concorrentes que operam nessa mesma região/cidade? Sim () Não ()

Qual a área de mercado?

VI - INVESTIMENTO E TECNOLOGIA

6.1 Indique o montante aproximado dos investimentos realizados desde 1990

até hoje (em mil dólares).

Nenhum	()	menos de 50	()
de 51 a 100	()	de 101 a 200	()

- | | | | |
|----------------|-----|----------------|-----|
| de 200 a 300 | () | de 302 a 400 | () |
| de 401 a 600 | () | de 601 a 800 | () |
| de 801 a 1000 | () | de 1001 a 1500 | () |
| de 1501 a 2500 | () | mais de 2500 | () |

Quanto investiu, mais ou menos?

6.2 Assinale, ordenadamente por grau de importância os objetivos principais de tais investimentos (pode-se assinalar mais de uma resposta):

- incorporação de produtos para mercados preexistentes; ()
- incorporação de produtos para novos mercados; ()
- inovação de produtos para mercados preexistentes; ()
- inovação de produtos para novos mercados; ()
- ampliação da capacidade de produção dos produtos preexistentes; ()
- modernização e aumento da produtividade fabril; ()
- melhoramento da qualidade; ()
- integração de processos de fornecedores; ()
- complementação produtiva com outra firma; ()
- melhoramento de gerenciamento; ()
- outros. ()

6.3 Maquinaria e equipamentos mais importantes da fábrica, em especial os de maior atualização tecnológica:

Marca e tipo	Ano de compra	Procedência
1.....
2.....
3.....
4.....
5.....

6.4 Indique a presença de:

a) Avanços tecnológicos nas atividades de desenho e/ou corte:

uso de informática por CAD/CAM. Sim () Não ()

6.5 Ano da última ampliação da capacidade instalada de produção e seus principais objetivos:

.....

6.6 Tem projetos de investimento? Sim () Não ()

a) descrição do projeto e objetivos(*)

(*) Assinale entre os objetivos seguintes:

- incorporação de produtos para mercados atuais; ()
- incorporação de produtos para novos mercados; ()
- inovação de produtos para mercados atuais; ()
- inovação de produtos para novos mercados; ()
- aumento da capacidade de produção; ()
- complementação produtiva com outra firma para realizar ()
- um projeto em conjunto; ()
- outros. ()

VII - GESTÃO DA QUALIDADE E PRODUTIVIDADE

7.1 Possui algum programa formal, ou iniciativa importante de Q/P? Sim () Não ()

O que?

7.2 Principais fatores por ordem de importância (no máximo três), que mais contribuíram na sua competitividade:

- cumprimento do prazo de entrega; ()
- especificação técnica do produto; ()
- adaptação as sugestões do cliente; ()
- preços;()
- qualidade dos produtos; ()
- possibilidade de ofertar um amplo mix; ()
- condições de financiamento; ()
- condições de garantia; ()
- inexistência de concorrentes; ()
- caráter diferenciado dos produtos ofertados; ()
- outros

VIII - ABERTURA E INTEGRAÇÃO REGIONAL

8.1 - A abertura comercial do Brasil influencia a venda de seus produtos no mercado interno?

Afetará (), não afetará (), não tem afetado (), tem afetado (), não sabe ().

Em caso de resposta positiva: qual o ponto fraco de sua empresa?

- preços altos dos produtos; ()
- atraso na entrega; ()
- falta de sintonia com o mercado; ()
- a falta de qualidade; ()
- falta de informações técnico-gerenciais; ()
- não sabe; ()

Que consequência a abertura comercial vem tendo para sua firma?

.....

8.2 - A abertura comercial tem induzido () ou induzirá () a redução dos preços de seus produtos?

Sim () Não (). Por quê?

IX - PESSOAL OCUPADO

9.1 Número total do pessoal ocupado:

Ano

1990

1991

1992

1993

1994

1995

1996

1997

9.2 Estime a porcentagem de trabalhadores:

Qualificados (%) Não qualificados (%)

9.3 Na atualidade enfrenta falta de pessoal qualificado? Sim () Não ().

Prevê falta no futuro? Sim () Não (). Explique:

.....

.....

9.4 Sua firma dispõe de pessoal técnico para proteger e desenvolver novos produtos?

Sim () Não ()

a) quantas pessoas?

b) comente brevemente em que consistem as suas tarefas:

.....

X - ENTORNO

10.1 - Você considera a sua localização um fator de diferenciação positivo em termos de competitividade?

() Sim () Não

Porque?

- a) () Presença de muitas firmas do setor facilita absorção de tecnologia
 - b) () Presença de muitas firmas facilita acompanhar tendências de mercado
 - c) () Presença de fornecedores de insumos facilita atividades e reduz custos
 - d) () Presença de fornecedores de máquinas, equipamentos e peças representa vantagem
 - e) () Proximidade de clientes favorece aperfeiçoamento e aprendizado
 - f) () Presença de muitas firmas permite distribuir as várias fases de produção, mediante subcontratação
 - g) () Presença de firmas subcontratantes garantem nível de atividade para outras firmas
 - h) () Existência de firmas prestadoras de serviço constitui vantagem
 - i) () Existência de agentes de comercialização
 - j) () Presença de instituições (associações, escolas técnicas, feiras ...) que fornecem o desempenho das firmas
 - k) () Existência de estoque de mão-de-obra qualificada facilmente mobilizável
 - l) () Atuação dos poderes públicos locais favoráveis à atuação
 - m) () Clima social envolvendo confiança, reciprocidade, cooperação é grande vantagem
 - n) () Outros aspectos. Quais?
-

Anexo 1.4.1

HISTÓRICO DA FIRMA: Espera-se poder apreender os principais pontos da história da firma, mudanças de estratégias, grau de flexibilidade global frente às tribulências macroeconômicas e mudanças nas condições setoriais, etc.

Quando, como, quem e porquê iniciou esta empresa?

Com quantos empregados começaram, quando foi o máximo de operários que chegaram a ter e qual era o número?

Quando tiveram o menor número de operários e a menor produção? Qual foi o motivo?

Em que período enfrentou queda e crescimento?