

RESUMO EXECUTIVO

A crise econômica mundial tem gerado muitos debates, reflexões e preocupações em todo o mundo, em especial aos governos em função da instabilidade financeira. Para os empresários as incertezas exigem tomadas de decisões sem a certeza, muitas vezes, de qual é o melhor caminho.

Os problemas do sistema financeiro, em especial a partir de 2007, quando os Estados Unidos registraram uma série de falências, levando a uma queda significativa do dólar, provocaram uma forte retração da economia. Em 2011, é a vez da Europa mostrar fragilidade econômica com a "crise do Euro", iniciada pela Grécia e que tem afetado também Irlanda, Portugal, Itália e Espanha.

Este relatório pretende colaborar no sentido de mostrar que mesmo na crise é possível buscar boas e novas alternativas de mercado. Diante deste delicado cenário financeiro internacional, diversos setores da economia brasileira, entre eles o vestuário, podem beneficiar-se do momento, visto que empresas americanas e europeias buscam novos mercados como forma de reduzir o impacto em seu volume de produção. Ou seja, a tendência é aumentar o volume de ações comerciais de empresas internacionais de vestuário no Brasil, ao mesmo tempo em que empresas brasileiras exportadoras desenvolvem mais esforços no mercado nacional.

Esse é o momento ideal para as empresas nacionais investirem em suas marcas por meio de produtos sintonizados com as tendências mundiais, mas com design moderno e personalidade própria. Ao analisar dados apresentados pela ABIT – Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção verifica-se que o desempenho em 2011 está abaixo do que foi apresentado na crise de 2008/2009. No acumulado de 2011 até julho a indústria de confecção teve perda de 3,03% em sua produção. Somente no mês de julho/11 comparado a julho/10 a perda de produção da indústria de confecção foi de 13,88%. Entretanto a boa notícia é que o varejo cresceu 6,7% em 2011, no acumulado até julho, e as importações de vestuário cresceram 40,97%.

Infelizmente, enquanto os empresários buscam novos mercados, alguns estados brasileiros, incluindo Santa Catarina, oferecem incentivos a empresas estrangeiras, motivados pela guerra fiscal, estimulando a importação de produtos têxteis e do vestuário. Em 2007, o governo de Santa Catarina ofereceu aos importadores, pelos portos catarinenses, redução de 17% para 3% na alíquota do ICMS, gerando crescimento das exportações em 140% no período de 2007 a 2010.

Em 2 de agosto de 2011, o Governo Federal lançou o Plano Brasil Maior, que traça a nova política industrial, tecnológica, de serviços e de comércio exterior, com o objetivo de aumentar a competitividade da indústria nacional. O plano também contempla o setor do vestuário, com ações como a desoneração da folha de pagamento e ações de defesa comercial. As ações coletivas do segmento do vestuário têm se apresentado ineficientes se comparadas, por exemplo, com as das empresas automobilísticas, que já conseguiram benefícios fiscais, enquanto as do vestuário ainda não se concretizaram.

Chegou o momento de o setor mostrar seus diferenciais, como qualidade e competitividade, aproveitando que os produtos chineses estão mais caros e os demais países asiáticos não apresentam a mesma excelência dos produtos brasileiros. Para que as boas intenções e projetos tenham êxito é preciso o fortalecimento e a representatividade do setor junto aos governos municipais, estaduais e federal para que tenham vez e voz.

OS VENTOS QUE SOPRAM NO VESTUÁRIO BRASILEIRO

RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA

Setor:

VESTUÁRIO

Autor:

Maria Gorete Hoffmann

Coordenador de pesquisa:

Pollyne Marcondes

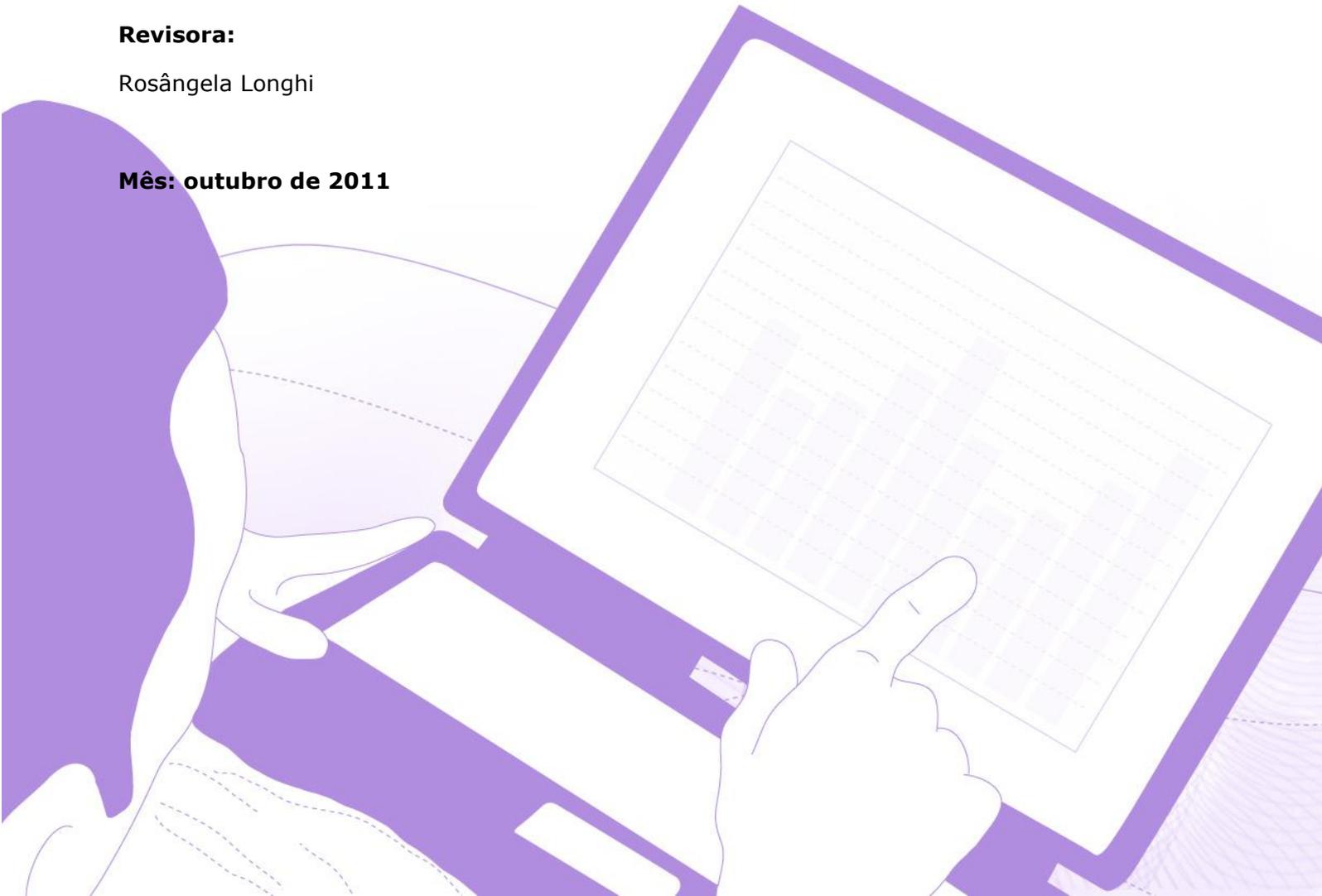
Pesquisadora:

Adriana Marciano

Revisora:

Rosângela Longhi

Mês: outubro de 2011



TÓPICOS-CHAVE

- ↪ **Impacto macroeconômico no vestuário;**
- ↪ **Fatores negativos e positivos da economia;**
- ↪ **Crescimento do varejo e o impacto no vestuário.**

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	5
O CENÁRIO INTERNACIONAL	5
O CENÁRIO BRASILEIRO	6
LEGISLAÇÃO CATARINENSE DE APOIO À IMPORTAÇÃO.....	7
OS PAÍSES ASIÁTICOS	7
O PLANO BRASIL MAIOR	8
ASPECTOS POSITIVOS, NEGATIVOS E ALTERNATIVAS	8
CONSIDERAÇÕES FINAIS	9
FONTE:	10

INTRODUÇÃO

O empresário do setor do vestuário, além de estar atento as situações diárias de sua empresa, precisa também estar sintonizado com o que acontece no Brasil e no mundo. Este relatório tem por objetivo analisar as diversas situações que vêm ocorrendo nos últimos anos, sejam elas econômicas, sociais e políticas, e que tem provocado maior competitividade no mercado. Com estas informações almejamos que o empresário observe o que poderá interferir e contribuir em seus planos e, conseqüentemente, permitir que antecipe estratégias tanto para os aspectos negativos quanto para os positivos no mercado do vestuário.

O CENÁRIO INTERNACIONAL

O mais recente Relatório de Inflação, divulgado em setembro de 2011 e publicado trimestralmente pelo Comitê de Política Monetária (COPOM), do Banco Central do Brasil, destaca que o cenário macroeconômico internacional deteriorou-se substancialmente nos últimos meses. Os principais blocos econômicos apresentaram redução em suas previsões de crescimento. A crise apresenta-se como uma perspectiva duradoura com os principais bancos europeus acenando não suportarem a queda dos investimentos/empréstimos realizados na Grécia, Itália, França e outros países europeus.

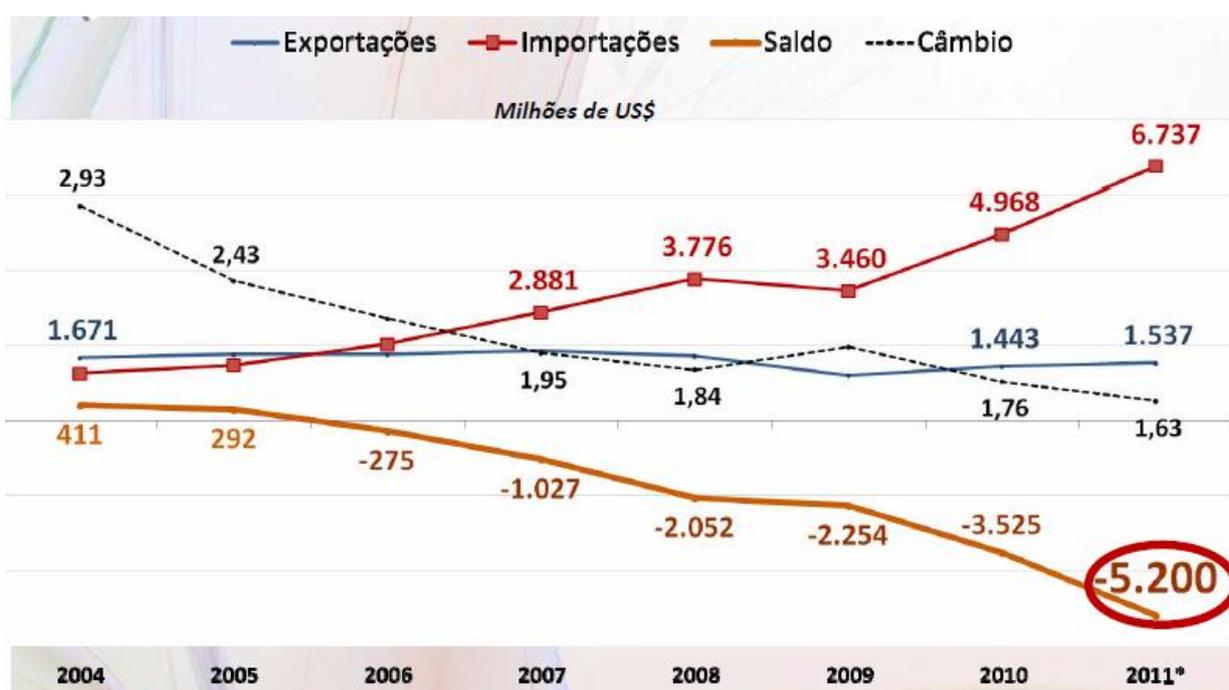
Este cenário faz com que a população apresente uma postura cautelosa, gerando assim uma pressão sobre o consumo, ou seja, o consumidor passa a comprar menos. Nos Estados Unidos a estagnação do mercado de trabalho também reflete no consumo. O índice de sentimento do consumidor, nos Estados Unidos, divulgado pela Universidade de Michigan, recuou 55,7 pontos em agosto, apresentando-se como o segundo pior índice dos últimos 31 anos, próximo ao mínimo registrado em novembro de 2008.

Esta situação reflete-se no consumo, incluindo redução de gastos com o vestuário, fazendo com que empresas do setor daqueles países passem a buscar novos mercados como forma de amenizar a queda no consumo. O mesmo acontece com empresas que exportam para os Estados Unidos e Europa, que realizam esforços de exportação para outros mercados buscando reduzir o impacto em seu volume de produção.

Sendo assim, o mercado brasileiro tem se tornado um alvo interessante, visto que a população, nos últimos anos, apresentou ganho de poder econômico, além de possuir números populacionais expressivos. É importante perceber que a crise internacional tende a aumentar o número de ações comerciais do setor do vestuário no Brasil, ao mesmo tempo em que empresas brasileiras que exportam desenvolverão mais esforços no mercado nacional. Isto exigirá das empresas nacionais mais investimentos na fixação de suas marcas, oferecendo produtos sintonizados com as tendências mundiais, design moderno e com personalidade própria.

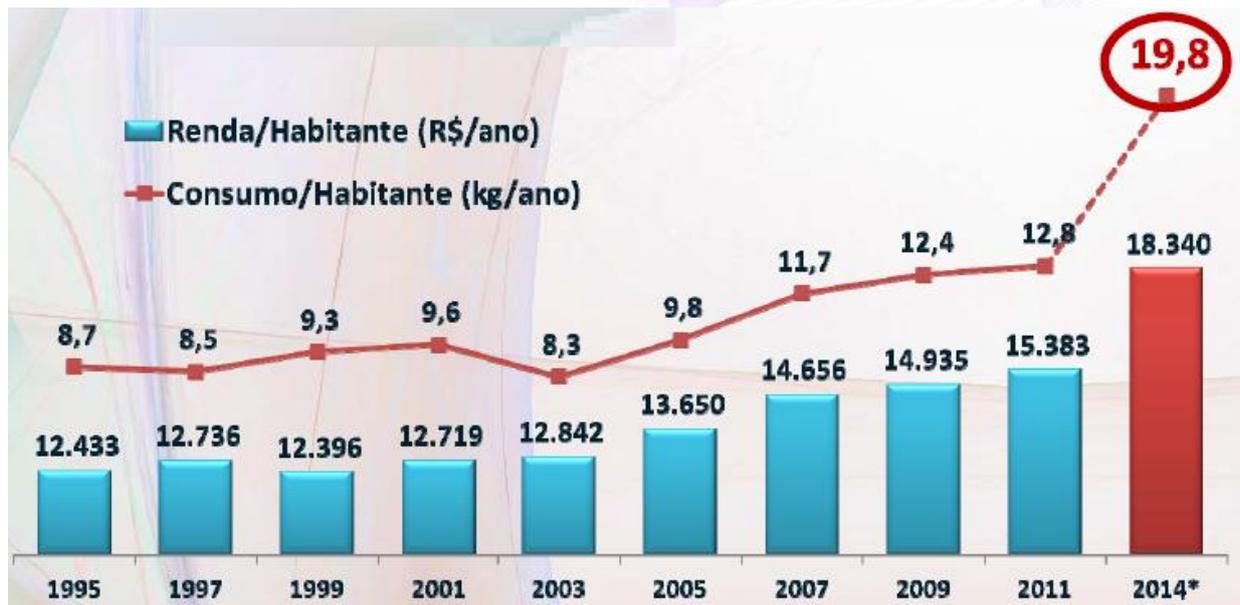
O CENÁRIO BRASILEIRO

Segundo dados da ABIT – Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção as indústrias têxtil e de confecção do Brasil são a quinta e a quarta maiores do mundo, respectivamente. Apesar da boa representatividade, o desempenho em 2011 são piores do que os apontados na crise de 2008/2009. No acumulado de 2011 até julho, a indústria de confecção teve perda de 3,03% em sua produção. Somente no mês de julho/11 comparado a julho/10 a perda de produção da indústria de confecção foi de 13,88%. Em contrapartida, o varejo cresceu 6,7% em 2011, no acumulado até julho, e as importações de vestuário cresceram 40,97%.



Balança comercial brasileira do setor têxtil e de confecção - Fonte: MDIC/ALICEWEB

A figura anterior demonstra o comportamento da balança comercial brasileira dos setores têxtil e de confecção em que as importações brasileiras têm crescido significativamente. Com o varejo do setor apresentando maior alta que o volume de produção da indústria, nota-se que o aumento de consumo brasileiro está sendo atendido por empresas internacionais. Isto demonstra que as empresas nacionais podem expandir seus negócios para atender uma demanda maior interna. Relatório Setorial da Indústria Têxtil Brasileira de 2009, editado pelo IEMI – Instituto de Estudos e Marketing Industrial, confirma essa tendência e indica que o incremento da renda do brasileiro e a estabilidade econômica do País devem impulsionar o consumo de têxteis e confeccionados, nos próximos 5 anos, em mais de 50%, com o consumo per capita passando de 12,8 kg por habitante para 19,8 kg.



Aumento do consumo de têxteis no Brasil - Fonte: Relatório Setorial da Indústria Têxtil Brasileira 2009 - IEMI

LEGISLAÇÃO CATARINENSE DE APOIO À IMPORTAÇÃO

Infelizmente, a falta de políticas que defendam o setor do vestuário tem possibilitado a entrada de empresas internacionais no mercado. A guerra fiscal entre os estados tem prejudicado o segmento do vestuário e estados como Santa Catarina, São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná e Rio Grande do Sul estão estimulando a importação de produtos têxteis e do vestuário. Talvez, não seja do conhecimento de todos os empresários que o governo do Estado de Santa Catarina, desde 2007, oferece aos importadores, pelos portos catarinenses, redução de 17% para 3% na alíquota do ICMS¹. Como resultado desta iniciativa as importações cresceram 140% no período de 2007 a 2010. Este aspecto atinge as empresas que produzem no Brasil e, especialmente, as catarinenses. Se os produtos do vestuário produzidos no exterior, principalmente os asiáticos, possuem preços vantajosos se comparados aos brasileiros, com este benefício ficam ainda mais competitivos.

Para tentar amenizar o impacto sobre as empresas do vestuário, o governo catarinense, há 3 anos, tem mantido reduzido o ICMS para o setor em 3%. Porém, como muitas das empresas catarinenses são optantes do Simples Nacional, esta medida não beneficia grande parte delas. Assim, a iniciativa de apoio à importação é um obstáculo real à competitividade das empresas do vestuário.

OS PAÍSES ASIÁTICOS

Com o crescimento das importações não se pode deixar de analisar os efeitos decorrentes da China. Neste caso, o cenário se altera a médio prazo para uma perspectiva positiva. A recente valorização do dólar, o aumento da inflação e o custo da mão de obra chinesa têm alterado os preços do vestuário daquele país. O que é muito positivo para o Brasil, porém,

¹ ICMS: Imposto sobre circulação de mercadorias e serviços

as empresas varejistas têm migrado suas compras para países como a Indonésia, Bangladesh e o Vietnã que apresentam custo menor de sua mão de obra.

Ao migrar para outros países periféricos a lição do passado deve servir de inspiração para o desenvolvimento de estratégias às empresas brasileiras. Com mão de obra muito mais qualificada e preparada para o desenvolvimento de produtos com diferenciais competitivos significativos o empresário brasileiro precisa perceber que este é o momento da reação do setor de vestuário brasileiro.

O governo brasileiro, ao editar seu projeto de apoio à indústria em agosto de 2011, o Plano Brasil Maior, destacou intenções específicas para a indústria têxtil e do vestuário. É necessário, portanto, que essas perspectivas sejam implantadas e em termos estaduais o apoio à importação do vestuário seja reavaliada, possibilitando que o vestuário brasileiro possa reagir e cumprir seu importante papel de geração de emprego para o País.

O PLANO BRASIL MAIOR

Este plano é vital para a sobrevivência da indústria do vestuário brasileira. O SIS - Sistema de Inteligência Setorial do Vestuário já tratou deste tema em um relatório específico em agosto passado, porém até o presente momento o plano ainda não foi detalhado com ações efetivas que apoiem as indústrias do vestuário. As ações coletivas do segmento do vestuário têm se apresentado ineficientes se comparadas, por exemplo, com a das empresas automobilísticas, que já conseguiram benefícios fiscais enquanto as do vestuário ainda não se concretizaram.

Infelizmente, a indústria do vestuário brasileira é de pequeno porte. Algumas medidas sugeridas pelo governo irão apoiá-las, como é o caso da desoneração da folha de pagamento, porém, no que se refere a impactos tributários será menor, uma vez que as micro empresas possuem legislação específica e sua tributação já é diferenciada. A expectativa das entidades de classe que representam as empresas têxteis e de vestuário está relacionada as ações de defesa comercial. Recentemente, o governo estabeleceu medidas de redução de impostos que favoreceu o segmento automobilístico e outras atividades, contra os veículos importados, porém nenhuma ação efetiva foi estabelecida para proteger as empresas do vestuário.

Outro aspecto relevante no Plano Brasil Maior é a proposta de compras governamentais que pode apoiar alguns segmentos específicos do vestuário, como é o caso da indústria de uniformes, porém seu efeito em toda a cadeia é insignificante se avaliado a quantidade de empresas que atuam com este produto.

ASPECTOS POSITIVOS, NEGATIVOS E ALTERNATIVAS

ASPECTOS POSITIVOS

Vontade política de apoio à indústria do vestuário;

Percepção das lideranças nacionais da importância da indústria do vestuário como geradora de emprego;

Aumento do poder de compra da população brasileira;

Aumento dos custos dos produtos chineses.

ASPECTOS NEGATIVOS

Necessidade de gerar medidas específicas para operacionalizar as diretrizes propostas pelo Plano Brasil Maior;

Fragilidade de medidas direcionadas direcionamento às micro e pequenas empresas do vestuário.

ALTERNATIVAS

Introduzir representantes das pequenas empresas de vestuário nos grupos responsáveis pelo detalhamento das medidas do Plano Brasil Maior;

Aproveitar o Plano Brasil Maior para ampliar a competitividade da indústria do vestuário nacional;

Desenvolver ações direcionadas à eliminação de benefícios à importação de vestuário pelos estados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É importante que o empresário compreenda que não se deve criar uma reserva de mercado, mas buscar maior competitividade de maneira que possa ampliar sua atuação internacionalmente. Como fazer isso? Investimentos em novas máquinas e equipamentos, design de alto valor agregado, utilização e fabricação de produtos ecologicamente corretos, produtos com alto índice de inovação.

Este é o momento correto para se desenvolver ações que agregem valor ao vestuário nacional, já que os produtos chineses estão caros e os demais países asiáticos apresentam baixa qualidade.

A atuação coordenada da indústria do vestuário, juntamente ao governo estadual, impedindo que as empresas importadoras de vestuário tenham redução de impostos, precisa ser implementada.

A criação de estratégias para os próximos anos serão fundamentais para o fortalecimento da marca Brasil e o aumento da produtividade e competitividade da indústria do vestuário. Para isso será necessário aprimorar as medidas propostas pelo Plano Brasil Maior com a mobilização dos empresários em defesa seus interesses. As pequenas empresas do vestuário, com suas características próprias, precisam ter representantes na elaboração das propostas, apresentar sua realidade e defender medidas específicas.

FONTE:

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Relatório de Inflação**. Brasília, v. 13, n. 3, set 2011. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/htms/relinf/port/2011/09/ri201109P.pdf>>. Acesso em: 01 out. 2011.

KROHEN, Márcio. **A Competição é Desigual**. *Revista Exame*, São Paulo, n. 1000, p. 133-136, set. 2011.

LETHBRIDGE, Thiago. **A China a procura de gente**. *Revista Exame*, São Paulo, nº 1000, p. 46-60, set. 2011.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. **Brasil Maior**. Brasília, ago. 2011. Disponível em: <<http://www.brasilmaior.mdic.gov.br/oplano/brasilmaior>>. Acesso em: 05 ago. 2011.

PIMENTEL, Fernando. **8º Congresso Brasileiro – COTTON EXPO 2011**: Perspectiva da Indústria Têxtil Brasileira. São Paulo, 19. set. 2011. Disponível em: <http://abit.org.br/cotton_expo.pdf> Acesso em: 01 out. 2011.