

**Estudo da
Competitividade do
Setor de Vestuário no
Estado do Paraná**

Dezembro de 2013

ESTUDO DA COMPETITIVIDADE DO SETOR DE VESTUÁRIO NO ESTADO DO PARANÁ

ESTUDO REALIZADO POR

IEMI – Instituto de Estudos e Marketing Industrial

Este relatório foi elaborado e editado pelo IEMI. Os textos, os dados estatísticos e os correspondentes quadros e gráficos apresentados são de inteira responsabilidade dos consultores envolvidos na coordenação técnica do projeto.

COORDENAÇÃO TÉCNICA

Marcelo Villin Prado

Adriana Petrucci Bezado

Felipe Ricardo Grando

DIREITOS AUTORAIS RESERVADOS

Todos os direitos de edição são reservados à FIEP – Federação das Indústrias do Estado Paraná – através do Conselho Setorial da Indústria do Vestuário e Têxtil. Nenhum conteúdo, parcial ou total, poderá ser reproduzido, sob qualquer forma ou meio, sem a prévia autorização da FIEP, que se obriga a mencionar o IEMI como fonte e autor do estudo sempre que publicar ou divulgar o conteúdo deste trabalho.

Editorial

Conselho Setorial da Indústria do Vestuário e Têxtil – FIEP



O setor do vestuário passa por um momento de grande importância, pois, sofre com uma pressão muito forte dos produtos importados, principalmente os asiáticos, e por mudanças no mercado, tanto nos seus canais de distribuição, quanto no nível de exigências do consumidor final.

Ao contratarmos o IEMI, para desenvolver este estudo, estamos procurando entender o que está ocorrendo de fato com as confecções paranaenses, com o Brasil e com o mercado internacional, para buscarmos soluções viáveis para as nossas empresas.

Os onze sindicatos que compõe o conselho setorial do vestuário se engajaram neste projeto que visa levantar informações relevantes para o embasamento de ações em prol de uma indústria Paranaense forte e com ações coordenadas para seu crescimento.

Diante dos resultados aqui apurados, precisaremos estar unidos para, proativamente, trilharmos caminhos que possam fortalecer nosso setor, tornando-o mais pujante e competitivo, com nossas empresas crescendo, gerando empregos e rendas sustentáveis, pois entendemos que sem uma indústria desenvolvida não há como fazer do nosso estado, um estado que produz riqueza e desenvolvimento.

A indústria do vestuário do Paraná é a segunda maior empregadora do estado e, em âmbito nacional, a quinta maior produtora de vestuário do país, o que confere ao nosso segmento uma grande importância estratégica, tanto no campo econômico, quanto no social.

Estamos seguros de que os dados e ações propostas por este trabalho contribuirão para que cada empresa possa avaliar sua posição com referência ao mercado e tomar as decisões mais acertadas para tornar as empresas do Paraná ainda mais competitivas.

Marcelo Surek

Coordenador do Conselho

ÍNDICE

INTRODUÇÃO

CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

1. Objetivo.....	11
2. Fontes.....	11
3. Amostra de produtores pesquisados	12
4. Estatísticas, projeções e análises	13
5. Apresentação.....	13

PANORAMA SETORIAL

PANORAMA MUNDIAL

1. Histórico.....	15
2. Consumo mundial de fibras	15
3. Migração da produção têxtil.....	17
4. Produção mundial de vestuário	19
4.1. Principais países produtores de vestuário – 2007 a 2011	20
5. Evolução do comércio internacional	22
5.1. Principais países exportadores de vestuário	23
5.2. Principais países importadores de vestuário	25

PANORAMA BRASIL

6. Perfil e relevância do setor	28
6.1. Importância do setor na economia brasileira	28
6.1.1. Fatos relevantes e transformações ocorridas no setor	29
6.2. Dimensões, segmentação e evolução do setor de vestuário no Brasil.....	29
6.2.1. Número de empresas e de empregados.....	29
6.2.2. Evolução do número de empresas	30

6.2.3. Evolução do número de empregos	30
6.2.4. Principais regiões produtoras de vestuário no país	31
6.2.4.1 Distribuição regional da produção (%).....	31
6.2.5. Concentração regional da indústria de vestuário brasileira	32
6.2.6. Produção de vestuário	34
6.2.6.1. Evolução da produção de vestuário.....	34
6.2.6.2. Evolução do valor da produção de vestuário (R\$ 1.000)	34
6.2.6.3. Evolução do valor da produção de vestuário (US\$ 1.000).....	35
6.3. Investimentos	35
7. Comércio externo.....	36
7.1. Evolução das importações e exportações	36
7.2. Análise da balança comercial do setor de vestuário.....	37
7.3. Principais países de origem das importações.....	37
7.4. Principais países de destino das exportações	39

SETOR DE VESTUÁRIO NO PARANÁ

PANORAMA

1. Considerações preliminares	41
2. Importância atual do Paraná no setor	43
2.1. Grandes números da indústria de vestuário do Paraná e comparativos.....	43
2.2. Participação da indústria de transformação do Paraná no valor da produção.....	44
3. Empresas.....	45
3.1. Evolução do número de empresas	46
3.2. Empresas de vestuário por porte	46
3.3. Distribuição das empresas de vestuário por porte.....	47
4. Emprego	47
4.1. Evolução do número de empregos	48
4.2. Pessoal ocupado por porte	48
4.2.1. Distribuição do pessoal ocupado por porte	49
4.3. Emprego na indústria de vestuário de acordo com o gênero.....	49
4.4. Emprego na indústria de vestuário de acordo com o grau de instrução	50

4.5. Pessoal ocupado por área de trabalho	52
4.6. Distribuição do pessoal ocupado por área de trabalho (%)	52
5. Turnos de trabalho.....	53
6. Nível de utilização da capacidade instalada	53
7. Vendedores próprios e representantes comerciais.....	54
7.1. Vendedores próprios e representantes comerciais por porte (em % das vendas)....	54
7.2. Vendedores próprios e representantes comerciais por polo (em %)	55
8. Produção de vestuário	56
8.1. Produção de vestuário por porte.....	56
8.1.1. Distribuição da produção de vestuário por porte.....	57
8.2. Produção de vestuário por linha	57
8.3. Segmentos de vestuário	58
8.4. Produção por tipo de tecido.....	59
9. Valor da produção.....	60
9.1. Valor da produção (R\$ 1.000 e US\$ 1.000).....	60
9.2. Preços da produção de artigos de vestuário no Paraná (R\$/peça e US\$/peça).....	61
10. Produção própria ou terceirizada	61
10.1. Produção própria ou terceirizada por porte.....	61
10.2. Produção própria ou terceirizada por polo	62
11. Estoque.....	63
11.1. Estoque da produção por porte (em %).....	63
11.2. Estoque da produção por polo (em %)	64
12. Investimentos.....	64
13. Máquinas do setor de vestuário.....	65
13.1. Parque de máquinas do setor de vestuário no Paraná.....	65
13.1.1. Parque de máquinas do setor de vestuário do Paraná (em %)	66
13.2. Idade média	66
13.3. Máquinas importadas – Brasil.....	66
13.4. Máquinas importadas – Paraná	67
13.5. Máquinas novas importadas – Paraná.....	67
13.6. Origem das máquinas novas importadas – Paraná.....	68
14. Análise das exportações do Paraná	70
14.1. Exportações de artigos de vestuário do Paraná (em 1.000 peças).....	70

14.2. Exportações de artigos de vestuário do Paraná (US\$ 1.000)	72
14.3. Principais destinos das exportações de vestuário	74
15. Principais mercados de consumo locais	75
15.1. Distribuição das vendas para o mercado nacional.....	75
16. Modelos de comercialização.....	77
16.1. Canais de distribuição da produção de vestuário	77
16.2. Canais de distribuição do vestuário – polo	78
16.3. Canais de distribuição do vestuário – porte	78
17. Poder de compra do público-alvo	80
17.1. Poder de compra do público-alvo por polo	80
17.2. Poder de compra do público-alvo por porte	81
18. Tendência de vendas no atacado.....	81
18.1. Tendência de vendas no atacado por polo	81
18.2. Tendência de vendas no atacado por porte.....	82
19. Tendência de vendas no varejo.....	83
19.1. Tendência de vendas no varejo por polo	83
19.2. Tendência de vendas no varejo por porte.....	83
20. Origem dos principais insumos.....	84
20.1. Origem dos insumos consumidos no setor de vestuário.....	84
21. Importação de produto acabado	85
21.1. Parcela do vestuário que é importada	86
22. Comparativo Brasil x Paraná	86

DRIVERS DE COMPETITIVIDADE

NO AMBIENTE PRODUTIVO (MACROECONÔMICO)

1. Considerações preliminares	91
2. Impostos	92
3. Custo da mão de obra	94
3.1. Valor médio dos salários da indústria de vestuário por UF – 2012.....	95
3.2. Custo da mão de obra no setor e encargos da indústria no Brasil e no mundo.....	97
4. Infraestrutura	99
4.1. Energia elétrica.....	99

4.2. Logística	104
4.2.1. Rodovias	105
4.2.2. Ferrovias	106
4.2.3. Portos	106
4.3. Vias de comercialização das exportações do Paraná.....	107
4.4. Instituições de qualificação de mão de obra	107
5. Taxa de câmbio	109

NO AMBIENTE EMPRESARIAL (MICROECONÔMICO)

6. No ambiente interno das empresas	111
7. Custos de produção.....	112
8. Produtividade no Brasil e no mundo	113
9. Shoppings atacadistas.....	115

CONSIDERAÇÕES SOBRE O PANORAMA SETORIAL

PANORAMA SETORIAL

1. Mundial	118
2. Brasil.....	125
3. Paraná	129

PROPOSIÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO DO SETOR NO PARANÁ

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1. O que se busca e quando.....	134
2. Metas pretendidas	135
2.1. Potencial para a produção de Tecidos no Paraná	135
2.2. Potencial de expansão da produção de Vestuário no Paraná	136
3. Elos produtivos prioritários.....	138
3.1. Tecelagens planas.....	138
3.2 Tecelagens de malha.....	139

PLANO DE AÇÃO

PERÍODO DE IMPLANTAÇÃO: 5 ANOS

1. Criação do IDTV – Instituto de Desenvolvimento do Setor Têxtil e Vestuário	141
2. Criação de distrito industrial integrado ao centro logístico	144
3. Garantia de suprimento das utilidades ao distrito industrial e oferta de áreas.....	147
4. Políticas para a concessão de incentivos fiscais e outros benefícios	148
5. Formação e qualificação da mão de obra.....	151
6. Programas de referência e estados concorrentes	154
7. Programa de modernização e qualificação industrial.....	155

ANEXOS

1. Polos.....	158
2. Referências.....	160

INTRODUÇÃO

CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

1. OBJETIVO

Este estudo tem como objetivo principal analisar a competitividade do setor de vestuário no Paraná e se baseia em um amplo levantamento de informações junto às indústrias instaladas na região e a outras diferentes fontes secundárias. O intuito é, por meio do cotejo de indicadores produtivos paranaenses com os do país e de outros relevantes produtores do exterior, comparar seu desempenho e identificar eventuais oportunidades para fomento do setor no estado.

Para tanto, o estudo inicia suas análises a partir de uma visão do mercado global, que é seguida por um panorama da indústria de vestuário nacional e, por fim, pela descrição do perfil, das dimensões e das tendências do setor no estado do Paraná.

No decorrer das análises e dos indicadores, são destacados elementos-chave de competitividade que hoje afetam o desempenho das indústrias no estado e no país, constituindo-se alvos de atenção nas conclusões deste diagnóstico.

2. FONTES

Para a elaboração deste trabalho foram utilizadas duas fontes principais de informação, descritas a seguir:

Pesquisas primárias: foram realizadas entrevistas aprofundadas junto a uma importante amostra de empresas produtoras de produtos do vestuário. Além disso, foi feito o levantamento de um extenso número de empresas cadastradas no setor, com o intuito de confirmar a sua existência, área de atividade e porte, delimitando-se, dessa forma, o universo de produtores em atividade na região.

Fontes secundárias: para complementar as análises e conclusões deste estudo, uma série de informações setoriais e mercadológicas foi extraída de pesquisas regulares realizadas pelo IEMI junto ao setor têxtil brasileiro, além de dados coletados junto a entidades, organismos de fomento e instituições governamentais e de pesquisa, com destaque para SECEX, RAIS, IBGE e BACEN, dentre outros, no Brasil e no exterior.

3. AMOSTRA DE PRODUTORES PESQUISADOS

O universo desta pesquisa foi constituído pelas indústrias que ofertam produtos e serviços sob os códigos da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) que compõem os setores de vestuário, identificados nos inúmeros cadastros disponíveis sobre esse segmento, unificados e atualizados pelo IEMI para este estudo.

O quadro a seguir apresenta a relação dos códigos da CNAE considerados na composição do setor de vestuário do Paraná e do país e adotados aqui.

CNAE	Descrição
14118	Confecção de roupas íntimas
14126	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas
14134	Confecção de roupas profissionais
14142	Fabricação de acessórios do vestuário, exceto para segurança e proteção
14215	Fabricação de meias
14223	Fabricação de artigos do vestuário, produzidos em malharias e tricotagens

O levantamento das informações junto aos industriais se deu através de entrevistas diretas e individuais, orientadas por entrevistadores treinados especificamente para este estudo, munidos de instrumentos de coleta devidamente estruturados e aprovados em testes realizados antes do início dos trabalhos de campo.

As 350 empresas que se dispuseram a participar desta pesquisa respondem por nada menos que 50% da produção total estimada para o polo de vestuário do Paraná, o que garante aos modelos de projeção estatística utilizados a representatividade e a precisão necessárias.

4. ESTATÍSTICAS, PROJEÇÕES E ANÁLISES

Os dados estatísticos apresentados neste relatório retratam a evolução da indústria brasileira e paranaense do vestuário nos últimos cinco anos, compreendendo o período de 2008 a 2012.

Esse histórico foi elaborado de forma a permitir a avaliação do comportamento recente da oferta e da demanda nacionais e possibilitar a projeção, para os próximos anos, da participação das empresas da região no suprimento do mercado interno e na exportação.

As avaliações e comentários sobre os resultados apresentados estiveram sob o encargo dos consultores do IEMI, especialistas no desenvolvimento de pesquisas de mercado e com larga experiência nos setores têxtil e confeccionista do Brasil.

5. APRESENTAÇÃO

Todos os resultados projetados por este estudo encontram-se compilados neste relatório, apresentado em cópias impressas e em versão eletrônica, para serem utilizados de maneira exclusiva pela FIEP – Federação das Indústrias do Estado Paraná – através do Conselho Setorial da Indústria do Vestuário e Têxtil.

A essa entidade encontram-se reservados os direitos sobre a distribuição e a divulgação das informações aqui apresentadas. O uso delas, entretanto, requererá, obrigatoriamente, a citação do IEMI como fonte, na legítima condição de autor do estudo.

O IEMI considera seus estudos parte integrante de um trabalho mais amplo de assessoria e desde já coloca à disposição da FIEP – Federação das Indústrias do Estado Paraná – através do Conselho Setorial da Indústria do Vestuário e Têxtil, sua equipe de consultores para debater os resultados apurados neste trabalho, além de conceitos e critérios adotados em sua elaboração.

PANORAMA SETORIAL

PANORAMA MUNDIAL

1. HISTÓRICO

A produção mundial de artigos têxteis, medida pelo consumo industrial de fibras e filamentos, cresceu a uma taxa média anual de 3,5% nos últimos 20 anos, enquanto a população mundial aumentou a uma taxa média de 1,3% ao ano, o que representa um importante crescimento do consumo global *per capita* de produtos têxteis nesse período.

As possibilidades de crescimento futuro para o segmento são ainda maiores se for considerado que a grande maioria da população mundial ainda vive com baixo poder aquisitivo e quase metade dela (49%, fonte: Banco Mundial) ainda reside em áreas rurais, à margem do mercado de consumo.

À medida que a urbanização das populações aumente e a sua renda melhore com o crescimento econômico dos países menos desenvolvidos, espera-se uma significativa expansão do potencial de consumo de têxteis no mundo.

2. CONSUMO MUNDIAL DE FIBRAS

A partir da compilação de diferentes fontes internacionais de informação, foi possível ao IEMI elaborar a curva do crescimento histórico do consumo industrial de fibras têxteis, separando-as em fibras naturais e fibras químicas.

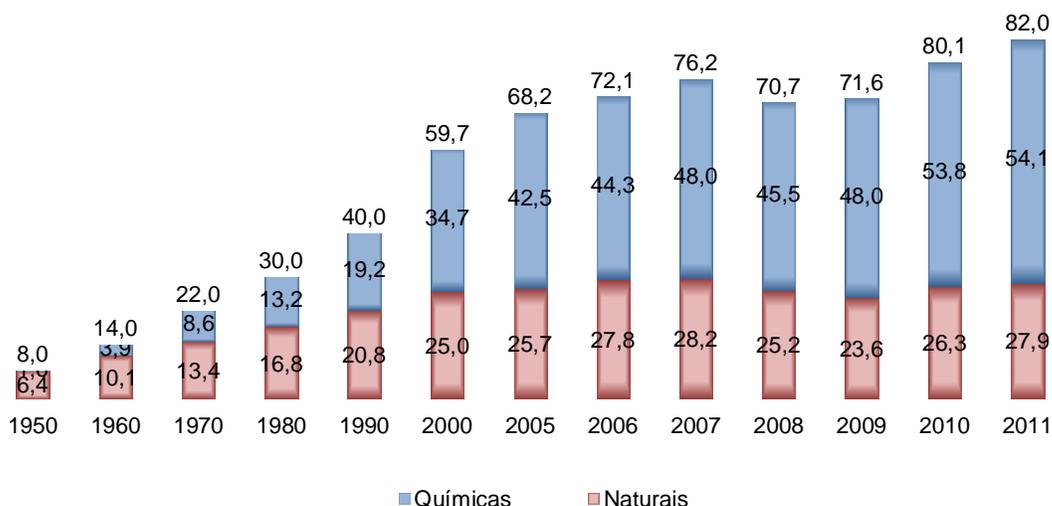
Com base nos dados do consumo mundial de fibras em 1990 e 2011 (último dado disponível), bem como na população mundial nesses mesmos anos, é possível concluir que em 1990 o consumo mundial *per capita*, que era de 7,6 kg/habitante, passou para 11,8 kg/habitante em 2011, ou seja, houve um aumento de 55% no consumo médio por pessoa.

Em 2011 foram consumidos em torno de 82 milhões de toneladas em todo o mundo, representando um crescimento de 2,4% sobre o montante de 2010. Porém, no período compreendido entre 2000 e 2011 houve aumento de 37,4%, ou o equivalente a um crescimento médio de 3% ao ano.

Por meio da análise do gráfico abaixo, é possível observar que as fibras químicas representaram 66% do consumo total em 2011. Em 1970 elas eram apenas 39%, passando para 44% em 1980, 48% em 1990 e 58% em 2000. Todavia, entre 2009 e 2011, a proporção entre naturais e químicas manteve-se estável, em torno de 66% para as fibras químicas e 34% para as fibras naturais.

A possibilidade de seu crescimento futuro é muito maior se considerarmos que a grande maioria da população mundial ainda sobrevive com baixo poder aquisitivo e que quase a metade dela vive ainda no campo. Porém, à medida que a renda da população aumente em razão de sua melhor distribuição, ou à medida que essa população migre para as cidades, devido ao maior crescimento econômico dos países ainda não desenvolvidos, haverá certamente um significativo crescimento do consumo mundial de têxteis.

Consumo mundial de fibras têxteis (milhões de toneladas)



Fontes: Fiber Organon / IEMI

3. MIGRAÇÃO DA PRODUÇÃO TÊXTIL

A partir dos anos 1980, a aceleração do processo de integração dos mercados mundiais (globalização) acabou por provocar a migração de uma parcela significativa da produção de artigos têxteis e confeccionados dos Estados Unidos, da União Europeia e do Japão para países emergentes da Ásia, Leste Europeu, norte da África e Caribe, modificando por completo o mapa da produção mundial.

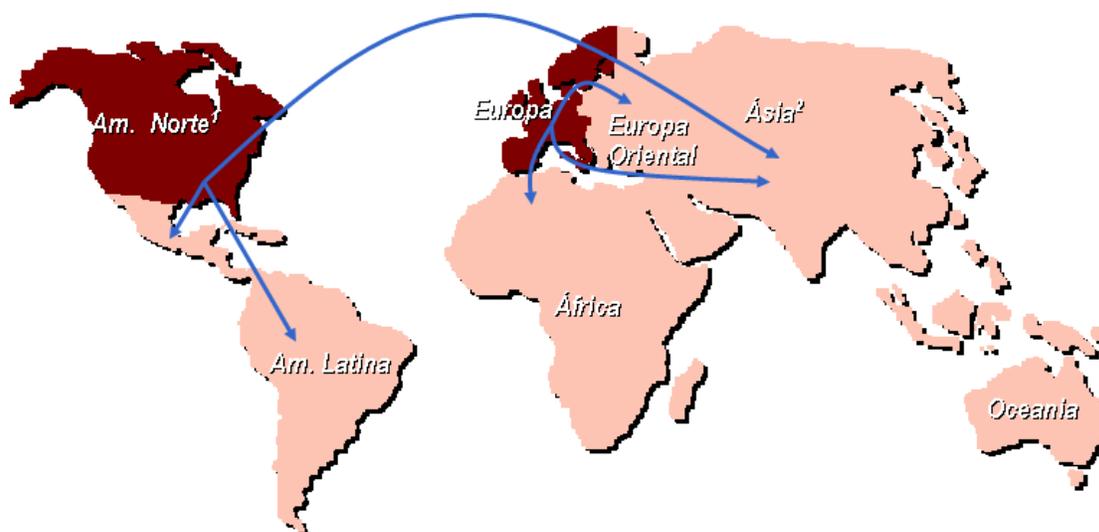
Essa migração pode ser analisada em dois momentos distintos: o primeiro é caracterizado por investimentos diretos de grandes produtores americanos, europeus e japoneses em países emergentes, detentores de mão de obra barata e baixos custos de produção; o segundo, marcado por investimentos cooperados, em que as maiores somas de capital são providas por industriais ou investidores locais, em troca de contratos de suprimento, ofertados por grandes empresas estrangeiras, em busca de maior competitividade na

produção e distribuição de seus produtos e marcas junto aos principais mercados consumidores do planeta.

A figura abaixo procura reproduzir o movimento migratório da produção têxtil e confeccionista mundial, apontando o caminho seguido pelo investimento produtivo na busca por regiões mais competitivas para o suprimento dos grandes mercados consumidores, viabilizados pela flexibilização do comércio mundial.

O consumo e o poder de compra das pessoas, todavia, ainda não migraram, continuando muito concentrados nos países mais industrializados e desenvolvidos, abrindo espaço para um crescimento acelerado das exportações de confeccionados de países emergentes para países desenvolvidos.

Mapa da migração da produção mundial de têxtil



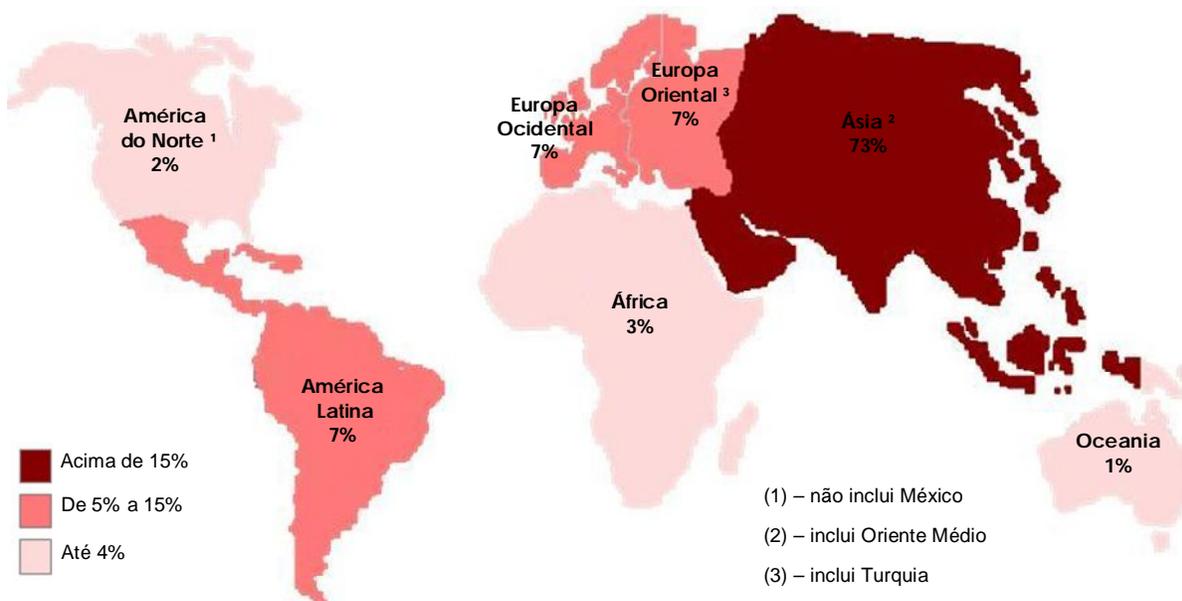
(1) – exclui o México
 (2) – inclui o Oriente Médio

4. PRODUÇÃO MUNDIAL DE VESTUÁRIO

Passados mais de 20 anos do início do processo migratório, ele teve como resultado uma forte concentração da produção nos países da Ásia, atualmente responsáveis por 73% dos volumes totais, com destaque para China, Índia, Paquistão, Coreia do Sul, Taiwan, Indonésia, Malásia, Tailândia e Bangladesh, entre outros.

Cabe ressaltar, também, a importância alcançada pela América Latina, que ocupa a segunda posição entre as regiões produtoras, com 7% dos volumes produzidos, com destaque para o Brasil, maior país produtor de vestuário fora da Ásia, além de México, Colômbia, Peru, Honduras, El Salvador, Guatemala e República Dominicana.

Mapa da produção mundial de vestuário em 2011 (em % sobre volumes)



4.1. Principais países produtores de vestuário – 2007 a 2011

A produção mundial de vestuário foi estimada em cerca de 47,8 milhões de toneladas para o ano de 2011, considerando-se apenas os artigos fabricados dentro de padrões industriais de produção, ou seja, sem considerar os artigos de feitiço doméstico ou sob medida (ocupação de costureiras, alfaiates, etc.).

China e Hong Kong já respondem por 47% do total dessa produção. A Índia e o Paquistão, que aparecem em segundo e terceiro lugares respectivamente, detêm juntos 10,2% da produção mundial.

O Brasil aparece em quarto lugar, respondendo por cerca de 3% do volume total, vindo a seguir Turquia, Coreia do Sul, México, Itália, Malásia, Taiwan, Polônia, Romênia, Indonésia, Bangladesh e Tailândia, que completam a lista dos 15 maiores produtores mundiais e que, juntos, respondem por mais de 77% da produção do planeta.

Principais países produtores de vestuário (em 1.000 toneladas) ⁽¹⁾						
Países ⁽²⁾	2007	2008	2009	2010	2011	Participação (%)
1. China/Hong Kong	19.747	19.155	19.709	21.175	22.582	47,2%
2. Índia	2.578	2.465	2.819	3.119	3.416	7,1%
3. Paquistão	1.545	1.486	1.535	1.523	1.497	3,1%
4. Brasil	1.097	1.160	1.169	1.271	1.258	2,6%
5. Turquia	1.124	1.008	1.070	1.145	1.216	2,5%
6. Coreia do Sul	977	991	968	990	1.003	2,1%
7. México	1.203	1.162	951	973	991	2,1%
8. Itália	962	940	968	935	913	1,9%
9. Malásia	643	630	651	692	684	1,4%
10. Taiwan	722	592	578	638	679	1,4%
11. Polônia	670	641	622	664	679	1,4%
12. Romênia	537	531	518	549	567	1,2%

(continua)

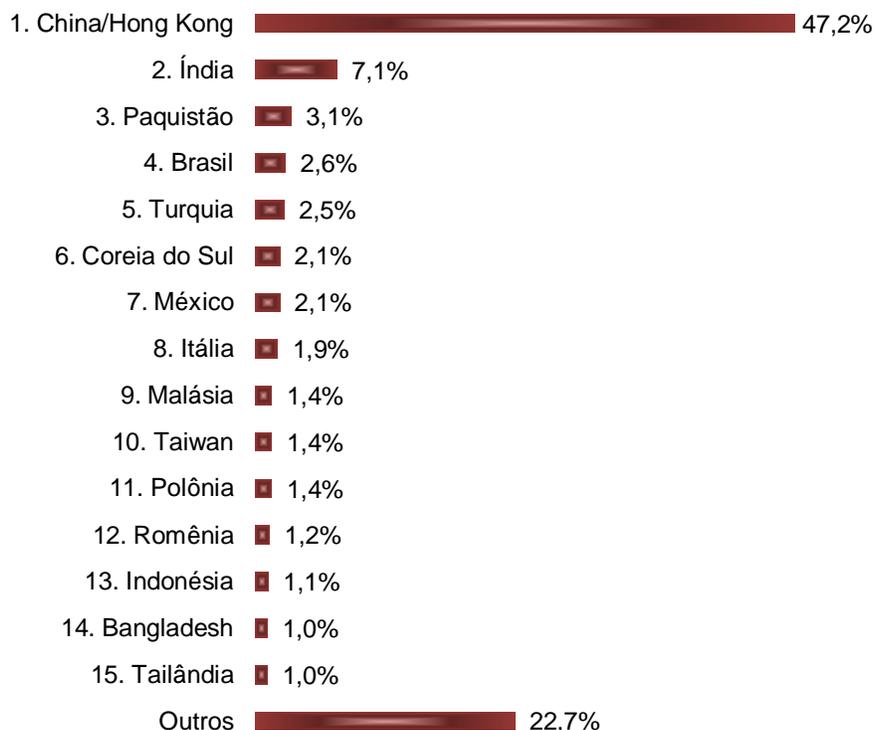
Principais países produtores de vestuário (em 1.000 toneladas) ⁽¹⁾						
. Países ⁽²⁾	2007	2008	2009	2010	2011	Participação (%)
13. Indonésia	598	428	445	505	519	1,1%
14. Bangladesh	401	427	450	466	496	1,0%
15. Tailândia	658	446	453	467	488	1,0%
. Subtotal	33.462	32.062	32.906	35.112	36.989	77,3%
Outros	8.006	8.132	7.352	10.535	10.840	22,7%
. Total	41.468	40.194	40.258	45.647	47.829	100,0%

Fonte: IEMI

Notas: (1) Estimativas IEMI

(2) Classificação com base em 2011

Principais países produtores de vestuário em 2011 (% sobre volumes)



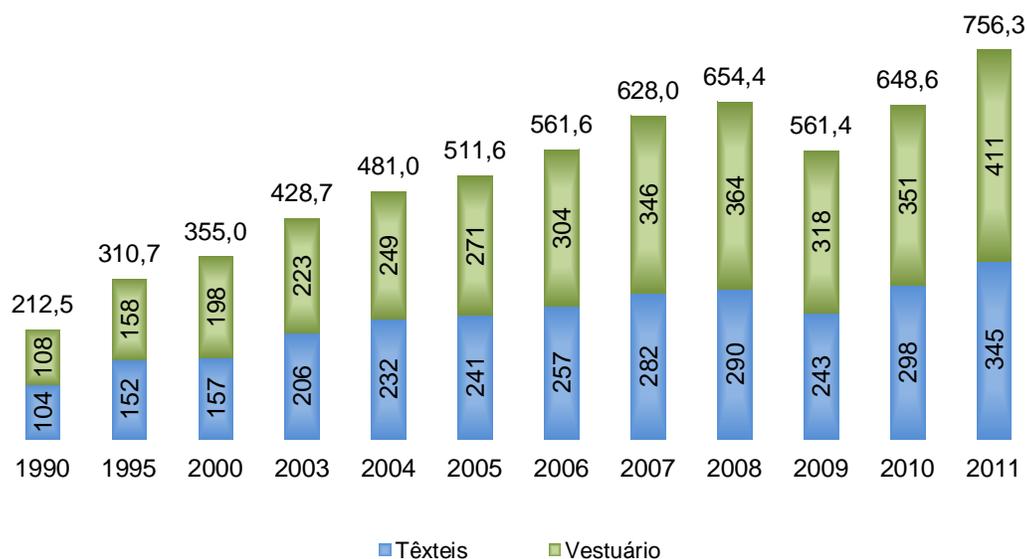
5. EVOLUÇÃO DO COMÉRCIO INTERNACIONAL

Embora o Brasil ainda se posicione como o quarto maior produtor mundial de artigos de vestuário, em termos de comércio exterior sua participação ainda é muito pequena, estando colocado na 79ª posição no *ranking* dos maiores exportadores e no 35º lugar entre os maiores importadores do planeta, o que nos leva a concluir que, nesse segmento industrial, o país se enquadra claramente no perfil de “produtor-consumidor”, isto é, produz para si mesmo, com parcelas relativas ainda pequenas para a importação e desprezíveis na exportação, apesar de as vendas ao exterior estarem em crescimento no mundo.

O comércio internacional de têxteis e vestuário alcançou a soma de US\$ 756 bilhões em 2011, o que representa um crescimento de 16,6% em relação aos valores de 2010. Ainda assim, entre 1990 e 2011 a expansão foi 3,6 vezes maior. Ressalte-se, porém, que no comércio internacional de vestuário, no mesmo período, o aumento foi de 3,8 vezes, ou seja, o comércio de vestuário cresce em proporções maiores do que o de têxteis (fios, tecidos, malhas, etc.).

Este é outro ponto a ser destacado: o maior crescimento dos artigos confeccionados frente às matérias-primas têxteis. As maiores e mais tradicionais empresas do setor, e também as grandes exportadoras, sempre foram às indústrias de fios e tecidos, que forneciam matérias-primas para as confecções instaladas nos grandes mercados consumidores. Com a migração da produção de vestuário para os países com custos baixos de mão de obra, hoje essas empresas tiveram que se adaptar para permanecer suprindo esses mercados, passando a confeccionar seus tecidos (em unidades próprias ou de terceiros) e a vender produtos acabados (o chamado *full package*).

Comércio internacional de têxteis e vestuário de 1990 a 2011 (bilhões de US\$)



5.1. Principais países exportadores de vestuário

Os países asiáticos são responsáveis por 54,4% das exportações mundiais de vestuário. Dentre eles se destaca a China, que sozinha domina 34,9% desse comércio. Se adicionarmos Hong Kong, que também integra a China, essa participação vai a 40,5% do comércio internacional.

Entretanto, não somente os asiáticos são grandes exportadores de confeccionados. Entre eles aparecem, com elevadas participações, também os países ricos e emergentes de diferentes regiões do planeta, como os da Europa Ocidental e do Leste Europeu.

Principais países exportadores de vestuário (em milhões de US\$)

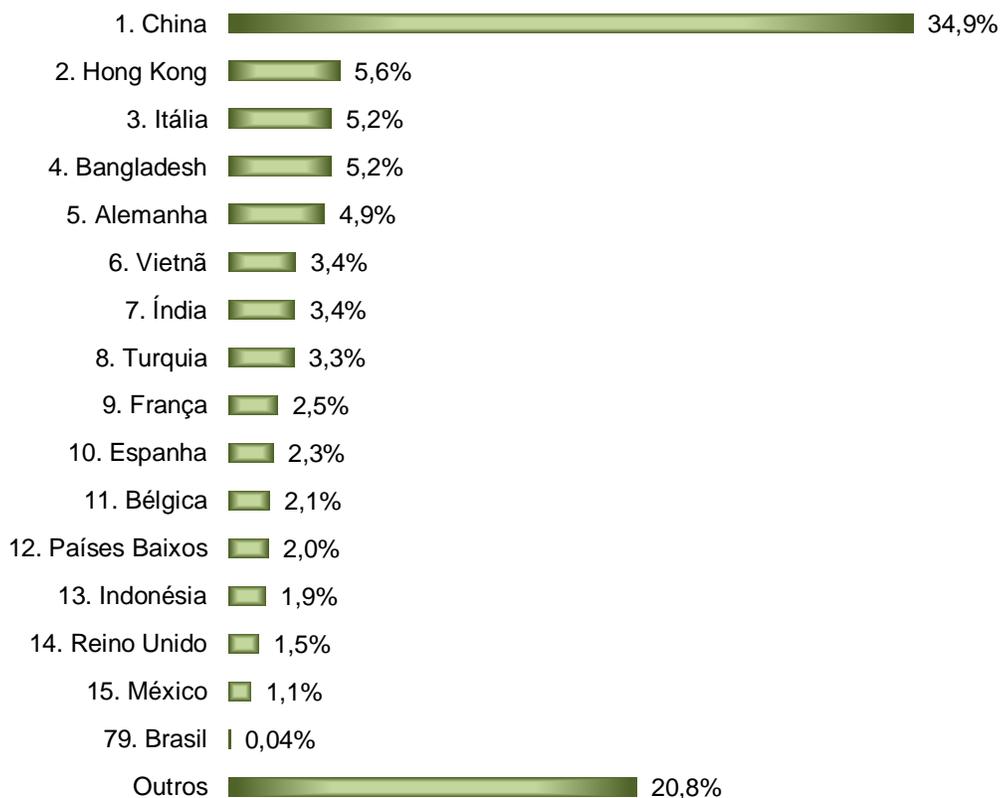
. Países ⁽¹⁾	2007	2008	2009	2010	2011	Participação (%)
1. China	108.881	113.368	100.479	121.072	143.238	34,9%
2. Hong Kong	27.277	26.488	21.796	22.884	23.171	5,6%
3. Itália	21.711	23.579	18.480	18.567	21.399	5,2%
4. Bangladesh	9.323	13.193	13.818	16.194	21.398	5,2%
5. Alemanha	15.056	17.062	16.439	16.944	19.896	4,9%
6. Vietnã	7.204	8.500	8.329	10.119	13.932	3,4%
7. Índia	9.373	10.265	11.312	10.604	13.745	3,4%
8. Turquia	13.468	13.155	11.223	12.382	13.513	3,3%
9. França	10.107	10.867	9.317	9.221	10.111	2,5%
10. Espanha	5.490	6.913	7.063	6.893	9.228	2,3%
11. Bélgica	7.908	9.266	7.917	7.330	8.465	2,1%
12. Países Baixos	5.316	5.857	5.627	5.943	8.159	2,0%
13. Indonésia	5.631	6.016	5.661	6.501	7.691	1,9%
14. Reino Unido	5.643	5.570	4.909	5.224	6.229	1,5%
15. México	5.016	4.777	4.003	4.244	4.510	1,1%
79. Brasil	269	239	162	177	180	0,04%
. Subtotal	257.671	275.114	246.535	274.298	324.866	79,2%
Outros	84.032	85.782	70.408	74.204	85.283	20,8%
. Total	341.703	360.896	316.942	348.502	410.148	100,0%

Fontes: SECEX/ITC – International Trade Center

Nota: (1) Classificação com base em 2011

O gráfico a seguir apresenta um *ranking* geral resumido, contendo os 15 maiores exportadores de vestuário em 2011, identificados nas estatísticas do ITC (International Trade Center), acrescido dos valores exportados pelo Brasil (US\$ 180 milhões, o 79º colocado dentre os maiores exportadores) apenas a título de comparação.

Exportadores mundiais de vestuário em 2011 (em % sobre US\$)



5.2. Principais países importadores de vestuário

Do total das importações mundiais de vestuário em 2011, os Estados Unidos responderam sozinhos por 20,8% dos valores registrados pelo ITC. Os países da Europa Ocidental absorveram outros 44,3%, e o Japão, 7,9%. Assim, pode-se dizer que os países ricos (ou de maior grau de desenvolvimento) respondem pelo destino de aproximadamente 75% do comércio mundial de vestuário.

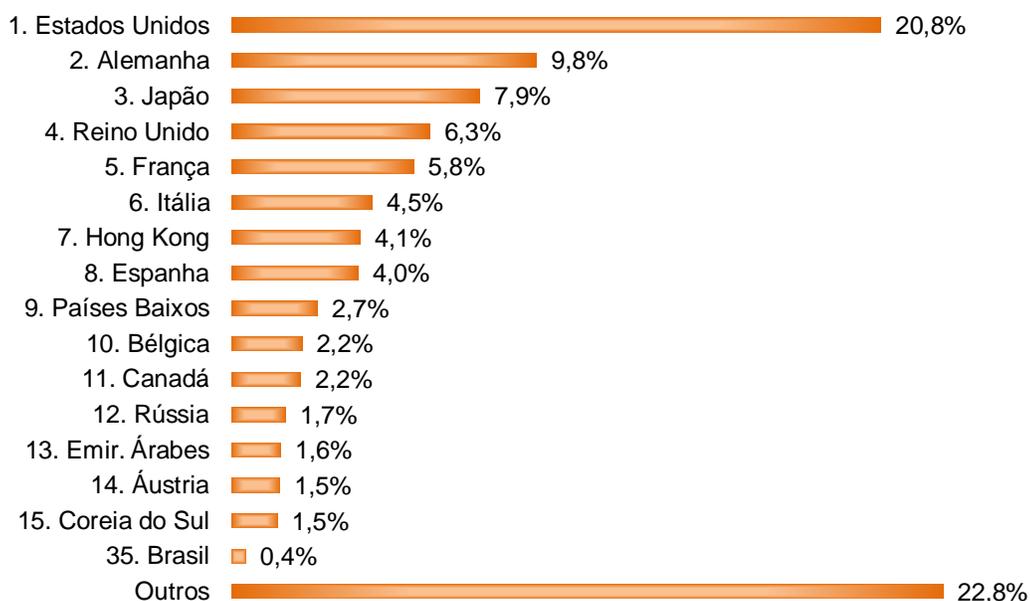
Principais países importadores de vestuário (em milhões de US\$)

. Países ⁽¹⁾	2007	2008	2009	2010	2011	Participação (%)
1. Estados Unidos	78.920	76.364	66.795	75.647	81.514	20,8%
2. Alemanha	28.002	30.505	30.966	32.693	38.239	9,8%
3. Japão	22.598	24.216	24.070	25.262	31.111	7,9%
4. Reino Unido	23.619	23.427	20.766	22.042	24.840	6,3%
5. França	19.864	22.024	19.789	20.357	22.829	5,8%
6. Itália	15.096	16.570	14.819	15.509	17.580	4,5%
7. Hong Kong	18.137	17.563	14.706	15.709	16.091	4,1%
8. Espanha	12.640	14.925	12.718	13.165	15.861	4,0%
9. Países Baixos	7.468	8.427	8.011	8.531	10.756	2,7%
10. Bélgica	8.597	9.737	8.382	7.531	8.786	2,2%
11. Canadá	6.908	7.453	6.857	7.543	8.654	2,2%
12. Rússia	2.841	4.225	3.674	5.551	6.744	1,7%
13. Emir. Árabes	2.162	2.617	4.652	4.831	6.102	1,6%
14. Áustria	5.218	5.751	5.038	5.219	6.040	1,5%
15. Coreia do Sul	4.085	3.993	3.162	4.124	5.722	1,5%
35. Brasil	487	694	767	1.073	1.721	0,4%
. Subtotal	256.642	268.494	245.174	264.786	302.589	77,2%
Outros	65.276	75.396	64.780	72.549	89.277	22,8%
. Total	321.917	343.890	309.954	337.335	391.866	100,0%

Fontes: SECEX/ITC – International Trade Center

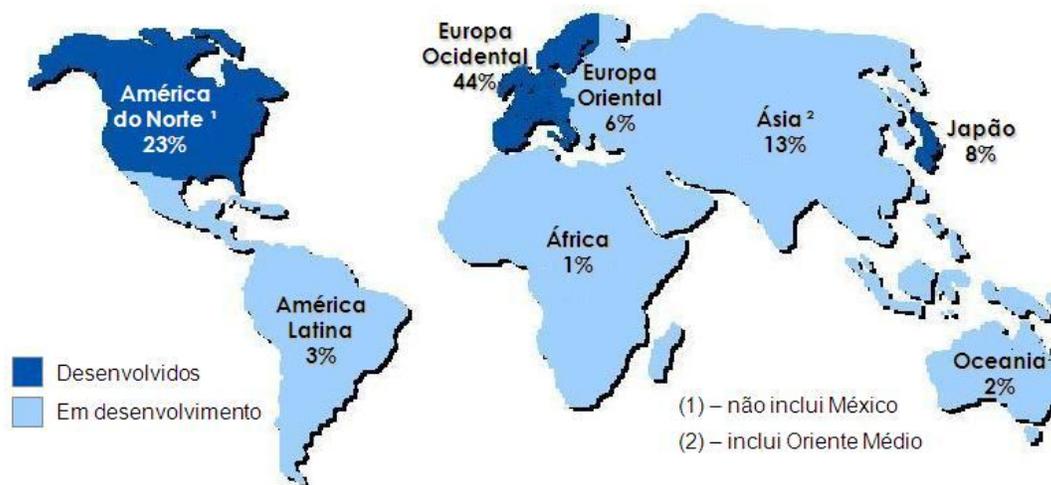
Nota: (1) Classificação com base em 2011

Importadores mundiais de vestuário em 2011 (em % sobre US\$)



O mapa a seguir ilustra a concentração das importações de vestuário por região do planeta. Nele é possível verificar a enorme participação dos países mais ricos.

Mapa das importações de vestuário em 2011



PANORAMA BRASIL

6. PERFIL E RELEVÂNCIA DO SETOR

Nos itens abaixo apresentaremos a real importância do setor de vestuário brasileiro em comparação com os indicadores da indústria de transformação do Brasil.

6.1. Importância do setor na economia brasileira

O setor de vestuário cumpre um papel de grande importância na composição da indústria de transformação do Brasil, tanto pela relevância do valor da sua produção quanto por sua capacidade de gerar empregos.

Em valores monetários, o setor produziu, em 2012, US\$ 45,5 bilhões, o que é equivalente a 4,3% do valor total da produção da indústria brasileira de transformação, aí excluídas as atividades de extração mineral e construção civil, que complementam o setor secundário da economia.

Os empregos gerados somaram 1,2 milhão de postos de trabalho em 2012, ou o equivalente a 11,3% do total de trabalhadores alocados na produção industrial nesse ano, bem demonstrando que, além da sua relevância econômica, esse é um segmento de forte impacto social.

Valor da produção – 2012 (bilhões de US\$)		Pessoal ocupado – 2012 (1.000 empregados)	
. Setor de vestuário	45,5	. Setor de vestuário	1.216
. Indústria de transformação ⁽¹⁾	1.056,5	. Indústria de transformação ⁽¹⁾	10.795
⇒ Participação (%)	4,3%	⇒ Participação (%)	11,3%

Fontes: IEMI/IBGE

Nota: (1) Receita líquida e emprego na indústria de transformação. Não inclui indústria extrativa mineral e construção civil

6.1.1. Fatos relevantes e transformações ocorridas no setor

A abertura do mercado nacional à concorrência internacional, na década de 1990, exigiu do setor um enorme esforço de investimento para modernizar seu parque de máquinas e qualificar a sua mão de obra, objetivando a redução de custos e a melhoria da produtividade e da qualidade de seus produtos como forma de enfrentar a concorrência dos grandes produtores e fornecedores mundiais, em especial dos países asiáticos.

No período compreendido entre 2008 e 2012 foi investido US\$ 1,6 bilhão somente na aquisição de máquinas e equipamentos de vestuário de última geração. Isso permitiu que o setor se equiparasse aos grandes produtores internacionais em termos de tecnologia produtiva. Porém, para competir internacionalmente, ainda existem alguns problemas a ser enfrentados.

As maiores dificuldades, agora, recaem sobre o grau de organização das empresas nacionais, além da necessidade de haver ganhos de escala, equivalência tributária e custos financeiros aos níveis praticados nos grandes produtores e exportadores mundiais. Essas melhorias se tornam cada vez mais urgentes, considerando-se as pressões provenientes do novo surto de importações, estimuladas pela recente valorização da moeda brasileira frente ao dólar.

6.2. Dimensões, segmentação e evolução do setor de vestuário no Brasil

Nas tabelas a seguir, examinamos os resultados apresentados pelos diversos segmentos que compõem a estrutura produtiva do setor de vestuário.

6.2.1. Número de empresas e de empregados

São 27,7 mil empresas de vestuário em atividade no país, assim consideradas aquelas que tinham no mínimo cinco empregados em 1º de janeiro de 2012. Nesse ano somente,

houve aumento de apenas 1,6%. Já entre 2008 e 2012, a alta foi de 16,5%, passando-se de 23,7 mil para 27,7 mil empresas em todo o período considerado.

Em termos de pessoal ocupado, há 1,2 milhão de pessoas que atuam direta e indiretamente na indústria de confecção de artigos do vestuário. Apenas no último ano, houve queda de 0,6% no número de funcionários, porém entre 2008 e 2012 ocorreu alta de 2,3%.

6.2.2. Evolução do número de empresas

Número de empresas de vestuário ^{(1) (2)}		
. Anos	Empresas	Evolução
2008	23.749	100,0%
2009	25.087	105,6%
2010	25.649	108,0%
2011	27.230	114,7%
2012	27.661	116,5%

Fontes: IEMI/RAIS

Notas: (1) São consideradas apenas as indústrias em atividade, operando legalmente, com pelo menos um produto em linha contínua de produção e mínimo de cinco empregados diretamente na produção

(2) Inclui malharia retilínea

6.2.3. Evolução do número de empregos

Número de pessoal ocupado no setor de vestuário ⁽¹⁾		
. Anos	Pessoal ocupado	Evolução
2008	1.188.510	100,0%
2009	1.200.098	101,0%
2010	1.234.791	103,9%
2011	1.223.074	102,9%
2012	1.215.902	102,3%

Fonte: IEMI

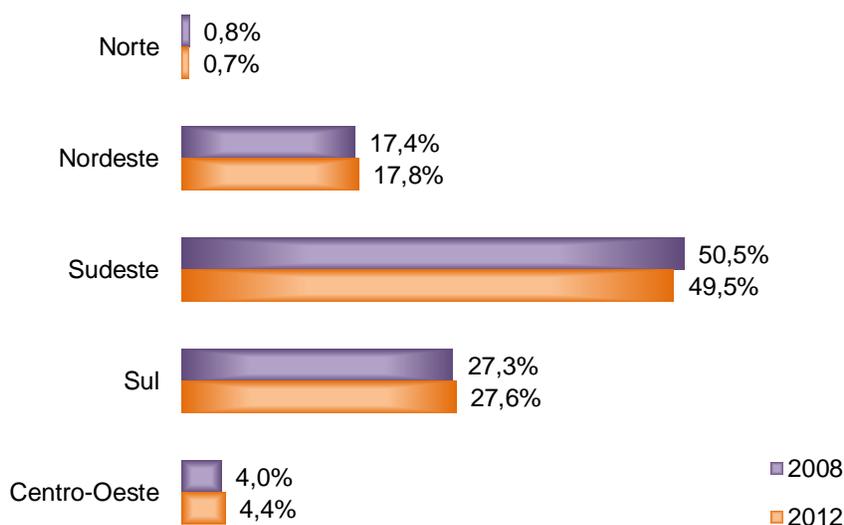
Nota: (1) Inclui malharia retilínea

6.2.4. Principais regiões produtoras de vestuário no país

Quando avaliamos a produção por região, o Sudeste se destaca das demais por concentrar os maiores mercados consumidores e sediar os principais centros de distribuição de atacado e varejo do país.

Porém, entre 2008 e 2012, ele perdeu parcelas de suas participações para as demais regiões do Brasil, em função de incentivos mais agressivos na atração de investimentos das indústrias de vestuário.

6.2.4.1 Distribuição regional da produção (%)

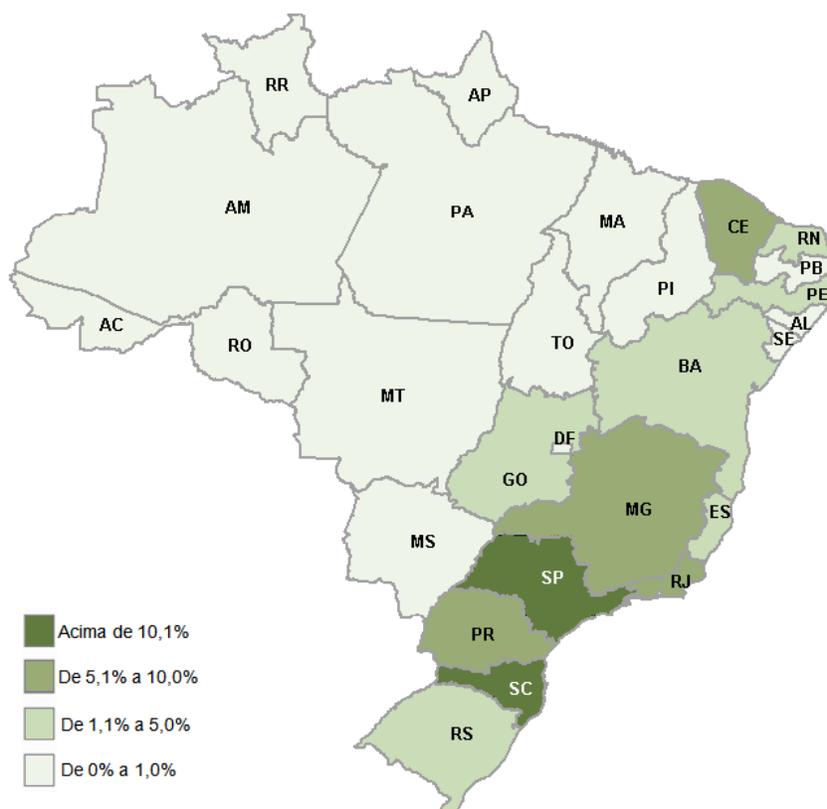


6.2.5. Concentração regional da indústria de vestuário brasileira

Pelo mapa apresentado adiante, pode-se observar que as indústrias encontram-se disseminadas por todas as unidades da federação, com destaque para seis estados principais: São Paulo, Santa Catarina, Minas Gerais, Paraná, Ceará e Rio de Janeiro, que juntos detêm nada menos que 80% de toda a mão de obra ocupada no setor em nível nacional.

O estado do Paraná, com 9,0% das empresas e 6,3% do pessoal ocupado, ocupa a 5ª posição no *ranking* dos produtores nacionais de vestuário, posicionando-se atrás de São Paulo, Minas Gerais, Santa Catarina e Rio de Janeiro.

Distribuição da produção da indústria brasileira de vestuário (em % do volume) – 2012



Distribuição das empresas e da produção do setor de vestuário no Brasil (em %) – 2012		
. Regiões/UFs	Em % das empresas	Em % da produção em peças
. Norte	0,9%	0,7%
Rondônia	0,3%	0,2%
Acre	0,1%	0,0%
Amazonas	0,1%	0,2%
Roraima	0,0%	0,0%
Pará	0,3%	0,2%
Amapá	0,0%	0,0%
Tocantins	0,1%	0,1%
. Nordeste	14,2%	17,8%
Maranhão	0,3%	0,2%
Piauí	0,7%	0,7%
Ceará	5,6%	8,2%
Rio Grande do Norte	0,9%	3,0%
Paraíba	0,5%	0,6%
Pernambuco	3,8%	3,5%
Alagoas	0,2%	0,1%
Sergipe	0,3%	0,4%
Bahia	1,9%	1,2%
. Sudeste	51,2%	49,5%
Minas Gerais	14,6%	9,9%
Espírito Santo	2,0%	2,3%
Rio de Janeiro	7,7%	9,1%
São Paulo	26,8%	28,2%
. Sul	27,3%	27,6%
Paraná	9,0%	8,8%
Santa Catarina	13,5%	15,5%
Rio Grande do Sul	4,9%	3,3%
. Centro-Oeste	6,4%	4,3%
Mato Grosso do Sul	0,5%	0,8%
Mato Grosso	0,4%	0,2%
Goiás	5,2%	3,2%
Distrito Federal	0,3%	0,1%
. Brasil	100,0%	100,0%

Fontes: IEMI/RAIS

6.2.6. Produção de vestuário

Em 2012 a produção nacional de artigos de vestuário chegou a 6,1 bilhões de peças, resultando num recuo de 3,1% em relação a 2011. Já no período de 2008 a 2012 houve alta de 4,1%, com um crescimento de 1,0% ao ano.

6.2.6.1. Evolução da produção de vestuário

Produção nacional do setor de vestuário		
Anos	Produção (em 1.000 peças)	Evolução
2008	5.884.403	100,0%
2009	5.937.950	100,9%
2010	6.436.738	109,4%
2011	6.320.877	107,4%
2012	6.124.930	104,1%

Fonte: IEMI

6.2.6.2. Evolução do valor da produção de vestuário (R\$ 1.000)

Em valores monetários, o setor de vestuário movimentou no país cerca de R\$ 88,9 bilhões em 2012, cálculo feito com base nos preços médios de fabricação. Apenas no último ano, houve alta de 0,5%. Já em todo o período, a alta foi de 30,9% nos valores nominais. Se descontarmos a inflação do período, o crescimento foi de 5,1%.

Evolução do valor da produção de vestuário (R\$ 1.000) ⁽¹⁾		
Anos	Valor da produção (R\$ 1.000)	Evolução (%)
2008	67.913.109	100,0%
2009	72.047.038	106,1%
2010	82.703.697	121,8%
2011	88.465.330	130,3%
2012	88.907.657	130,9%

Fonte: IEMI

Nota: (1) Valores calculados a partir do preço médio anual à vista dos artigos na fábrica, sem impostos

6.2.6.3. Evolução do valor da produção de vestuário (US\$ 1.000)

Evolução do valor da produção de vestuário (US\$ 1.000) ⁽¹⁾		
Anos	Valor da produção (US\$ 1.000)	Evolução (%)
2008	36.959.515	100,0%
2009	36.140.977	97,8%
2010	47.009.434	127,2%
2011	52.827.738	142,9%
2012	45.477.062	123,0%

Fonte: IEMI

Nota: (1) Valores calculados a partir do preço médio anual à vista dos artigos na fábrica, sem impostos

6.3. Investimentos

Os investimentos totais realizados pelo setor de vestuário em máquinas, imóveis, treinamento, etc., estimados pelo IEMI para 2012, chegaram a US\$ 776,4 milhões, o que representa uma elevação de 22,7% sobre os valores de 2011 e acumula expansão de 82,9% entre 2008 e 2012. Somente nesse período, os desembolsos chegaram a US\$ 2,6 bilhões.

A modernização do parque de máquinas é representada por 65,7% dos investimentos totais, e a quase totalidade dos investimentos foi feita com financiamento do BNDES.

Investimentos totais (em milhões de US\$)					
. Descrição	2008	2009	2010	2011	2012
Máquinas ⁽¹⁾	262,5	181,1	294,2	401,3	510,1
Outros	162,1	111,2	184,2	231,7	266,3
Total ⁽²⁾	424,6	292,3	478,4	633,0	776,4
Participação do BNDES ⁽³⁾	50,5%	45,6%	70,4%	95,4%	97,4%

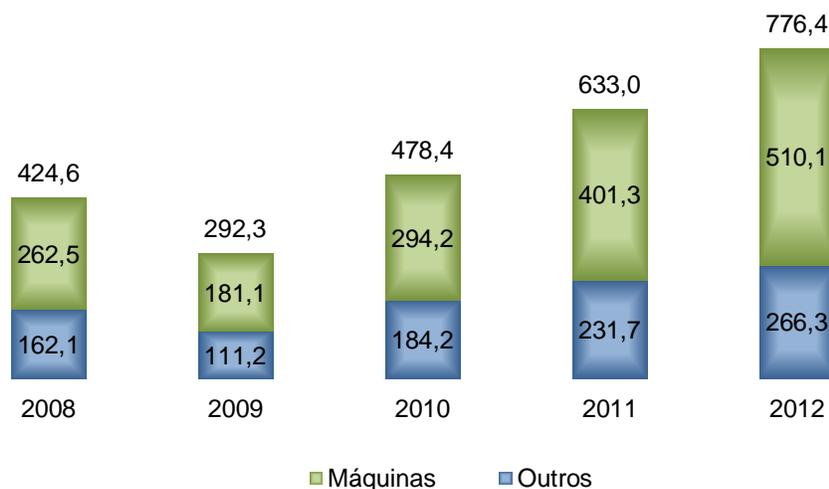
Fonte: IEMI

Notas: (1) Investimentos em máquinas nacionais e/ou importadas

(2) Investimentos totais em máquinas, imóveis, treinamento, etc.

(3) Investimentos realizados com financiamento do BNDES (dados preliminares para 2012)

Investimentos no setor de vestuário (em milhões de US\$)



7. COMÉRCIO EXTERNO

Neste capítulo, examina-se o comércio externo brasileiro dos artigos de vestuário, meias e acessórios, bem como os principais países de origem das importações e destino das exportações brasileiras.

7.1. Evolução das importações e exportações

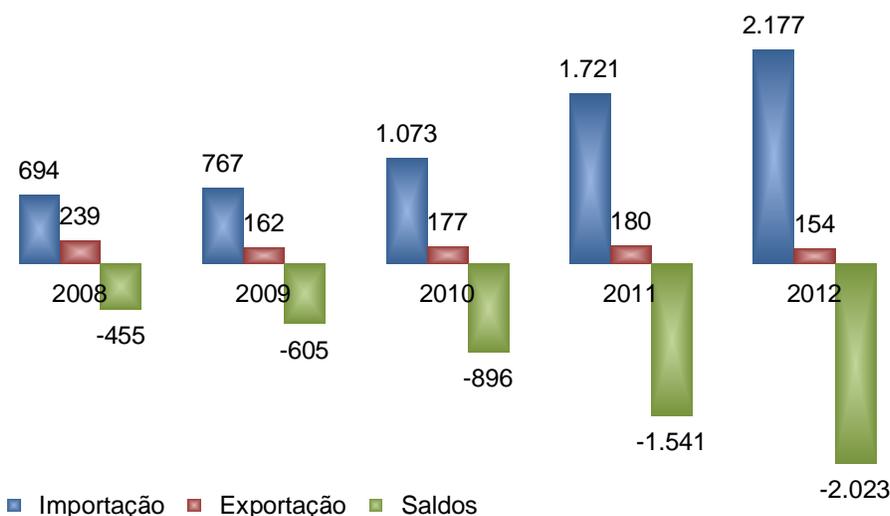
As importações de vestuário, meias e acessórios passaram de US\$ 694 milhões em 2008 para US\$ 2,2 bilhões em 2012, o que representa um aumento de 3,1 vezes no período. As exportações, que em 2008 foram de US\$ 239 milhões, caíram para US\$ 154 milhões em 2012, representando redução de 35,5%. Com esses resultados, a balança comercial do setor de vestuário vem se agravando a cada ano. Em 2012 ela apresentou déficit de US\$ 2,0 bilhões, 4,4 vezes maior em comparação com 2008.

7.2. Análise da balança comercial do setor de vestuário

Balança comercial do setor de vestuário (em US\$ 1.000)					
. Descrição	2008	2009	2010	2011	2012
Exportação	238.774	161.766	176.631	180.224	153.916
Importação	694.015	767.073	1.073.096	1.721.151	2.177.225
Saldos	-455.241	-605.306	-896.465	-1.540.926	-2.023.309

Fontes: IEMI/SECEX

Comércio exterior de vestuário, meias e acessórios (em milhões de US\$)



7.3. Principais países de origem das importações

A China aumentou sua participação no comércio internacional em muitos segmentos econômicos, principalmente no de artigos de consumo, como têxteis, confeccionados, calçados, etc.

A participação dela e de Hong Kong, juntos, no valor total das importações brasileiras de vestuário em 2012 foi de 65,4%. Bangladesh é o segundo maior fornecedor aos importadores brasileiros, com 7,2%, e a Índia, o terceiro, com 5,9%.

A continuidade da valorização da moeda brasileira, além de outros fatores, segue dificultando as exportações e incentivando as importações, o que contribui para a melhoria da *performance* de vários países supridores do mercado brasileiro.

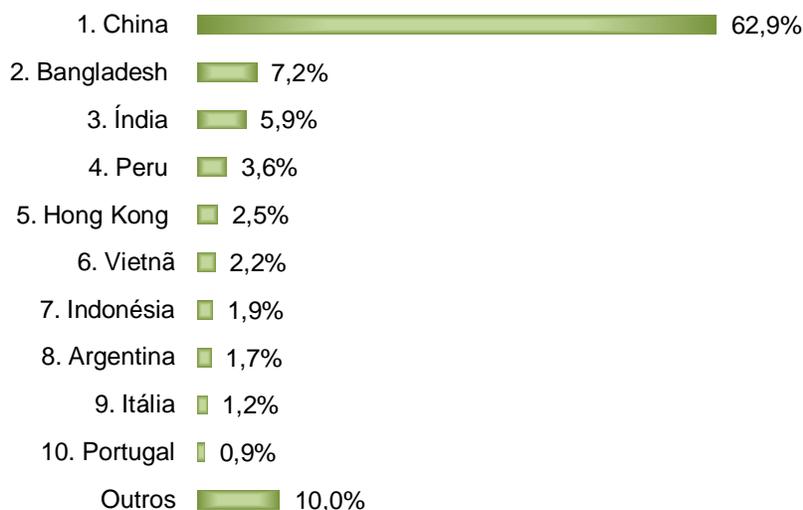
Origem das importações de artigos de vestuário (em US\$ 1.000)					
Países ⁽¹⁾	2008	2009	2010	2011	2012
1. China	380.872	451.432	643.471	1.038.972	1.369.297
2. Bangladesh	39.364	50.287	70.476	116.708	157.664
3. Índia	38.596	38.880	68.829	104.232	128.783
4. Peru	10.143	18.217	39.709	73.102	77.916
5. Hong Kong	14.456	14.460	22.082	61.353	54.147
6. Vietnã	9.963	13.152	16.439	28.981	47.399
7. Indonésia	15.067	20.659	23.077	32.201	40.726
8. Argentina	20.787	19.762	22.288	31.255	36.616
9. Itália	21.935	16.714	18.288	27.149	27.031
10. Portugal	7.834	8.258	12.937	16.262	20.428
. Subtotal	559.015	651.822	937.595	1.530.216	1.960.005
Outros	135.000	115.251	135.501	190.935	217.220
. Total ⁽²⁾	694.015	767.073	1.073.096	1.721.151	2.177.225

Fontes: IEMI/SECEX

Notas (1) Classificação com base nos valores de 2012

(2) Incluem-se vestuário, meias e acessórios

Países de origem das importações de vestuário em 2012 (em % sobre o valor)



7.4. Principais países de destino das exportações

Nas exportações brasileiras de artigos de vestuário em 2012, 16,6% dos valores tiveram como destino o Paraguai, que lidera o *ranking* como principal mercado para os artigos de vestuário brasileiros. A seguir vêm Estados Unidos, com 10,8%, e Uruguai, com 8,0%.

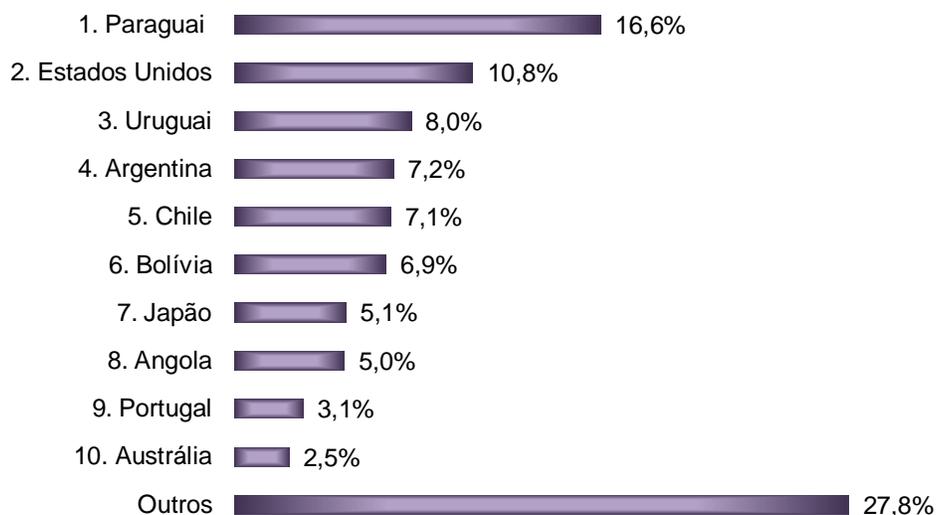
Destino das exportações de vestuário (em US\$ 1.000)					
. Países ⁽²⁾	2008	2009	2010	2011	2012
1. Paraguai	16.251	14.207	26.357	31.049	25.520
2. Estados Unidos	35.926	17.757	18.352	19.209	16.614
3. Uruguai	12.718	11.058	11.529	10.580	12.325
4. Argentina	37.123	19.292	22.025	23.923	11.124
5. Chile	15.914	12.456	11.659	12.369	10.909
6. Bolívia	7.282	8.224	9.613	11.839	10.574
7. Japão	10.304	7.325	8.598	7.001	7.780
8. Angola	13.878	10.832	7.435	8.375	7.663
9. Portugal	9.102	7.883	8.031	5.911	4.783
10. Austrália	1.457	1.058	1.509	4.227	3.800
. Subtotal	159.952	110.093	125.107	134.482	111.090
Outros	78.822	51.673	51.524	45.742	42.826
. Total ⁽¹⁾	238.774	161.766	176.631	180.224	153.916

Fontes: IEMI/SECEX

Notas: (1) Incluem-se vestuário, meias e acessórios

(2) Classificação com base nos valores de 2012

Países de destino das exportações de vestuário em 2012 (em % sobre o valor)



SETOR DE VESTUÁRIO NO PARANÁ

PANORAMA

1. CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

O setor de vestuário do Paraná caracteriza-se pela sua diversidade e por sua descentralização regional dentro do estado. A produção é muito conhecida pela qualidade no processo produtivo e por estar localizada próxima aos mercados de maior potencial de consumo, ou seja, as regiões Sul e Sudeste do país.

No Paraná, na região noroeste, Maringá e Cianorte são consideradas as principais cidades da região no comércio de vestuário, já que são conhecidas como os dois principais polos atacadistas de confecções do estado, principalmente nas linhas casual (feminina e masculina) e *jeanswear*.

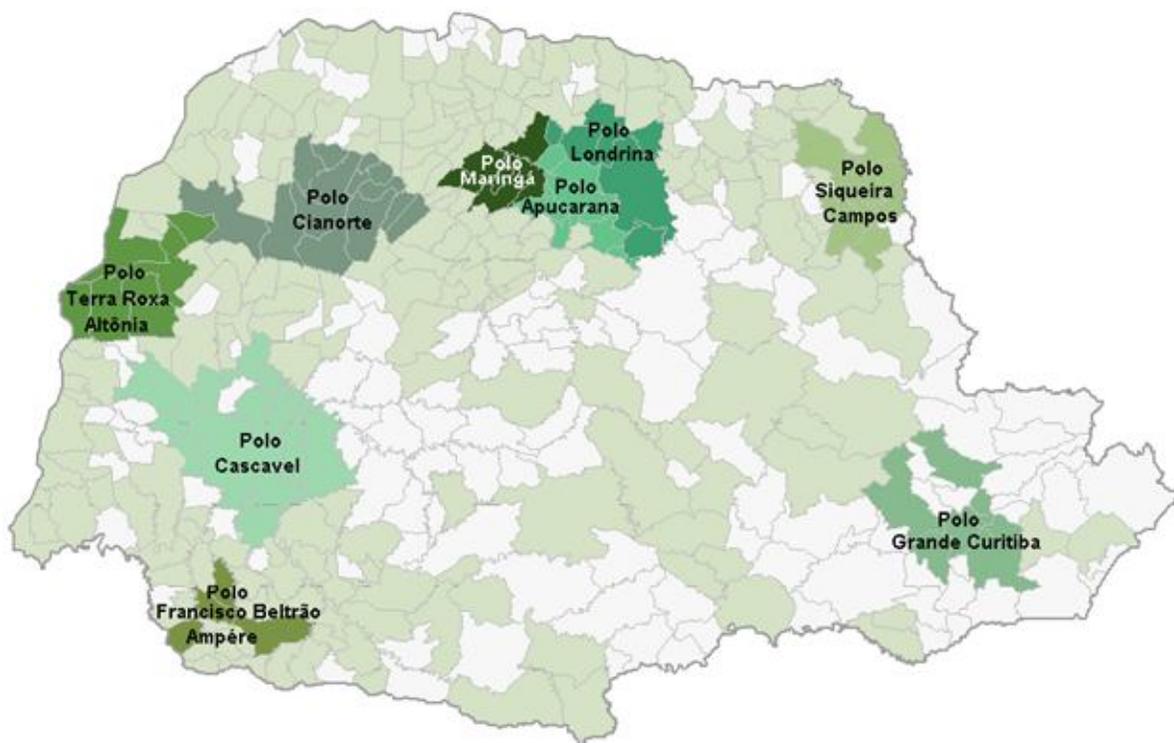
O principal modelo de comercialização são as lojas de pronta entrega de atacado, dos próprios fabricantes da região, que oferecem uma ampla variedade de produtos aos seus compradores. A maior parte deles são lojistas e revendedores de artigos de vestuário de diferentes regiões do estado e do país, em especial do sul de Minas Gerais, interior de São Paulo, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

No norte do Paraná, as cidades de Apucarana e Londrina apresentam-se também com destaque na produção. A primeira, na linha promocional, com a produção de bonés, camisetas e uniformes, comercializando suas mercadorias através do canal institucional. Já Londrina atua principalmente nas linhas *jeanswear* e social feminino, com um modelo de comercialização focado nas pequenas lojas de rede.

No centro-sul, a cidade mais relevante é a capital do Paraná. A região metropolitana de Curitiba é a principal em termos de consumo, produzindo roupas profissionais e casuais, entre outras linhas, e mesclando seu modelo de comercialização entre os canais institucional e varejo – neste último, com uma importância maior para as lojas de rede e as independentes.

Na região sudoeste, que engloba os polos de Terra Roxa, Altônia, Francisco Beltrão, Ampère e Cascavel, produzem-se principalmente roupas casuais e *jeanswear*, com venda no varejo em pequenas lojas de rede, e roupas profissionais no canal institucional.

Mapa dos polos produtores de vestuário no Paraná



Nas tabelas a seguir são examinadas a estrutura e a produção nos principais polos de vestuário do Paraná identificados pela pesquisa do IEMI.

Distribuição das empresas e da mão de obra direta do setor de vestuário no Paraná – 2012

. Polos ⁽¹⁾	Empresas	Em %	Emprego direto	Em %	Produção (em 1.000 peças)	Em %
Apucarana	343	13,8%	6.721	9,8%	137.565	25,4%
Cianorte	293	11,8%	8.882	13,0%	67.699	12,5%
Maringá	301	12,1%	8.224	12,0%	60.659	11,2%
Londrina	184	7,4%	6.403	9,3%	42.244	7,8%
Terra Roxa – Altônia	169	6,8%	5.831	8,5%	38.995	7,2%
Francisco Beltrão – Ampère	77	3,1%	3.790	5,5%	28.704	5,3%
Grande Curitiba	186	7,5%	2.400	3,5%	22.205	4,1%
Siqueira Campos	63	2,5%	3.237	4,7%	23.289	4,3%
Cascavel	114	4,6%	2.739	4,0%	18.956	3,5%
. Subtotal	1.730	69,7%	48.227	70,3%	440.316	81,3%
Outros	753	30,3%	20.342	29,7%	101.278	18,7%
. Total	2.483	100,0%	68.569	100,0%	541.594	100,0%

Fontes: IEMI/RAIS

Nota: (1) Classificação pela ordem decrescente da produção

2. IMPORTÂNCIA ATUAL DO PARANÁ NO SETOR

2.1. Grandes números da indústria de vestuário do Paraná e comparativos

Com base nos percentuais apresentados no quadro a seguir, podemos avaliar a participação da indústria de vestuário do Paraná em relação ao montante do setor no país, considerando alguns dos principais indicadores que dimensionam esse setor.

Grandes números da indústria de vestuário no Brasil e no Paraná em 2012

. Indicadores	Brasil	Paraná	Participação (%)
Empresas instaladas	27.661	2.483	9,0%
Pessoal ocupado ⁽¹⁾	1.215.902	76.063	6,3%
Produção (volume de peças)	6.125.210	541.594	8,8%
Valor da produção (R\$ 1.000)	88.916.062	7.861.618	8,8%
Exportações (US\$)	153.916	4.139	2,7%
Importações (US\$)	2.177.225	80.440	3,7%
Investimentos em máquinas (R\$ 1.000)	1.517.862	146.917	9,7%

Fontes: IEMI/RAIS

Nota: (1) Empregos diretos (formais) + indiretos (terceirizados)

Pelos números apurados acima, podemos verificar a importância do estado no setor, com uma participação de 8,8% nos volumes e valores produzidos.

2.2. Participação da indústria de transformação do Paraná no valor da produção

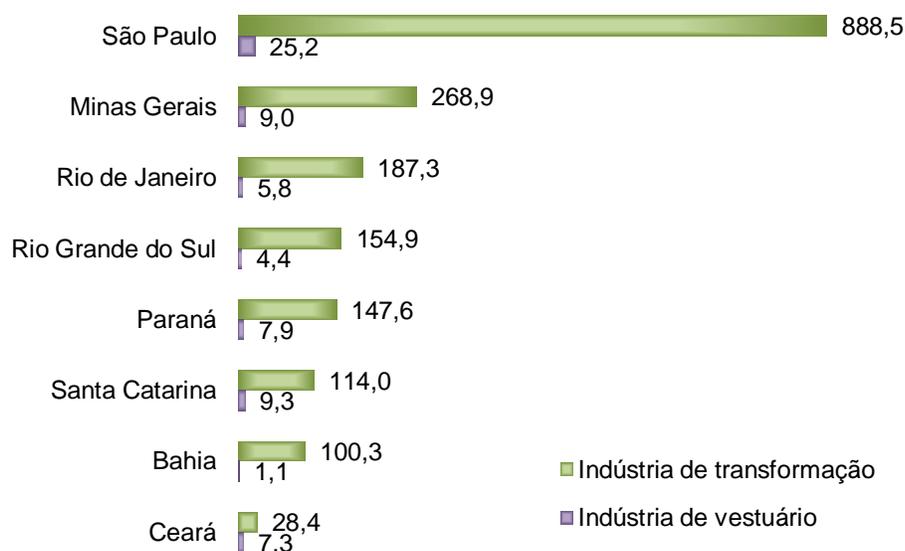
Analisando o valor bruto da transformação industrial no Brasil, a participação atual do Paraná é de 7,1%, à frente de Santa Catarina, porém atrás do Rio Grande do Sul. Quando restringimos a análise ao setor de vestuário, a participação do estado se mostra mais relevante, com 8,8%.

O Paraná conta com a quinta maior indústria de transformação do país e também a quinta maior indústria de vestuário, em termos de volume de produção. Nesse segmento, se destacam São Paulo, Minas Gerais, Santa Catarina, Rio de Janeiro e Paraná, que juntos correspondem a cerca de 70% da produção nacional de vestuário, como visto no mapa apresentado anteriormente.

Valor bruto da produção – 2012					
. Estados	Indústria de transformação		Indústria de vestuário		
	Em milhões de R\$	Partic. (%)	Em milhões de R\$	Partic. (%)	Part. (%) / VBP
São Paulo	888.488,3	43,0%	25.163,2	28,3%	2,8%
Minas Gerais	268.901,8	13,0%	8.973,8	10,1%	3,3%
Rio de Janeiro	187.287,1	9,1%	5.779,5	6,5%	3,1%
Rio Grande do Sul	154.909,3	7,5%	4.445,8	5,0%	2,9%
Paraná	147.577,5	7,1%	7.861,6	8,8%	5,3%
Santa Catarina	113.996,4	5,5%	9.336,2	10,5%	8,2%
Bahia	100.341,5	4,9%	1.085,7	1,2%	1,1%
Ceará	28.360,9	1,4%	7.266,2	8,2%	25,6%
Brasil	2.065.457,5	100,0%	88.916,1	100,0%	4,3%

Fontes: IEMI/IBGE – Pesquisa Industrial Anual de 2010

Valores brutos da produção: geral e vestuário (em bilhões de R\$) – 2012



3. EMPRESAS

Considerando-se as informações da RAIS (Relação Anual de Informações Sociais), do Ministério do Trabalho e Emprego, e da totalidade dos códigos da CNAE referentes às atividades de vestuário, o número de empresas industriais, de qualquer porte, cadastradas no Paraná em 2012 é 5.252. Ressalte-se ainda que, desse número, 53% delas possuíam entre um e quatro empregados, sendo a maioria enquadrada não como indústria, mas como pequena oficina de costura, alfaiataria, pequena prestadora de serviços, etc.

Portanto, para efeito deste estudo, visando alinhá-lo com os critérios utilizados em outros trabalhos desenvolvidos sobre o setor de vestuário brasileiro, o IEMI considerou como empresas de porte industrial aquelas que, em 1º de janeiro de cada ano, tinham no mínimo cinco empregados diretos e pelo menos um produto em linha contínua de produção, exceto para o segmento de malharia retilínea. Neste, também foram

consideradas indústrias aquelas com ao menos um empregado, face à existência, nesse setor, de um grande número de malharias de máquinas retilíneas de microporte, em geral dedicadas à produção de roupas de frio.

É com base nesses critérios que foram realizadas as análises e comparações da representatividade e do potencial da indústria de vestuário no estado do Paraná, em sua grande maioria de micro e pequeno porte e localizadas principalmente nas regiões metropolitanas de Maringá, Cianorte, Apucarana, Curitiba e Londrina.

3.1. Evolução do número de empresas

Entre 2008 e 2012, houve aumento de 17,3% no número de empresas de vestuário em atividade no estado, assim consideradas aquelas que tinham no mínimo cinco empregados em 1º de janeiro de cada ano.

Número de empresas de vestuário no Paraná ^{(1) (2)}		
. Anos	Empresas	Evolução
2008	2.116	100,0%
2009	2.289	108,2%
2010	2.333	110,3%
2011	2.473	116,9%
2012	2.483	117,3%

Fontes: IEMI/RAIS

Notas: (1) São consideradas apenas as indústrias em atividade, operando legalmente, com pelo menos um produto em linha contínua de produção e mínimo de cinco empregados diretamente na produção

(2) Inclui malharia retilínea

3.2. Empresas de vestuário por porte

As empresas de vestuário no Paraná se caracterizam como de micro (de 5 a 19 funcionários) e pequeno (de 20 a 99 funcionários) portes, pois representam mais de 90% dos empreendimentos do estado. As médias (de 100 a 249 funcionários) e grandes (acima de 250 funcionários) representam menos de 10,0%.

Empresas de vestuário no Paraná por porte ^{(1) (2)}					
. Porte	2008	2009	2010	2011	2012
Micro	1.239	1.369	1.400	1.476	1.477
Pequeno	784	822	836	891	910
Médio	85	90	87	98	86
Grande	8	8	10	8	10
. Total	2.116	2.289	2.333	2.473	2.483

Fontes: IEMI/RAIS

Notas: (1) São consideradas apenas as indústrias em atividade, operando legalmente, com pelo menos um produto em linha contínua de produção e no mínimo cinco empregados diretamente na produção de vestuário e um empregado na produção de malharia retilínea

(2) Micro: de 5 a 19 funcionários; pequeno: de 20 a 99 funcionários; médio: de 100 a 249 funcionários; grande: 250 ou mais funcionários

3.3. Distribuição das empresas de vestuário por porte

Analisando-se a participação de cada porte nos últimos cinco anos, percebe-se que as microempresas ganharam representação. Por outro lado, as pequenas e médias perderam, enquanto as grandes permaneceram estáveis, como pode ser percebido na tabela abaixo.

Distribuição das empresas de vestuário no Paraná por porte					
. Porte	2008	2009	2010	2011	2012
Micro	58,6%	59,8%	60,0%	59,7%	59,5%
Pequeno	37,1%	35,9%	35,8%	36,0%	36,6%
Médio	4,0%	3,9%	3,7%	4,0%	3,5%
Grande	0,4%	0,3%	0,4%	0,3%	0,4%
. Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fontes: IEMI/RAIS

4. EMPREGO

O pessoal ocupado na indústria de vestuário paranaense, que incorpora todos os empregos gerados direta e indiretamente pelo setor, alcançou o montante de 76 mil pessoas em 2012, 6,3% do volume empregado nas indústrias nacionais. De 2008 em diante, esse contingente cresceu 7,3% no acumulado do período.

4.1. Evolução do número de empregos

Número do pessoal ocupado no setor de vestuário do Paraná ⁽¹⁾		
. Anos	Pessoal ocupado	Evolução
2008	70.910	100,0%
2009	74.825	123,4%
2010	74.581	122,9%
2011	74.208	122,3%
2012	76.063	125,4%

Fonte: IEMI

Nota: (1) Inclui malharia retilínea

4.2. Pessoal ocupado por porte

O pessoal ocupado nas microempresas (com até 19 funcionários) cresceu 14,4% em todo o período analisado. Nas empresas de pequeno porte (de 20 a 99 funcionários), o crescimento chegou a 10,6%. Já as grandes (acima de 250 funcionários) cresceram apenas 3,8%, e as de médio porte (de 100 a 249 funcionários) recuaram 6,8%.

Pessoal ocupado no setor de vestuário do Paraná por porte					
. Porte ⁽¹⁾	2008	2009	2010	2011	2012
Micro	13.561	14.972	15.242	14.821	15.508
Pequeno	38.188	40.201	39.918	40.218	42.251
Médio	14.875	15.760	15.199	15.654	13.857
Grande	4.285	3.892	4.222	3.516	4.447
. Total	70.910	74.825	74.581	74.208	76.063

Fonte: IEMI

Nota: (1) Micro: de 5 a 19 funcionários; pequeno: de 20 a 99 funcionários; médio: de 100 a 249 funcionários; grande: 250 ou mais funcionários

4.2.1. Distribuição do pessoal ocupado por porte

A maior parte dos trabalhadores da indústria de vestuário do Paraná atua nas empresas de pequeno porte (de 20 a 99 funcionários), com 55,5% do total de empregos em 2012. Em seguida aparecem as microempresas (até 19 funcionários), com 20,4%. As médias (de 100 a 249 funcionários) contam com 18,4% e, por último, as grandes (acima de 250 funcionários) com 5,8% dos empregos do setor.

Distribuição do pessoal ocupado no setor de vestuário por porte ⁽¹⁾					
. Porte	2008	2009	2010	2011	2012
Micro	19,1%	20,0%	20,4%	20,0%	20,4%
Pequeno	53,9%	53,7%	53,5%	54,2%	55,5%
Médio	21,0%	21,1%	20,4%	21,1%	18,2%
Grande	6,0%	5,2%	5,7%	4,7%	5,8%
. Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: IEMI

Nota: (1) Micro: de 5 a 19 funcionários; pequeno: de 20 a 99 funcionários; médio: de 100 a 249 funcionários; grande: 250 ou mais funcionários

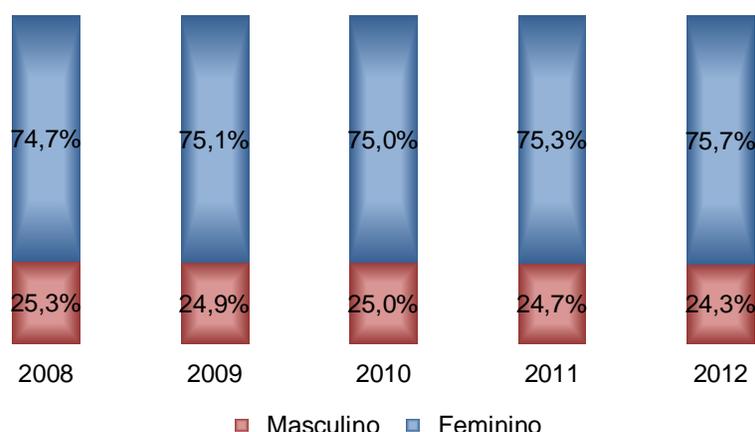
4.3. Emprego na indústria de vestuário de acordo com o gênero

No emprego na indústria de vestuário predomina o gênero feminino, com 75,7%, enquanto a mão de obra masculina corresponde a 24,3%. A participação das homens vem diminuindo no decorrer dos anos: em 2008, elas representavam 25,3%.

Distribuição do emprego na indústria de vestuário de acordo com o gênero ⁽¹⁾					
. Gênero	2008	2009	2010	2011	2012
Masculino	25,3%	24,9%	25,0%	24,7%	24,3%
Feminino	74,7%	75,1%	75,0%	75,3%	75,7%
. Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fontes: IEMI/RAIS

Distribuição do emprego no setor de vestuário do Paraná (segundo o gênero)



4.4. Emprego na indústria de vestuário de acordo com o grau de instrução

Na indústria de vestuário no Paraná, mais da metade (63,0%) dos trabalhadores possui apenas o ensino médio, seja completo ou incompleto. São 16,4% os que possuem o ensino fundamental completo e 9,7% têm escolaridade entre o sexto e o nono anos do ensino fundamental. Já o ensino superior foi cursado por apenas 4,1% do pessoal ocupado.

A mudança no quadro de mão de obra de acordo com o grau de instrução leva anos para se modificar, porém, analisando apenas os últimos cinco anos, percebe-se uma leve melhora nesse quesito no setor de vestuário do Paraná. A participação do ensino médio aumentou de 56,5% em 2008 para 63,0% em 2012. Já a representação do ensino superior aumentou de 3,0% para 4,1%.

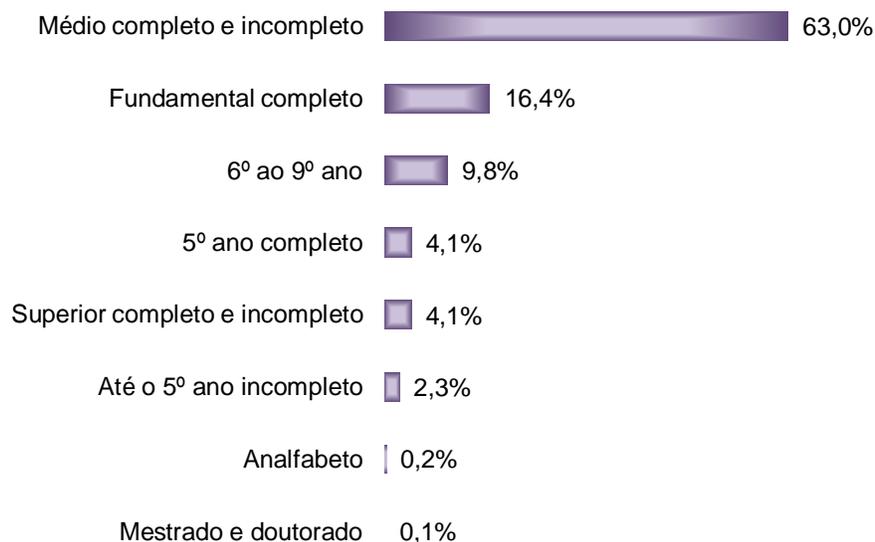
Distribuição do emprego na indústria de vestuário de acordo com o grau de instrução ⁽¹⁾

Grau de instrução	2008	2009	2010	2011	2012
Analfabeto	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%
Até o 5º ano incompleto	1,9%	1,8%	1,9%	2,0%	2,3%
5º ano completo	4,5%	4,3%	4,0%	3,7%	4,1%
6º ao 9º ano	12,6%	11,9%	10,4%	10,2%	9,8%
Fundamental completo	21,2%	19,4%	18,1%	17,7%	16,4%
Médio completo e incompleto	56,5%	59,1%	61,5%	62,4%	63,0%
Superior completo e incompleto	3,0%	3,2%	3,7%	3,7%	4,1%
Mestrado e doutorado	0,03%	0,04%	0,05%	0,05%	0,06%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fontes: IEMI/RAIS

Nota: (1) Mão de obra direta em 31/12 de cada ano

Distribuição do grau de instrução – 2012 (em %)



4.5. Pessoal ocupado por área de trabalho

Cerca de 80% do pessoal ocupado na indústria de vestuário paranaense atua na produção, 14,3% na administração e apenas 3,2% na área de vendas, dentro da empresa. A eles se somam, ainda, 6,1 mil representantes comerciais autônomos, contratados por 51,4% das empresas de vestuário do Paraná, ou seja, metade das empresas ainda não possui equipe comercial. Elas apenas possuem vendedores próprios nas lojas de atacado.

Pessoal ocupado na indústria de vestuário por área de trabalho			
. Área de trabalho	2010	2011	2012
Produção	61.559	61.327	62.768
Administração	10.704	10.544	10.844
Vendas	2.318	2.337	2.451
. Total ^{(1) (2)}	74.581	74.208	76.063
. Evolução (%)	100,0%	99,5%	102,0%
. Representantes comerciais	5.864	5.954	6.101

Fonte: IEMI

Notas: (1) Os representantes comerciais não estão incluídos na soma total

(2) Empregos diretos (formais) + indiretos (terceirizados)

4.6. Distribuição do pessoal ocupado por área de trabalho (%)

Distribuição do pessoal ocupado por área de trabalho (%)			
. Área de trabalho	2010	2011	2012
Produção	82,5%	82,6%	82,5%
Administração	14,4%	14,2%	14,3%
Vendas	3,1%	3,1%	3,2%
. Total ⁽¹⁾	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: IEMI

Nota: (1) Os representantes comerciais não estão incluídos na soma total

5. TURNOS DE TRABALHO

As empresas paraenses do setor trabalham basicamente em um único turno de trabalho e raramente funcionam mais de oito horas por turno. Ao todo, o setor opera à razão de 9,4 horas por dia.

Mais de 90% das empresas trabalham em regime de turno único de oito horas diárias. Outros 3,9% delas, em dois turnos, e apenas 2,1% funcionam em três turnos.

Turnos de trabalho e média de horas trabalhadas		
Turnos	Empresas	Horas trabalhadas
1	94,0%	8,0
2	3,9%	16,0
3	2,1%	24,0
Média (em 2012)	100,0%	9,4

Fonte: IEMI

6. NÍVEL DE UTILIZAÇÃO DA CAPACIDADE INSTALADA

O nível de ocupação das empresas de vestuário chegou a 87,3% em 2010, porém em 2011 ocorreu uma leve redução para 87,1%, ampliada em 2012 quando se reduziu a ocupação para 86,7%, levemente abaixo da média nacional, de 87,9% para esse mesmo ano.

Nível de ocupação das instalações – em %			
. Descrição	2010	2011	2012
% de ocupação	87,3%	87,1%	86,7%

Fonte: IEMI

7. VENDEDORES PRÓPRIOS E REPRESENTANTES COMERCIAIS

Nas intermediações comerciais, desconsiderando as lojas próprias, de varejo e atacado, 60% das vendas de artigos de vestuário são intermediadas pelos vendedores próprios, ficando os 40% restantes com os representantes comerciais.

A venda através dos vendedores próprios é maior nas microempresas (até 19 funcionários), com 76,9% das vendas, mas, à medida que o porte das empresas se eleva, eleva-se também a participação das vendas pelos representantes comerciais, chegando a 64,2% das vendas nas grandes empresas (acima de 250 funcionários).

Em relação aos polos produtores de vestuário, as vendas pelos vendedores próprios sobressaem em relação aos representantes comerciais em quase todos os polos, exceto em Apucarana, aonde os representantes comerciais chegam a ser responsáveis por 52,7% das vendas.

Grande Curitiba e Cianorte representam a maior parcela de venda através de vendedores próprios, entre 70% e 80%. Já os demais seguem uma proporção mais equilibrada na faixa dos 50% das vendas para ambos os intermediadores.

7.1. Vendedores próprios e representantes comerciais por porte (em % das vendas)

Vendedores próprios e representantes comerciais por porte (em % das vendas)			
Porte ⁽¹⁾	Vendedores próprios	Representantes comerciais	Total
Micro	76,9%	23,1%	100,0%
Pequeno	49,1%	50,9%	100,0%
Médio	38,8%	61,2%	100,0%
Grande	35,8%	64,2%	100,0%
Total geral	56,8%	43,2%	100,0%

Fonte: IEMI

Nota: (1) Micro: de 5 a 19 funcionários; pequeno: de 20 a 99 funcionários; médio: de 100 a 249 funcionários; grande: 250 ou mais funcionários

7.2. Vendedores próprios e representantes comerciais por polo (em %)

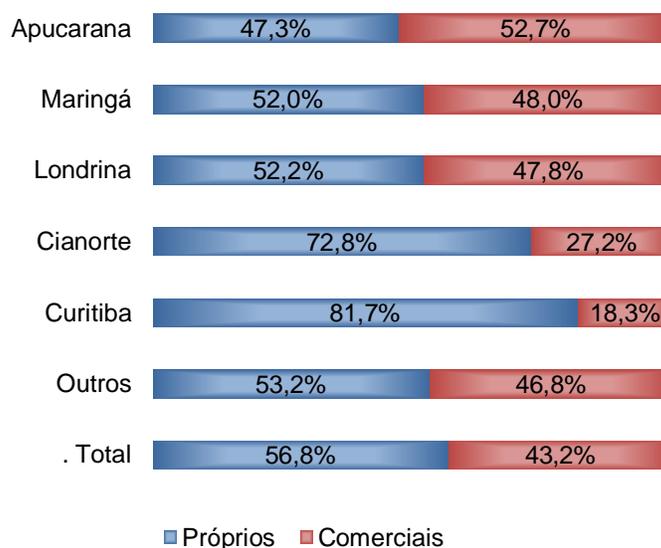
Vendedores próprios e representantes comerciais por polo (em %)			
. Polos	Vendedores próprios ⁽²⁾	Representantes comerciais	Total
Apucarana	47,3%	52,7%	100,0%
Maringá	52,0%	48,0%	100,0%
Londrina	52,2%	47,8%	100,0%
Cianorte	72,8%	27,2%	100,0%
Grande Curitiba	81,7%	18,3%	100,0%
Sudoeste ⁽¹⁾	43,5%	56,5%	100,0%
Outros polos	57,7%	42,3%	100,0%
. Total	56,8%	43,2%	100,0%

Fonte: IEMI

Nota: (1) Sudoeste engloba os polos Terra Roxa – Altônia, Francisco Beltrão – Ampére e Cascavel;

(2) Inclui vendedores das lojas de fábrica ou de atacado das empresas pesquisadas;

Vendedores próprios e representantes comerciais por polo (em % da venda) – 2012



8. PRODUÇÃO DE VESTUÁRIO

A produção de vestuário no Paraná chegou a 541,6 milhões de peças em 2012, 8,8% da produção nacional. No período analisado, 2010 a 2012, a produção nacional de artigos de vestuário, medida pelo volume de peças produzidas, recuou 2,8%. Apenas no último ano, a produção cresceu 1,7%, enquanto a produção nacional recuou 3,1%.

Produção do setor de vestuário no Paraná		
. Anos	Produção (em 1.000 peças)	Evolução
2010	557.110	100,0%
2011	532.610	95,6%
2012	541.594	97,2%

Fonte: IEMI

8.1. Produção de vestuário por porte

As microempresas (de 5 a 19 funcionários) representam 59,5% do universo empresarial, 20,4% do pessoal ocupado e são responsáveis por 14,3% da produção. As pequenas (de 20 a 99 funcionários) são 36,6% do universo, 55,5% do pessoal ocupado e participam com 45,0% da produção. As médias empresas (de 100 a 249 funcionários) são apenas 3,5% do universo, respondem por 18,2% dos empregos e 22,1% da produção, e as grandes (acima de 250 funcionários) somam 0,4% das empresas, 5,8% do pessoal ocupado e 18,6% da produção total de vestuário em 2012.

Produção de vestuário no Paraná por porte (em 1.000 peças) ⁽¹⁾			
. Porte	2010	2011	2012
Micro	85.238	76.696	77.448
Pequeno	258.499	245.001	243.717
Médio	116.436	108.652	119.692
Grande	96.937	102.261	100.736
. Total	557.110	532.610	541.594

Fonte: IEMI

Nota: (1) Micro: de 5 a 19 funcionários; pequeno: de 20 a 99 funcionários; médio: de 100 a 249 funcionários; grande: 250 ou mais funcionários

8.1.1. Distribuição da produção de vestuário por porte

Distribuição da produção de vestuário no Paraná por porte ⁽¹⁾			
. Porte	2010	2011	2012
Micro	15,3%	14,4%	14,3%
Pequeno	46,4%	46,0%	45,0%
Médio	20,9%	20,4%	22,1%
Grande	17,4%	19,2%	18,6%
. Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: IEMI

Nota: (1) Micro: de 5 a 19 funcionários; pequeno: de 20 a 99 funcionários; médio: de 100 a 249 funcionários; grande: 250 ou mais funcionários

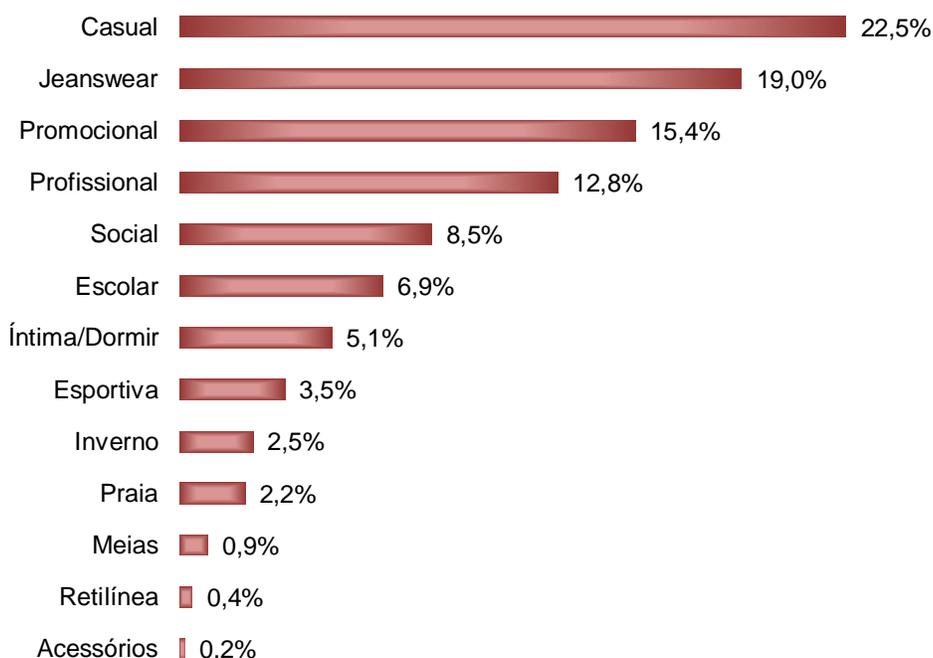
8.2. Produção de vestuário por linha

A linha casual é responsável por 22,5% da produção paranaense. Em seguida, aparece à linha *jeanswear*, com 19%, e a promocional, com 15,4%. Esta última linha corresponde aos bonés e camisetas produzidos principalmente em Apucarana.

Produção de vestuário de acordo com as linhas (em 1.000 peças) – 2012				
. Linhas	Brasil		Paraná	
	Volume (1.000 peças)	Partic. (%)	Volume (1.000 peças)	Partic. (%)
Casual	2.164.908	35,3%	122.044	22,5%
Jeanswear	349.842	5,7%	102.901	19,0%
Promocional (incl. bonés)	204.124	3,3%	83.427	15,4%
Profissional	256.491	4,2%	69.215	12,8%
Social	289.753	4,7%	46.138	8,5%
Escolar	184.354	3,0%	37.209	6,9%
Moda íntima/Dormir	775.870	12,7%	27.888	5,1%
Esportiva	558.567	9,1%	19.211	3,5%
Inverno	249.986	4,1%	13.395	2,5%
Moda praia	263.327	4,3%	11.907	2,2%
Meias	700.045	11,4%	5.105	0,9%
Retilínea	18.241	0,3%	2.262	0,4%
Acessórios	109.703	1,8%	892	0,2%
. Total	6.125.211	100,0%	541.594	100,0%

Fonte: IEMI

Produção de vestuário no Paraná de acordo com a linha (em % sobre as peças) – 2012



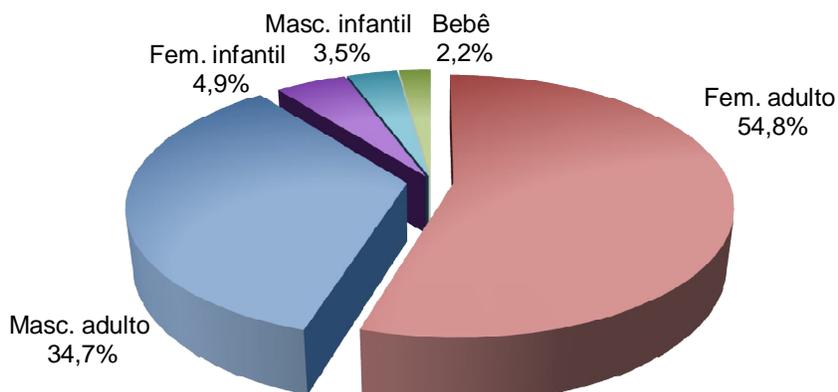
8.3. Segmentos de vestuário

Os resultados de 2012 mostram que, dentre os artigos de vestuário, a produção do Paraná é voltada principalmente para o segmento feminino, com 59,7% do volume global de peças. A preponderância dele se deve à maior variedade dos artigos consumidos por esse público e ao alto volume de produção de alguns dos artigos dirigidos a ele. Os artigos de uso masculino representam 38,1% do total de peças produzidas, enquanto a linha bebê fica com os restantes 2,2%, conforme demonstrado a seguir. A tabela abaixo apresenta essa mesma distribuição, porém por famílias de produtos, para o ano de 2012.

Segmento da produção de vestuário – 2012				
. Segmentos	Brasil		Paraná	
	Volume (1.000 peças)	Partic. (%)	Volume (1.000 peças)	Partic. (%)
Feminino	3.177.623	51,9%	323.332	59,7%
Adulto	2.560.375	41,8%	296.794	54,8%
Infantil	617.248	10,1%	26.538	4,9%
Masculino	2.575.891	42,1%	206.347	38,1%
Adulto	2.034.223	33,2%	187.933	34,7%
Infantil	541.668	8,8%	18.956	3,5%
Bebê	371.696	6,1%	11.915	2,2%
. Total	6.125.210	100,0%	541.594	100,0%

Fonte: IEMI

Segmento da produção de vestuário no Paraná (%) – 2012



8.4. Produção por tipo de tecido

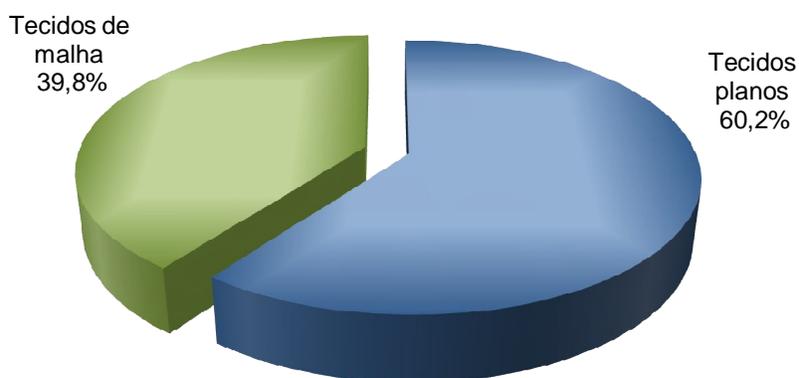
Mais da metade da produção paranaense de vestuário é feita em tecido plano, com uma participação de 60,2% das peças, ficando os tecidos de malha com 39,8% da produção de 2012. Essa maior representação dos tecidos planos deve-se à alta produção de roupas de linha profissional e *jeanswear* na região.

Resumo da produção segundo os tecidos utilizados – 2012

. Tipo de tecido	Brasil (%)	Paraná (%)
Tecidos planos	34,6%	60,2%
Tecidos de malha	65,4%	39,8%
. Total	100,0%	100,0%

Fonte: IEMI

Produção de artigos de vestuário no Paraná – tecido utilizado (%) – 2012



9. VALOR DA PRODUÇÃO

Em valores monetários, o setor de vestuário movimentou cerca de R\$ 7,9 bilhões em 2012, alta de 5,4% apenas no último ano e de 8,4% em relação a 2010. Já em valores em dólares, houve queda de 9,7% no último ano e de 1,2% em relação a 2010.

9.1. Valor da produção (R\$ 1.000 e US\$ 1.000)

Valor da produção do setor de vestuário no Paraná (em R\$ 1.000 e US\$ 1.000)

. Anos	Em R\$ 1.000	Evolução	Em US\$ 1.000	Evolução
2010	7.158.139	100,0%	4.068.743	100,0%
2011	7.454.270	104,1%	4.451.374	109,4%
2012	7.861.618	109,8%	4.021.288	98,8%

Fonte: IEMI

9.2. Preços da produção de artigos de vestuário no Paraná (R\$/peça e US\$/peça)

O preço médio de fábrica dos artigos de vestuário chegou a R\$ 14,52 em 2012, alta de 3,7% em relação a 2011 e de 13,0% em relação a 2010. Já em valores em dólares, houve queda de 11,2% em relação a 2011, porém alta de 1,7% em relação a 2010.

Preços médios dos artigos de vestuário no Paraná (em R\$/peça e US\$/peça)				
Anos	Em R\$/peça	Evolução	Em US\$/peça	Evolução
2010	12,85	100,0%	7,30	100,0%
2011	14,00	108,9%	8,36	114,4%
2012	14,52	113,0%	7,42	101,7%

Fonte: IEMI

10. PRODUÇÃO PRÓPRIA OU TERCEIRIZADA

No estado do Paraná, cerca de 80% da produção de vestuário é de confecção das próprias empresas, enquanto 20% são terceirizados. Quando analisamos o porte das empresas, a representação da terceirização é maior nas microempresas (até 19 funcionários), com 28,9%, enquanto nas empresas de grande porte (acima de 250 funcionários) essa participação chega a 12,0%.

Em relação aos principais polos produtores de vestuário do estado, Maringá e Londrina possuem as maiores representações em termos de terceirização, com cerca de 30% e 20%, respectivamente.

10.1. Produção própria ou terceirizada por porte

Produção própria ou terceirizada por porte – 2012 ⁽¹⁾			
Porte	Própria	Terceirizada	Total
Micro	71,1%	28,9%	100,0%
Pequeno	83,1%	16,9%	100,0%

(continua)

Produção própria ou terceirizada por porte – 2012 ⁽¹⁾

. Porte	Própria	Terceirizada	Total
Médio	84,2%	15,8%	100,0%
Grande	88,0%	12,0%	100,0%
. Total	79,6%	20,4%	100,0%

Fonte: IEMI

Nota: (1) Micro: de 5 a 19 funcionários; pequeno: de 20 a 99 funcionários; médio: de 100 a 249 funcionários; grande: 250 ou mais funcionários

10.2. Produção própria ou terceirizada por polo

Produção própria ou terceirizada por polo – 2012 ⁽¹⁾

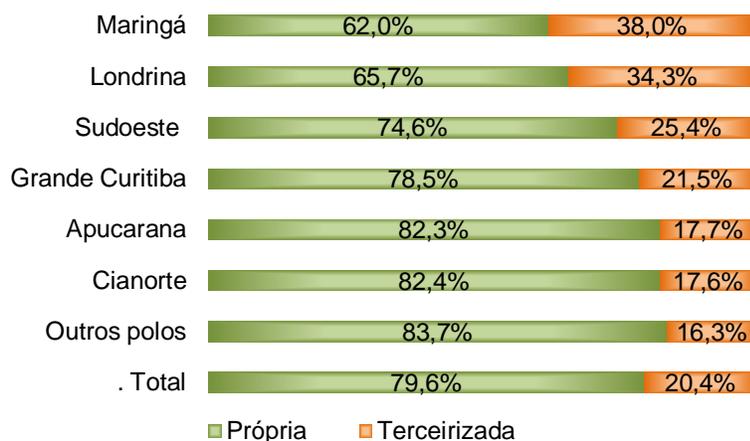
. Polos	Própria	Terceirizada	Total
Maringá	62,0%	38,0%	100,0%
Londrina	65,7%	34,3%	100,0%
Sudoeste ⁽²⁾	74,6%	25,4%	100,0%
Grande Curitiba	78,5%	21,5%	100,0%
Apucarana	82,3%	17,7%	100,0%
Cianorte	82,4%	17,6%	100,0%
Outros polos	83,7%	16,3%	100,0%
. Total	79,6%	20,4%	100,0%

Fonte: IEMI

Notas: (1) Classificação dos polos em ordem decrescente da representação da terceirização

(2) Sudoeste engloba os polos Terra Roxa – Altônia, Francisco Beltrão – Ampére e Cascavel

Produção própria ou terceirizada por polo – 2012



11. ESTOQUE

O estoque das empresas produtoras de artigos de vestuário do Paraná situa-se abaixo de 10%, variando muito pouco de um ano para outro. Em 2012, chegou a 5,6%. Quando analisamos o porte das empresas do Paraná, a maior parcela do estoque é representada pelas grandes empresas (acima de 250 funcionários), em função do maior volume de artigos produzidos, porém não há variações de destaque em relação aos demais portes.

Em relação aos polos produtores de vestuário, Maringá possui a maior representação de estoques, com cerca de 10%, seguida por Cianorte, com 8%, e Londrina, com 7%. Por outro lado, é no polo de Apucarana que estão os menores volumes estocados, não chegando a 2%, devido principalmente à tradição da região, produtora de bonés, camisetas e uniformes pelo canal institucional, ou seja, a maior parte das vendas é realizada por meio de pedidos fechados.

11.1. Estoque da produção por porte (em %)

Estoque da produção de vestuário no Paraná por porte (em %)			
. Porte ⁽¹⁾	2010	2011	2012
Micro	6,2%	6,2%	6,1%
Pequeno	5,2%	5,4%	5,2%
Médio	5,6%	5,6%	5,6%
Grande	6,5%	6,5%	7,0%
. Total	5,7%	5,7%	5,6%

Fonte: IEMI

Nota: (1) Micro: de 5 a 19 funcionários; pequeno: de 20 a 99 funcionários; médio: de 100 a 249 funcionários; grande: 250 ou mais funcionários

11.2. Estoque da produção por polo (em %)

Estoque da produção de vestuário no Paraná por polo (em %)			
Polos ⁽¹⁾	2010	2011	2012
Maringá	9,6%	10,1%	10,3%
Cianorte	8,2%	8,2%	7,6%
Londrina	6,7%	6,7%	6,7%
Curitiba	5,9%	6,3%	6,2%
Sudoeste ⁽²⁾	4,2%	4,1%	4,2%
Apucarana	1,4%	1,4%	1,5%
Outros polos	6,8%	6,8%	6,4%
Total	5,7%	5,7%	5,6%

Fonte: IEMI

Notas: (1) Classificação com base em 2012.

(2) Sudoeste engloba os polos Terra Roxa – Altônia, Francisco Beltrão – Ampére e Cascavel

12. INVESTIMENTOS

Os investimentos na indústria de vestuário paranaense chegaram a R\$ 146,9 milhões em 2012, uma alta de 9,3% em relação a 2011 e de 24,3% em relação a 2010.

Em 2010, 80,4% dos investimentos eram destinados à aquisição de novas máquinas, 11,3% à manutenção do maquinário e 8,3% a outras finalidades, como treinamento e estrutura física, por exemplo. Em 2012, a parcela do investimento destinada à manutenção do maquinário se reduziu para 9,1%, enquanto os outros tipos aumentaram para 11,5%, ou seja, percebe-se um investimento maior, por parte das empresas paranaenses de vestuário, em treinamento de mão de obra e modernização da estrutura física de suas empresas.

Para 2013, as estimativas das empresas são de crescimento de 13,8% nos investimentos gerais, 8,6% em aquisição de novas máquinas, 2,6% na manutenção do maquinário e 58,6% em outros tipos de investimentos.

Investimentos na indústria de vestuário do Paraná (em R\$ 1.000)				
. Descrição	2010	2011	2012	2013 ⁽³⁾
Aquisição de novas máquinas	95.059	107.146	116.663	126.696
Manutenção do maquinário	13.360	13.899	13.359	13.706
Outros ⁽¹⁾	9.813	13.311	16.895	26.790
. Total	118.233	134.356	146.917	167.192
. Em % do faturamento – Paraná	1,7%	1,8%	1,9%	2,0%
. Em % do faturamento – Brasil ⁽²⁾	0,6%	0,7%	0,9%	1,0%

Fonte: IEMI

Notas: (1) Inclui: treinamento, estrutura física (prédios, depósitos, etc.), equipamentos de informática e outros investimentos que possam ter contribuído para o aumento da produção

(2) Investimento nacional no setor de vestuário sobre o valor da produção nacional

(3) Estimativas das empresas consultadas

13. MÁQUINAS DO SETOR DE VESTUÁRIO

A média de idade das máquinas nas indústrias de vestuário é de 6,6 anos no Brasil. Já no Paraná, a idade média é apenas um pouco acima, 6,8 anos.

No Paraná, as máquinas para costura reta são as que apresentam maior quantidade: cerca de 40% do total de máquinas.

13.1. Parque de máquinas do setor de vestuário no Paraná

Parque de máquinas do setor de vestuário no Paraná (em quantidade de máquinas)			
. Descrição	2011	2012	Idade média
Bordadeira	1.712	1.855	6,5
Circular para meias	54	54	7,5
Retilínea	348	461	6,9
Costura reta	33.038	34.407	6,8
Galoneira	6.879	6.893	7,0
Interloque	6.702	7.085	7,1
Máquina corte	4.568	4.916	7,0
Overloque	12.933	13.472	6,6
Zig zag	1.339	1.428	7,4
Outras para acabamento	9.484	10.048	6,6
Outras para acabamento de jeans	3.258	3.425	7,2
. Total	80.315	84.044	6,8

Fonte: IEMI

13.1.1. Parque de máquinas do setor de vestuário do Paraná (em %)

Distribuição do parque de máquinas do setor de vestuário no Paraná (em %)		
. Descrição	2011	2012
Bordadeira	2,1%	2,2%
Circular para meias	0,1%	0,1%
Retilínea	0,4%	0,5%
Costura reta	41,1%	40,9%
Galoneira	8,6%	8,2%
Interloque	8,3%	8,4%
Máquina corte	5,7%	5,8%
Overloque	16,1%	16,0%
Zig zag	1,7%	1,7%
Outras para acabamento	11,8%	12,0%
Outras para acabamento de jeans	4,1%	4,1%
. Total	100,0%	100,0%

Fonte: IEMI

13.2. Idade média

Idade média, em anos, das máquinas do setor de vestuário – 2012		
. Descrição	Brasil	Paraná
Vestuário	6,6	6,8

Fonte: IEMI

13.3. Máquinas importadas – Brasil

As importações de máquinas para confecção recuaram 27,7% em 2012, na comparação com o mesmo período de 2011. Entre 2008 e 2012 houve queda de 15,1%, com recuo maior das máquinas para bordado (63,3%).

Em 2008 as máquinas para costura representavam, em valores, 68,7% das importações totais de máquinas para confecção. Em 2012 elas passaram a representar 80,9%, pelo fato de praticamente não haver mais fabricação de máquinas de costura industrial no Brasil. Isso fez com que as importações se transformassem em um ótimo indicador da demanda por esses equipamentos.

Importações de máquinas de confecção no Brasil (US\$ 1.000)					
. Descrição	2008	2009	2010	2011	2012
Para costura	153.107	94.829	182.750	210.221	153.084
Para bordado	57.443	37.157	49.894	33.779	21.082
Agulhas, partes e peças	12.473	11.592	17.019	17.886	15.105
. Total	223.023	143.577	249.662	261.885	189.271

Fontes: IEMI/SECEX

13.4. Máquinas importadas – Paraná

As importações paranaenses de máquinas de confecção recuaram 52,2% apenas no último ano. Já no período de 2008 a 2012, houve queda de 17,8%. As máquinas para costura chegam a representar 88,4% dos valores de 2012. As máquinas destinadas ao bordado, por sua vez, são 7,6%, enquanto agulhas, partes e peças são 4,0%.

Importações de máquinas de confecção no Paraná (US\$ 1.000)					
. Descrição	2008	2009	2010	2011	2012
Para costura	2.683	2.284	3.816	6.677	3.351
Para bordado	1.881	387	502	1.151	288
Agulhas, partes e peças	51	81	93	102	153
. Total	4.615	2.752	4.411	7.930	3.792

Fontes: IEMI/SECEX

O estado do Paraná possui participação de 2,0% nos valores importados nacionais de máquinas de confecção.

Participação das importações de máquinas de confecção PR/BR					
. Descrição	2008	2009	2010	2011	2012
Para costura	1,8%	2,4%	2,1%	3,2%	2,2%
Para bordado	3,3%	1,0%	1,0%	3,4%	1,4%
Agulhas, partes e peças	0,4%	0,7%	0,5%	0,6%	1,0%
. Total	2,1%	1,9%	1,8%	3,0%	2,0%

Fontes: IEMI/SECEX

13.5. Máquinas novas importadas – Paraná

Cerca de 30% das empresas pesquisadas adquiriram máquinas novas para o setor em 2012, chegando-se a um total de 4.296 novos equipamentos, apenas 5,1% do total do parque de máquinas.

Participação das empresas que adquiriram máquinas novas no Paraná – 2012	
. Descrição	Representação (em %)
Sim	33,4%
Não	66,6%
. Total	100,0%

Fonte: IEMI

Quantidade de máquinas novas – 2012	
. Descrição	Quantidade de máquinas
Parque de máquinas	84.044
Máquinas novas	4.296
Representação das máquinas novas em relação ao total	5,1%

Fonte: IEMI

13.6. Origem das máquinas novas importadas – Paraná

No universo das novas máquinas que foram adquiridas em 2012, cerca de 70% são importadas e 30% são nacionais. Em relação às importadas, a China responde por quase 60% delas, seguida pela Coreia do Sul e pelo Japão, com 13,1% cada.

Origem das importações de máquinas de vestuário (em %) – 2012	
. Descrição	Representação (em %)
Nacional	32,4%
Importada	67,6%
. Total	100,0%

Fonte: IEMI

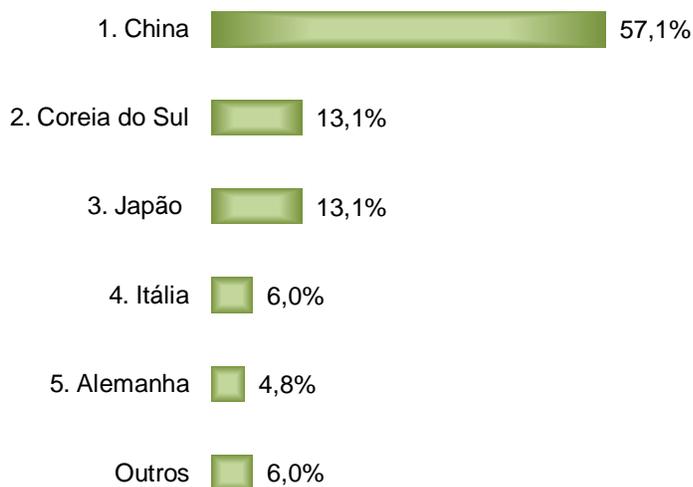
Países de origem das importações de máquinas novas (em %) – 2012

. Países	Representação (em %) ⁽¹⁾
1. China	57,1%
2. Coreia do Sul	13,1%
3. Japão	13,1%
4. Itália	6,0%
5. Alemanha	4,8%
Outros	6,0%
. Total	100,0%

Fonte: IEMI

Nota: (1) Representação em relação à quantidade de máquinas importadas

**Países de origem das importações de máquinas novas – 2012
(% sobre quantidade de máquinas)**



14. ANÁLISE DAS EXPORTAÇÕES DO PARANÁ

Entre 2008 e 2012, as exportações paranaenses de artigos de vestuário cresceram 13,0% em volumes de peças, com recuo de 0,9% em valores em dólares. A menor queda nos valores em relação aos volumes foi influenciada pelo recuo das exportações de roupas em tecido de malha – queda de 27,5% – e pelo aumento da venda externa de roupas em tecido plano, de maior valor agregado, que cresceram 22,8% no mesmo período.

Em termos de participação dos artigos exportados em tecidos de malha, *T-shirts* (43,4%) e camisas/blusas (26,6%) somam 70,0% da pauta sobre os volumes de peças de 2012. Já em valores, pijamas/camisolas (17,2%) e camisas/blusas (13,9%) somam 31,0% sobre os valores exportados apenas em tecidos de malha no último ano.

Nos artigos em tecidos planos, calças/bermudas (54,4%) e sutiãs (19,6%) representam mais de 70% da pauta exportada em volumes. Já em valores, calças/bermudas (56,3%) e camisas/blusas (26,4%) somam mais de 80% da pauta.

14.1. Exportações de artigos de vestuário do Paraná (em 1.000 peças)

Exportações de artigos de vestuário do Paraná (em 1.000 peças)					
. Segmentos	2008	2009	2010	2011	2012
. Roupas de malha	240,0	228,9	238,6	268,8	314,7
T-shirts	16,9	33,2	28,1	113,1	136,5
Camisas/Blusas	5,5	10,9	15,9	34,7	83,8
Calcinhas	52,1	56,5	48,2	34,0	26,2
Vestuário para bebê	14,1	7,5	5,4	5,0	20,6
Calças/Bermudas	80,6	49,3	19,7	24,0	16,3
Pijamas/Camisolas	31,6	23,4	27,4	16,3	13,2
Maiôs/Biquínis	19,7	9,3	11,6	17,0	5,6
Cuecas	4,7	8,5	53,1	2,9	1,7

(continua)

Exportações de artigos de vestuário do Paraná (em 1.000 peças)

. Segmentos	2008	2009	2010	2011	2012
Vestidos	2,2	1,4	2,5	1,1	1,2
Saias	1,3	0,0	0,2	0,5	1,0
Combinações/Anáguas	0,0	0,2	0,0	0,2	0,9
Conjuntos	0,9	1,3	0,6	7,2	0,7
Shorts/Sungas de banho	1,8	0,7	0,1	0,3	0,7
Suéteres	0,0	0,6	2,0	0,3	0,6
Roupões/Robes	4,2	0,8	1,2	0,6	0,6
Casacos	0,2	15,5	14,5	5,9	0,5
Tailleurs	0,0	0,5	0,0	0,0	0,1
Abrigos para esportes	0,6	0,2	0,0	0,0	0,1
Paletós/Blazers	0,5	0,0	0,0	0,1	0,0
Macacões/Conjuntos de esqui	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Ternos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Outras	3,2	8,9	8,2	5,7	4,6
. Roupas de tecidos planos	155,8	144,0	119,5	117,6	117,2
Calças/Bermudas	82,6	56,5	43,1	37,8	63,7
Sutiãs	30,8	35,4	36,7	25,0	23,0
Camisas/Blusas	21,2	25,3	14,8	15,0	12,6
Vestidos	1,5	1,3	2,6	5,4	5,9
Saias	0,7	1,4	0,8	1,0	1,9
Maiôs/Biquínis	3,5	4,5	3,2	15,2	1,8
Roupões/Robes	2,9	7,7	3,6	2,9	1,3
Modeladores ⁽²⁾	1,9	2,6	4,5	4,1	1,1
Casacos	0,5	0,2	1,1	0,7	0,9
Conjuntos	0,2	3,9	0,0	0,1	0,9
Pijamas/Camisolas	2,4	2,4	2,5	1,7	0,8
Paletós/Blazers	0,5	0,8	0,4	0,2	0,8
Vestuário para bebê	3,8	0,0	0,7	6,6	0,6
Tailleurs	0,1	0,0	0,0	0,0	0,2
Combinações/Anáguas	0,1	0,3	0,9	0,5	0,2
Cuecas	0,3	0,0	0,8	0,1	0,1
Macacões/Conjuntos de esqui	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0

(continua)

Exportações de artigos de vestuário do Paraná (em 1.000 peças)					
. Segmentos	2008	2009	2010	2011	2012
Shorts/Sungas de banho	0,2	0,3	0,1	0,1	0,0
Ternos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Outras	2,5	1,1	3,9	1,2	1,5
. Total vestuário	395,9	372,8	358,1	386,5	431,9
. Meias	0,6	1,0	0,8	1,8	1,6
. Acessórios	5,3	24,0	10,0	26,7	20,4
. Total	401,8	397,8	368,9	414,9	453,9

Fontes: IEMI/SECEX

14.2. Exportações de artigos de vestuário do Paraná (US\$ 1.000)

Exportações de artigos de vestuário do Paraná (US\$ 1.000)					
. Segmentos	2008	2009	2010	2011	2012
. Roupas de malha	2.015,5	1.791,6	1.801,7	1.745,8	1.461,9
Pijamas/Camisolas	396,2	287,6	463,6	289,8	250,8
Camisas/Blusas	70,1	78,3	119,0	148,4	202,9
T-shirts	156,0	203,3	185,2	189,2	195,0
Calças/Bermudas	690,9	413,8	260,2	290,5	165,5
Vestuário para bebê	60,5	48,8	72,6	46,2	138,9
Maiôs/Biquínis	231,3	172,3	161,4	282,0	113,7
Calcinhas	132,2	152,3	149,6	136,0	105,1
Saias	21,6	0,5	16,7	30,9	61,8
Vestidos	57,6	23,9	51,4	43,4	54,5
Conjuntos	9,4	8,5	18,0	55,9	20,0
Suéteres	0,7	3,2	18,2	8,3	13,9
Roupões/Robes	59,2	15,7	19,2	11,1	12,2
Casacos	4,4	166,5	139,7	35,2	11,9
Cuecas	22,0	29,7	61,9	11,0	11,6
Shorts/Sungas de banho	15,2	7,3	0,9	4,3	8,0
Abrigos para esportes	12,1	3,5	0,1	0,0	4,3
Combinações/Anáguas	0,0	0,5	0,3	0,7	3,2
Tailleurs	0,0	4,8	0,0	0,1	0,9
Paletós/Blazers	5,1	0,0	0,8	0,7	0,3

(continua)

Exportações de artigos de vestuário do Paraná (US\$ 1.000)					
. Segmentos	2008	2009	2010	2011	2012
Macacões/Conjuntos de esqui	1,9	0,2	0,0	0,3	0,0
Ternos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Outras	69,0	171,1	63,0	161,9	87,5
. Roupas de tecidos planos	2.110,9	1.670,5	1.762,5	2.003,0	2.592,7
Calças/Bermudas	1.337,3	857,1	849,5	776,1	1.458,6
Camisas/Blusas	307,1	300,6	269,9	376,7	385,6
Vestidos	44,7	47,8	91,5	190,3	262,1
Sutiãs	191,0	200,5	241,2	208,4	176,9
Saias	9,6	13,3	18,2	35,9	66,2
Casacos	20,5	8,4	18,9	20,3	40,4
Maiôs/Biquínis	34,9	39,7	30,0	193,8	36,1
Paletós/Blazers	14,2	13,9	15,2	7,7	27,5
Conjuntos	4,0	89,0	1,2	0,8	23,4
Pijamas/Camisolas	30,3	26,7	41,5	27,2	17,8
Roupões/Robes	22,2	24,0	68,7	49,0	17,0
Modeladores ⁽²⁾	12,1	25,2	45,2	57,3	15,1
Vestuário para bebê	12,1	0,0	20,7	37,0	8,9
Combinações/Anáguas	0,9	1,9	3,0	2,1	0,9
Cuecas	0,2	0,0	6,5	1,2	0,6
Macacões/Conjuntos de esqui	4,2	1,3	0,9	3,1	0,2
Tailleurs	1,7	1,5	0,0	0,0	0,1
Shorts/Sungas de banho	0,5	6,3	0,5	1,0	0,0
Ternos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Outras	63,4	13,2	39,9	15,1	55,2
. Total vestuário	4.126,3	3.462,0	3.564,3	3.748,8	4.054,6
. Meias	1,3	2,5	2,8	4,0	6,9
. Acessórios	49,1	77,2	63,0	109,7	77,5
. Total	4.176,7	3.541,8	3.630,1	3.862,4	4.139,0

Fontes: IEMI/SECEX

14.3. Principais destinos das exportações de vestuário

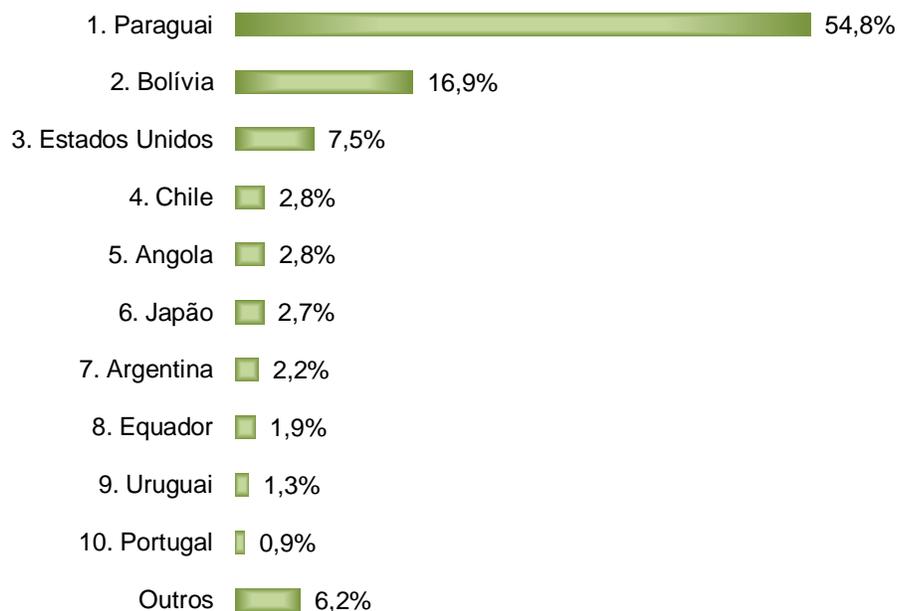
Quando se analisa o destino das exportações paranaenses de artigos de vestuário, vemos que mais de 50% dos valores de 2012 tiveram como destino o Paraguai, seguido pela Bolívia, com 16,9%, e pelos Estados Unidos, com 7,5%.

Em 2012, cerca de 80% das exportações do Paraná tiveram como destino países da América do Sul, como Paraguai, Bolívia, Chile, Argentina, Equador e Uruguai.

Destinos das exportações de vestuário do Paraná (US\$ 1.000)						
. Países	2008	2009	2010	2011	2012	Partic. 2012
1. Paraguai	987	951	1.500	1.835	2.269	54,8%
2. Bolívia	63	102	149	491	700	16,9%
3. Estados Unidos	600	621	333	293	311	7,5%
4. Chile	8	21	22	22	115	2,8%
5. Angola	484	367	254	40	114	2,8%
6. Japão	124	45	37	94	113	2,7%
7. Argentina	802	507	581	207	90	2,2%
8. Equador	32	14	83	52	79	1,9%
9. Uruguai	141	123	97	72	53	1,3%
10. Portugal	184	141	149	95	38	0,9%
. Subtotal	3.424	2.892	3.205	3.200	3.881	93,8%
Outros	753	650	425	662	258	6,2%
. Total	4.177	3.542	3.630	3.862	4.139	100,0%

Fontes: IEMI/SECEX

Destinos das exportações de vestuário do Paraná – 2012 (% sobre os valores)



15. PRINCIPAIS MERCADOS DE CONSUMO LOCAIS

15.1. Distribuição das vendas para o mercado nacional

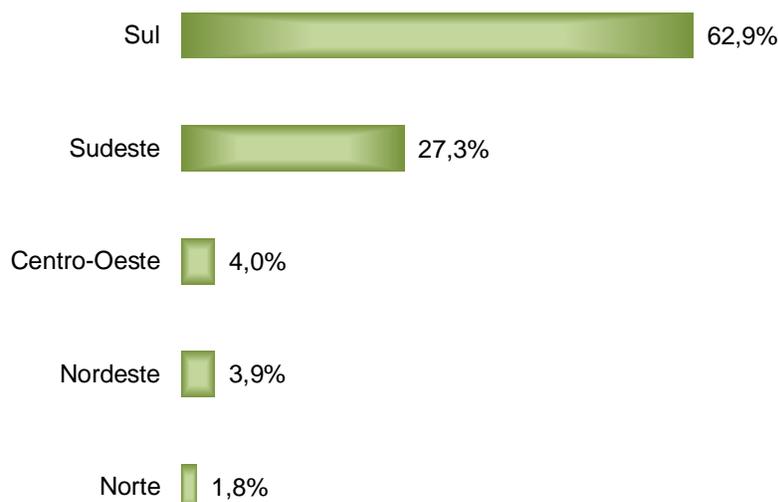
Em relação à distribuição das vendas para o mercado nacional, a maior parte é direcionada à própria região Sul, com 62,9%, mais especificamente ao próprio estado do Paraná, com 49,1%. À região Sudeste são distribuídos 27,3% das vendas, sendo o estado de São Paulo responsável por 17,2%. As demais regiões do país representam menos de 10% das vendas internas das empresas paranaenses.

Distribuição regional das vendas de vestuário no mercado nacional (%)

. Regiões/UFs	2012
. Sul	62,9%
Paraná	49,1%
Santa Catarina	7,8%
Rio Grande do Sul	6,1%
. Sudeste	27,3%
São Paulo	17,2%
Minas Gerais	4,7%
Rio de Janeiro	4,2%
Espírito Santo	1,2%
. Centro-Oeste	4,0%
. Nordeste	3,9%
. Norte	1,8%
. Total	100,0%

Fonte: IEMI

Distribuição das vendas de vestuário do Paraná (%)



16. MODELOS DE COMERCIALIZAÇÃO

16.1. Canais de distribuição da produção de vestuário

O varejo é o principal canal de distribuição dos artigos de vestuário do Paraná, com participação de 38,2% dos volumes e 41,2% dos valores. Em seguida aparece o canal institucional, puxado por Apucarana e Grande Curitiba, com 36,7% dos volumes e 25,5% dos valores. Em valores, porém, o segundo posto é assumido pelas lojas de pronta entrega ou lojas de fábrica, muitas vezes instaladas em shoppings de atacado, que somam 19,5% dos volumes e 26,4% dos valores em 2012.

Canais de distribuição de vestuário – Brasil e Paraná – 2012			
. Canais	Brasil	Paraná	
	Em % dos volumes	Em % dos volumes	Em % dos valores
1. Varejos especializados ⁽¹⁾	62,2%	38,2%	41,2%
1.1. Departamento especializado ⁽²⁾	26,9%	9,0%	5,0%
1.2. Pequenas lojas de rede ⁽³⁾	15,5%	21,0%	29,3%
1.3. Pequenas lojas independentes ⁽⁴⁾	19,8%	8,2%	6,9%
2. Varejos não especializados ⁽⁵⁾	12,5%	0,2%	0,2%
2.1. Lojas de departamento ⁽⁶⁾	6,9%	0,1%	0,1%
2.2. Hipermercados/Supermercados ⁽⁷⁾	5,7%	0,1%	0,1%
3. Comércio atacadista ⁽⁸⁾	13,7%	4,1%	4,5%
4. Pronta entrega/Lojas de fábrica ⁽⁹⁾	4,7%	19,5%	26,4%
5. Institucional ⁽¹⁰⁾	3,4%	36,7%	25,5%
6. Internet	2,3%	0,8%	1,4%
7. Outros ⁽¹¹⁾	0,7%	0,1%	0,1%
8. Exportação ⁽¹²⁾	0,5%	0,4%	0,7%
. Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: IEMI

- Notas:
- (1) Predominantes em vestuário
 - (2) C&A, Riachuelo, Renner, Marisa, etc.
 - (3) Mono/multimarca – Iódice, Dorinhos, etc.
 - (4) Butiques, lojas de bairro, etc.
 - (5) Não predominantes em vestuário
 - (6) Americanas, Pernambucanas, etc.
 - (7) Carrefour, Extra, Walmart, etc.
 - (8) Venda a distribuidores para revenda ao varejo
 - (9) Shoppings atacadistas, etc.
 - (10) Indústrias, hotéis, hospitais, concorrências, etc.
 - (11) Catálogos, internet, porta a porta, etc.
 - (12) Vendas ao exterior

16.2. Canais de distribuição do vestuário – polo

Em relação aos polos produtores de vestuário, Londrina e Cianorte apresentam as maiores participações no canal de varejo especializado, com 70,1% e 52,6%, respectivamente. Já os polos de Cianorte e Maringá se destacam nas vendas através de lojas de pronta-entrega e de fábrica chegando a representar 42,2% e 36,6% dos volumes comercializados.

Os polos de Apucarana (devido ao tradicional mercado de bonés e outros artigos promocionais, como camisetas) e Grande Curitiba (devido a sua produção na linha de roupas profissionais) possuem grande representatividade no canal institucional, com participações de 65,6% e 23,5%, respectivamente.

Canais de distribuição de vestuário no Paraná por polo (% do volume) – 2012							
. Canais	Maringá	Cianorte	Apucarana	Curitiba	Londrina	Sudoeste	Paraná
1. Varejos especializados	47,5%	52,6%	18,2%	45,5%	70,1%	41,7%	38,2%
1.1. Depto. especializado	13,8%	2,4%	8,1%	3,4%	13,0%	4,7%	9,0%
1.2. Lojas de rede	30,8%	34,1%	9,4%	20,7%	46,1%	28,0%	21,0%
1.3. Lojas independentes	2,9%	16,1%	0,7%	21,4%	11,0%	8,9%	8,2%
2. Comércio atacadista	1,3%	2,2%	6,9%	12,6%	1,0%	6,4%	4,1%
3. Pr. entrega/ Lj.Fábrica	36,6%	42,2%	7,8%	17,0%	21,1%	24,8%	19,5%
4. Institucional	14,4%	0,5%	65,6%	23,5%	3,2%	27,1%	36,7%
5. Internet	0,2%	0,3%	1,3%	0,1%	4,6%	0,0%	0,8%
6. Outros ⁽¹⁾	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	0,0%	0,0%	0,3%
7. Exportação	0,0%	2,2%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
. Total	100,0%						

Fonte: IEMI

Nota: (1) inclui o varejo não especializado, devido a sua baixa representatividade nos polos;

16.3. Canais de distribuição do vestuário – porte

Em relação ao porte das empresas de vestuário do Paraná, quando medido em volume de peças, as micro (com até 19 funcionários) atuam principalmente no canal institucional, com 45%. As empresas de pequeno porte (de 20 a 99 funcionários) possuem uma

distribuição mais diversificada da sua produção, com cerca de 43% para o institucional, mais 30% para o varejo especializado, e seguido pelas lojas de pronta-entrega/fábrica com 17,4%.

As empresas de porte médio (de 100 a 249 funcionários) distribuem 42,1% através do canal institucional e 41,7% no varejo especializado. E as grandes empresas (acima de 250 funcionários) focam seu canal de distribuição no varejo especializado, com cerca de 52% de participação. Em seguida aparecem as lojas de pronta-entrega/fábrica com 26,8% e o canal institucional com 19,4%.

Em resumo, conforme o porte das empresas aumenta, a participação do canal institucional diminui e a do canal varejo especializado se expande.

Canais de distribuição de vestuário no Paraná por porte (% do volume) ⁽¹⁾					
. Canais	Micro	Pequeno	Médio	Grande	Paraná
1. Varejos especializados	25,2%	30,4%	41,7%	51,7%	38,2%
1.1. Departamento especializado	0,4%	6,6%	14,4%	8,7%	9,0%
1.2. Lojas de rede	11,9%	17,3%	17,6%	34,9%	21,0%
1.3. Lojas independentes	12,9%	6,6%	9,7%	8,1%	8,2%
2. Comércio atacadista	21,7%	8,2%	0,4%	0,0%	4,1%
3. Pronta entrega/Lojas de fábrica	8,0%	17,4%	14,6%	26,8%	19,5%
4. Institucional	44,9%	43,1%	42,1%	19,4%	36,7%
5. Internet	0,1%	0,6%	1,1%	1,0%	0,8%
6. Outros	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,3%
7. Exportação	0,0%	0,1%	0,1%	1,0%	0,4%
. Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: IEMI

Nota: (1) Micro: de 5 a 19 funcionários; pequeno: de 20 a 99 funcionários; médio: de 100 a 249 funcionários; grande: 250 ou mais funcionários

17. PODER DE COMPRA DO PÚBLICO-ALVO

O poder de compra do público-alvo dos artigos de vestuário produzidos no Paraná, assim como no restante do Brasil, é focado nas classes B, com participação de 43,3% e C, com 33,8%. A classe A representa 19,5%, enquanto as classes D/E somam 3,4%.

17.1. Poder de compra do público-alvo por polo

Os polos de Grande Curitiba e Londrina apresentam as maiores participações da classe A em termos de poder de compra, com cerca de 30%, ao passo que no polo de Cianorte essa participação não chega a 10%.

Londrina é o único polo em que o poder de compra das classes A e B sobressai sobre as demais. Por outro lado, na cidade também está a maior representação das classes D/E.

Poder de compra do público-alvo por polo (em %)					
. Polos	A	B	C	D/E	Total
Apucarana	20,7%	41,1%	33,8%	4,4%	100,0%
Cianorte	9,6%	62,2%	28,3%	0,0%	100,0%
Grande Curitiba	29,0%	39,6%	31,2%	0,3%	100,0%
Londrina	28,8%	41,5%	23,5%	6,2%	100,0%
Maringá	16,0%	47,2%	34,0%	2,8%	100,0%
Sudoeste ⁽¹⁾	13,6%	45,8%	36,5%	4,1%	100,0%
Outros polos	18,5%	40,5%	37,3%	3,8%	100,0%
. Total consumo Paraná	19,5%	43,3%	33,8%	3,4%	100,0%
. Total consumo Brasil	15,1%	48,5%	30,0%	6,4%	100,0%

Fonte: IEMI

Nota: (1) Sudoeste engloba os polos Terra Roxa – Altônia, Francisco Beltrão – Ampére e Cascavel

17.2. Poder de compra do público-alvo por porte

O poder de compra do público-alvo pouco varia quando analisamos o porte das empresas de vestuário, com as participações maiores correspondendo às classes B e C. Porém, são as empresas de portes médio e grande que conseguem atender a uma parcela um pouco maior do poder de compra das classes D/E.

Poder de compra do público-alvo por porte (em %)					
. Porte ⁽¹⁾	A	B	C	D/E	Total
Micro	21,5%	41,6%	33,5%	3,4%	100,0%
Pequeno	19,8%	43,9%	34,1%	2,1%	100,0%
Médio	13,7%	46,2%	33,9%	6,2%	100,0%
Grande	20,2%	40,4%	32,8%	6,5%	100,0%
. Total geral	19,5%	43,3%	33,8%	3,4%	100,0%

Fonte: IEMI

Nota: (1) Micro: de 5 a 19 funcionários; pequeno: de 20 a 99 funcionários; médio: de 100 a 249 funcionários; grande: 250 ou mais funcionários

18. TENDÊNCIA DE VENDAS NO ATACADO

A tendência de vendas no atacado está estável para 55% das empresas que comercializam através desse canal. Já 32% apontam que esse tipo de venda está crescendo, enquanto que para 12% ele está diminuindo.

18.1. Tendência de vendas no atacado por polo

Cianorte e Grande Curitiba são os polos onde foram indicadas as maiores parcelas na tendência de crescimento das vendas no atacado. Em Apucarana, Londrina e Sudoeste, as empresas indicam estabilidade nas vendas.

Tendência das vendas no atacado (em %)				
. Polos	Crescendo	Estável	Diminuindo	Total
Apucarana	22,2%	77,8%	0,0%	100,0%
Cianorte	61,5%	15,4%	23,1%	100,0%
Grande Curitiba	50,0%	25,0%	25,0%	100,0%
Londrina	33,3%	66,7%	0,0%	100,0%
Maringá	25,0%	50,0%	25,0%	100,0%
Sudoeste ⁽¹⁾	28,6%	71,4%	0,0%	100,0%
Outros polos	23,8%	61,9%	14,3%	100,0%
. Total	32,4%	55,4%	12,2%	100,0%

Fonte: IEMI

Nota: (1) Sudoeste engloba os polos Terra Roxa – Altônia, Francisco Beltrão – Ampére e Cascavel

18.2. Tendência de vendas no atacado por porte

Em relação ao porte das empresas, a tendência de crescimento é indicada principalmente pelas grandes (acima de 250 funcionários), com 86,4%, enquanto a predisposição de estabilidade nas vendas é maior nas microempresas (até 19 funcionários), com 72,7%. Já a propensão à queda é apontada com destaque pelas empresas de pequeno porte (de 20 a 99 funcionários), com 15,2%.

Tendência nas vendas no atacado (em %)				
. Porte ⁽¹⁾	Crescendo	Estável	Diminuindo	Total
Micro	18,2%	72,7%	9,1%	100,0%
Pequeno	32,6%	52,2%	15,2%	100,0%
Médio	28,6%	64,3%	7,1%	100,0%
Grande	86,4%	10,2%	3,4%	100,0%
. Total geral	32,4%	55,4%	12,2%	100,0%

Fonte: IEMI

Nota: (1) Micro: de 5 a 19 funcionários; pequeno: de 20 a 99 funcionários; médio: de 100 a 249 funcionários; grande: 250 ou mais funcionários

19. TENDÊNCIA DE VENDAS NO VAREJO

A tendência de vendas no varejo está estável para 55,4% das empresas que comercializam através desse canal. Já 37,3% indicam tendência de alta, enquanto para 7,2% a propensão é de queda.

19.1. Tendência de vendas no varejo por polo

Os polos de Maringá, Londrina e Cianorte são os que indicaram as maiores parcelas na tendência de crescimento nas vendas do varejo. Em Apucarana e no Sudoeste, as empresas apontaram estabilidade nas vendas.

Tendência nas vendas no varejo (em %)				
. Polos	Crescendo	Estável	Diminuindo	Total
Apucarana	11,8%	88,2%	0,0%	100,0%
Cianorte	45,2%	43,7%	11,1%	100,0%
Curitiba	25,0%	50,0%	25,0%	100,0%
Londrina	50,0%	33,3%	16,7%	100,0%
Maringá	52,4%	43,0%	4,6%	100,0%
Sudoeste ⁽¹⁾	40,0%	60,0%	0,0%	100,0%
Outros polos	44,4%	44,4%	11,1%	100,0%
. Total	37,3%	55,4%	7,2%	100,0%

Fonte: IEMI

Nota: (1) Sudoeste engloba os polos Terra Roxa – Altônia, Francisco Beltrão – Ampére e Cascavel

19.2. Tendência de vendas no varejo por porte

Em relação ao porte das empresas, 87,5% das grandes (acima de 250 funcionários) indicam tendência de alta. Entre os demais portes, esse índice é de 26,7% a 37,5%.

Tendência nas vendas no varejo (em %)				
. Porte ⁽¹⁾	Crescendo	Estável	Diminuindo	Total
Micro	37,5%	56,3%	6,3%	100,0%
Pequeno	31,8%	59,1%	9,1%	100,0%
Médio	26,7%	66,7%	6,7%	100,0%
Grande	87,5%	12,5%	0,0%	100,0%
. Total geral	37,3%	53,1%	9,6%	100,0%

Fonte: IEMI

Nota: (1) Micro: de 5 a 19 funcionários; pequeno: de 20 a 99 funcionários; médio: de 100 a 249 funcionários; grande: 250 ou mais funcionários

20. ORIGEM DOS PRINCIPAIS INSUMOS

Nos itens a seguir, iremos analisar qual a representação desses insumos importados pelo Paraná e a origem deles.

20.1. Origem dos insumos consumidos no setor de vestuário

Quando é analisada a origem desses insumos consumidos pelas indústrias de vestuário, verificamos que a maior parte, mais especificamente 46% dessas matérias-primas, vem de outras regiões do país, principalmente os tecidos de algodão (58,0%) e os tecidos sintéticos (56,1%).

Os demais estados do Sul, ou seja, Rio Grande do Sul e Santa Catarina, são responsáveis por 33% desses insumos, com destaque para as malhas de algodão (47,2%) e as malhas sintéticas (39,7%).

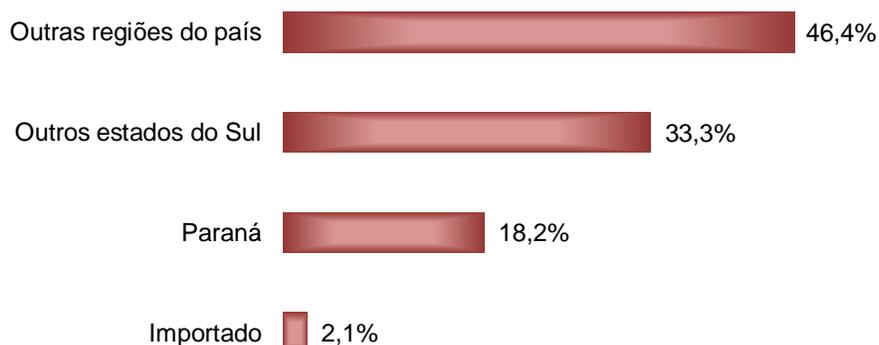
De forma geral, o estado do Paraná consegue suprir a demanda de 18% dos insumos e matérias-primas para o setor. Rio Grande do Sul e Santa Catarina são responsáveis pelo suprimento de 33%. As demais regiões do país respondem por 46%. Por fim, a importação participa com 2%.

Origem dos insumos para o setor de vestuário do Paraná (%)

. Insumos/Matérias-primas	Paraná	Outros estados do Sul	Outras regiões do país	Importado	Total
Tecidos de algodão	17,0%	24,1%	58,0%	0,9%	100,0%
Tecidos sintéticos	13,3%	27,9%	56,1%	2,7%	100,0%
Malhas de algodão	23,2%	47,2%	27,5%	2,1%	100,0%
Malhas sintéticas	20,0%	39,7%	36,3%	4,0%	100,0%
. Total	18,2%	33,3%	46,4%	2,1%	100,0%

Fonte: IEMI

Origem dos insumos para o setor de vestuário (%)



21. IMPORTAÇÃO DE PRODUTO ACABADO

Apenas 2,9% das empresas de vestuário do Paraná afirmaram importar produto acabado para completar o *mix*. Quando questionadas sobre qual seria a parcela do vestuário que é importada, a representação mínima chegou a 3,0%, enquanto a máxima, a 35%, com uma média de 11,0%.

Importação de produtos acabados para completar o mix (%) – 2012

. Vestuário importado	Representação (em %)
Sim	2,9%
Não	97,1%
. Total	100,0%

Fonte: IEMI

21.1. Parcela do vestuário que é importada

Representação do vestuário importado (%) – 2012	
. Descrição	Representação (em %)
Representação mínima do importado	3,0%
Representação máxima do importado	35,0%
. Média	11,1%

Fonte: IEMI

22. COMPARATIVO BRASIL X PARANÁ

As tabelas abaixo mostram a evolução do número de empresas, de pessoal ocupado e da produção de vestuário do Paraná, comparativamente aos resultados apurados no Brasil. Como este é o primeiro estudo realizado pelo IEMI que registra de maneira isolada os números dessa indústria no Paraná, o histórico de produção e de investimentos está restrito aos anos de 2010 a 2012.

Pelos resultados apresentados, observa-se que o número de indústrias cresceu 16,5% no Brasil entre 2008 e 2012, impulsionado pelas empresas de micro e pequeno portes. No mesmo período, o pessoal ocupado pelo setor cresceu apenas 2,3%, pois as grandes empresas, principais empregadoras, não cresceram no período. Pelo contrário, apresentaram queda de 6% em volume de produção (-13% apenas nos dois últimos anos), ao mesmo tempo em que os investimentos em máquinas e equipamentos avançaram mais de 94%.

No Paraná, o número de indústrias avançou próximo do resultado nacional, 17,3%, mas o pessoal ocupado se elevou em 7,3% no mesmo período. A produção entre 2010 e 2012 caiu 2,8%, menos do que a média do país (-4,8%), enquanto os investimentos em máquinas e equipamentos cresceram 24% nos últimos dois anos.

Grandes números do setor nacional de vestuário

. Descrição	2008	2009	2010	2011	2012
Empresas	23.749	25.087	25.649	27.230	27.661
Pessoal ocupado	1.188.510	1.200.098	1.234.791	1.223.074	1.215.902
Produção (em 1.000 peças)	5.884.403	5.937.950	6.436.738	6.320.877	6.124.930
Investimento (milhões de R\$)	780	583	842	1.060	1.518

Fonte: IEMI

Grandes números do setor de vestuário do Paraná

. Descrição	2008	2009	2010	2011	2012
Empresas	2.116	2.289	2.333	2.473	2.483
Pessoal ocupado	70.910	74.825	74.581	74.208	76.063
Produção (em 1.000 peças)	–	–	557.110	532.610	541.594
Investimento (milhões de R\$)	–	–	118	134	147

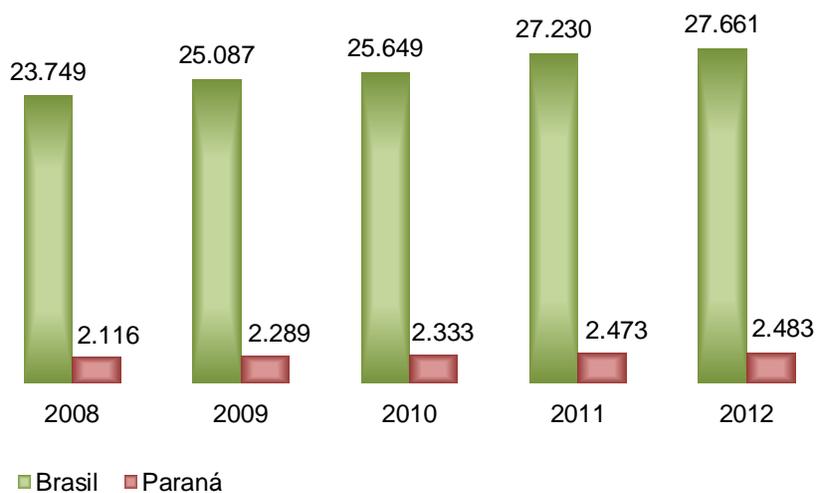
Fonte: IEMI

Participação do setor de vestuário – Paraná / Brasil (%)

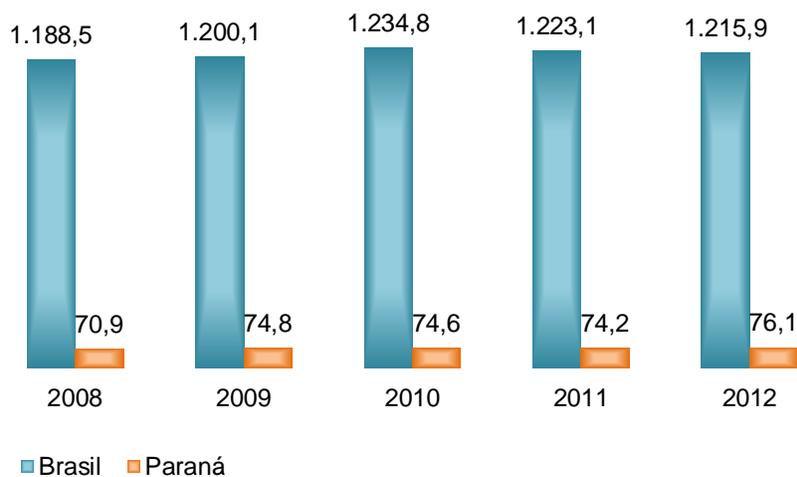
. Descrição	2008	2009	2010	2011	2012
Empresas	8,9%	9,1%	9,1%	9,1%	9,0%
Pessoal ocupado	6,0%	6,2%	6,0%	6,1%	6,3%
Produção	–	–	8,7%	8,4%	8,8%
Investimento	–	–	14,0%	12,7%	9,7%

Fonte: IEMI

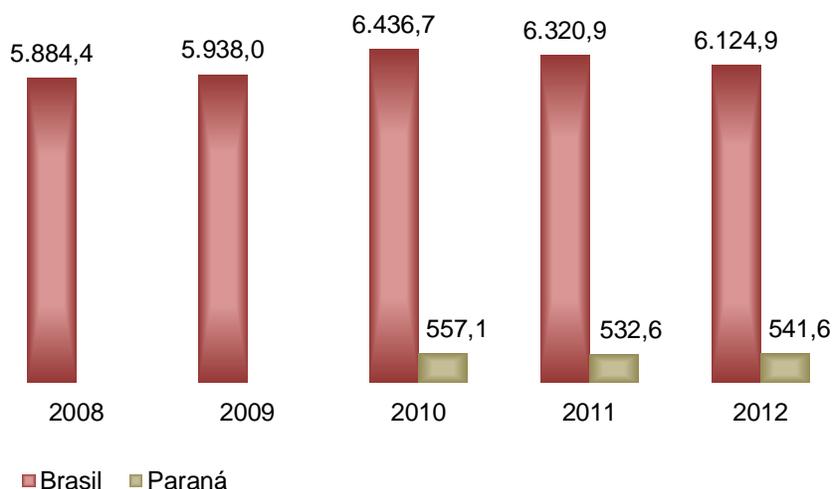
Evolução das empresas do setor de vestuário PR x BR



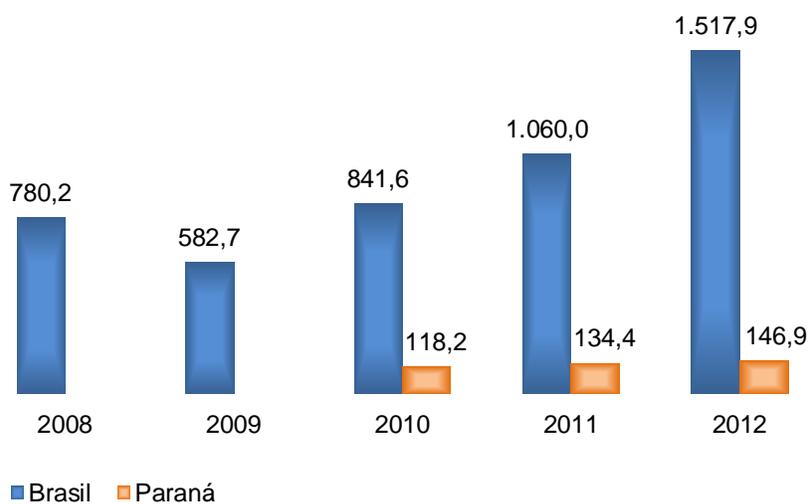
Evolução do pessoal ocupado do setor de vestuário PR x BR (em 1.000 funcionários)



Evolução da produção do setor de vestuário PR x BR (em milhões de peças)



Evolução do investimento no setor de vestuário PR x BR (em milhões de R\$)



DRIVERS DE COMPETITIVIDADE

NO AMBIENTE PRODUTIVO (MACROECONÔMICO)

1. CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

Para a análise da competitividade do setor de vestuário no Paraná, além da avaliação do desempenho do setor em âmbito nacional e internacional, é preciso analisar o ambiente produtivo oferecido pelo estado do Paraná ao segmento, frente aos demais estados produtores, e o oferecido pelo país, frente aos demais países produtores.

Em termos macroeconômicos, são cinco os valores relevantes da economia que determinam a competitividade do ambiente produtivo para empresas industriais: impostos, mão de obra, infraestrutura, juros e câmbio.

Os estados, individualmente, através de subsídios e medidas de incentivo, podem ser determinantes na composição dos custos com impostos (ICMS), na oferta de mão de obra qualificada e na infraestrutura de produção, destacando aqui a estrutura logística, os custos e a oferta de energia elétrica. Na esfera federal, pesam a política de salários mínimos, os encargos sobre a mão de obra, os juros para o financiamento da produção e a taxa de câmbio – esta última, quase que sozinha, é bom que se diga, detém o poder de tornar os produtos de uma indústria competitivos ou não internacionalmente.

Considerando esses fatores principais, vejamos o ambiente produtivo que o estado do Paraná oferece atualmente.

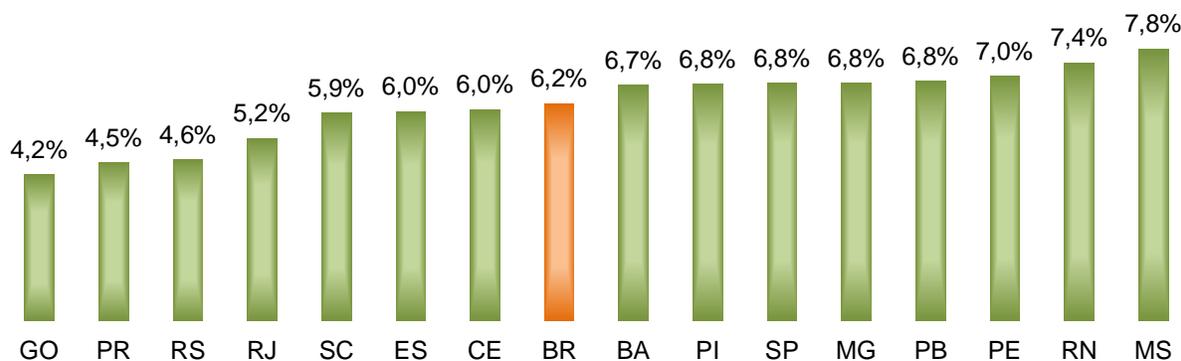
2. IMPOSTOS

O incentivo fiscal oferecido para o setor é o crédito presumido de ICMS, aplicado nas operações de saída dos produtos fabricados no estado do Paraná. Para as empresas da área têxtil, o governo do estado prorrogou a redução de 12% para 3% do ICMS até 30 de junho de 2015. Por meio de crédito presumido, a medida garante benefício às operações internas e interestaduais de confecções, calçados, artefatos de couro e acessórios de viagem, o que significa uma vantagem importante sobre o preço de comercialização dos produtos.

Nesse quesito, o Paraná oferece boas condições de atratividade frente aos estados produtores de vestuário das demais regiões. Com o regime especial, a intenção é manter a competitividade para disputar o mercado interno com produtos importados, vindos principalmente de países da Ásia.

De acordo com um estudo publicado em setembro de 2012 pela CNI – Confederação Nacional das Indústrias, intitulado *Carga tributária sobre às micro e pequenas empresas*, o estado do Paraná, na relação dos 15 maiores produtores de vestuário do país, aparece na 2ª colocação entre aqueles com as mais baratas alíquotas industriais do setor de vestuário (4,5%), atrás apenas de Goiás (4,2%). A média nacional é de 6,2%.

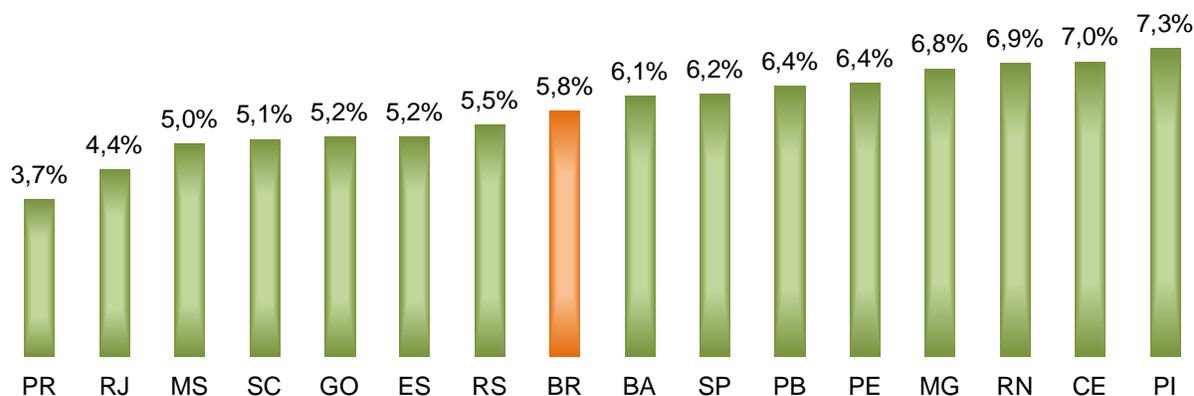
Ranking estadual por alíquota efetiva média – Indústria de vestuário



Fonte: CNI - Carga tributária sobre às micro e pequenas empresas 2012

Para a mesma seleção de estados, porém com o foco da análise no comércio de vestuário, o Paraná aparece com a alíquota mais baixa, de 3,7%, entre os mesmos 15 maiores estados produtores de vestuário. Já São Paulo, o maior produtor do país, possui uma alíquota de 6,2%, acima da média nacional que foi de 5,8%. Ou seja, entre as alíquotas mais baixas para as micro e pequenas empresas, tanto na indústria como no comércio de vestuário o estado do Paraná apresenta uma importante vantagem competitiva frente ao restante do país, e um forte estímulo à indústria e ao comércio desse setor.

Ranking estadual por alíquota efetiva média – Comércio de vestuário



Fonte: CNI - Carga tributária sobre às micro e pequenas empresas 2012

Para empresas fora do Simples, os benefícios oferecidos pelo Paraná, embora competitivos frente aos demais estados industrializados do país, se colocam aquém dos principais estados incentivados do Centro-Oeste e Nordeste, produtores de têxteis.

As diferenças são relevantes no percentual de redução do ICMS, nos prazos de pagamento e na inexistência de “Rebates”, ou seja, de descontos quando do pagamento dos valores financiados do ICMS, fatos que inibem a atração de grandes empresas para o estado.

Financiamento do ICMS						
. Estados	Características do financiamento			Fator de correção	Rebate	
	Desc. (%)	Prazos ⁽¹⁾	Carência ⁽¹⁾		Desc. (%)	Parcelas ⁽²⁾
Alagoas	Até 100%	10 anos	2 anos	8% aa.	Até 75%	N.E.
Bahia	Até 90%	15 anos	3 anos	3% aa. s/cor.	N.E.	N.E.
Ceará ⁽⁴⁾	Até 75%	10 a 15 anos	N.E.	TJLP	75% a 99%	180
Maranhão	Até 75%	5 anos	5 anos	IGP-M (FGV)	85% a 95%	60
Paraíba	60% a 100%	5 a 15 anos	5 a 15 anos	TJLP + 6% aa.	30% a 99% ⁽³⁾	60 a 180
Pernambuco	30% a 75%	8 a 10 anos	2 anos	TJLP	Até 99%	120 a 144
Piauí	70% a 100%	10 a 12 anos	N.E.	UFIR	N.E.	60 a 180
R. G. do Norte	60% a 75%	10 a 20 anos	3 anos	3% aa. c/cor.	Até 99%	120 a 240
Sergipe	Até 80%	5 a 10 anos	2 anos	TJLP	N.E.	60 a 120
Goiás	Até 73%	15 anos	1,5 ano	2,4% aa.	N.E.	N.E.
Mato Grosso	85%	10 anos	–	–	N.E.	N.E.
M. G. do Sul	60%	–	–	–	N.E.	N.E.
Minas Gerais	30% a 70%	3 a 5 anos	1 a 3 anos	9%	N.E.	N.E.
Paraná	30% a 80%	4 anos	4 anos	UFIR	N.E.	N.E.
Rio de Janeiro	100% do investimento	5 anos	5 anos	6% aa.	N.E.	N.E.
R. G. do Sul	Variável	8 anos	5 anos	6% aa.	N.E.	N.E.
S. Catarina	Não	–	–	–	N.E.	N.E.

Fonte: secretarias regionais de Desenvolvimento

Notas: N.E. – item negociável ou não especificado

(1) em anos

(2) número de parcelas mensais

(3) rebate superior a 30% só com autorização expressa do governador

(4) contam com incentivos municipais em regiões mais carentes ou prioritárias

3. CUSTO DA MÃO DE OBRA

No Brasil, os encargos sobre a folha salarial são determinados pela esfera federal e valem para todas as unidades federativas do país. Assim, qualquer política de incentivos à entrada de novos produtores no estado dependerá apenas da comparação do valor médio dos salários pagos à categoria, variáveis conforme a qualificação da mão de obra disponível, do grau de abundância da oferta e das pressões sindicais da região sobre os dissídios coletivos.

3.1. Valor médio dos salários da indústria de vestuário por UF – 2012

O valor médio da remuneração para a indústria de vestuário no Brasil é de R\$ 878,37 mensais, enquanto no Paraná chega-se a uma média de R\$ 809,71, ou seja, cerca de 8% abaixo da média nacional.

O estado do Paraná é o sexto no *ranking* nacional da remuneração média na indústria de vestuário, ficando atrás de estados como Santa Catarina, São Paulo e Rio Grande do Sul, ou seja, dos três estados da região Sul do país, o Paraná é o que possui a menor remuneração média do setor.

Valor médio dos salários do setor de vestuário por UFs (R\$/mês) – 2012	
. Regiões/UFs	Brasil
. Norte	711,47
Rondônia	695,46
Acre	653,04
Amazonas	738,72
Roraima	640,31
Pará	715,58
Amapá	712,46
Tocantins	692,85
. Nordeste	680,23
Maranhão	625,63
Piauí	648,33
Ceará	677,12
Rio Grande do Norte	712,05
Paraíba	626,32
Pernambuco	653,97
Alagoas	638,17
Sergipe	664,92
Bahia	717,45
. Sudeste	914,14
Minas Gerais	738,03
Espírito Santo	741,89

Rio de Janeiro	839,62
São Paulo	1.031,11
. Sul	965,14
Paraná	809,91
Santa Catarina	1.085,37
Rio Grande do Sul	886,51
. Centro-Oeste	733,96
Mato Grosso do Sul	710,89
Mato Grosso	750,51
Goiás	731,14
Distrito Federal	905,33
. Brasil	878,37

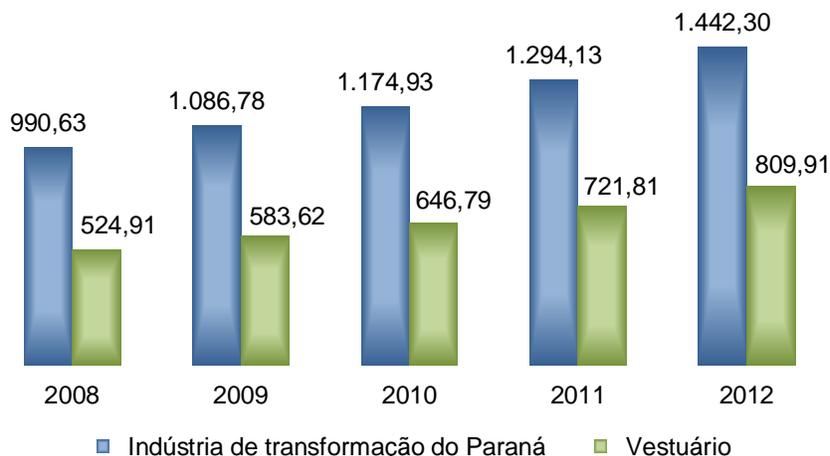
Fontes: IEMI/RAIS

Entre 2008 e 2012 a remuneração média na indústria de transformação, englobando os demais setores produtivos do Paraná, cresceu 45,6%, uma expansão média de 9,8% ao ano, enquanto no setor de vestuário a alta foi maior, chegando a 54,3%, no mesmo período, com um crescimento médio de 11,5% ao ano, corrigindo parte da grande defasagem que esse setor apresenta em relação à média salarial da indústria no estado.

Evolução da remuneração média mensal no Paraná					
. Setor	2008	2009	2010	2011	2012
Indústria de transformação do Paraná (R\$/mês)	990,63	1.086,78	1.174,93	1.294,13	1.442,30
Vestuário (R\$/mês)	524,91	583,62	646,79	721,81	809,91

Fontes: IEMI/RAIS

Evolução da remuneração média mensal no Paraná (R\$/mês)



3.2. Custo da mão de obra no setor e encargos da indústria no Brasil e no mundo

O Brasil ocupa a terceira posição no *ranking* mundial de encargos sobre a mão de obra na indústria de transformação, de acordo com o estudo anual *International Comparisons of Hourly Compensation Costs in Manufacturing*, realizado pelo Departamento de Estatística do Trabalho dos Estados Unidos (BLS – *Bureau of Labor Statistics*) com dados de 2011.

No *ranking* geral, considerando os 34 países pesquisados pelo departamento norte-americano, o Brasil ocupa o terceiro lugar na relação de maiores encargos sobre os salários, os quais correspondem a 31,9% do custo total com a mão de obra. Nada menos que 10,9 pontos percentuais acima da média dos países pesquisados, que foi de 21,0%.

Analisando-se, para efeito deste estudo, apenas os principais países exportadores de vestuário, podemos verificar que, nesse caso, o Brasil sobe para o segundo posto no *ranking*, perdendo apenas para a Bélgica (32,2%). Para se ter uma ideia, o peso dos encargos nos Estados Unidos é de 24,4% do custo total da mão de obra, enquanto na Coreia do Sul é de 19,6% – valores bem menores do que no Brasil. Comparada a países

em desenvolvimento, com os quais concorre comercialmente, a situação do Brasil é ainda pior, como podemos observar pelos números da Argentina, nosso vizinho mais importante, onde esse custo é de 17,4%, e de Taiwan, 14,4%. Países com custos de mão de obra muito baixos, como China, Índia, Paquistão, Indonésia e Vietnã, não revelaram seus custos nesse estudo, mas, a partir de um levantamento anual feito pela consultoria Werner International, focado exclusivamente no segmento têxtil e confeccionista, podemos verificar que esses custos são irrisórios nesses países.

Sem dúvida, o alto nível dos encargos no Brasil aumenta o custo da mão de obra e, conseqüentemente, as despesas com a produção de confeccionados, o que ajuda a diminuir a competitividade dessa indústria no país, em termos globais, dada a relevância da mão de obra na composição de custos.

Ainda analisando o custo médio da mão de obra, apresentado no quadro a seguir, verificamos que o Brasil, embora apresente um valor muito acima do dos asiáticos, ainda hoje oferece um custo de mão de obra relativamente competitivo para a produção de têxteis e confeccionados. Prova disso é que a Turquia, um dos maiores exportadores mundiais do setor (com vendas internacionais de US\$ 13 bilhões em vestuário), apresenta um custo médio superior ao apresentado pela mão de obra brasileira: US\$ 4,50 por hora, contra US\$ 3,88 por hora do Brasil, enquanto a média mundial está em torno de US\$ 11,71 por hora.

Já a média do custo na China, maior exportador mundial do setor, é de US\$ 2,10 por hora, e na Índia, em torno de US\$ 1,06 por hora. Entre os exportadores de maior crescimento no setor, também se destacam, por uma remuneração extremamente baixa aos seus trabalhadores, o Paquistão e o Vietnã.

. Países	Participação dos encargos no custo da mão de obra – 2011	Média do custo da mão de obra no setor têxtil e confeccionista – 2011	
		US\$/hora ⁽¹⁾	Relação com o Brasil
Paquistão	3,4%	0,58	6,69x
Vietnã	3,3%	0,60	6,47x
Índia	6,2%	1,06	3,66x
Indonésia	6,4%	1,08	3,59x
China	12,3%	2,10	1,85x
México	30,1%	2,72	1,43x
Brasil	31,9%	3,88	1,00x
Turquia	26,3%	4,50	0,86x
Argentina	17,4%	5,35	0,73x
Coreia do Sul	19,6%	8,22	0,47x
Estados Unidos	24,4%	17,57	0,22x
Espanha	25,4%	18,68	0,21x
Itália	28,9%	21,87	0,18x
Alemanha	21,6%	28,33	0,14x
França	29,9%	31,28	0,12x
Bélgica	32,2%	32,85	0,12x
. Média mundial	21,0%	11,71	0,33x

Fontes: BLS – *Bureau of Labor Statistics*/Werner International – Labor Cost Comparisons 2011 / Elaboração: IEMI
 Nota: (1) Ordem crescente da média do custo da mão de obra no setor têxtil em US\$/hora

4. INFRAESTRUTURA

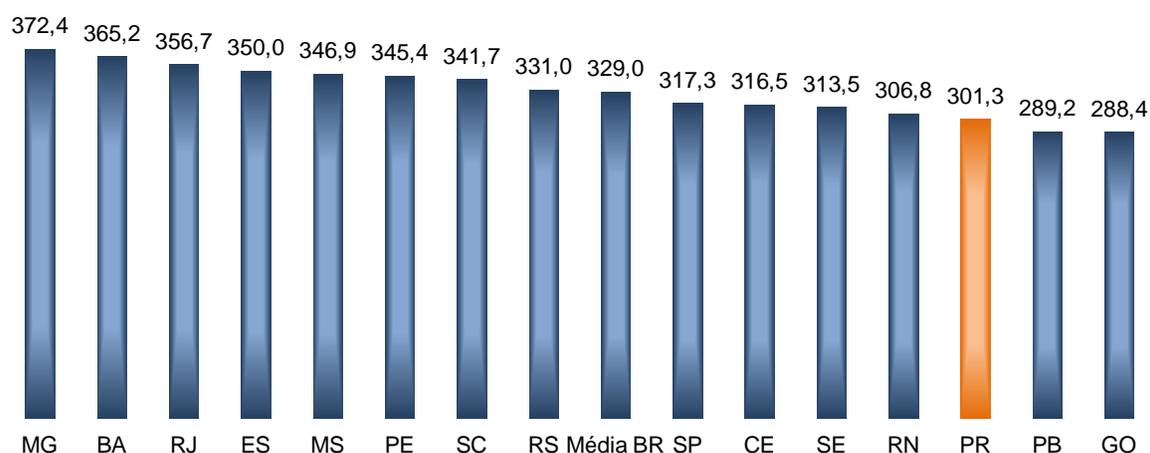
4.1. Energia elétrica

O preço da energia elétrica no Brasil é motivo de debate por causa de seus altos valores praticados no segmento industrial já há alguns anos. A alegação, justa, é de que isso vem comprometendo a competitividade da indústria nacional. Dentre outros fatores, as tarifas se mostram elevadas devido a uma significativa incidência de encargos e tributos na conta de energia das empresas industriais.

Dentro desse contexto, a boa notícia é que, de acordo com um estudo publicado em agosto de 2011 pela FIRJAN – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro,

intitulado *Quanto custa à energia elétrica para a indústria no Brasil?*, o estado do Paraná, na relação dos 15 maiores produtores de têxteis e confeccionados do país, aparece na 13ª colocação entre aqueles com as mais caras tarifas industriais para o consumo de energia elétrica (R\$ 301,3/MWh), cerca de 8% abaixo da média nacional (R\$ 329,0/MWh).

Tarifa industrial de consumo de energia elétrica – estados selecionados e média brasileira (R\$/MWh)



Fontes: FIRJAN/ANEEL

Ainda de acordo com o estudo, a parcela de tributos (PIS/COFINS e ICMS) incidentes sobre a tarifa de energia elétrica industrial chegou a 32,6% no Paraná, sendo que a média brasileira foi de 31,5%, ou seja, o estado paranaense ficou na terceira colocação entre os que mais tributam a energia, quando comparado aos demais estados produtores de têxteis e confeccionados do Brasil.

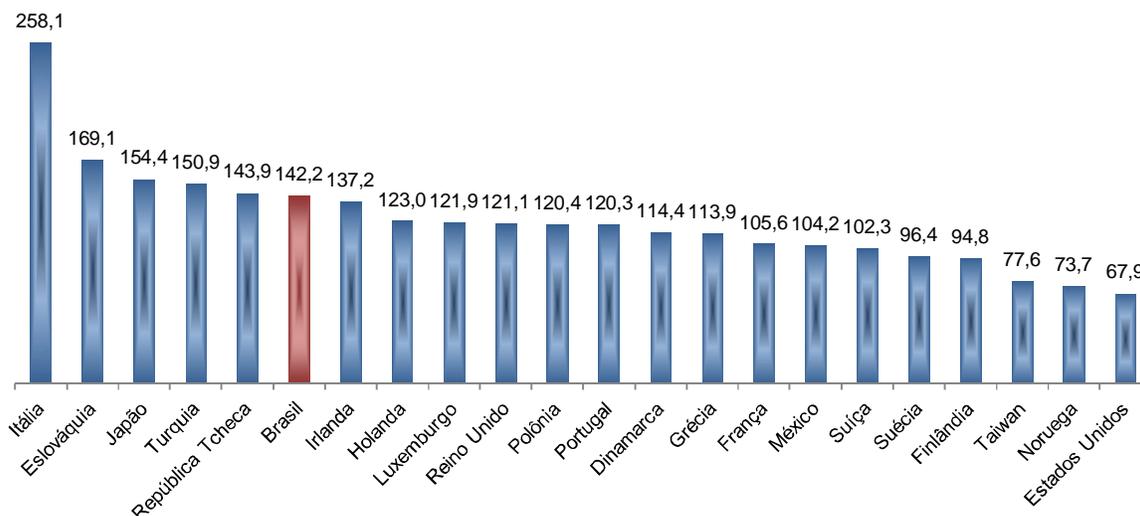
**Parcela de tributos (PIS/COFINS e ICMS)
incidentes sobre a tarifa de energia elétrica industrial**



Fontes: FIRJAN/ANEEL

Quando estendemos a comparação das tarifas médias para os demais países, verificamos que a energia elétrica para a indústria no Brasil é a sexta mais cara do mundo, com uma tarifa de US\$ 142,2/MWh, ficando atrás de Itália, Eslováquia, Japão, Turquia e República Tcheca.

Tarifas médias industriais – 2011 US\$/MWh



Fontes: Key World Energy Statistics 2011, IEA – International Energy Agency e ANEEL. Câmbio: média Ptax venda nov/11 (mesmo mês da tarifa em reais divulgada pela ANEEL)

* Aplicou-se à tarifa média da indústria brasileira, em dólares no ano de 2011, uma redução média de 20,2%. A estimativa original do governo era de uma redução no custo ao consumidor industrial, de 19,7% a 28%.

Em setembro de 2012 o governo anunciou uma redução estimada em 20,2% nas tarifas de energia elétrica com o objetivo de aumentar a competitividade da indústria brasileira.

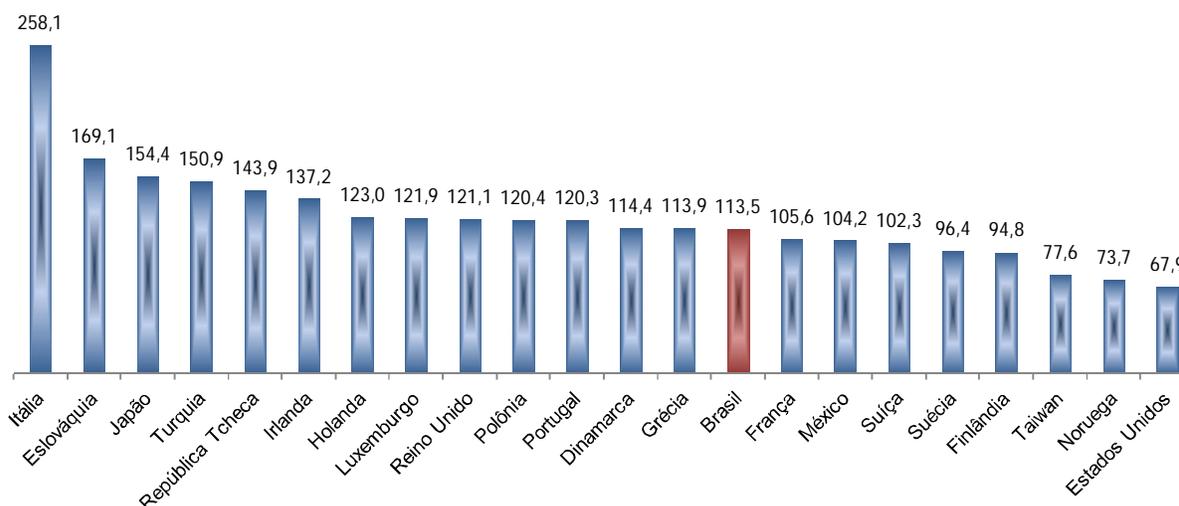
As reduções médias anunciadas levaram em conta a total adoção das medidas por parte das empresas de geração e transmissão. No entanto, a Cesp optou por não renovar a concessão de suas usinas e a Cemig e a Copel se recusaram a renovar os contratos de suas hidrelétricas, embora tenham aceitado assinar novos contratos de transmissão.

Desse modo, caso o governo federal não adote medidas adicionais, estima-se que a redução média nas tarifas de energia elétrica será de 16,7% a partir de 2013, e não mais de 20,2%, como inicialmente anunciado.

Considerando os cálculos de redução das tarifas médias de energia, feitos pelo Ministério de Minas e Energia, pode-se considerar dois cenários para o custo da energia elétrica industrial:

- Redução estimada de 20,2% – Brasil possui a 14^a mais cara tarifa industrial do mundo, acima da de países como EUA, Suíça e França e ainda distante dos demais países que compõem o BRICS.

Tarifas médias industriais – 2011^{(1) (2)}
US\$/MWh



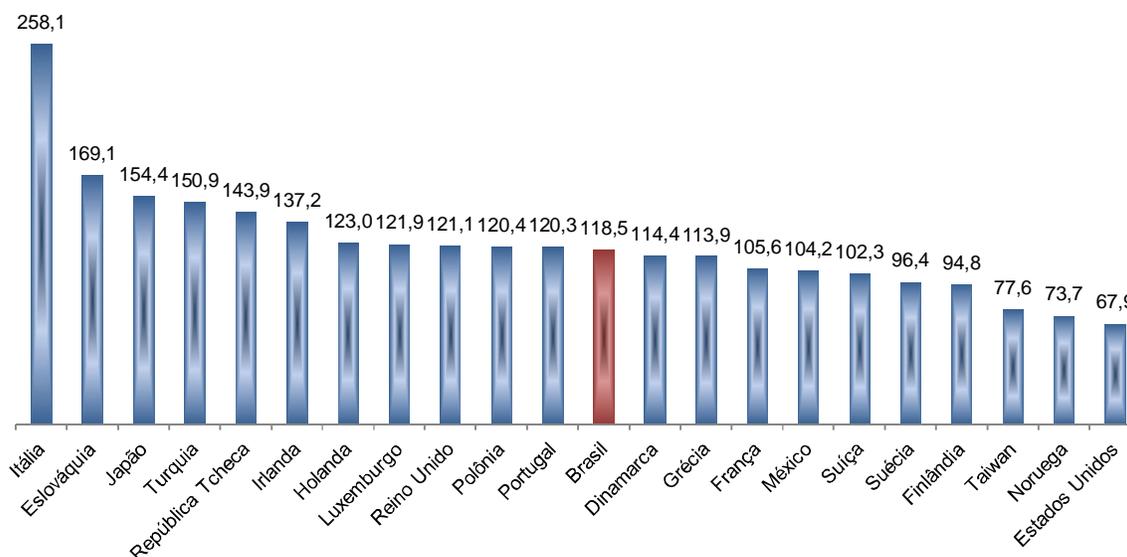
Fontes: Key World Energy Statistics 2011, IEA – International Energy Agency e ANEEL. Câmbio: média Ptax venda nov/11 (mesmo mês da tarifa em reais divulgada pela ANEEL)

Notas: (1) Aplicou-se à tarifa média da indústria brasileira, em dólares no ano de 2011, uma redução média de 20,2%. A estimativa original do governo era de uma redução no custo ao consumidor industrial, de 19,7% a 28%

(2) De acordo com nota técnica divulgada pela FIEB – “Redução da Tarifa da Energia Elétrica”

- Redução estimada em 16,7% – Brasil passa a possuir a 12ª mais cara tarifa industrial do mundo, ainda à frente de Dinamarca e Grécia.

Tarifas médias industriais – 2011^{(1) (2)} US\$/MWh



Fontes: Key World Energy Statistics 2011, IEA – International Energy Agency e ANEEL. Câmbio: média Ptax venda nov/11 (mesmo mês da tarifa em reais divulgada pela ANEEL)

Notas: (1) Aplicou-se à tarifa média da indústria brasileira, em dólares no ano de 2011, uma redução média de 20,2%. A estimativa original do governo era de uma redução no custo ao consumidor industrial, de 19,7% a 28%
(2) De acordo com nota técnica divulgada pela FIEB – “Redução da Tarifa da Energia Elétrica”

4.2. Logística

A logística de transporte constitui um gargalo importante para o setor, com forte impacto na competitividade da indústria. O principal obstáculo ao fornecimento de artigos de vestuário, em âmbito nacional, situa-se na logística de transporte, a partir da utilização do meio rodoviário como instrumento de escoamento da produção, estando sujeito ao enfrentamento das inúmeras deficiências das estradas brasileiras e ao roubo recorrente desse tipo de carga. Dispor dessa oferta dentro do estado é, sem dúvida, uma vantagem

competitiva relevante para a indústria do vestuário paranaense, que nos últimos anos, através das privatizações, vem avançando bastante neste quesito.

A proximidade do mercado consumidor é outra vantagem competitiva da região, pois a demanda potencial por artigos de vestuário nos estados das regiões Sul e Sudeste representa nada menos que dois terços do consumo nacional. Entretanto, pelo fato de que a maioria das empresas do estado, em especial as pequenas e médias, recebem seus clientes em suas lojas de atacado, as vendas do estado se concentram muito mais na região, diminuindo a participação destas marcas em outros mercados, como o do Nordeste, por exemplo.

Consumo de vestuário por região e unidade federativa do Sul do país – 2012			
. Região/UF	Habitantes (%)	Consumo de vestuário (%) ⁽¹⁾	Vendas do Paraná (%)
Norte	8,4%	7,5%	1,8%
Nordeste	27,8%	20,4%	3,9%
Sudeste	42,1%	47,0%	27,3%
Sul	14,3%	17,3%	62,9%
Rio Grande do Sul	5,6%	6,9%	6,1%
Paraná	5,5%	6,0%	49,1%
Santa Catarina	3,3%	4,3%	7,8%
Centro-Oeste	7,4%	7,9%	4,0%
. Brasil	100,0%	100,0%	100,0%

Fontes: IEMI/IBGE

Nota: (1) Consumo a preços de varejo

A seguir apresentamos uma breve visão da estrutura de transporte oferecida pelo estado e das vias de comercialização utilizadas pelos produtores de vestuário do estado do Paraná.

4.2.1. Rodovias

O sistema rodoviário do Paraná tem uma extensão de 118.544 km, entre rodovias federais, estaduais e municipais, e é estruturado sobre três eixos principais, que permitem a integração do estado com as demais regiões do Brasil e com o Mercosul:

- **BR-116** – Faz a ligação com os demais estados do Sul até o Sudeste-Nordeste do Brasil.
- **BR-369** – Faz a ligação com os estados de São Paulo e Minas Gerais, passando pelas cidades de Londrina, Apucarana, Campo Mourão e Cascavel.
- **BR-376** – Faz a ligação entre Mato Grosso do Sul e Santa Catarina; também conhecida como Rodovia do Café.
- **BR-277** – Faz a ligação entre o porto de Paranaguá e Foz do Iguaçu, servindo como integração com o Paraguai a Argentina.

Além desses eixos principais, o Paraná é cortado por centenas de outras estradas federais e estaduais, agora em permanente modernização e expansão, após as privatizações dos últimos anos.

4.2.2. Ferrovias

O sistema ferroviário do Paraná é o quarto maior em extensão, totalizando 2.287 km. Dessa extensão, 2.039 km são operados pela empresa América Latina Logística do Brasil S.A. (ALL), enquanto a estatal Ferrovias Paraná S.A. opera os 248 km restantes, interligando a capital aos principais polos regionais do estado, aos portos de Paranaguá e Antonina e aos estados de São Paulo e Santa Catarina.

4.2.3. Portos

O estado do Paraná possui dois portos: Paranaguá e Antonina.

- **Porto de Paranaguá** – Localizado na margem sul da baía de Paranaguá. As principais cargas movimentadas são: soja, farelo, milho, sal, açúcar, fertilizantes, contêineres, congelados, derivados de petróleo, álcool e veículos. Abrange uma área de mais de 800 mil m², atendendo ao próprio estado do Paraná e a parte dos

estados de São Paulo, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Rondônia.

- **Porto de Antonina** – Localizado a noroeste da baía de Paranaguá, a 17,7 km do porto de Paranaguá, funciona como um porto complementar a este, ampliando a agilidade dos serviços. As principais cargas movimentadas são congelados, fertilizantes e minérios de ferro.

4.3. Vias de comercialização das exportações do Paraná

O escoamento das exportações de artigos de vestuário é feito principalmente através da via rodoviária, com 81,5% dos valores em dólares e 54,2% dos volumes em peças exportados em 2012. Em seguida aparece a via aérea, com 16,6% dos valores e 42,7% dos volumes.

Vias de comercialização das exportações de artigos de vestuário do Paraná em 2012		
. Vias	Em % dos volumes em peças	Em % dos valores em dólares
Rodoviária	54,2%	81,5%
Aérea	42,7%	16,6%
Marítima	2,1%	1,7%
Meios próprios	1,0%	0,3%
. Total	100,0%	100,0%

Fontes: IEMI/SECEX

4.4. Instituições de qualificação de mão de obra

Com a evolução da tecnologia envolvida nos processos produtivos do setor, em especial nos segmentos produtores de fios e tecidos, ou mesmo nas máquinas de costura automáticas, o grau de qualificação da mão de obra necessária para a melhoria da produtividade dentro das empresas se tornou fator-chave de atração de investimentos para o segmento. Em determinados polos das regiões Sul e Sudeste, a atual carência de

mão de obra está se constituindo em um dos principais fatores de estímulo ao investimento em estados do Norte e do Nordeste e até em outros países do Mercosul.

Nesse quesito, a formação profissional no estado do Paraná conta com universidades federais e estaduais, além de um vasto número de faculdades privadas. Há que se destacar a atuação do SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial), com cursos de curta duração (de 18 meses a dois anos) na área têxtil e de vestuário, como técnico em produção de moda e técnico de vestuário.

O Centro Internacional de Inovação, instalado no CIETEP – Centro Integrado de Empresários e Trabalhadores das Indústrias do Estado do Paraná, também merece destaque, oferecendo produtos e serviços de inovação do Sistema FIEP e de seus parceiros em favor da abertura de novas empresas e do aumento da competitividade industrial, a partir da gestão da inovação em suas diversas áreas, como: a prospectiva estratégica, a criatividade, o empreendedorismo, a inovação em negócios, a gestão do conhecimento e de capital, o *design*, a tecnologia e a sustentabilidade.

- ✓ Desenho de moda
- ✓ Construção do produto de moda
- ✓ Produção de moda
- ✓ Posicionamento de marcas de moda
- ✓ Estratégias para marcas de luxo
- ✓ Desenvolvimento de produto em malharia retilínea
- ✓ Desenvolvimento de produto em *jeanswear*

Além disso, o estado do Paraná conta com o CBD – Centro Brasil Design, instituição fundada em 1999 com o objetivo de melhorar a competitividade e a expansão econômica e social do Brasil através do desenvolvimento e implementação de projetos estratégicos e processos de *design* para a indústria e órgãos governamentais.

O Centro Brasil Design desenvolve serviços como:

- ✓ programas de estímulo ao uso do *design*;
- ✓ oficinas, cursos, palestras e *workshops*;
- ✓ exposições e eventos de *design*;
- ✓ concursos e premiações.

5. TAXA DE CÂMBIO

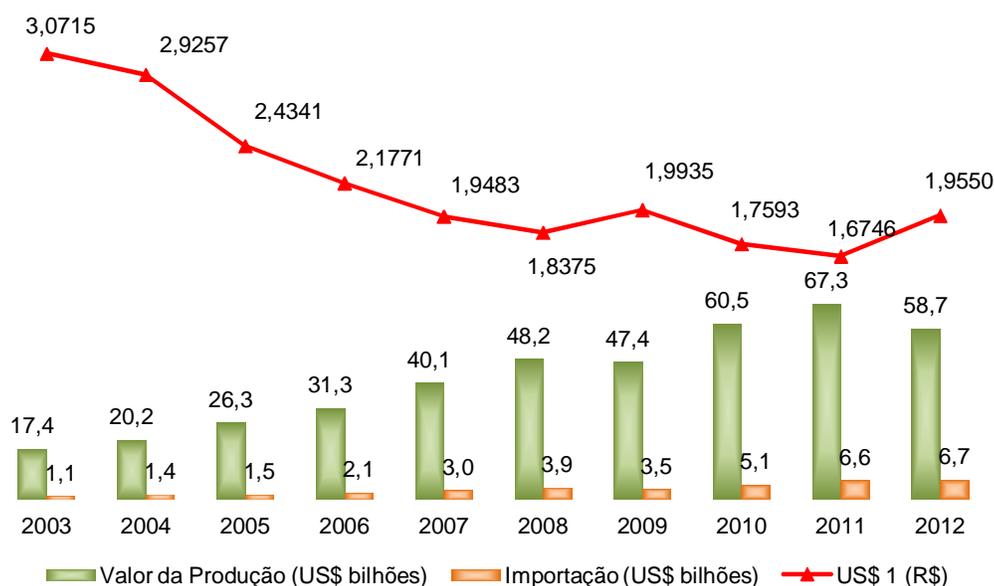
A valorização da moeda e a consequente concorrência dos produtos têxteis e confeccionados estrangeiros podem ser positivas para o consumidor, no sentido de reduzir os preços dos produtos ofertados ao mercado, mas, a partir de determinado nível, pode ser prejudicial para a indústria local e para a manutenção dos empregos por ela gerados. Em casos mais graves, como o que o Brasil vivenciou no final de 2011, quando a taxa de câmbio chegou próximo a R\$ 1,50 por dólar, pode causar a substituição da produção local pelas importações e a consequente desindustrialização de setores mais sensíveis.

Quando o real se desvaloriza, o efeito é o contrário, tornando mais caros os produtos importados e mais competitivos os artigos nacionais para a exportação. Em países como o Brasil, onde o ambiente produtivo impõe uma série de ineficiências às indústrias locais (tributos, encargos, logística, energia, etc.), um câmbio em equilíbrio, ou mesmo parcialmente desvalorizado, torna-se fundamental para ajudar a recuperar a competitividade das indústrias nacionais, que sozinhas dificilmente conseguirão obter vantagens no processo produtivo suficientes para enfrentar países produtores com baixos custos de produção, em especial os asiáticos.

Nesse sentido, porém, é preciso ser parcimonioso, pois uma desvalorização exagerada da moeda local pode restringir o poder de compra dos consumidores locais e afetar o desempenho das indústrias, como a de têxteis e confeccionados, com vendas fortemente

centradas no mercado interno. No caso do setor em questão, pior do que não conseguir exportar, ou importar em excesso, é não ter um consumo interno forte.

Evolução do valor da produção, importação e taxa de câmbio



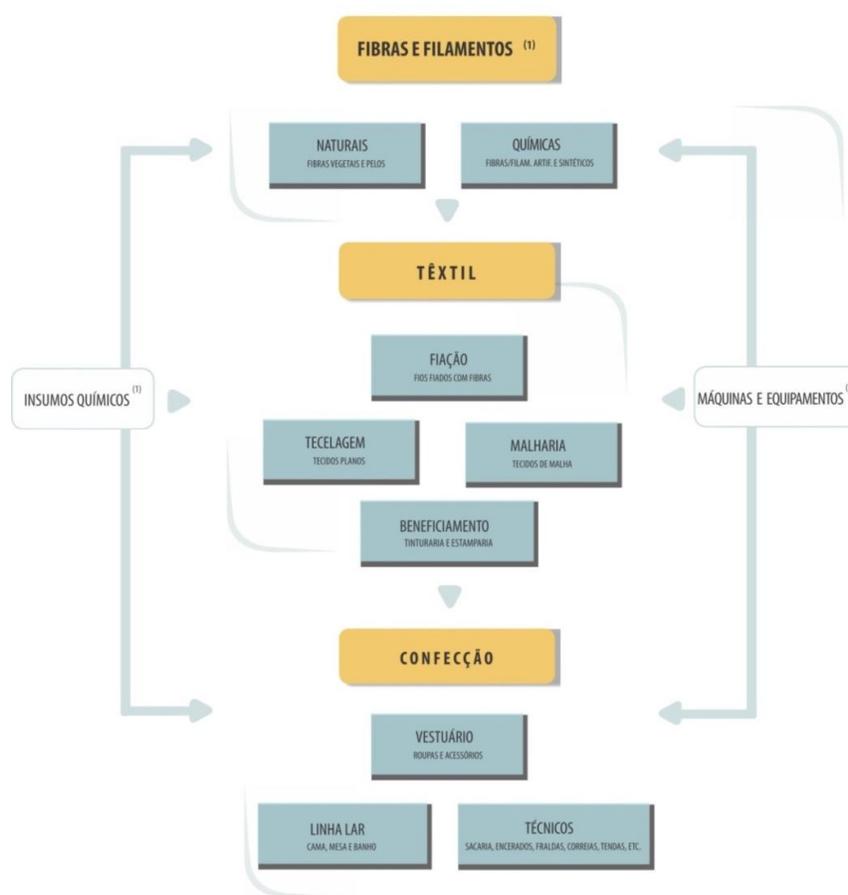
Cabe mencionar aqui que o modelo macroeconômico atual, com alto nível de carga tributária, pesados encargos sobre a mão de obra e taxa de juros elevada na maioria das operações de crédito, aliado a um câmbio valorizado, pune a indústria de transformação nacional, aí incluídos os segmentos têxtil e confeccionista, que vêm perdendo competitividade e produtividade e reduzindo sua produção. As recentes mudanças ocorridas na taxa de câmbio, nos juros e na forma de cobrança da contribuição previdenciária ainda não surtiram o efeito desejado, mas, juntamente com a redução do custo da energia elétrica e da carga tributária, oferecem uma oportunidade relevante para melhorar, em médio prazo, a competitividade da maioria das empresas do setor.

NO AMBIENTE EMPRESARIAL (MICROECONÔMICO)

6. NO AMBIENTE INTERNO DAS EMPRESAS

Os setores têxtil e confeccionista se caracterizam por integrar diferentes etapas de produção, desde a transformação das fibras e filamentos em fios e tecidos até a transformação destes em roupas e outros artigos confeccionados, como artigos de cama, mesa e banho, produtos técnicos e industriais. Para facilitar o entendimento das análises da competitividade do segmento de vestuário, no âmbito das empresas, apresentamos a figura a seguir, que resume as conexões entre as diferentes etapas de produção do setor.

ESTRUTURA DA CADEIA PRODUTIVA TÊXTIL



Fonte: IEMI

Nota: (1) Segmentos fornecedores

7. CUSTOS DE PRODUÇÃO

No final dessa cadeia produtiva, em que se inserem as indústrias produtoras de artigos de vestuário, encontramos unidades produtivas que podem ser qualificadas como intensivas em mão de obra. Nelas os custos de produção estão fortemente relacionados aos custos de mão de obra, seguidos pelo peso das matérias-primas.

No setor de vestuário, o peso da mão de obra e das matérias-primas sobre os custos de produção é o mais impactante, variando entre 34% e 38%, o que caracteriza essas indústrias como intensivas em mão de obra.

A medida, adotada recentemente pelo governo federal, que muda o sistema de contribuição previdenciária das empresas, com o imposto passando a incidir sobre o faturamento, beneficiará a grande maioria das indústrias do setor que atuam fora do regime do Simples.

O quadro a seguir ilustra a composição dos custos de produção e contribui para o entendimento dos itens determinantes na competitividade das empresas do setor, no âmbito interno das empresas.

Estrutura dos custos de produção – % do valor bruto da produção	
. Itens de custo	Vestuário
Mão de obra	38,3%
Matérias-primas	34,0%
Energia (inclui combustível)	4,1%
Fretes e carretos	4,4%
Água e esgoto	2,7%
Outros (administrativo, financeiro, taxas, etc.)	16,6%
. Total	100,0%

Fonte: IEMI

Além dos itens tangíveis expostos acima, é preciso estar atento à capacidade de criação das empresas no que se refere aos produtos de moda (P&D), que são fundamentais para criar atratividade, agregar valor percebido aos produtos ofertados e construir margens para seus fabricantes.

Entretanto, tais benefícios só podem ser alcançados com relevantes investimentos em pesquisa e desenvolvimento de tendências de moda, que vão muito além da criatividade e do bom gosto dos gestores das marcas, exigindo gastos com estilistas, modelistas, revistas e *sítes* de tendências, além de viagens ao exterior, entre outras fontes de inspiração para a atualização dos produtos e a criação de coleções.

8. PRODUTIVIDADE NO BRASIL E NO MUNDO

A comparação da produtividade entre os países produtores de têxteis é muito variada e depende muito do *mix* de produtos fabricados, o que torna difícil a construção desse tipo de indicador comparativo no âmbito de países. Mesmo assim, consideramos isso relevante para se ter uma ideia do posicionamento do Brasil frente a seus principais concorrentes internacionais e do Paraná frente ao restante do país.

A indústria têxtil dos Estados Unidos produz 9,50 toneladas/funcionário/ano, mas a produção hoje se restringe quase que somente a têxteis básicos e produtos técnicos, sem um segmento de confeccionados relevante. Na Europa, por sua vez, o setor agrega muitos segmentos, mas predominam empresas de baixa escala e alta sofisticação, focadas em artigos de moda.

O Brasil é um dos poucos países do mundo que se caracterizam por integrar todos os segmentos produtivos dos setores têxtil e confeccionista, assemelhando-se mais à China e ao México, países onde também se observa um bom equilíbrio entre todos os elos produtivos. O comparativo da produtividade por país é mais justa com esses dois países e

por ele se observa que o Brasil, com média de 3,04 toneladas/funcionário/ano, se posiciona atrás de ambos os competidores, em boa parte pelo alto grau de terceirização dos seus processos de beneficiamento e confecção, estimulada pelos altos encargos da atual lei trabalhista e pelo sistema de tributação do Simples, o que acaba impelindo as empresas a terceirizar, perdendo escalas de produção, eficiência produtiva e a gestão da qualidade.

Produtividade na indústria têxtil – (t/funcionário/ano)	
. País	Produtividade (t/funcionário/ano)
Estados Unidos	9,50
Europa	5,75
México	4,32
China	3,20
Brasil	3,04
Argentina	1,72
Índia	0,26
Vietnã	0,22

Fontes: IEMI/Euratex/Instituto Mexicano del Seguro Social/Confederation of Indian Textile/ China National Textile and Apparel Council

Quando comparamos a produtividade dentro do segmento de vestuário no Brasil e no Paraná, verificamos que a produtividade média paranaense, com 7.120 peças/funcionário/ano, se mostra muito superior à média do Brasil (41% acima), com 5.037 peças/funcionário/ano.

No período de 2010 e 2012 a produtividade na indústria de vestuário nacional avançou levemente 1,7%, enquanto no Paraná a produtividade do setor recuou 4,7%. Apenas no último ano, houve queda de 2,5% na produtividade nacional, ante -0,8% no Paraná.

Produtividade no setor de vestuário no Brasil e no Paraná (peças/funcionário/ano) ⁽¹⁾					
. Descrição	2008	2009	2010	2011	2012
Brasil	4.951	4.948	5.213	5.168	5.037
Paraná	–	–	7.470	7.177	7.120

Fonte: IEMI

Nota: (1) Produção em peças pelo número de pessoal ocupado na indústria

O crescimento da produtividade é fundamental para o aumento da competitividade, pois isso reduz os custos de produção por unidade produzida. Seu aumento ocorre principalmente por meio dos investimentos na estrutura produtiva, qualificação da mão obra empregada, inovação e integração dos processos, escala de produção e nível de ocupação das instalações produtivas.

A indústria de transformação de vestuário no Brasil e no Paraná, no período analisado, vem apresentando queda na produtividade, combinada com perda de competitividade por conta do ambiente produtivo. No campo individual das empresas, porém, há muito espaço para ganhos de eficiência, através da qualificação da mão de obra, ganhos de escala, modernização e integração dos processos produtivos, etc., que certamente acarretariam, além da redução de custos, aumentos de produção, que, por sua vez, vão demandar uma estrutura mais ampla e complexa de distribuição e comercialização, assunto que será abordado com mais profundidade na segunda etapa deste relatório.

9. SHOPPINGS ATACADISTAS

Os polos confeccionistas de Cianorte e Maringá se destacam pela tradição do turismo de compras por meio da construção de *shoppings* atacadistas em locais estratégicos, em geral, nas vias de acesso à cidade e próximo ao aeroporto.

Com o incremento do comércio atacadista local, os estabelecimentos comercializam através de revendedores de diferentes estados, vindos normalmente em excursões, através dos guias comerciais. Esse modelo de comercialização atacadista já chega a representar cerca de 36,6% da produção de artigos de vestuário em Maringá e mais de 42,2% em Cianorte, como já citado no item 16 – Modelos de comercialização.

Quando analisamos as maiores empresas da região, entretanto, verificamos que essa estratégia de comercialização não é o principal canal de escoamento de suas produções. Nas empresas de porte médio (de 100 a 249 funcionários) o varejo representa 41,7% da distribuição da produção. Já nas empresas grandes (acima de 250 funcionários) esse percentual sobe para 51,7%.

O fato é que concentrar todos os esforços de venda em lojas próprias de atacado, ou de pronta-entrega, para aproveitar o bom fluxo de compradores (lojistas) que alguns polos produtores do Paraná são capazes de gerar (ex.: Maringá e Cianorte), é um bom caminho para o desenvolvimento de micro e pequenas empresas. Porém, a atual sobreoferta de produção e de importações, no mercado de moda do Brasil, exige que uma empresa que almeje crescer mais que o mercado, acrescente novos canais de distribuição para seus produtos, tornando-se mais proativa comercialmente, ao oferecer seus produtos a cada cliente potencial e conquiste novos mercados regionais.

Aguardar a vinda de um cliente atrás de um balcão, pode ser um bom começo, mas apenas esta forma de comercialização pode aumentar muito a vulnerabilidade da empresa, em especial quando o ritmo de crescimento da demanda se reduz significativamente, como é o caso do momento que vivemos atualmente no mercado de moda.

Canais de distribuição de vestuário – Brasil e Paraná (em % do volume) – 2012

. Canais	Brasil	Paraná
1. Varejos especializados ⁽¹⁾	62,2%	38,2%
1.1. Departamento especializado ⁽²⁾	26,9%	9,0%
1.2. Pequenas lojas de rede ⁽³⁾	15,5%	21,0%
1.3. Pequenas lojas independentes ⁽⁴⁾	19,8%	8,2%
2. Varejos não especializados ⁽⁵⁾	12,5%	0,2%
2.1. Lojas de departamento ⁽⁶⁾	6,9%	0,1%
2.2. Hipermercados/Supermercados ⁽⁷⁾	5,7%	0,1%
3. Comércio atacadista ⁽⁸⁾	13,7%	4,1%
4. Pronta entrega/Lojas de fábrica ⁽⁹⁾	4,7%	19,5%
5. Institucional ⁽¹⁰⁾	3,4%	36,7%
6. Internet	2,3%	0,8%
7. Outros ⁽¹¹⁾	0,7%	0,1%
8. Exportação ⁽¹²⁾	0,5%	0,4%
. Total	100,0%	100,0%

Fonte: IEMI

Notas:

- (1) Predominantes em vestuário
- (2) C&A, Riachuelo, Renner, Marisa, etc.
- (3) Mono/multimarca – Iódice, Dorinhos, etc.
- (4) Butiques, lojas de bairro, etc.
- (5) Não predominantes em vestuário
- (6) Americanas, Pernambucanas, etc.

- (7) Carrefour, Extra, Walmart, etc.
- (8) Venda a distribuidores para revenda ao varejo
- (9) Shoppings atacadistas, etc.
- (10) Indústrias, hotéis, hospitais, concorrências, etc.
- (11) Catálogos, internet, porta a porta, etc.
- (12) Vendas ao exterior

CONSIDERAÇÕES SOBRE O PANORAMA SETORIAL

PANORAMA SETORIAL

1. MUNDIAL

No primeiro capítulo deste estudo, é apresentado a evolução da produção de artigos vestuário no mundo. Nela se observa que o setor continua a gerar uma taxa média de crescimento anual acima da evolução da população do planeta, refletindo não só a expansão da demanda *per capita* por seus produtos, mas também a confirmação de que essa tradicional indústria se mantém como uma importante promotora do crescimento global.

Com o desenvolvimento acelerado das populações urbanas principalmente em países emergentes, mais especificamente na China e na Índia, a tendência futura da demanda potencial por artigos de vestuário se mostra bastante promissora, justificando, por si só, toda a atenção dos governos que, como o do Brasil, têm o privilégio de dispor, em seu território, de uma presença relevante dessa indústria.

O crescimento da produção mundial de vestuário, porém, não ocorre em todas as regiões do globo, conforme foi demonstrado no início deste estudo. Também foi abordada a emigração de uma parcela significativa da produção desses artigos de vestuário dos Estados Unidos, da União Europeia e do Japão para países que oferecessem ambientes com custos mais baixos de produção, com destaque para os países asiáticos, sendo a China e a Índia os maiores *players* do segmento atualmente.

Em termos mundiais, o Brasil se posiciona como o quarto em vestuário, porém sua posição relativa no comércio externo continua a ser pequena, ocupando a 80ª em vestuário, com participações inferiores a 1% do volume total. Nas importações, sua posição no *ranking* é maior, refletindo o fato de ser um país gerador de déficits crescentes na balança comercial com o exterior, mas, ainda assim, sem relevância como destino das exportações globais do produto.

Participações do Brasil em relação ao mundo ⁽¹⁾		
. Descrição	Vestuário	
	Posição	Participação
Produção	4ª	2,6%
Exportação	80ª	0,04%
Importação	36ª	0,4%

Fontes: IEMI/Fiber Organon/International Trade Center

Nota: (1) Participações em relação aos volumes de produção e aos valores em dólares do comércio externo

O Brasil é também o quinto maior produtor e consumidor de algodão do mundo, com uma produção de mais de 1,8 milhão de toneladas na safra recorde de 2011/2012, sendo que, desse total, 56% foram colhidos no estado de Mato Grosso e 26% no estado da Bahia.

Esses dados caracterizam o perfil do país no setor têxtil e vestuário, em que ele se posiciona claramente como “produtor-consumidor”, isto é, praticamente só produz para o seu próprio consumo, com participações muito pequenas de exportações e ainda não tão elevadas nas importações.

Um quadro muito diferente do que ocorre na China, principal produtor de vestuário, com cerca de metade da produção mundial e que se posiciona também como o maior exportador, respondendo por 34,8% da exportação global de vestuário.

Participações da China em relação ao mundo ⁽¹⁾

. Descrição	Vestuário	
	Posição	Participação
Produção	1ª	47,2%
Exportação	1ª	34,8%
Importação	21ª	0,9%

Fontes: IEMI/Fiber Organon/International Trade Center

Nota: (1) Participações em relação aos volumes de produção e aos valores em dólares do comércio externo

A China, segunda maior economia mundial, produz tanto para abastecer o consumo de sua população, a maior do mundo (1,4 bilhão de habitantes), como para exportar para outros países, gerando nada menos que 20 milhões de empregos diretos na indústria têxtil e de vestuário, de acordo com a CNTAC (China National Textile and Apparel Council).

O alcance desses resultados em um segmento tão concorrido não é nada fácil e, para tanto, além de um ambiente produtivo favorável (câmbio, impostos, encargos, mão de obra, etc.) e de um planejamento estruturado e que privilegie o setor, o país conta com mais de 3 mil subsídios em diferentes esferas governamentais para apoiar sua indústria e alavancar seu comércio internacional, como bem demonstra o recente “Relatório sobre a Política Industrial Chinesa”, divulgado pela CNI (Confederação Nacional da Indústria).

A análise da CNI envolve as políticas industriais para algodão, têxteis, calçados, tecnologia verde, energia eólica, entre outros setores, e indica os mecanismos que fazem da China um dos países mais competitivos do planeta, entre eles: amplo programa de compras governamentais; financiamento público com juros diferenciados, análise de risco frágil e perdão das dívidas para as estatais; controle do comércio externo; ressarcimento de impostos diretos como o IVA (Imposto sobre o Valor Agregado) e o Imposto de Renda; política de concessão de terras e estabilidade de preços dos insumos mais relevantes, como o do algodão, para manter a competitividade internacional dos produtores locais.

As políticas industriais e tecnológicas, o baixo nível dos salários, a “baixa proteção” à propriedade intelectual, o câmbio desvalorizado, a localização geográfica, dentre outros, são alguns dos fatores responsáveis pelo grande aumento da competitividade da economia chinesa.

O baixo custo da mão de obra, por sua vez, é fruto da “flexibilidade” das leis trabalhistas, da relação de hierarquia, da disciplina dos trabalhadores, advinda de migrantes da zona rural para os centros urbanos, dispostos a trabalhar por baixos salários, do aumento populacional e do ritmo de crescimento imposto pelo governo central. Tudo isso proporcionou um papel único à China no cenário global.

O aumento de seu comércio externo deslocou produtores tradicionais e barateou seu preço internacional. Muitas empresas chinesas e estrangeiras estão aproveitando os incentivos que o governo tem disponibilizado, enquanto outras já estão optando por países onde a mão de obra é ainda mais barata que a chinesa, como é o caso do Vietnã e do Camboja.

Outro exemplo a ser observado é o da Índia, segundo maior produtor do setor no mundo, ocupando apenas a oitava posição entre os principais exportadores de vestuário. O setor contribui com 14% da sua produção industrial, 4% do PIB (Produto Interno Bruto) e 17% das receitas de exportação do país, além de ser o segundo maior fornecedor de emprego, depois da agricultura, com 35 milhões de trabalhadores, de acordo com dados da CITI (Confederation of Indian Textile Industry).

Participações da Índia em relação ao mundo ⁽¹⁾		
. Descrição	Vestuário	
	Posição	Participação
Produção	2 ^a	7,1%
Exportação	8 ^a	3,2%
Importação	67 ^a	0,1%

Fontes: IEMI/Fiber Organon/International Trade Center

Nota: (1) Participações em relação aos volumes de produção e aos valores em dólares do comércio externo

Com mais de 1 bilhão de habitantes, a Índia responde pelo segundo maior contingente populacional do mundo, atrás apenas da China, e por um imenso mercado consumidor interno. Posiciona-se hoje como a décima maior economia mundial, com PIB de US\$ 1,8 trilhão em 2012, de acordo com o FMI, mantendo um crescimento anual médio superior ao do Brasil. O país apresenta-se hoje como um lugar de grande atratividade aos investimentos internos e externos. Com 2,9% da população atuando diretamente na indústria têxtil e confeccionista local, o desenvolvimento dessa indústria tem tido uma relação direta com a melhoria da economia do país, de acordo com avaliação da IBEF (India Brand Equity Foundation).

Ciente disso, o governo da Índia promoveu e vem promovendo uma série de políticas de promoção de exportações no Orçamento da União de 2011/2012 e na sua Política de Comércio Exterior 2009–2014. Permitiu, ainda, que 100% dos investimentos estrangeiros diretos direcionados aos têxteis entrassem sob “rota automática”, sem burocracia ou ônus adicionais. A indústria, que veio crescendo anualmente entre 3% e 4% durante as últimas seis décadas, já acelerou para uma taxa de crescimento anual de 8% a 9% em valores.

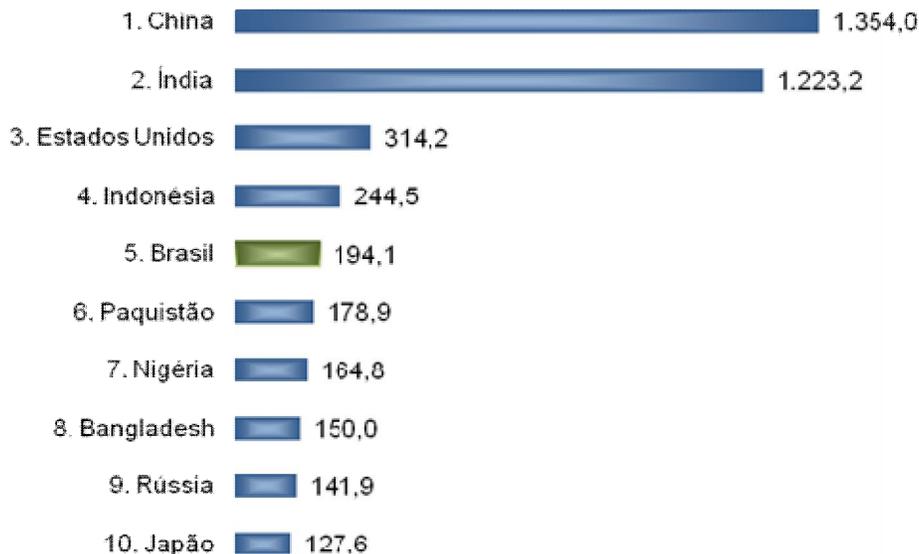
Outras iniciativas tomadas pelo governo para promover essa indústria foram:

- mais incentivos para o setor de tecelagem;
- desenvolvimento do agrotêxtil na região nordeste da Índia, com um orçamento específico para fomento do uso de matérias-primas (fibras) naturais pelos produtores locais;
- criação de 75 centros de treinamento para trabalhadores do setor de vestuário em todo o país;
- formação de um Centro de Vestuário e Design, com a montagem do primeiro Centro de Inovação Tecnológica da Índia, no ATDC (Training of Trainers' Academy);

- liberação de US\$ 700 milhões em investimentos para dar suporte a 411 novos projetos de inovação em têxteis.

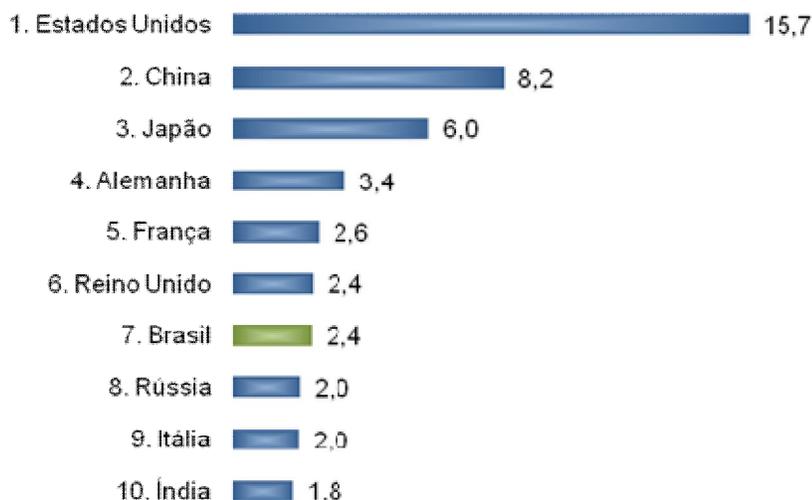
Os gráficos a seguir apresentam os *rankings* da população e do PIB das principais economias do planeta, segundo o FMI (Fundo Monetário Internacional) e o IBGE (para os indicadores do Brasil), que ajudam a ilustrar as análises aqui apresentadas.

Ranking dos países mais populosos – em milhões de pessoas



Fontes: IBGE/FMI – World Economic Outlook Database, April 2013

Ranking dos maiores PIBs – em trilhões de US\$



Fontes: IBGE/FMI – World Economic Outlook Database, Abril 2013

O cenário mundial apresentado ao longo deste estudo demonstra claramente:

- quão importante é a indústria confeccionista para o desenvolvimento econômico e social dos países emergentes, em especial os que contam com grandes contingentes populacionais, como é o caso do Brasil;
- as estratégias de fomento sempre procuram envolver a formação de um cluster que envolva a produção de têxteis básicos e confeccionados, quando possível o da próprias matérias primas agrícolas e químicas. Ou seja, não dá para pensar no fomento do vestuário do Paraná, sem pensar nos elos anteriores da produção;
- o enorme potencial de crescimento futuro da produção e consumo desses artigos no planeta com a urbanização de grandes contingentes das populações da China, Índia e demais países em desenvolvimento;

- os muitos desafios enfrentados pelo Brasil e por qualquer outro país que queira competir com a Ásia no segmento confeccionista, o que impõe melhora contínua não só da eficiência das empresas, mas principalmente do ambiente produtivo oferecido às indústrias locais, em especial às intensivas em mão de obra;
- a posição do Brasil enquanto grande produtor e consumidor de vestuário e, por suas próprias características econômicas e demográficas, com enorme potencial de continuar se destacando no setor, em esfera global, desde que atue de maneira planejada na promoção do crescimento dessa indústria dentro do país.

2. BRASIL

No segundo capítulo deste estudo, verifica-se a grandeza do setor de vestuário no Brasil, onde operam mais de 20 mil empresas e mais de 1,2 milhão de trabalhadores, representando 4,3% do valor e 11,3% do pessoal ocupado na indústria de transformação do país (dados de 2012).

A produção de vestuário está concentrada nas regiões Sudeste e Sul do país, que representam mais de 77% da produção nacional, enquanto o Nordeste participa com 18%, ficando as demais regiões com apenas 5%. Porém, ao longo dos últimos anos, houve um importante processo de emigração da produção para novos polos regionais.

O Sudeste, a principal região produtora e consumidora do produto, vem perdendo participação, enquanto as demais vêm ganhando. Entre 2008 e 2012 todas as regiões, exceto o Sudeste, registraram expressivos aumentos no número de empresas, acima de 20%.

Varição das empresas de Vestuário entre 2008 e 2012 (em %)

. Regiões	Varição em %
Norte	28,2%
Nordeste	21,8%
Sudeste	11,7%
Sul	21,1%
Centro-Oeste	24,7%
. Brasil	16,5%

Fontes: IEMI/RAIS

As indústrias de vestuário foram atraídas para o Norte e Nordeste em função de incentivos tributários bastante agressivos – ofertados pelos governos locais, em especial nas últimas duas décadas – e de custos mais baixos de produção, prioritariamente a abundância de mão de obra mais barata, além do desenvolvimento do consumo potencial nos grandes centros urbanos da região, ocorrido mais recentemente.

No geral, porém, a evolução da produção nacional de vestuário não vem apresentando um bom desempenho nos últimos anos, com um pequeno crescimento de 4,1% em volume de peças, no acumulado do período 2008 a 2012.

As principais dificuldades enfrentadas pelo setor, que ajudaram a motivar esse baixo crescimento no setor, estão relacionadas à forte valorização da moeda brasileira a partir de 2005, o que diminuiu muito a competitividade da indústria local frente a seus concorrentes asiáticos, e à ausência de uma política industrial planejada especificamente para o setor, que pudesse compensar, em parte, as perdas do câmbio e estimulasse maiores investimentos no segmento.

Entre 2008 e 2012, as exportações perderam ainda mais relevância nas receitas do setor, tendo recuado 35,5% em vestuário, evidenciando a perda de competitividade observada no período.

As importações, por sua vez, mais do que dobraram, passando US\$ 694,0 milhões para US\$ 2,2 bilhões, entre 2008 e 2012. A maior parte desses produtos tem como origem países asiáticos, como China, Bangladesh, Índia, Hong Kong, Vietnã e Indonésia no setor de vestuário.

Balança comercial do setor de vestuário (em US\$ 1.000)					
. Descrição	2008	2009	2010	2011	2012
Exportação	238.774	161.766	176.631	180.224	153.916
Importação	694.015	767.073	1.073.096	1.721.151	2.177.225
Saldos	-455.241	-605.306	-896.465	-1.540.926	-2.023.309

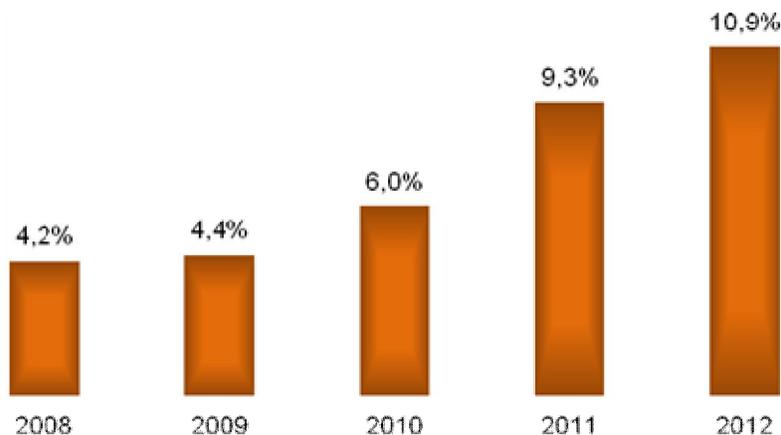
Fontes: IEMI/SECEX

O aumento das importações de artigos de vestuário elevou a participação desses produtos sobre o volume total (em peças) consumido no país, o que limita a produção local e pressiona os preços e as margens das indústrias, desestimulando, assim, investimentos no segmento.

Os defensores das importações alegam, com uma boa dose de razão, que elas irrigam o mercado com novas matérias-primas e inovações, elevam a qualidade dos produtos nacionais e ajudam a garantir aos consumidores locais, preços equivalentes aos internacionais. A dificuldade está em equilibrar as deficiências do ambiente produtivo do Brasil, as quais afetam os custos de produção, e a eficiência das empresas (impostos, encargos, logística, infraestrutura, câmbio, etc.) com as vantagens dadas pelos países asiáticos, que produzem para exportar a qualquer custo, carregando seus produtores de subsídios, incentivos e vantagens incompatíveis com as regras de mercado e da própria Organização Mundial do Comércio (OMC).

Nos gráficos a seguir, vemos o avanço dos importados no consumo nacional de vestuário, catalisado pela valorização da moeda brasileira frente ao dólar.

Participação da importação sobre o consumo nacional de vestuário (em %)



Fonte: IEMI

Com uma participação tão relevante na economia nacional, não é razoável supor que o Brasil possa se dar ao luxo de abrir mão de um setor produtivo que tanto contribui para a indústria de transformação e para o emprego do país. Também não é possível considerar que a solução para a competitividade da indústria de vestuário esteja restrita à desvalorização do real frente ao dólar, mesmo porque essa desvalorização, caso fosse, de fato, muito maior do que a já obtida em 2013, não só faria a inflação interna recrudescer ainda mais, como prejudicaria sobremaneira o poder de compra do consumidor local, responsável por absorver quase a totalidade da produção de vestuário do país. Sem dúvida, nesse caso, o remédio seria ainda pior do que o mal que se pretende curar.

Na esfera nacional, juntamente com o equilíbrio do câmbio, a indústria de vestuário carece de estímulos duradouros, que favoreçam o investimento de médio e longo prazo, como os relacionados ao aumento da produção, à eficiência produtiva, à inovação de processos e produtos e à qualificação de mão de obra, incluindo técnicos, gestores e *designers*.

Esse tipo de estímulo requer um esforço muito maior dos governos, das entidades e das instituições de ensino, pois transcende o mérito de um simples decreto de desoneração de tributos e exige o desenvolvimento de um planejamento estratégico que contemple um conjunto de ações estruturantes, as quais possibilitem a construção de diferenciais competitivos para ir muito além de um custo baixo de produção, agregando maior valor percebido aos produtos e serviços oferecidos pelo segmento ao mercado. Mesmo porque, por mais que haja a intenção dos governos de reduzir os ônus de produção, não há meios para torná-los menores do que os dos asiáticos a curto e médio prazos, o que nos obriga a conquistar nossos próprios diferenciais.

Contando com todos os elos produtivos da cadeia têxtil instalados no país, conforme demonstra o estudo “Brasil Têxtil 2013 – Relatório Setorial da Indústria Têxtil e de Confecção”, além de dispor do suprimento interno de todas as principais matérias-primas utilizadas pelo segmento (algodão, poliéster, poliamida, viscose, elastano, acrílico, lã, seda, etc.), não há, a princípio, limitações técnicas ao desenvolvimento de diferenciais competitivos para essa indústria no Brasil, caso se crie um ambiente produtivo favorável, com horizonte de longo prazo, estrutura e estímulos à inovação e ao investimento no setor. Esse é o grande desafio para preservar e desenvolver o setor de vestuário no país e também no estado do Paraná.

3. PARANÁ

O estado do Paraná representa a quinta maior economia do país, com um PIB de R\$ 257,0 bilhões, o que equivale a 5,8% do PIB nacional, enquanto sua indústria corresponde a 7,1% do valor da indústria de transformação nacional. Sua participação é ainda mais representativa na população, contando com 10,4 milhões de residentes, cerca de 5% dos habitantes do país, de acordo com as estimativas do IBGE referentes ao ano.

No setor de vestuário, o estado é também o quinto maior centro produtor, contando com 2,5 mil empresas, que empregam mais de 76 mil pessoas direta e indiretamente. Com esses números, o estado corresponde, dentro do segmento, a 9,0% das indústrias, 6,3% do pessoal ocupado e 8,8% da produção nacional.

Com grande importância na produção e consumo de roupas do país, com uma localização privilegiada, próximo aos principais mercados consumidores do Sul e Sudeste e com boas vias de acesso, o estado possui vantagens estratégicas relevantes que ajudaram a desenvolver o segmento no estado.

Tais vantagens, associadas a um conjunto de incentivos fiscais, mão de obra abundante e integração de elos fornecedores de tecidos no estado e novas formas de comercialização, podem garantir um bom desenvolvimento futuro da indústria do vestuário da região.

No campo das exportações, mesmo contando com fortes *players* no setor e uma elevação da sua participação sobre o montante exportado de vestuário pelo país, os produtores brasileiros em geral não vão poder almejar muito, considerando os níveis atuais do câmbio e a forte competição com os asiáticos, nos principais mercados consumidores do exterior. De acordo com dados oficiais da SECEX, na passagem de 2008 para 2012, a representação de artigos de vestuário exportados pelos paranaenses sobre o montante nacional aumentou de 1,7%, para 2,7% em relação aos valores em dólares e de 0,8% para 1,6% em relação aos volumes em peças, entre 2008 e 2012.

Participação das exportações de vestuário do Paraná em relação ao Brasil (em %)					
Descrição	2008	2009	2010	2011	2012
Em relação aos valores (em US\$)	1,7%	2,2%	2,1%	2,1%	2,7%
Em relação aos volumes (em peças)	0,8%	0,9%	0,9%	1,1%	1,6%

Fontes: IEMI/SECEX

Entretanto, linhas relevantes e com bom potencial de agregação de valor, como a produção de roupas infantis e bebês, se mantêm, no estado, em níveis muito aquém do

seu potencial, inclusive em relação ao mercado consumidor local, o quinto maior do país para artigos de moda, com 6,0% do total, segundo a POF (Pesquisa de Orçamento Familiar) do IBGE.

A tabela abaixo identifica estratificação das principais linhas de vestuário produzido no país e no estado, em termos de volume. Por ela destaca-se a linha adulta, em especial a feminina, ao mesmo tempo em que a participação no segmento infantil e bebê se encontra ainda muito aquém do potencial do estado e que poderiam ser alvo de um esforço maior do governo do estado, das entidades e das instituições para o seu fomento.

Representação das linhas de vestuário do Paraná em relação ao Brasil – 2012 (% sobre volumes)		
. Linhas	Brasil	Paraná
Feminino	51,9%	59,7%
Adulto	41,8%	54,8%
Infantil	10,1%	4,9%
Masculino	42,1%	38,1%
Adulto	33,2%	34,7%
Infantil	8,8%	3,5%
Bebê	6,1%	2,2%
. Total	100%	100%

Fonte: IEMI

O estado possui grande necessidade de comprar matérias-primas para a confecção de artigos de vestuário fora do estado, como foi analisado no item 20 – Origem dos principais insumos. Cerca de 50% das matérias-primas vem de outras regiões do país, com maior relevância para as tecelagens planas, cerca de 60%. Já a principal origem das malhas de algodão/sintéticas é a própria região Sul do país, mais especificamente Santa Catarina.

Não há dúvidas que a formação de um cluster integrado de produção, que incorporasse unidades produtivas locais de relevantes produtores de tecidos planos, tecidos de malha e aviamentos, poderia trazer às indústrias do vestuário local, em especial as médias e pequenas confecções, um importante suporte ao seu desenvolvimento. E, independente

do desafio que esta estratégia possa representar, este seria um dos fatores mais relevantes para a consolidação do segmento do vestuário no estado.

3.1. Cenário atual do setor no estado do Paraná

Com base no que foi apresentado até aqui sobre a competitividade do setor de vestuário no estado do Paraná, pode-se resumir o cenário atual destacando-se algumas das suas principais forças e fraquezas:

Forças:

- O Paraná é o quinto maior produtor de vestuário do país;
- É também o quinto maior mercado consumidor do produto, com um crescimento da demanda de mais de 60%, em termos reais, descontada a inflação, no período de 2004 a 2012;
- Dispõe de uma grande estrutura para o Atacado, com modernos centros de compra e programas de atração de compradores de importantes centros varejistas do país;
- Conta com relevante grupo de indústrias produtoras de moda casual, jeanswear e promocional, com escala, competitividade e potencial exportador;
- Através de um sistema de crédito presumido, oferece uma taxa de ICMS de 3% para o setor produtivo;
- Para as indústrias de micro e pequeno porte, optantes pelo SIMPLES, a taxa efetiva de tributação é a 2ª. mais baixa do país, ficando um pouco acima dos 4%, taxa equivalente para o pequeno varejo local (também enquadrado no simples);
- O custo da mão de obra do estado é o menor entre os estados do Sul do país, incluindo São Paulo e Rio de Janeiro;
- Comércio varejista em franco desenvolvimento;

-
- Localização estratégica para suprimento dos principais mercados consumidores (do Sul e Sudeste) do país;
 - Boa infraestrutura de portos para a exportação, frente aos demais estados produtores, e uma malha rodoviária em franca expansão, com a concessão de relevantes rodovias para a iniciativa privada;

Fraquezas:

- Baixa oferta de matérias-primas dentro do estado para a confecção de artigos de vestuário (tecidos, malhas e aviamentos);
- Baixa oferta de mão de obra qualificada para o setor;
- Elevado grau de concorrência entre os diferentes centros de atacado;
- Elevada dependência dos pequenos e médios produtores dos centros atacadistas de compra e da vinda de compradores trazidos por guias turísticos a custos elevados;
- Média salarial dos trabalhadores do segmento, bem abaixo dos demais setores da indústria de transformação do estado;
- Média salarial do setor abaixo do registrado em estados vizinhos do Centro-Oeste (Mato Grosso do Sul e Mato Grosso);
- Custo da energia para a indústria acima de outros estados produtores;
- Nível de incentivos para grandes e médias empresas (fora do SIMPLES) aquém dos estados concorrentes do CO e NE;
- Ausência de um cluster integrado para a produção de vestuário de moda;

PROPOSIÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO DO SETOR NO PARANÁ

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1. O QUE SE BUSCA E QUANDO

Ao longo deste diagnóstico, procurou-se ressaltar a importância da indústria de vestuário para a economia mundial e, em especial, para o desenvolvimento dos países emergentes, o que por si só justificaria todo e qualquer empenho para preservar e fomentar sua expansão no Brasil e, no caso deste estudo, preferencialmente no Paraná.

O intuito principal deste capítulo é fazer proposições para um planejamento estratégico estruturado, com foco direcionado às necessidades do setor, no estado, com detalhes sobre os objetivos estratégicos, as metas pretendidas, os segmentos prioritários, as empresas-alvo, as ações e os meios para fomentar o segmento e atrair possíveis interessados em investir na região.

Devido à grandeza da tarefa, sugerimos o desenvolvimento de um plano estratégico com um prazo de maturação de cinco anos.

O foco central do projeto é o desenvolvimento das confecções de moda do estado, por seu elevado grau de pulverização, dispersão e heterogeneidade, este segmento costuma representar o elo mais vulnerável

Como estratégia setorial prioritária, propomos a busca e a atração de fabricantes de grande porte e renome no suprimento das indústrias do vestuário local, com poder de exercer o papel de empresas-âncoras na multiplicação do crescimento do segmento no estado, formando um cluster integrado com foco no segmento de moda.

Para tanto, sugere-se que a busca seja centrada nos fabricantes de tecidos de moda – planos e malhas – e aviamentos, descritos no item 3 (adiante) e que juntamente com o vestuário respondem por quase 70% das receitas geradas pelo setor no país.

2. METAS PRETENDIDAS

2.1. Potencial para a produção de Tecidos no Paraná

O plano de ação proposto para os próximos cinco anos terá como um dos principais benefícios esperados, levar para o estado, novos processos de transformação industriais com grande capacidade de agregação de valor, estruturando um *cluster* integrado nos principais segmentos que compõem a cadeia produtiva do vestuário de moda: tecidos planos, tecidos de malha, aviamentos e vestuário.

Nos estados onde isso já ocorre, percebe-se um relevante ganho de competitividade, viabilizando o desenvolvimento de uma estrutura diferenciada de serviços de apoio ao setor têxtil e confeccionista local, a formação de mão de obra, o desenvolvimento de ações promocionais conjuntas, além de agregar ganhos relevantes de competitividade em logística, em certos casos, na área tributária, em velocidade e coordenação no desenvolvimento de produtos, entre outros.

Quando observados os dados do item 20.1 – Origens dos Insumos – apresentado na página 8 deste estudo, observa-se claramente que 82% os tecidos consumidos pelas

confeções do estado do Paraná são oriundos de fornecedores com unidades produtivas fora do estado. Isso significa que, cerca de R\$ 1,7 bilhão por ano, foram gastos em 2012 pelas indústrias do vestuário local, com a aquisição de matérias primas de outros estados, conforme demonstrado abaixo:

- Valor da Produção do Vestuário no Paraná em 2012 = R\$ 7.861,6 milhões
- Custo de Produção do Vestuário no Paraná = R\$ 6.132,0 milhões (~78% do VP)
- Valor adquirido em Matérias Primas = R\$ 2.084,9 milhões (~34% do CP)
- Valor adquirido de M.P. fora do estado = **R\$ 1.709,6 milhões** (~82% do total)

A proposta é criar condições e incentivos para a atração de produtores de matérias primas (tecidos planos, tecidos de malha e aviamentos) para o estado, em quantidade suficiente para substituir entre 50 a 60% dos tecidos adquiridos pelas confeções locais, fora do estado. Com isso, além de fortalecer a produção do vestuário local, oferecendo ao segmento uma vantagem competitiva sustentável com a formação de um cluster integrado, poderá se criar ainda um forte incremento nas receitas e no emprego gerado pelo setor no Paraná, com notórios benefícios à economia do estado:

. Indicadores	Metas 2018
	(valores a preços correntes)
Novos players (tecelagens, malharias e aviamentos) ⁽¹⁾	12 empresas ⁽¹⁾
Valor adicionado (vendas dentro do estado)	R\$ 1 bilhão por ano
Empregos adicionados	6,1 mil empregos

Fonte: estimativas IEMI;

Nota: (1) a serem atraídos por um programa de incentivos específico;

2.2. Potencial de expansão da produção de Vestuário no Paraná

Sem dúvida a introdução de grandes *players* de tecidos no estado poderá criar condições diferenciadas para a expansão do vestuário na região. Nos últimos dois anos, a produção de roupas no estado foi reduzida em 4,8%, em parte pelo desaquecimento da demanda nacional, em parte pelo aumento da participação dos importados no mercado interno.

Além disso, observa-se no país uma grande transformação nos canais de varejo de moda, onde as redes de varejo crescem bem mais que o mercado, com taxas de 7% ao ano, enquanto que as pequenas lojas independentes multimarcas, principal canal de destino da produção da maioria das pequenas e médias confecções do estado, apresentam taxas de crescimento bem inferiores, em torno de 1,7% ao ano.

Ou seja, com um mercado cada vez mais concorrido e com previsão de um ritmo lento de crescimento, em torno de 3,2% ano para os próximos cinco anos (até 2018), é preciso avançar em estratégias multicanais de venda, sem desprezar as atuais, tentando implantar novas formas de comercialização (representantes comerciais autônomos, lojas de atacado em outros estados, lojas próprias de varejo, físicas e virtuais, porta-a-porta, etc.), nem que para isso seja necessário o desenvolvimento de novas macas para canais específicos.

Se a projeção da demanda pelo produto de moda, como já citado, tende a crescer 3,2% ao ano, nos próximos cinco anos, é condicionante para que o segmento produtor de vestuário no estado aumente a sua expressão no mercado nacional, que o crescimento do conjunto das suas empresas supere esta taxa. Em sendo assim, a nossa proposta é que o setor estabeleça como meta, um crescimento médio de 5% ao ano, nos próximos cinco anos, o que geraria uma expansão de 34% no acumulado no período, conforme descrito no quadro abaixo:

. Indicadores	Cenário	Metas 2018
	Atual (2012)	(valores a preços correntes)
Taxa anual	-2% a.a.	5% ao ano
Varição acumulada	–	34%
Produção	542 milhões de peças ano	726 milhões de peças ano
Valor da produção	R\$ 7,9 bilhões ano	R\$ 10,5 bilhões ano
Pessoal ocupado	76 mil empregos	97,2 mil empregos
Valor adicionado	–	R\$ 2,6 bilhões por ano
Empregos adicionados	–	21,2 mil empregos

Pelos quadros apresentados, verifica-se a importância do desafio proposto: no segmento de vestuário, a meta é adicionar às receitas de produção no estado, R\$ 2,6 bilhões e 21,2 mil empregos, enquanto que com a atração de novos *players* de tecidos e aviamentos, a meta é agregar cerca de R\$ 1 bilhão por ano e 6,1 mil empregos. Somadas as metas deste projeto para os dois segmentos, o potencial de expansão chega a R\$ 3,6 bilhões ano e 31,4 mil empregos, em 2018, a preços correntes.

3. ELOS PRODUTIVOS PRIORITÁRIOS

Para o alcance das metas de crescimento propostas, foram escolhidos os elos produtivos prioritários, selecionados de forma a eliminar as principais fragilidades do setor no estado e compor um *cluster* de produção completo e integrado, que possa oferecer vantagens competitivas duradouras ao segmento confeccionista de moda do Paraná.

Como o objetivo estratégico principal é a prospecção, de forma ativa, de empresas-âncoras do setor, é importante descrever os elos produtivos prioritários e as principais operações de produção envolvidas em seus modelos de negócio, para que seja possível pensar na criação de benefícios específicos para esses segmentos, com diferenciais relevantes para a atração de investidores no estado, que vão além do simples incentivo fiscal. Os elos a serem priorizados são os seguintes:

3.1. Tecelagens plana

O modelo de negócio das principais empresas desse segmento no país, como Vicunha, Canatiba, Cedro e Cachoeira, Santana Têxtil, entre outras (ver lista nos Anexos), tem como matéria-prima principal as fibras de algodão e poliéster e conta com a produção própria do fio e do tecido, além do acabamento (tinturaria, estamparia, etc.) do tecido, que é um processo fundamental para agregar valor aos produtos, principalmente junto às confecções de moda.



Importante: as notas explicativas de cada processo citado acima estão no final do tópico.

3.2 Tecelagens de malha

Os tecidos de malha, juntamente com os planos, compõem a principal matéria-prima das confecções de moda, com destaque para os artigos das linhas casual, íntima, *fitness*, esportiva e praia. Em seu modelo de negócio, diferem-se das tecelagens planas por não integrarem a produção de fios, posicionando-se como um dos principais clientes das fiações brasileiras e baianas, embora sua demanda não esteja centrada apenas em fios de algodão. Nas empresas de maior destaque desse segmento, como Pettenati, Rosset, TDB, Santa Constância e outras (citadas na relação de empresas apresentada nos Anexos deste estudo), é comum predominarem os fios artificiais e sintéticos.



Importante: as notas explicativas de cada processo citado acima estão no final do tópico.

- ① **Pesquisa de tendências:** pesquisas das tendências de estilo, *design* e concepção de moda, envolvendo viagens ao exterior, consultas a birôs de estilo, a fornecedores (pelos estilistas e *designers* da empresa), eventos de lançamento.



2 Criação: transformação das tendências em novos produtos e coleções, com a criação dos desenhos, padronagens, modelagens, especificações de materiais, componentes, processos e fornecedores, até a aprovação de protótipo e amostras.

③ **Fiação:** paralelização e torção de fibras para a formação de fios fiados e contínuos, resistentes à tração.

④ **Preparação à tecelagem plana:** enrolamento dos fios e filamentos têxteis em discos paralelos para a composição de urdumes que alimentam os teares.

⑤ **Tecelagem plana:** produção de tecidos a partir da inserção de trama em ângulo de 90°, em fios paralelos, dispostos a partir de um urdume. As inserções de trama ocorrem por jato de ar, jato de água, pinça e projétil.

⑥ **Tecelagem de malha:** produção de tecidos a partir do entrelaçamento de fios e filamentos têxteis, nas máquinas de tecer por sistema de agulhas: circulares, kettenschul e raschel.

⑦ **Acabamento:** processos de beneficiamento de tecidos de malha para agregação de valor aos produtos, envolvendo mercerização, estabilização, alveamento, amaciamento, tinturaria, estamparia, entre outros.

⑩ **Qualidade e expedição:** revisão, etiquetagem, embalagem, armazenagem e expedição de pedidos.

PLANO DE AÇÃO

PERÍODO DE IMPLANTAÇÃO: 5 ANOS

Aqui são sugeridas algumas ações prioritárias para o fomento do setor e o alcance das metas pretendidas:

1. CRIAÇÃO DO IDTV – INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO DO SETOR TÊXTIL E VESTUÁRIO

O que vem a ser essa organização

O IDTV deve ser estruturado e organizado com um grupo seletivo de profissionais especializados nas diversas áreas técnicas envolvidas e com pleno conhecimento dos trâmites burocráticos, normas e procedimentos do governo do estado do Paraná. Eles precisarão estar treinados e dedicados, com o propósito de receber as novas empresas interessadas em iniciar atividades no estado, entender suas necessidades básicas, avaliar e decidir pelo suporte adequado a ser fornecido pela nova organização, no caso o IDTV – Instituto de Desenvolvimento do Setor Têxtil e Vestuário.

Esses profissionais devem, ainda, participar de todo o processo de recebimento de uma nova empresa no estado, ou seja, desde o momento em que é demonstrada a intenção da empresa em investir no estado do Paraná até a conclusão e o início das operações do projeto. Esse grupo de profissionais terá a função de acompanhar e orientar os executivos e os profissionais das empresas interessadas em todos os processos decisórios e deverá ter definido um líder de projeto dedicado a cada empresa. Esse líder deverá atuar como representante responsável da organização junto ao governo do estado e às prefeituras, na condução dos assuntos de interesse da empresa investidora.

Sua atuação deverá envolver as diferentes etapas de negociação:

- definir em conjunto com a empresa, os municípios a serem considerados para o novo projeto;
- oferecer as áreas disponíveis para a localização do novo projeto;
- orientar quanto aos requisitos necessários ao acesso dos incentivos oferecidos nos âmbitos estadual e municipal (documentação, garantias, compromissos, projetos ambientais, impacto social, etc.);
- desenvolver os contatos dos responsáveis, em cada órgão e autarquia do governo, a serem contatados para a disponibilização dos principais recursos do projeto, tais como energia elétrica, voz e dados, água e esgoto, licenças ambientais e outros;
- participar de todas as rodadas de negociações em níveis estadual e municipal e das discussões dos benefícios e incentivos a serem concedidos a cada novo projeto;
- oferecer todo o suporte à empresa, para o perfeito entendimento e esclarecimento de qualquer dúvida pertinente à condução de cada novo projeto.

Enfim, o líder será o interlocutor entre a empresa e os diferentes órgãos do governo do estado e das prefeituras envolvidos no projeto de investimento no Paraná.

Nossa proposta é que o IDTV seja criado e mantido política e fisicamente dentro da FIEP.

Por que ter esse tipo de organização

Para que as empresas interessadas nos incentivos, benefícios e demais diferenciais do Paraná, em especial as que ainda não se encontram instaladas no estado, possam ter uma “porta de entrada” e serem devidamente recepcionadas e orientadas, de modo a serem motivadas a seguir adiante com sua intenção de investir no Paraná. Para tanto, além de recepcioná-las, será preciso, ainda, assessorá-las no entendimento e obtenção dos incentivos oferecidos ao longo de todo o processo de implementação do projeto. Essa

ação é fundamental para se obter maior competitividade em relação a outros estados que já possuem um modo bem estruturado e organizado de assessorar os investidores interessados, além de gerar maior credibilidade e despertar, nas novas empresas, maior confiança em investir no Paraná.

Cabe destacar que esta organização deverá assessorar também os empresários e investidores do próprio estado, já atuantes no segmento, mas que queiram ampliar seus investimentos na região.

Um exemplo bem-sucedido do que está sendo é o do estado de Minas Gerais, que conta com o INDI – Instituto Integrado de Desenvolvimento de Minas Gerais, o qual, dentre outras atividades, se dedica a receber, acompanhar e orientar as novas empresas interessadas em se estabelecer no estado. A diferença é que ele foi pensado e montado pelo próprio governo do estado, que, inclusive, sedia suas instalações, enquanto aqui se sugere que isso seja feito pela FIEP.

Como estruturar e organizar o IDTV

O exemplo que utilizamos como referência para esta proposição – o INDI de Minas Gerais – tem o suporte técnico e estrutural de empresas estatais como CEMIG e BDMG, que, de modo integrado, atuam na completa organização e disponibilização dos recursos necessários e contam com um contingente de profissionais de alto nível para atender às empresas que já estão ativas e as novas que serão instaladas em Minas.

A nossa proposta é organizar e estruturar o IDTV em moldes similares aos já oferecidos por Minas Gerais, contando com “mantenedores”, como: além da própria FIEP e do governo do estado, empresas ligadas diretamente ao fomento empresarial; no caso, o BADEP – Banco de Desenvolvimento do Paraná, juntamente com empresas que possam se beneficiar diretamente da entrada das novas indústrias, como a COPEL (Companhia Paranaense de Energia) e a SANEPAR (Companhia de Saneamento do Paraná).

Quando implementar o IDTV

Nossa recomendação é iniciar imediatamente, no estado do Paraná, a discussão e as tratativas com vistas a se obter a estruturação do IDTV, para que, de modo geral, as empresas, ao serem convidadas a visitar e investir no Paraná, percebam uma estrutura que transmita muita credibilidade e confiança aos novos entrantes no estado, visto que esse item já foi identificado e mencionado como uma lacuna no diagnóstico apresentado por este relatório. Recomendamos explorar o IDTV como um enorme diferencial para o estado do Paraná.

2. CRIAÇÃO DE DISTRITO INDUSTRIAL INTEGRADO AO CENTRO LOGÍSTICO

Para a expansão da produção local do vestuário, esta ação não seria tão necessária, mas para atrair grandes produtores de tecidos planos, tecidos de malha e aviamentos, julgamos relevante contar com a criação de um Centro Industrial Integrado e localizado em área estratégica para beneficiar os principais polos confeccionistas do estado.

O que vem a ser esse ambiente

Projetar e implantar uma área (distrito industrial), possivelmente localizada região relativamente próxima à capital, ou em alguma via de acesso relevante entre a capital e os polos produtores de vestuário, contando com relevantes recursos (benefícios e infraestrutura) a serem oferecidos às novas empresas de tecido interessadas em se estabelecer no estado do Paraná.

Nessa área, deverão estar disponíveis e garantidos, em quantidade e qualidade, os principais recursos necessários à instalação e operação de empresas do segmento. Recursos como energia elétrica com suprimento estável, linhas de distribuição e conexão para voz e dados, rede de suprimento de água e coleta de esgoto (ETA – Estação de

Tratamento de Águas e ETEI – Estação de Tratamento de Efluentes Industriais), individual e/ou comunitária, áreas para descarte, reciclagem ou queima de resíduos industriais (líquidos e sólidos), ruas com calçamento, iluminação e acesso fácil às principais vias de acesso, entre outros.

Essa área deverá ser definida e delimitada e estar protegida por legislação específica que dê suporte a sua criação.

Além do suprimento desses benefícios, propomos que todas as áreas compreendidas até os limites do distrito possam ser negociadas e **vendidas** às empresas por um preço simbólico, ou ao menos reduzido, possibilitando que elas possam oferecer essas áreas como parte das garantias dos financiamentos a serem captados para fazer frente aos investimentos necessários à efetivação dos empreendimentos.

Essa proposição pode parecer polêmica, mas já é empregada em estados concorrentes do Paraná na atração de investimentos. Durante a criação e definição de um distrito industrial, para a sua efetivação, o projeto deverá passar por críticas de diferentes técnicos do governo e contar ainda com a aprovação formal e legal da Câmara de Vereadores do município a receber tal empreendimento.

Nesse mesmo projeto, ao se aprovar a criação do distrito industrial, com todo o amparo legal necessário, propomos a inclusão da condição de “venda” das áreas para as empresas interessadas em se instalar ou aumentar sua capacidade de produção, ou ainda em estender suas atividades e negócios no estado do Paraná.

Foi o que fizeram outros estados da federação, como, por exemplo, Mato Grosso do Sul, onde o município de Três Lagoas oferece tais condições às empresas que desejarem se instalar naquela região.

As áreas oferecidas poderão ser “doadas” ou “vendidas” às empresas interessadas, através de processo formal e legal e recomendado por técnicos do governo, porém mediante a aprovação de cada projeto na Câmara de Vereadores do município. Somente dessa forma, ou seja, após a aprovação na Câmara, é que o benefício seria concedido para a empresa.

Dependendo de cada caso, seria importante considerar, também, a oferta de serviços de terraplenagem dos acessos, iluminação externa, arruamentos e drenagem de águas pluviais, a serem oferecidos e patrocinados pelo município, sem custos para as empresas.

Por que criar esse tipo de ambiente

Para garantir às novas empresas do segmento têxtil e confeccionista um diferencial significativo frente aos demais estados, dando suporte, em local adequado, às necessidades básicas para a operação das diferentes atividades produtivas do setor.

A proposta é concentrar, em um único local, as empresas fabricantes de tecidos nas mais variadas classificações e aplicações, as empresas confeccionistas do segmento de vestuário e acessórios, seus fornecedores e igualmente as empresas de logística e distribuição de produtos. Isso certamente irá proporcionar maior integração entre as diferentes atividades e maior sinergia, com potencial de gerar benefícios operacionais e econômicos reais às atividades ali instaladas.

Onde criar esse ambiente

Como já dito, preferencialmente numa primeira fase, localizar esse distrito na região metropolitana de Curitiba, ou na região mais ao Norte do estado, onde se concentram importantes centros confeccionistas do estado. Em ambos os casos, é condicionante a disponibilidade de uma logística privilegiada e a proximidade de grandes centros urbanos

para a infraestrutura de formação de mão de obra, serviços de apoio à produção, entre outros.

Quando implementar esse tipo de ambiente

Por ser um significativo diferencial, propomos que esse novo distrito seja criado concomitantemente à criação do IDTV (proposição 1).

Quais segmentos da indústria têxtil e vestuário priorizar

Sem estabelecer uma ordem cronológica, é importante centrar os esforços na atração de empresas-âncoras dos segmentos de Tecelagem Planos, Tecidos de Malha e Aviamentos, que são os que oferecem o maior potencial para dinamizar o setor de vestuário no estado e consolidar a formação de um *cluster* produtivo de moda, integrado e sustentável.

3. GARANTIA DE SUPRIMENTO DAS UTILIDADES AO DISTRITO INDUSTRIAL E OFERTA DE ÁREAS

O que deve estar garantido

Como já apresentado em nosso diagnóstico preliminar, é de vital importância a garantia de fornecimento estável de todas as utilidades e demais serviços necessários à manutenção dos processos e atividades da indústria têxtil e confeccionista, incluindo suas atividades de beneficiamento (tinturaria e estamparia), as quais incluem atividades geradoras de efluentes industriais que requerem infraestrutura de tratamento e demandam um suprimento regular e sustentável de energia para movimentar suas máquinas (filatórios, teares, máquinas de corte e costura) e gerar calor (calandras, tinturaria, passadoria, etc.).

Essa garantia deverá ser para o fornecimento, em qualidade e quantidade, de todos os principais recursos necessários às diferentes atividades do segmento têxtil e confeccionista, o que certamente irá requerer o envolvimento e a parceria de empresas como a COPEL e a SANEPAR, a ser negociada e obtida pelo novo IDTV, conforme proposto inicialmente.

Entendem-se por utilidades os recursos de infraestrutura já citados, como fornecimento estável de energia elétrica, transmissão e conexões de voz e dados, fornecimento de água (ETA), sistemas de coleta de esgotos e efluentes industriais (ETEI), área para o descarte de resíduos sólidos e líquidos – tudo isso em capacidades e volumes adequados. Tais volumes terão que ser definidos em conjunto com as empresas-âncoras à medida que elas forem atraídas a investir no estado.

É mandatório garantir essas condições às empresas interessadas em se estabelecer no estado, e essa é uma das razões de se privilegiarem áreas próximas à região metropolitana, ou centros urbanos desenvolvidos. Se o Paraná não pode oferecer custos de produção Asiáticos, com esta ação poderá oferecer infraestrutura de primeiro mundo.

4. POLÍTICAS PARA A CONCESSÃO DE INCENTIVOS FISCAIS E OUTROS BENEFÍCIOS

O que criar e oferecer às empresas que se instalarem no estado do Paraná

Com relação aos incentivos fiscais estaduais, estes poderão ser oferecidos pelo estado do Paraná às novas empresas interessadas em desenvolver operações no estado e igualmente às empresas já instaladas e que venham a apresentar um plano significativo de expansão de suas atividades industriais e/ou de distribuição ou comercialização de

seus produtos. A proposta é estabelecer critérios com informações atualizadas sobre o que os outros estados da federação oferecem para atrair e manter consigo as operações das empresas e fazer com que o estado do Paraná possa oferecer iguais incentivos. Ou seja, a ideia é conceder no Paraná as mesmas condições e incentivos que de alguma maneira estão sendo oferecidos por outros estados da federação, em especial Mato Grosso do Sul, Mato Grosso e Goiás, além de Minas Gerais e Rio de Janeiro.

Para tanto, será preciso elaborar um *benchmark* periódico com diferentes estados da federação, entender o que estão oferecendo como incentivos fiscais para as empresas de um determinado setor ou grupo de setores econômicos, decidir sobre as melhores práticas destes estados e adotar tais praticas como aquilo que o estado do Paraná poderá oferecer.

É conhecido que alguns estados já atuam dessa forma, definindo e elaborando leis específicas que visam ao desenvolvimento de um determinado setor ou grupo de setores econômicos. Como exemplo, temos o estado do Rio de Janeiro, com a Lei 4.182, conhecida como Lei da Moda (ver texto da lei em Referências, ao final deste estudo), que oferece incentivos fiscais para os diferentes segmentos de atividades industriais e de distribuição de produtos têxteis produzidos no estado. Essa lei regula as atividades desses segmentos no estado do Rio de Janeiro.

Também é conhecido que o estado de Minas Gerais oferece para as novas empresas entrantes as melhores praticas já identificadas ou conquistadas por uma determinada empresa em qualquer outro estado da federação.

A ideia aqui é aprovar uma lei de incentivo mais genérica e flexível, que possibilite negociar até caso a caso, se necessário, conforme a relevância da empresa interessada. Algo do tipo: “Apresente-me as condições obtidas em outro estado, e o Paraná poderá oferecer essas mesmas condições, complementadas por benefícios ainda melhores”.

Ainda assim, entendemos que os incentivos fiscais, concedidos pelo estado, *de per si* não são os fatores determinantes na decisão de uma empresa de se instalar em um determinado estado, ainda mais no Paraná, onde eles já se mostram competitivos. Tampouco compartilhamos da ideia de que os incentivos fiscais venham a ser considerados o fator principal de competitividade de qualquer empresa.

É de conhecimento dos empresários que os incentivos fiscais, por melhores que sejam e independentemente da proteção jurídica que possam oferecer, são sempre voláteis e, portanto, de alto risco para a garantia de sucesso de qualquer empreendimento, o que amplia, e muito, a importância das demais proposições apresentadas neste estudo. A concessão de benefícios relevantes e perenes para as empresas entrantes e para as já instaladas tem o poder de criar um diferencial significativo de atração e de retenção dessas empresas no estado do Paraná.

Isso posto, é primordial a elaboração de um plano de benefícios, a ser concedido por municípios credenciados pelo estado do Paraná, para reunir as condições de receber e manter as empresas ativas na região. Como exemplo, fazemos referência à Lei 5.636 do estado do Rio de Janeiro, que trata do referido assunto, com a criação de um regime especial de tributação para estimular a recuperação econômica de 51 municípios do estado.

No Paraná, o credenciamento desses municípios deverá ser feito segundo critérios seletivos predefinidos em conformidade com os interesses do estado. A política de ter municípios credenciados pelo estado irá provocar, naturalmente, uma competitividade interessante e sadia entre os diferentes municípios, de modo a fazer com que cada um busque oferecer vantagens adicionais próprias. Recomendamos apenas que essas cidades não estejam muito distantes dos polos produtores de moda, para evitar o rareamento dos serviços de infraestrutura, da qualificação de mão de obra e de outras utilidades fundamentais para a boa operação das indústrias do setor.

O plano de benefícios a ser oferecido às empresas do setor, descrito até aqui, deverá ser suportado por quatro pilares importantes para a garantia da continuidade das atividades dessas empresas no estado. Esses pilares de sustentação são os seguintes:

- a criação do IDTV, para oferecer total suporte às novas empresas interessadas em estabelecer atividades no Paraná, bem como às demais empresas do setor já instaladas no estado;
- a criação de um distrito industrial integrado a um centro logístico para a distribuição de produtos têxteis;
- a garantia de oferta e de formação de mão de obra, direta e indireta, na quantidade e qualidade necessárias às atividades desses setores;
- a política de venda, por preço simbólico, das áreas de interesse dessas novas empresas.

5. FORMAÇÃO E QUALIFICAÇÃO DA MÃO DE OBRA

A qualificação profissional ainda é um entrave ao desenvolvimento da indústria de vestuário no estado do Paraná, de acordo com o que foi constatado nos primeiros capítulos deste estudo. O interessante é que esse é um entrave, principalmente nos estados do Sul e do Sudeste do país, onde se soma à escassez geral da oferta de mão de obra, qualificada ou não, para o segmento.

Dessa forma, considera-se um ponto-chave para o sucesso deste plano de ação, e um grande diferencial para o estado do Paraná na atração de novas indústrias para o segmento, a disponibilidade de centros de formação e qualificação especializados no setor têxtil e confeccionista, com estrutura a ser oferecida na própria região.

Embora o estado já conte com universidades e centros de formação qualificados, principalmente da rede SENAI, é importante considerar que a demanda deverá crescer

muito em relação à atual, podendo ser necessário qualificar um número superior a 27 mil trabalhadores em um prazo de até cinco anos (período de implantação proposto).

Desse montante, estima-se a necessidade de 6,1 trabalhadores para as indústrias produtoras de tecidos planos, tecidos de malha e aviamentos, e 21,2 mil para a produção de confeccionados, totalizando 27,3 mil novos empregos em cinco anos.

Plano de formação de profissionais no setor de vestuário	
. Setor	Até 2018
Tecelagem (planos, malhas e aviamentos)	6,1 mil empregos
Vestuário	21,2 mil empregos
. Total	27,3 mil empregos

Fonte: IEMI

Um modelo de centro de excelência de ensino para a área têxtil é a tradicional escola do SENAI/CETIQT – Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil, na cidade do Rio de Janeiro, com cursos de qualificação e aperfeiçoamento profissional em três níveis: operário, técnico e superior, tanto no segmento têxtil quanto na confecção, no *design* e no estilo. Um convênio com essa escola, através do próprio SENAI Paraná, pode ser o caminho para garantir as condições necessárias para se alcançar a estrutura de formação necessária ao atendimento das necessidades das novas empresas.

Outro bom exemplo no Rio é o SENAC, com cursos de estamparia têxtil, costureiro, modelagem em tecido plano, criação e desenvolvimento de bolsas, customização de *jeans* e acessórios, desenhista de moda, *design* de estampas, *marketing*, pesquisa, consultoria e produção da moda, etc., fruto da demanda verificada pelo estado com o desenvolvimento do setor, impulsionado pelas leis estaduais voltadas ao segmento e já mencionadas aqui (Lei 4.182 e Lei 5.636, ambas constantes dos Anexos).

Ainda no estado do Rio de Janeiro, no município de Barra do Piraí, temos a FAETEC – Fundação de Apoio à Escola Técnica, vinculada ao governo, e o CVT – Centro Vocacional

Tecnológico, um espaço para ajudar na formação de jovens e adultos e que oferece diversos cursos na área de moda: modelagem/corte e costura, bordado e customização.

O CVT – Barra do Piraí foi inaugurado em 2011, com investimento de R\$ 2,45 milhões e capacidade para formar mais de 2 mil alunos por ano. Atualmente, a FAETEC possui 35 CVTs instalados em todo o estado do Rio. Eles formam mão de obra para atuar em diversos setores da economia e ganharam a certificação internacional ISO 9001.

Na cidade de São Paulo, outra escola tradicional é o SENAI – Francisco Matarazzo, na região do Brás, especializada na formação de trabalhadores, técnicos e gestores para o setor têxtil e confeccionista, com toda a estrutura de máquinas e equipamentos de uso nas indústrias do segmento, possibilitando a seus alunos um alto nível de treinamento e qualificação.

Deve-se também tentar organizar novos programas de intercâmbio, sob coordenação dos parceiros e do próprio IDTV (cuja criação foi proposta neste plano de ação), com o intuito de proporcionar aos futuros profissionais a oportunidade de adquirir conhecimentos através da troca de experiências no exterior.

Deve-se considerar, ainda, um esforço maior na formação de empresários, lembrando que uma parte significativa do setor é formada por empresas de micro e pequeno portes. Investir na formação desses pequenos empreendedores será de grande relevância para garantir a continuidade do crescimento do setor a longo prazo.

Nesse sentido, as parcerias com o SEBRAE, que oferece cursos, feiras, palestras, consultorias, informações de gestão, etc. voltados ao empreendedorismo, à gestão de negócios e ao planejamento estratégico, são fundamentais para a inserção de novos facionistas no mercado e para a transformação deles em indústrias independentes, que dominem todas as etapas de criação, produção e comercialização de seus produtos.

6. PROGRAMAS DE REFERÊNCIA E ESTADOS CONCORRENTES

Conforme já mencionado ao longo dos itens anteriores, como referência em termos de organização, abordagem e relacionamento com as empresas e leis de fomento, elegemos como destaque o programa desenvolvido pelos estados de Minas Gerais e Rio de Janeiro, pela qualidade dos benefícios e diferenciais alcançados, os quais inspiram, em parte, as proposições apresentadas nesta primeira fase do plano e devem ser observados e acompanhados ao longo do período de implementação, sempre à procura de novas ideias para o fomento do setor no estado do Paraná.

Outro ponto importante que gostaríamos de destacar são os estados onde, já há um bom tempo, vem sendo desenvolvido um trabalho voltado ao fomento do setor, com bons resultados.

Na região Sul, o grande destaque é Santa Catarina, que, como concorrente do Paraná na atração de empresas do vestuário, é o hoje o estado mais bem-sucedido da região. Além das empresas locais, Santa Catarina já sedia importantes fábricas do país na área do vestuário, com destaques para a Brandili, Cativa, Hering, Lunender, Malwee, Marisol, Rovitex, Sul Fabril, entre outras. A grande maioria delas hoje com soluções multisuprimento (produção própria, terceirizada, em estados incentivados, importação, etc.) e multicanal (atacado, varejo, lojas próprias, franquias, etc.) implementadas em suas estratégias de crescimento.

Na região Centro Oeste, o estado do Mato Grosso conta com unidades da Vicunha e da Santana Textiles, com operações recém-inauguradas, enquanto Goiás possui uma grande operação da Hering. Em Mato Grosso do Sul, encontram-se unidades da TDB (Têxtil David Bobrow) e da Cativa, entre outras. Esse estado dispõe, além dos incentivos fiscais, de uma vantagem competitiva importante: em comparação com os estados incentivados do Nordeste, está bem mais próximo dos mercados consumidores do Sul e do Sudeste,

sem estar distante do estado que é o maior produtor de algodão do país, Mato Grosso. Neste caso, porém, o Paraná também oferece uma localização estratégica, além de contar com um mercado consumidor bem mais forte.

Enfim, considera-se de grande relevância para o sucesso deste plano o monitoramento desses estados e de suas ações, para manter o programa de fomento do setor têxtil e do vestuário do Paraná, sempre em boas condições de atratividade.

7. PROGRAMA DE MODERNIZAÇÃO E QUALIFICAÇÃO INDUSTRIAL

Propomos a elaboração de um programa de modernização das indústrias do estado, aliado a um projeto de implementação das melhores práticas produtivas, de *design* e de gestão empresarial, às confecções paranaenses, extensível aos produtores têxteis locais,

Um programa como esse deverá dispor de:

- um agente financiador que possa oferecer uma linha de crédito específica para essa ação, a custos competitivos. Exemplo: BANDEP;
- uma consultoria especializada no processo têxtil, com conhecimento e atuação internacional, que possa fazer um *benchmark* das indústrias que desejem o financiamento, auditar, fazer proposições e emitir certificações quanto à implementação das melhores práticas produtivas. Exemplo: Gherzi International ou Werner International;
- convênio com instituições estrangeiras de excelência na formação de mão de obra e técnicos têxteis, envolvendo o SENAI Paraná. Exemplo: University of Manchester ou Fashion Institute of Technology (FIT).

Esse projeto deveria ser desenvolvido sob a coordenação do IDTV, envolvendo a governança local (FIEB, governo do estado, SEBRAE, SENAI, etc.) e demais parceiros, de modo a vincular a oferta de recursos para a modernização das máquinas, equipamentos e instalações a um plano de implementação das melhores práticas produtivas, no qual os custos desses serviços pudessem estar inseridos no montante do financiamento. Os serviços a que nos referimos são:

- estudo-diagnóstico da situação da empresa em termos de eficiência produtiva (*benchmark* em âmbito internacional de máquinas, processos, qualidade, etc.);
- consultoria técnica, treinamento e implantação de melhorias nos processos, para alcance dos indicadores de eficiência desejados pelo programa (a serem definidos oportunamente, pela consultoria parceira do programa);
- auditoria periódica e certificação das empresas com as melhores práticas, garantindo ao setor a qualificação necessária à sua consolidação no estado.

Esse tipo de programa ainda não oferece *cases* de sucesso no setor têxtil e confeccionista do Brasil, pois as tentativas preliminares não contaram com o envolvimento de todas as partes necessárias (governança local) para levar sua implantação a cabo.

Tentativas pioneiras já foram empregadas no Ceará, como a iniciativa do sindicato têxtil do estado (Sinditêxtil), que no ano de 2004 firmou convênio com a Werner International para a realização de um *benchmark* com 22 empresas cearenses, beneficiadas com um relatório individual customizado, contendo detalhada avaliação de sua eficiência nas diferentes fases do processo produtivo, frente a competidores asiáticos, europeus e norte-americanos. Esse relatório vinha acompanhado de sugestões de melhorias para qualificar as empresas nos padrões internacionais de competitividade, mas sem qualquer suporte

financeiro (financiamento) ou estímulo (certificações) para a implementação de tais ações, a serem custeadas por cada empresa individualmente.

Um programa semelhante ao que aqui propomos, focado na área têxtil, foi desenvolvido na Turquia com reconhecido sucesso, tendo sido adotado como antídoto à invasão de produtos asiáticos no país no início dos anos 2000. Contando com o envolvimento do governo central, de fundos da União Europeia e de consultorias internacionais, impondo a vinculação dos recursos de modernização à implementação das melhores práticas produtivas e à certificação de qualidade, o programa conseguiu modernizar e elevar a eficiência e a qualidade dos produtos turcos, tornando o país um grande produtor (oitavo) e exportador (sétimo) de têxteis e confeccionados, com vendas ao exterior equivalentes a US\$ 25 bilhões anuais. Isso foi feito mesmo com um câmbio próximo ao nosso (1,2 reais ~ 1 libra turca) e com um custo de mão de obra levemente superior ao nosso (US\$ 4,50 a hora contra US\$ 3,88, conforme apresentado nos primeiros capítulos deste relatório).

Estamos seguros de que, a partir do momento em que o estado do Paraná alcançar a densidade de empresas, a integração e a complementaridade dos elos produtivos do setor de moda, um programa como este, se bem gerido, tem tudo para elevar o setor têxtil e confeccionista paranaense a um estágio de desenvolvimento acima das demais regiões do país.

ANEXOS

Nas tabelas abaixo são listados os municípios que compõem cada polo produtor de artigos de vestuário do Paraná.

1. POLOS

Polo de Cianorte

Cianorte	Rondon
Cidade Gaúcha	São Manoel do Paraná
Cruzeiro do Oeste	São Tomé
Guaporema	Tapejara
Indianópolis	Terra Boa
Japurá	Tuneiras do Oeste
Jussara	Umuarama

Polo de Maringá

Astorga	Maringá
Mandaguari	Paiçandu
Marialva	Sarandi

Polo de Apucarana

Apucarana	Marilândia do Sul
Arapongas	Mauá da Serra
Califórnia	Novo Itacolomi
Cambira	Sabáudia
Jandaia do Sul	

Polo de Londrina

Cambé	Pitangueiras
Ibiporã	Rolândia
Londrina	Tamarana

Polo de Terra Roxa – Altônia

Altônia	Pérola
Francisco Alves	Terra Roxa
Guaira	Xambrê
Iporã	

Polo de Francisco Beltrão – Ampére

Ampére	Santa Izabel do Oeste
Francisco Beltrão	Santo Antônio do Sudoeste

Polo de Siqueira Campos

Carlópolis	Santo Antônio da Platina
Joaquim Távora	Siqueira Campos
Quatiguá	Tomazina
Ribeirão Claro	Wenceslau Braz
Salto do Itararé	

Polo de Cascavel

Anahy	Ibema
Braganey	Iguatu
Campo Bonito	Nova Aurora
Cascavel	Santa Tereza do Oeste
Catanduvas	Toledo
Corbélia	Três Barras do Paraná
Guaraniaçu	Tupãssi

Polo da Grande Curitiba

Araucária	Pinhais
Campo Largo	Piraquara
Colombo	Rio Branco do Sul
Curitiba	São José dos Pinhais

2. REFERÊNCIAS

INDI – Instituto de Desenvolvimento Integrado de Minas Gerais

O INDI foi criado em 1968 com a necessidade de um órgão especializado no apoio aos empresários mineiros e na atração de empresas e investimentos, com a finalidade de oferecer ao Estado melhores instrumentos para se desenvolver.

Missão: Atuar na prospecção, indução e atração de investimentos e na assistência a empreendimentos para o desenvolvimento sustentável de Minas Gerais.

Visão: Ser referência mundial como a agência mais efetiva de promoção de investimentos produtivos até 2018.

Valores: Empreendedorismo, inovação, agregação de valor, ética, credibilidade, etc.

Contato: <http://www.indi.mg.gov.br/>

. Mantenedores da estrutura do INDI:

CEMIG – Companhia Energética de Minas Gerais

A Cemig foi criada em 1952, é uma *holding* composta de mais de 100 empresas e com participações em consórcios e fundo de participações, além de possuir ativos e negócios em 22 estados brasileiros, no Distrito Federal e também no Chile. Atua nas áreas de geração, transmissão e distribuição de energia elétrica e soluções energéticas.

Atualmente, a Companhia é um dos maiores grupos empresariais do setor energético brasileiro. Responsável pelo atendimento a cerca de 18 milhões de pessoas em 774 municípios de Minas Gerais e pela gestão da maior rede de distribuição de energia elétrica da América do Sul, com mais de 400 mil km de extensão.

Missão: Atuar no setor de energia com rentabilidade, qualidade e responsabilidade social.

Visão: Consolidar-se, nesta década, como o maior grupo do setor elétrico nacional em valor de mercado, com presença em gás, líder mundial em sustentabilidade, admirado pelo cliente e reconhecido pela solidez e performance.

Valores: Integridade, ética, riqueza, responsabilidade social, entusiasmo no trabalho, espírito empreendedor.

Site: <http://www.cemig.com.br>

BDMG – Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais

Para promover o crescimento da economia mineira, o Estado conta com a força e o dinamismo de um sólido agente financeiro: o BDMG, oferecendo soluções de financiamento para empresas de todos os portes e setores em Minas Gerais. Na área pública, financia projetos municipais de saneamento básico e ambiental, infraestrutura urbana e fortalecimento institucional.

As linhas de crédito que compõem as Soluções BDMG de Financiamento apresentam taxas competitivas e faixas de médio e longo prazo para pagamento, incluindo períodos de carência. O Banco opera com fundos estaduais, repasses do BNDES e também com recursos próprios.

Missão: Banco inovador, parceiro do cliente em soluções financeiras para empreendimentos comprometidos com a geração de oportunidades e o desenvolvimento sustentável de Minas Gerais.

Visão: Ser o Banco indispensável ao desenvolvimento de Minas Gerais.

Valores: Ética e transparência, orientação para resultados, compromisso com o sucesso e a satisfação do cliente, etc.

Site: <http://www.bdmq.mg.gov.br>

ESCOLAS

Escola SENAI-CETIQT - Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil

Rio de Janeiro - RJ

Contato: <http://www.cetiqt.senai.br/>

Rua Magalhães Castro, 174 - Riachuelo

CEP: 20961-020

Telefone: (21) 2582-1001

Escola FAETEC - Fundação de Apoio à Escola Técnica

Rio de Janeiro - RJ

Contato: <http://www.faetec.rj.gov.br>

Diversas unidades

Escola SENAC Moda

Rio de Janeiro – RJ

Contato: <http://www.rj.senac.br/index.php/moda>

Diversas unidades

Escola SENAI – Francisco Matarazzo

São Paulo - SP

Contato: <http://textil.sp.senai.br>

Rua Correia de Andrade, 232 - Brás

CEP: 03008-020 - São Paulo - SP

Telefone: (11) 3312-3550

Escola SENAC Moda

São Paulo – SP

Contato: <http://www.sp.senac.br>

Diversas unidades

LEIS

Lei 4.182 – Lei da Moda

A Lei da Moda foi criada em 2003 e reduziu de 19% para 2,5% o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) para o setor têxtil e de confecção no Rio. Teve seus efeitos prorrogados pela Lei 6.331/12. A nova norma estende a dezembro de 2018 o benefício que se encerraria no início de 2013. O objetivo é conceder benefício fiscal pelo período de dez anos para empresas do setor que se instalarem preferencialmente em polos específicos do Estado do Rio de Janeiro.

Preferencialmente nos polos de Valença, Petrópolis, Paracambi, Bom Jardim, Maricá, Teresópolis, Friburgo, Itaperuna, Duque de Caxias (em especial o distrito de Xerém); o bairro de Rio Comprido e a área denominada Saara, no município do Rio de Janeiro; o distrito de Vilar dos Teles, em São João de Meriti; Engenheiro Paulo de Frontin, Cabo Frio, Paraty, São Gonçalo e Magé.

Lei 5.636 – Lei de incentivos fiscais municipais

A lei que trata da recuperação industrial de 51 municípios do Estado do Rio de Janeiro através de benefício fiscal do ICMS. As empresas beneficiadas contarão com o regime especial de recolhimento do ICMS com alíquota de 2% (dois por cento) sobre o faturamento do mês em referência.

Os municípios: Aperibé, Areal, Bom Jardim, Bom Jesus do Itabapoana, Cambuci, Campos dos Goytacazes, Cantagalo, Carapebus, Cardoso Moreira, Carmo, Comendador Levy Gasparian, Conceição de Macabu, Cordeiro, Distrito Industrial da Companhia de Desenvolvimento Industrial do Estado do Rio de Janeiro – CODIN, no Município de Queimados, Duas Barras, Engenheiro Paulo de Frontin, Italva, Itaocara, Itaperuna, Laje do Muriaé, Macuco, Mendes, Miguel Pereira, Miracema, Natividade, Paraíba do Sul, Paty de Alferes, Porciúncula, Quissamã, Rio das Flores, São Fidélis, Santa Maria Madalena, Santo Antônio de Pádua, São Francisco do Itabapoana, São João da Barra, São José de Ubá, São Sebastião do Alto, São José do Vale do Rio Preto, Saquarema, Sapucaia, Sumidouro, Trajano de Moraes, Três Rios, Valença, Vassouras, Varre Sai, Distrito Industrial de Barra do Piraí, Distrito Industrial de Japeri, Distrito Industrial de Paracambi, Distrito Industrial de Pinheiral e Distrito Industrial da Posse (Petrópolis).

Realização:



Instituto de Estudos e Marketing Industrial

www.iemi.com.br