

Competitividade da Pequena Produção Industrial do Nordeste: Uma Análise das Potencialidades e Limites do Setor de Confeccões

Maria Cristina Pereira de Melo

Doutora em Economia pela Universidade de Paris (França); Professora e Pesquisadora do Curso de Mestrado em Economia (CAEN) e do Departamento de Teoria Econômica da Universidade Federal do Ceará

Resumo

Analisa a competitividade da pequena produção industrial do setor de confeccões da região Nordeste do Brasil. Traça um perfil geral das micro e pequenas empresas do setor, abordando aspectos relativos à mão-de-obra empregada, tecnologia, organização da produção, *design* e desenvolvimento do produtivo, matéria-prima transformada e crédito. Analisa as características do mercado onde atuam estas empresas e, por fim, avalia as condições de competitividade das pequenas unidades produtivas. Conclui que no Nordeste o processo de terceirização parece estar mais próximo de uma informalização do que de uma integração mais dinâmica entre unidades produtivas. Empresas melhor estruturadas que produzem para mercados mais exigentes são as que mais crescem, porém há micro e pequenas que mostram disposição para entrar neste mercado.

Palavras-Chaves:

Competitividade; Micro e pequena empresa; Indústria de Confeccões; Defasagem Tecnológica; Brasil-Nordeste.

1 - INTRODUÇÃO

A indústria de confecções comporta um grande número de empresas dos mais variados tamanhos. A enorme heterogeneidade das unidades produtivas inerente a essa indústria pode ser considerada como uma característica básica estrutural dela. Dois fatores são responsáveis pela citada estrutura: as características tecnológicas dessa indústria e a forte segmentação do mercado.

Quanto ao aspecto tecnológico, a indústria de confecções caracteriza-se por reduzidas barreiras tecnológicas cujo equipamento básico – máquina de costura – é amplamente difundido e apresenta estabilidade tecnológica, o que exige baixos níveis de investimento para a entrada de uma nova unidade na indústria. O processo de produção de confecções é caracterizado pela descontinuidade das etapas produtivas distribuídas como se seguem: criação, modelagem, encaixe dos moldes, risco, enfesto, corte, costura/montagem e acabamento. Essas etapas são vinculadas e independentes entre si, o que possibilita a convivência de equipamentos com idades tecnológicas diferentes assim como a organização da produção baseada na subcontratação.

Quanto à segmentação do mercado, observa-se que a linha de produção dessa indústria é bastante diversificada constituindo-se de 21 grupos assim denominados: roupas íntimas, roupas de dormir, roupas de praia/banho, roupas esportes, roupas de lazer, roupas sociais, roupas de gala, roupas infantis, roupas protetoras, roupas profissionais, roupas de segurança, meias, modeladores, acessórios têxteis para vestuário, artigos de cama, artigos de mesa, artigos de banho, artigos de copa/cozinha, artigos decorati-

vos, produtos industriais e produtos técnicos. A diversificação é evidenciada no interior de cada item acima citado². A segmentação do mercado também ocorre tomando em consideração o nível de renda, idade, padrão cultural. A diversificação da demanda e a flexibilidade exigida pela indústria do vestuário – várias coleções por ano – favorecem a permanência de empresas de menor porte na indústria as quais possuem maior capacidade de ajuste.

No Brasil, a indústria de confecções é constituída de um grande número de empresas de escalas variadas. Em 1996, estavam em funcionamento no País 18.036 empresas absorvendo 905.003 pessoas diretamente na produção. Do conjunto das empresas, 70% correspondem às que empregam até 60 pessoas, 28% de 61 a 300 e apenas 2% das unidades produtivas empregam acima de 300 funcionários. (Instituto de Estudos e Marketing Industrial – IEMI, 1998.)

As regiões Sudeste e sul do Brasil concentram a produção de confeccionados têxteis do País. Segundo o IEMI (1998), em 1996, 87% da produção da indústria de confecções nacional era efetuada naquelas regiões com expressiva participação dos estados de São Paulo e Santa Catarina. Nesse ano, 82% das empresas de confecção estavam localizadas nas regiões acima, abrigando o Nordeste 12% das unidades produtivas dessa indústria, embora esteja crescendo essa participação nos últimos anos. (IEMI, 1998.)

A produção de confecções é, sem dúvida, um dos segmentos mais importantes da atividade industrial nordestina. A partir da segunda metade da década de 80 registra-se, na indústria de confecções regional, um forte movimento de cri-

¹ O presente artigo reflete os resultados de uma pesquisa realizada em 1998 pelo Convênio Nordeste, estabelecido entre o SEBRAE e o Ministério das Relações Exteriores do Brasil, intitulada **Programas Setoriais de Promoção da Competitividade do Nordeste**, que abrangeu vários setores industriais. A autora foi a consultora responsável pelo setor de confecções.

² A grande diversificação de produtos pode ser confirmada pela classificação da Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM) onde os grupos de produtos pertencentes aos capítulos 61 e 62, que incluem essencialmente artigos de vestuário, apresentam mais de uma centena de produtos.

ação de empresas de escalas variadas mas com forte participação das microunidades produtivas. Alguns fatores estão relacionados a esse fenômeno como a entrada em vigor do Estatuto da Microempresa em 1984, a conjuntura macroeconômica das décadas de 80 e 90 e as fracas barreiras à entrada inerentes a essa indústria, sobretudo nos segmentos compostos de pequenas e microunidades produtivas. Novo ciclo de investimentos vem ocorrendo nos anos 90 na Região quando empresas de maior porte, originárias de outras regiões, têm sido atraídas.

A linha de produção da indústria de confecções do Nordeste é bastante diversificada: roupas femininas, roupas masculinas, moda íntima feminina, moda íntima masculina, roupas infantis, roupas para recém-nascidos, roupas esportes, moda praia, cama, mesa e banho. Sem dúvida, roupas femininas e masculinas são os principais produtos - cerca de 80% da produção - os quais apresentam, por sua vez, uma gama de itens: linha feminina com nove itens principais e a masculina com quatro. Há de ressaltar, no entanto, que as pequenas e microunidades têm maior tendência à diversificação da produção, a especialização cresce com o tamanho da empresa. De acordo com a pesquisa do SEBRAE (1992), 17,9% das pequenas e microempresas de confecção feminina de Fortaleza produziam, no interior de sua unidade, seis itens diferentes.

A indústria de confecções nordestina é caracterizada pela diversidade de escalas onde participam microempresas, pequenas, médias e grandes, embora a participação das microunidades na estrutura industrial da Região seja predominante, seguida do percentual das pequenas empresas. Estima-se que cerca de 60% das empresas produtoras de confecção no Nordeste são microunida-

des e, somando-se as micro às pequenas, avalia-se em 95% a participação desse subconjunto no total da indústria em questão. (ABRAVEST, 1998.)³ Levando em consideração a crescente tendência à subcontratação, nessa indústria, verificada nos últimos anos, torna-se complexo identificar o real tamanho das empresas tomando como referência o número de empregados.

Nesse contexto, ressalta-se o segmento informal que, atrelado ou não às empresas formais, tem participação ativa na dinâmica dessa indústria. Em 1994, o SEBRAE estimou que cerca de 2.500 unidades informais participavam da produção de confecções no Ceará. A Associação de Micro e Pequenos Empresários de Fortaleza (AMPEFORT;1997)⁴ confirma essa estimativa para 1997. Em Pernambuco, estima-se que as unidades informais estão em torno de 6.000. Na região do Agreste deste último Estado, menos de 10% das empresas são registradas. (DOHNERT, 1998.)

A análise do setor de confecções aqui apresentada está direcionada para o subsegmento do vestuário e se baseia nos resultados da pesquisa direta cujo questionário fechado foi aplicado na Região pelo SEBRAE e em entrevistas abertas realizadas pela consultora com roteiro predefinido, englobando aspectos referentes às principais características do setor, do mercado e os pontos fortes e fracos relativos à competitividade.

O artigo analisa a competitividade da pequena produção do setor de confecções da região Nordeste e está dividido em quatro seções. Na primeira apresenta-se uma breve caracterização dos principais pólos produtivos; na segunda, mostra-se um perfil das empresas de pequeno porte do setor em questão; na terceira são abordadas as características do mercado e, na última, faz-se uma avaliação das condições de competitividade.

³ Informações obtidas junto ao Centro de Documentação da Instituição em 22 de abril de 1998.

⁴ Informações obtidas de entrevista realizada pela autora com a Presidente da citada Associação em 15 de outubro de 1997.

2- PRINCIPAIS ÁREAS PRODUTIVAS DO NORDESTE

A indústria de confecções do Nordeste está espacialmente distribuída nos diversos estados da Região, com focos de concentração em cinco deles. O Estado do Ceará concentra o maior número de empresas. Em 1995 abrigava 36% do total da Região, seguindo-se, para esse mesmo ano, estavam os estados de Pernambuco, Bahia, Paraíba, Rio Grande do Norte com participação em torno de 14%. (ABRAVEST, 1998.) Segundo o MINISTÉRIO DO TRABALHO (1995)⁵, 89% do conjunto formado pelas pequenas e micro-empresas produtoras de confecção do Nordeste possuem até 19 empregados, sendo 77% daquele total representado por empresas com menos de 10 empregados.

Ao analisarmos a localização das empresas em cada estado, identificam-se claramente as áreas de concentração.

No Ceará está localizado o pólo mais importante da Região, em termos quantitativos e qualitativos⁶. O Estado abriga empresas dos mais variados portes com as mais diversas linhas de produção e com participação importante nos mercados local, regional, nacional e com menor expressão no mercado externo. O pólo do Ceará elabora as mais variadas linhas de produção com importante participação de cada uma delas: roupa íntima, roupa de dormir, roupa esporte, moda praia, roupas em *jeans* masculina e feminina, roupa infantil, roupa masculina e a chamada “modinha” onde empresas menores produzem uma variedade de modelos em pequenos lotes. A produção é destinada às várias classes de renda.

A citada indústria encontra-se presente nas diversas regiões do Estado acolhendo um total de 3.719 empresas formais (SEFAZ/CE, 1997) e cerca de 2.500 informais, segundo estimativa da Associação de Micro e Pequenas Empresas de Fortaleza. (AMPEFORT, 1997.) Apenas 6,3% das empresas instaladas no Ceará entraram em funcionamento antes de 1985 e 71% foram implantadas a partir de 1991. A Região Metropolitana de Fortaleza (Fortaleza, Maracanaú, Maranguape), no entanto, apresenta-se como o grande centro produtor de confecções abrigando 76,4% das empresas (SEFAZ/CE, 1997). Mais de 90% destas estão sediadas na capital. O restante das empresas está espalhado nas diversas áreas de desenvolvimento de forma mais ou menos equitativa: Vale do Jaguaribe/Centro Sul; Litoral, Cariri, Sobral/Ibiapaba, Sertão Central e Inhamus, esta última com menor participação que as demais. Deve-se observar que, nos últimos cinco anos, houve mudança na distribuição geográfica da indústria de confecções cearense. Ocorreu certa desconcentração da produção dessa indústria acompanhando o movimento de interiorização da indústria de transformação estimulado pela política industrial do Governo do Estado.⁷

Pernambuco é o segundo estado em importância no Nordeste em termos quantitativos e qualitativos na produção de confecções. Os produtos desse pólo juntamente com os do pólo cearense saem do âmbito local/regional de maneira mais sistemática devido à competitividade em termos de preço/qualidade. Este pólo também abriga empresas de variados tamanhos com linhas de produção bastante diversificada. No entanto, a presença de grandes empresas é muito menor que no pólo precedente.

⁵ Informações obtidas a partir da Relação Anual de Informações Sociais-1995 do Ministério do Trabalho.

⁶ Qualitativo aqui se refere à diversificação da produção em número de itens produzido, mercados atingidos em termos de classe de renda e alcance dos produtos em mercados extra local/regional.

Nesse Estado, são duas as regiões produtoras de confecções mais representativas. Contudo, deve-se observar que há diferenças significativas entre os dois pólos pernambucanos. Segundo o SINDITÊXTIL/PE⁸, de um total estimado em 1.500 empresas a Região Metropolitana do Recife abriga 44% das empresas formais e a região do Agreste, 42% das empresas formais (o que corresponde a menos de 10% do total das unidades produtivas desta Região). A produção de confeccionados desta região está baseada nos municípios de Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe. Este último pólo pernambucano tem a particularidade de possuir certa especialização municipal: Toritama na fabricação de roupas de índigo, Caruaru na produção de roupas de tecido plano e malhas e Santa Cruz do Capibaribe na confecção de roupas de malhas(modapraia). Este pólo é constituído basicamente de micro e pequenas empresas com predominância da informalidade (DOHNERT,1998) e destina sua produção essencialmente à classe D, comercializada fundamentalmente nas feiras locais.

O pólo da Bahia tem importância menor que os anteriores na indústria de confecções nordestina. Sua produção é menos representativa em termos quantitativos e qualitativos. Este pólo é constituído basicamente de pequenas e microempresas as quais correspondem a 99% do total das unidades produtivas do Estado. Aí não está implantada nenhuma empresa de grande porte. A produção está dispersa em vários itens com leve especialização na confecção de roupas profissionais e o mercado local é sobretudo seu raio de ação. Segundo a FIEBA, as maiores concentrações de empresas da indústria em questão estão nos municípios de Salvador que detém 60% das unidades produtivas e Feira de Santana com 18%. O restante está espalhado em municípios variados, dentre estes Jequié e Ilhéus.

⁸ Informações obtidas em entrevista realizada pela autora com o Presidente do Sindicato Têxtil de Pernambuco em maio de 1998.

O Estado da Paraíba abriga dois pólos de confecções: João Pessoa e Campina Grande. São pólos onde a micro e a pequena empresas que destinam suas produções para o mercado local dão a tônica da dinâmica. O mercado regional tem pouca representatividade. A chamada “modinha”, com predominância da confecção feminina e infantil em malha, responde por grande parte da produção cujos produtos são comercializados fundamentalmente nos centros comerciais destinados às microempresas. Segundo o CADASTRO INDUSTRIAL da FIEPB (1998), há 359 empresas produtoras de confecções na Paraíba: 31% delas estão localizadas em João Pessoa, 49% em Campina Grande e o restante em vários municípios.

A grande Natal acolhe a maioria das empresas da indústria de confecções do Estado do Rio Grande do Norte e se constitui, sem dúvida, um pólo de confecções com importância emergente, onde estão presentes grandes empresas produtoras de camisetas de malha e camisas de malha e tecido plano. Entre as empresas menores não há evidente especialização.

O CADASTRO INDUSTRIAL DA FIERN (1998) registra a presença de 224 empresas de confecções no Estado concentradas fortemente na capital e nos municípios circunvizinhos. A capital sozinha detém 68%. Adicionando-se a ela os municípios vizinhos, este percentual sobe para 75%. O restante está localizado sobretudo nas regiões de Moçoró, do Alto do Apodi e de Currais Novos. Segundo o SETORIAL TÊXTIL E DE CONFECÇÕES (1995), do total da indústria do Estado, 88% eram, em 1999, empresas de micro e pequeno porte, 6% eram médias e 4% grandes⁹. Ainda segundo o mesmo estudo, foi identificado, naquele ano, que 23% das empresas estavam funcionando há mais de 10 anos e 67% tinham menos de 5 anos de atividade. Este é um pólo de menor importância quando comparado aos do Ceará e Pernambu-

⁹ Os 2% que completam 100% correspondem a empresas que não responderam ao questionário do estudo.

TABELA 3.1
NORDESTE - CONFECÇÕES
EMPRESAS SEGUNDO O TEMPO DE FUNCIONAMENTO - (1998)

Tempo de Funcionamento	Participação (%)
Menos de 1 ano	0,89
De 1 a 2 anos	4,56
De 2 a 5 anos	22,26
Mais de 5 anos	71,48
Não informou	0,81
Total	100,00

FONTE: Pesquisa Direta SEBRAE/MRE

co. Entretanto vem, pouco a pouco, despontando com empresas que se aventuram em sair do âmbito local/estadual de ação¹⁰.

No Piauí, as empresas estão concentradas no pólo de confecções de Teresina. Em menor escala, há concentrações nos municípios de Floriano, Parnaíba e Piripiri. Apesar da presença de empresas com expressão nos mercados regional/nacional como a Guadalajara, detentora da marca Ônix (roupas em *jeans*), o pólo é constituído fundamentalmente de pequenas e microempresas que destinam sua produção para o mercado local. A presença de empresas de maior porte em Teresina produzindo roupas de índigo conduziu, sem dúvida, as empresas menores a uma certa especialização nessa linha de produção¹⁰.

3- PERFIL DAS PEQUENAS E MICROEMPRESAS

O segmento de confecções do Nordeste é fundamentalmente composto de pequenas e microempresas produtivas. Essas empresas estão em atividade na Região, em sua maioria, há mais de cinco anos, exceção daquelas localizadas no Estado do Maranhão cuja maioria tem menos dessa idade.

¹⁰ Em Alagoas há concentração de empresas de confecção de pequeno porte em Maceió, Arapiraca e Penedo, produzindo linhas variadas (GUIA DA MODA, 1996). Em Sergipe, o setor de confecções tem forte especialização na produção de roupas de cama e mesa, linha de produção que não faz parte do escopo do trabalho.

O conjunto analisado de empresas reflete uma estrutura preponderantemente composta de unidades produtivas que empregam até 50 pessoas, cuja participação ultrapassa 95% da amostra. Desse subconjunto, identifica-se significativa participação das microempresas (até 19 empregados, segundo classificação do SEBRAE). A maior proporção de empresas que empregam na faixa de 20 a 49 pessoas por unidade produtiva está localizada nos estados da Paraíba, Pernambuco e Alagoas enquanto os estados do Maranhão, Sergipe e Piauí lideram na proporção situada na faixa de 10 a 19 pessoas. Ainda é interessante ressaltar que aproximadamente 30% das unidades pernambucanas empregam de 5 a 9 pessoas.

3.1 - Mão-de-Obra

A mão-de-obra formalmente empregada na produção de confecções vem-se reduzindo ano a ano em virtude da prática crescente de terceirização de todo ou partes do processo produtivo, sobretudo das etapas de montagem das peças e da participação efetiva do segmento informal na dinâmica da indústria. A mão-de-obra informal engajada na indústria de confecções cearense corresponde a 25% do total; em Pernambuco 74% do contingente trabalha na informalidade. No pólo do Agreste este percentual chega a 88% (DOHNERT, 1998). A forte presença do contingente feminino na mão-de-obra dessa indústria é indiscutível, representando, em 1997, 76,5% para o conjunto das empresas cearenses, segundo informações do DAMP/FIEC. Na microempresa essa participação parece ser ainda mais

TABELA 3.2
NORDESTE – CONFECÇÕES
EMPRESAS SEGUNDO O TAMANHO - (1998)

Pessoas Ocupadas	Participação (%)
De 5 a 9 pessoas	17,02
De 10 a 19 pessoas	44,59
De 20 a 49 pessoas	33,70
De 50 a 99 pessoas	4,69
Total	100,00

FONTE: Pesquisa Direta SEBRAE/MRE

acentuada. Ainda segundo a mesma fonte, 65% da mão-de-obra utilizada, em 1997, na indústria em questão daquele Estado, tem idade entre 20 e 39 anos.

As pessoas permanentemente assalariadas correspondem à maioria na Região. Excetua-se aquelas engajadas por empresas localizadas no Estado do Maranhão cuja distribuição entre permanente e eventual se equivalem e em Sergipe onde a distribuição é 2 para 1. A participação dos membros familiares com remuneração corresponde a menos de 1% do total dos ocupados. Não se pode deixar de lembrar a forte presença da mão-de-obra engajada na produção informal. A categoria não está contemplada nesse registro.

A maioria do pessoal ocupado na indústria de confecções nordestina, no segmento composto de pequenas e microempresas, percebe até 2 salários mínimos (85,98%). A faixa correspondente de 1 até 2 salários mínimos é responsável por 75,21% do total. A maior proporção de em-

pregados que percebem menos de um salário mínimo está no Estado de Sergipe (44,91%), seguido dos estados do Maranhão (20,64%), Piauí (19,30%) e Paraíba (18,65%).

A subcontratação é um mecanismo presente na indústria de confecções da Região. Apesar de 17,19% das empresas dizerem que não subcontratam serviços de outras empresas, o que se observa é que as empresas de pequeno porte, em grande maioria, subcontratam pessoas físicas. Essas empresas, por sua vez, são subcontratadas por empresas maiores. Do grupo de empresas que respondeu que se utiliza desse instrumento, evidencia-se maior incidência em alguns estados: Ceará, Pernambuco e Sergipe.

Quanto ao processo de seleção dos empregados, a pesquisa junto às empresas revelou que a experiência profissional é o requisito mais considerado no momento da escolha o qual obteve 87,23% de resposta positiva por parte das empresas, seguido por teste efetuado pela em-

TABELA 3.3
NORDESTE- CONFECÇÕES
EMPREGADOS POR FAIXA SALARIAL - (1998)

Faixa Salarial	Participação (%)
Até 1 salário mínimo (SM)	10,77
Mais de 1 SM até 2 SM	75,21
Mais de 2 SM até 5 SM	12,37
Mais de 5 SM até 10 SM	1,52
Mais de 10 SM	0,13
Total	100,00

FONTE: Pesquisa Direta SEBRAE/MRE

presa (58,62%) o que, na verdade, vem corroborar a experiência adquirida. As outras formas de seleção tiveram menores participações, se não vejamos: indicação (28,01%), nível de escolaridade (20,79%), entrevista (18,74%), teste por firmas especializadas (4,91%) e conhecimento de informática (3,75%).

É baixo o nível de escolaridade da mão-de-obra empregada na indústria de confecções nordestina. Ainda é significativa a presença de pessoas sem escolaridade ou com baixo nível na produção, o que dificulta sobremaneira a introdução de novas técnicas organizacionais no processo produtivo comprometendo os dois pilares importantes da competitividade: qualidade e produtividade.

Examinando as informações sobre o grau de escolaridade da mão-de-obra, constata-se que os operários da indústria de confecções regional estão concentrados na faixa relativa ao primário completo e ginásial incompleto seguida pela faixa correspondente ao ginásial completo e colegial incompleto. As duas faixas em conjunto perfazem 84,35% do total dos empregados. Ainda há um índice de cerca de 10% daqueles que não possuem qualquer nível de escolaridade ou ainda incipiente. Ao nível estadual evidencia-se maior participação dos operários com escolaridade na faixa de primário completo nos seguintes estados: Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Pernambuco e Alagoas. Na faixa que compreende ginásial completo, a

maior proporção dos operários fica por conta do Maranhão, Paraíba e Sergipe.

Outra observação relevante a respeito dessa questão é a situação de escolaridade dos sócios proprietários. Eles estão distribuídos em duas faixas principais, quais sejam: colegial completo/superior incompleto e superior completo, perfazendo 92,76% do total dessa categoria. Vale salientar que, embora em pequena proporção, há sócios proprietários nas faixas mais baixas de níveis de escolaridade. Os sócios proprietários com curso superior completo são predominantes nos estados de Pernambuco (80%) e Sergipe (60%).

No geral, a indústria de confecções treina a mão-de-obra *on the job*. O tempo de treinamento na produção varia de tarefa para tarefa e entre linhas de produção. Há segmentos dessa indústria que requerem tempo mais longo para tornar a mão-de-obra apta a desenvolver as tarefas. É o caso da moda praia e moda íntima.

O treinamento não é praticado de maneira sistemática nesse segmento. De acordo com os resultados da enquête realizada, 71,71% das empresas responderam não efetuar treinamento, o que reforça a resposta sobre os critérios de seleção onde a admissão se verifica sobretudo com base em experiência anterior. Aquelas empresas que responderam positivamente ao quesito indicaram qualidade/produtividade, operação de máquinas e vendas/*marketing* como as áreas principais onde elas têm atuado no treinamento.

TABELA 3.4
NORDESTE – CONFECÇÕES
OPERÁRIOS SEGUNDO A ESCOLARIDADE - (1998)

Nível de Escolaridade	Participação (%)
Analfabeto/primário incompleto	10,65
Primário completo/ginásial incompleto	51,21
Ginásial completo/colegial incompleto	33,14
Colegial completo/superior incompleto	4,72
Superior completo	0,26
Total	100,00

FONTE: Pesquisa Direta SEBRAE/MRE

Para as pequenas e microempresas, a oferta de mão-de-obra treinada é escassa. Elas aproveitam, quando possível, os transbordamentos das médias e grandes em termos de engajamento de mão-de-obra já treinada por estas, o que é facilitado pela concentração geográfica da atividade produtiva. Há empresas de menor porte que recorrem ao Serviço Nacional da Indústria para a realização de treinamento dentro de programas específicos de apoio tecnológico que esta entidade mantém com o SEBRAE. Exceção, no entanto, é feita para os operadores do sistema informatizado CAD/CAM os quais necessitam imperativamente de treinamento específico por pessoas especializadas antes de entrarem em atividade.

3.2 - Tecnologia e Organização da Produção

A heterogeneidade produtiva/tecnológica é presente e acentuada na indústria de confecções do Nordeste, sobretudo entre as empresas de maior e menor porte. A produção nas pequenas e microunidades utiliza, em geral, equipamentos domésticos ou máquinas industriais de idade avançada, freqüentemente adquiridos de médias e grandes empresas. Ao desgaste natural das máquinas adiciona-se aquele decorrente da falta de sistematização da manutenção preventiva. Para equipamentos de idade tecnológica mais recente existe dificuldade local/regional de manutenção.

As pequenas e microunidades geralmente não utilizam máquinas de costura mais moder-

nas que incorporam dispositivos microeletrônicos nem dispõem de tecnologias de CAD/CAM nas fases de desenho e corte. As empresas que têm no mercado local/regional seu raio de ação são receosas em investir em máquinas e equipamentos novos e/ou não têm disponibilidade financeira para isso.

As máquinas em funcionamento nas empresas de confecções de pequeno porte no Nordeste possuem as mais variadas idades. De fato, o tempo de uso dessas máquinas varia em uma grande amplitude, indo de zero a mais de 10 anos de atividade. A maior freqüência está no intervalo de 3 a 5 anos, seguido do intervalo de 6 a 10 anos. Há ainda um percentual significativo relativo a máquinas com idade mais avançada. A maior proporção de máquinas com idade até 2 anos de uso está presente nas empresas piauienses e norte-rio-grandenses. De outro lado, a maior incidência de máquinas com idade entre 6 e 10 anos de uso ocorre em Pernambuco e com mais de 10, no Maranhão.

A utilização da informática na produção pelas pequenas e microempresas de confecções da Região não é disseminada. Das empresas pesquisadas, 26,05% responderam positivamente. A maior participação de empresas que se utilizam dos dispositivos de informática na produção estão nos estados de Alagoas, Paraíba, Bahia, Rio Grande do Norte e Sergipe. Na contabilidade, no gerenciamento administrativo e nas vendas as participações são mais significativas, ou seja, 40,91%, 33,11% e 32,40%, respectivamente. As áreas de criação e

TABELA 3.5
NORDESTE – CONFECÇÕES
MÁQUINAS POR TEMPO DE USO - (1998)

Tempo de Uso	Participação (%)
Até 2 anos de uso	47,23
De 3 a 5 anos de uso	64,94
De 6 a 10 anos de uso	56,94
Mais de 10 anos de uso	40,98

FONTE: Pesquisa Direta SEBRAE/MRE

design também são contempladas com equipamentos dessa natureza, sobretudo nas empresas sergipanas, baianas e paraibanas. Há ainda um percentual de 31,79% de empresas que não utilizam programa de computador no interior da unidade.

O controle de qualidade é praticado por 79,02% das empresas em todo o processo produtivo. Ainda há cerca de 15% das empresas que só o praticam nos produtos acabados. Neste último caso, estão fundamentalmente empresas localizadas no Estado de Sergipe. O controle dos insumos ou componentes dá-se, segundo 71,80% das empresas, no recebimento de todas as entregas. Para 11% das unidades produtivas nenhum controle é realizado.

As normas técnicas utilizadas pelas empresas, quanto ao processo produtivo, praticamente não existem: 45,43% das empresas não as conhecem e 43,68% conhecem mas não as utilizam; apenas 2,94% das empresas utilizam técnicas da série ISO. Quanto ao produto, a realidade não se modifica substancialmente: 43,60% das empresas desconhecem a existência enquanto 35,79% delas conhecem mas não usam; apenas 9,68% das unidades utilizam técnicas da série NBR as quais estão relacionadas à padronização e adequação do produto, de acordo com as normas brasileiras.

As principais dificuldades, segundo as empresas, de implantarem Programas de Qualidade e Produtividade são: falta de recursos financeiros, nível de qualificação de pessoal e falta de orientação técnica. A totalidade das empresas localizadas nos estados do Maranhão, Alagoas e Sergipe responderam que o nível de qualificação de pessoal é obstáculo à implementação de tais programas. Falta de informação e de interesse podem estar associados e representam parcela não desprezível do conjunto, correspondendo a 40,61% das respostas.

Quando se observa a utilização de técnicas de organização da produção,¹¹ constata-se que 37,62% das empresas não as utilizam. O rodízio é a mais freqüente das técnicas organizacionais utilizadas entre as empresas da Região; 27,55% das empresas interrogadas disseram empregar esse mecanismo. As células produtivas estão em segundo lugar nesse quesito com 19,06% e são utilizadas sobretudo pelas empresas localizadas nos estados da Bahia, Paraíba, Ceará e Rio Grande do Norte. O *just in time* é evidenciado em apenas 4,39% das empresas nordestinas as quais, ainda segundo a pesquisa, se localizam preferencialmente na Paraíba e Bahia.

De fato, pode-se afirmar que as empresas de menor porte organizam sua produção de maneira

TABELA 3.6
NORDESTE – CONFECÇÕES
EMPRESAS SEGUNDO CONTROLE DE QUALIDADE - (1998)

Controle de Qualidade	Participação (%)
Em todo o processo produtivo	79,02
Só para produtos acabados	15,27
Em algumas etapas	5,71
Total	100,00

FONTE: Pesquisa Direta SEBRAE/MRE

¹¹ Fazer rodízio da mão-de-obra significa colocá-la para desempenhar tarefas diferentes no processo produtivo em alternância. Células de produção é uma forma de organização da produção onde equipes desenvolvem todo ou parte do produto. Ambas as técnicas possibilitam a flexibilidade produtiva e amenizam problemas relacionados ao absenteísmo. Quanto maior o número de empregados da empresa, maior a possibilidade de a produção ser organizada em células enquanto o rodízio pode ser viável em unidades produtivas de menor porte. Círculo de qualidade é um mecanismo de acompanhamento da qualidade do produto no decorrer das diversas etapas do processo produtivo,, diminuindo o percentual de peças defeituosas e por conseguinte o retrabalho. O controle de qualidade ao longo do processo de produção é recomendável e viável em unidades produtivas de qualquer porte.

intuitiva. Novas técnicas organizacionais como *just-in-time*, círculos de qualidade não são adotadas na linha de produção dessas empresas que ainda conservam, no geral, layout tradicional.

As firmas subcontratadas, mesmo de pequeno porte, têm, muitas vezes, relação especial com seus clientes no que se refere à gestão tecnológica. O controle de qualidade pode ser desenvolvido em parceria com o contratante o qual se envolve nesse processo com a finalidade de garantir qualidade do produto adquirido que competirá em mercados exigentes de qualidade.

Conforme assinalado anteriormente, essa indústria é composta de unidades produtivas de diversos tamanhos as quais se articulam, no que se refere à organização da produção, de maneira específica. A organização engloba mecanismos de subcontratação nas formas de facção ou subcontratação de costureiras e/ou bordadeiras. A facção é um mecanismo utilizado por empresas de diversos tamanhos e consiste na prestação de serviços, geralmente por microunidades formais ou informais para outras unidades produtivas, as quais fornecem matéria-prima, em troca de pagamento por peça produzida. Não há vínculo jurídico entre as partes. O referido mecanismo pode ser acionado pelos contratantes por dois estímulos: a) diminuir os custos de produção da unidade contratante - energia, encargos sociais, alimentação; b) expandir a produção nos momentos de pico da demanda. O mecanismo de subcontrata-

ção de costureiras em domicílio utilizado, essencialmente, pela micro e pequena produção de confecções, assemelha-se ao anterior.

Para as microunidades que trabalham sob encomenda, a articulação acima aparece como mecanismo de: a) “financiamento da produção” na medida em que o contratante fornece a matéria-prima necessária e b) garantia de mercado. As empresas recorrem a esses mecanismos de maneira freqüente; eles são bastante relevantes para a dinâmica da indústria, porém há dificuldades de o fenômeno ser quantificado.

Existem evidências de que a subcontratação ocorre entre empresas de estados diferentes. Por exemplo: empresa localizada no Rio Grande do Norte subcontrata empresa sediada no Ceará e outras, neste último instalada, subcontratam no Piauí.

3.3 - *Design* e Desenvolvimento do Produto

Os principais itens produzidos pelas pequenas e microempresas de confecções nordestinas estão relacionados a seguir: calça e bermuda (índigo), moda praia (maiô e biquíni), confecção feminina (blusa e vestido diversos), moda íntima (calcinha e *soutien*), camisa (camisa de tecido de algodão e malha), camiseta, *short* e fardamento (escolar). As qualificações entre parênteses reforçam o subitem com maior importância em cada item.

TABELA 3.7
NORDESTE – CONFECÇÕES
EMPRESAS SEGUNDO OBSTÁCULOS PARA IMPLANTAÇÃO
DE PROGRAMAS DE QUALIDADE E PRODUTIVIDADE - (1998)

Obstáculos à implantação	Participação (%)
Falta de recursos financeiros	57,93
Nível de qualificação de pessoal	42,71
Falta orientação técnica	40,48
Falta informação	28,94
Não há interesse ou motivação	11,67
Outros	1,35

FONTE: Pesquisa Direta SEBRAE/MRE

São diferentes as estratégias das empresas com relação à criação e desenvolvimento de produtos. As pequenas e microunidades que trabalham com a chamada “modinha”, por terem em carteira um número reduzido de clientes, necessitam de renovação constante, até mesmo semanal, para manterem o interesse da clientela.

As fontes de inspiração para essas empresas resumem-se a revistas especializadas, observação de tendências em vitrines de lojas e imitação de produtos expostos por outras empresas, vídeos trazidos do sudeste do País pelas associações de classe e visitas esporádicas de alguns empresários àquela Região.

De seu lado, um grande número de empresas trabalham terceirizadas por outras maiores processando todo ou parte do produto a partir de modelos predeterminados. Outro conjunto importante de empresas fabrica para lojas, grandes magazines também a partir de modelos predefinidos. Nesses casos, a criação/*design* encontra-se externa a essas empresas e a prática crescente desses expedientes tem inibido e até mesmo destruído a criatividade na produção.

De fato, constata-se que tem ocorrido, nos anos recentes, perda de lançamento da moda pela pequena produção nordestina. O fabricante com mercado garantido encontra-se em uma situação

confortável e não tem interesse em se aventurar como lançador de moda que envolve custos referentes à contratação de estilista, viagens, confecção de mostruário e participação de eventos, sem a certeza de uma boa aceitação pelo mercado.

3.4- Matéria-Prima

A matéria-prima utilizada pelas pequenas e microunidades da indústria de confecções nordestina é oriunda, fundamentalmente, do sudeste do País, adquirida no comércio local em armazéns varejistas e atacadistas. Neste último caso, pode haver dependência do confeccionista em relação a poucos fornecedores no que se refere à mercadoria disponível. De qualquer forma, o abastecimento local de matéria-prima evita a necessidade de formação de estoque dos insumos. Tendo em vista a diversificação da produção nas referidas unidades, elas transformam uma variedade significativa de tecidos. Evidencia-se maior especialização no pólo do Agreste pernambucano onde 80% da produção de Toritama é composta de roupas de índigo e 70% da transformação em Santa Cruz do Capibaribe utiliza como matéria-prima malhas. (DOHNERT, 1998.)

Apesar da forte presença da indústria de fiação e tecelagem no Estado do Ceará, observa-se uma fraca complementação da cadeia produtiva local especializada, sobretudo, em fios e tecidos

TABELA 3.8
NORDESTE – CONFECÇÕES
EMPRESAS SEGUNDO A UTILIZAÇÃO DE TÉCNICAS DE
ORGANIZAÇÃO DA PRODUÇÃO - (1998)

Técnicas de organização da produção	Participação (%)
Rodízio	27,55
Células de produção	19,06
Círculo de CQD	5,54
<i>Just in time</i>	4,39
Nenhuma	37,62
Não informou	0,98

FONTE: Pesquisa Direta SEBRAE/MRE

¹²Ver pesquisa realizada em 1991 sobre a competitividade da indústria têxtil cearense - fiações e tecelagens com mais de 100 empregados. ROSA & MELO. **A indústria têxtil cearense**: um estudo sobre competitividade. Fortaleza: FIEC/FINEP, 1994.

não-acabados¹² destinados, essencialmente, aos mercados do sudeste/sul do País e externo. Exce-tua-se o fornecimento de índigo, cuja produção das unidades do grupo Vicunha é capaz de suprir a demanda das empresas regionais, e de malha produzida pela Jangadeiro Têxtil e Elizabeth.

As principais matérias-primas utilizadas pela indústria de confecções do Nordeste no segmento composto de micro e pequenas unidades produtivas são: malha, *lycra*, índigo, brim, outros tecidos de algodão, outros tecidos sintéticos, além de aviamentos em geral (botão, linha, elástico, zíper). O conjunto de tecidos de algodão assim como o conjunto de tecidos sintéticos equivalem-se entre si no que diz respeito à proporção em que são utilizados pelas empresas como matéria-prima. No entanto, existem diferenças de utilização em âmbito de estado. As empresas localizadas no Estado do Piauí transformam, sobretudo, malha, brim e *lycra*. No Ceará, a diversidade das linhas produtivas refletem na utilização das mais variadas matérias-primas. Citam-se algumas para exemplificar: brim, *lycra*, malha, índigo (estes quatro em maior proporção); cambraia, crepe, helanca, viscose, popeline, tacetel, seda, *cotton*, chambré. No Rio Grande do Norte são processados sobretudo malha, *lycra* e tecidos diversos. Na Paraíba, a malha foi apontada por 68,8% das empresas. Em Pernambuco, constatou-se sobretudo a transformação de brim, índigo e malha e outros tecidos. Na Bahia, são evidenciadas como matéria-prima malha e outros tecidos.

Considerando a Região no seu conjunto, constata-se que as empresas de confecção têm em média 8 fornecedores regulares. Acima dessa média estão as empresas piauienses, norte-riograndenses e sergipanas, e abaixo, as localizadas nos estados do Maranhão e Alagoas.

As unidades produtivas de confecção nordestina se abastecem em grande medida no comércio atacadista. O comércio varejista abastece, de seu lado, 13% das empresas questionadas. Há de ressaltar que as empresas que trabalham

subcontratadas por outras recebem, em geral, a matéria-prima diretamente do contratante. A forte presença desse mecanismo nesse segmento industrial está refletida no percentual de cerca de 50% das empresas cujos fornecedores são também outras empresas industriais. Esse fenômeno se reproduz com importância em pelo menos cinco estados da Região: Ceará, Bahia, Paraíba, Sergipe e Alagoas.

Para as empresas que adquirem matéria-prima diretamente do mercado, o preço e a qualidade são, de longe, os atributos principais para seleção dos fornecedores. Condições de pagamento, pontualidade, menor prazo de entrega e confiança/conhecimento seguem em ordem de importância. As empresas que trabalham exclusivamente sob encomenda estabelecem pouca ou nenhuma relação direta com o mercado fornecedor pois a matéria-prima lhes é fornecida pelo contratante, ou é determinada por ele.

3.5 - Crédito

O crédito ainda é pouco utilizado por empresas de pequeno porte desse segmento. Quando interrogadas se haviam obtido empréstimo nos últimos cinco anos, a resposta preponderante foi não (74,87%). Sergipe foi o único estado onde a proporção das respostas positivas (64%) superou as negativas. As empresas que obtiveram empréstimo no período considerado solicitaram com objetivo de capital de giro e investimento (34,39%) seguido de investimento (30,82%) e capital de giro (26,87%).

Quanto à origem do financiamento, constata-se que 50% das empresas que solicitaram financiamento foram atendidas por pessoas jurídicas seguidos de programas governamentais de apoio à produção (18,06%), crédito bancário direto ao consumidor (14,31%) e empréstimo de pessoa física (10,13%). Examinando as empresas em cada estado, observa-se que no Ceará há uma participação preponderante de empresas que obtiveram empréstimos a partir de pessoas jurídicas (75,67%) e 20,72% de pessoas físicas; na

Paraíba (45,23%) e Bahia (42,65%) das empresas usufruíram de empréstimos advindos de programas governamentais; em Sergipe, 50% das empresas se beneficiaram de empréstimos de Associação/Cooperativa. No Piauí, 100% das empresas que solicitaram esse expediente foram ao crédito bancário direto ao consumidor.

O financiamento em geral não esteve vinculado a pacotes tecnológicos. De fato, somente 11,84% das empresas obtiveram créditos no período em questão, responderam afirmativamente. Apenas empresas localizadas nos estados do Ceará e da Bahia compõem o percentual de empresas que atrelaram o empréstimo concedido a pacotes tecnológicos. Ao se perguntar às empresas sobre a ocorrência de algum tipo de assistência técnica/gerencial independente do financiamento, a resposta foi preponderantemente não (92,2%). Excetuam-se as empresas localizadas no Estado de Alagoas onde 100% das respostas foram positivas.

As principais dificuldades de acesso ao crédito para o segmento tomando a Região como um todo são: juros elevados, encargos financeiros altos, exigências de garantias e prazos curtos de pagamento. Para a opção juros altos, as empresas de todos os estados responderam afirmativamente com

percentuais acima de 65%. As exigências de garantias são importantes para a maioria das empresas localizadas nos estados da Bahia, Alagoas, Paraíba e Rio Grande do Norte. Para as empresas piauienses, os referidos prazos aparecem com elevada frequência (90,47% delas apontaram a opção), o que puxa o percentual regional para cima.

3.6 - Perfil do Empresário

Nota-se que grande parte dos proprietários, sobretudo das microunidades, já conhecia o ofício de costureira antes de se estabelecer como empresa¹³. Não raro pequenos e microempresários são originários de outras empresas fabricantes de confecção onde trabalhavam como funcionários. Outros, ainda, buscaram na atividade produtiva da confecção, alternativa de sobrevivência sem ligação anterior com o segmento, beneficiando-se das fracas barreiras à entrada inerentes a essa indústria, já mencionadas na Introdução deste artigo. Identificam-se empresários que se estabeleceram, na década de 90, como fabricantes de confecções já com a perspectiva de se tornarem faccionistas¹⁴.

A mentalidade do empresário desse segmento é bastante heterogênea tendo em vista a amplitude do universo. No entanto, a falta de profissionalização dos empresários das microunida-

TABELA 3.9
NORDESTE – CONFECÇÕES
EMPRESAS SEGUNDO TIPO DE FORNECEDOR - (1998)

Tipo de Seleção de Fornecedores	Participação (%)
Comércio atacadista	68,17
Média e/ou grande empresa industrial	40,04
Comércio varejista	12,77
Micro e/ou pequena empresa industrial	9,55
Empresa agropecuária	0,99
Outros	1,72

FONTE: Pesquisa Direta SEBRAE/MRE

¹³ A esse respeito ver SOUSA (1990)

¹⁴ Faccionista é o termo utilizado na indústria de confecções para denominar o empresário cuja unidade produtiva é subcontratada por outra(s) para produzir todo ou parte do produto.

des é considerada um ponto sensível do segmento que reflete diretamente na estrutura e no funcionamento da empresa.

A formação empírica anterior desses empresários reflete, em certa medida, no conhecimento da matéria-prima, na maneira como processá-la e no resultado que será obtido em forma de produto. No entanto, avalia-se que há falta de conhecimento adequado do mercado para o qual produz, tendo em vista as dificuldades inerentes a um mercado assinalado por produtos mutáveis - associado à moda - como é o caso da confecção.

No geral, os pequenos e microempresários do segmento de confecções não são abertos a mudanças e não têm visão numa perspectiva de médio/longo prazo. No entanto, há sinais bastante evidentes de que existem empresários fortemente inclinados a buscarem renovações nas suas estratégias competitivas, sobretudo naquelas empresas que já participaram ou participam de mercado mais exigente.

A experiência empresarial pode ser avaliada a partir do tempo de permanência das empresas no mercado. Segundo cadastro da SEFAZ/CE, 6,3% das empresas do Ceará estão produzindo há mais de 12 anos, enquanto 52% têm tempo de experiência entre 2 e 6 anos e 19,4% menos

de 2 anos. A participação de empresas mais novas na estrutura industrial é mais significativa no segmento composto de microempresas onde 23,2% desse subconjunto está a menos de 2 anos no mercado e 55,4% entre 2 e 6 anos.

Há falta de profissionalismo no micro e pequeno empresário da indústria de confecções nordestina. A grande maioria não está preparada para a gestão empresarial e não conhece e não tem consciência, entre outras coisas, da importância do marketing, do planejamento e controle da produção e das mutações do mercado.

Existe na Região resistência ao associativismo. A desunião entre os produtores de confecção e a falta de troca de experiências entre si são considerados sérios obstáculos para suplantarmos dificuldades. O fraco espírito associativo revela o pouco interesse dos empresários em discutir os problemas por que passa o segmento e/ou a sua falta de conscientização. No geral, os empresários proprietários das unidades de menor porte não se interessam em participar de associações que congreguem interesses divergentes por não visualizarem benefícios imediatos

Os pequenos e microempresários associados em outros agrupamentos também têm dificuldades em reunir esforços. A presença de várias en-

TABELA 3.10
NORDESTE – CONFECÇÕES
EMPRESAS SEGUNDO CRITÉRIO DE SELEÇÃO DE FORNECEDORES - (1998)

Tipo de Fornecedor	Participação (%)
Preço	91,78
Qualidade	90,66
Condições de pagamento	48,47
Pontualidade	31,26
Menor prazo de entrega	16,08
Confiança/conhecimento	10,49
Atendimento	8,04
Únicos no mercado	2,62
Flexibilidade	2,53
Outros	1,72

FONTE: Pesquisa Direta SEBRAE/MRE

tidades, associações que não sindicato, no mesmo Estado, congregando os mais variados segmentos da indústria de confecção, desconcentra esforços e, sem dúvida, dispersa possíveis resultados que poderiam advir de uma sinergia.

4 - CARACTERÍSTICAS DO MERCADO

O mercado da indústria de confecções é fortemente segmentado não só entre usinas de escalas diferentes mas também intra-segmentos de escala semelhante. A grande maioria das pequenas e microempresas de confecções participa de um mercado bastante atomizado e considerado pouco exigente em termos de qualidade do produto. No entanto, há empresas desses portes que disputam fatias em mercados onde a qualidade do produto é atributo fundamental.

Os principais concorrentes da indústria de confecções da Região atuam no próprio Estado. No entanto, as empresas de confecção cearenses e pernambucanas são as que mais concorrem entre si dentro da Região. A região Nordeste é, sem dúvida, o principal mercado da indústria de confecções regional. Corretores independentes,

vendedores próprios da empresa e sacoleiras aparecem como agentes principais de vendas, sobretudo para as pequenas e microempresas.

Outras formas de comercialização são: a) loja de fábrica muitas vezes acoplada à usina; b) loja de fábrica em centros comerciais mantidos pelo SEBRAE e destinados a microempresas de segmentos diversos e c) loja de fábrica instalada em centros comerciais específicos à confecção (Maraponga Mart Moda em Fortaleza). Há ainda as feiras semanais como é o caso de Caruaru e Santa Cruz do Capibaribe em Pernambuco e as feiras itinerantes onde microempresários deslocam-se para outros estados da Região ou de regiões vizinhas com a finalidade de expor/vender o produto. Todas essas formas podem ser consideradas centros de compras no atacado e varejo. Identifica-se a presença de lojas de propriedade das empresas produtoras em centros comerciais nas capitais que atendem a consumidores pertencentes às classes de renda média e alta onde suas mercadorias concorrem diretamente com aquelas oriundas de outras regiões do País. Os estados do Ceará e Pernambuco mantêm feiras anuais onde produtores de confecção do País, particularmente locais regionais, apresentam suas

TABELA 3.11
NORDESTE – CONFECÇÕES
EMPRESAS SEGUNDO DIFICULDADES DE ACESSO AO FINANCIAMENTO - (1998)

Principais dificuldades de acesso ao crédito	Participação (%)
Juros elevados	79,83
Encargos financeiros altos	41,87
Exigências de garantias	26,69
Prazo de pagamentos curtos	19,21
Garantias reais	7,94
Restrição cadastral	3,20
Projeto incompleto	2,49
Falta de recursos para contrapartida	2,49
Falta de documentação	0,94
Falta de relacionamento bancário	0,47
Nenhuma dificuldade	5,45
Outros	4,74

FONTE: Pesquisa Direta SEBRAE/MRE

coleções a potenciais compradores, são exemplos desses eventos a Feira da Moda de Fortaleza, o Fórum de Moda Internacional do Ceará, o Salão da Moda de Pernambuco e a Feira da Moda e da Pronta Entrega em Pernambuco.

Os produtos elaborados nos estados do Ceará e Pernambuco são os que têm no Nordeste maior penetração em outras regiões do País e são também os que se confrontam com maior regularidade entre si. Segundo pesquisa do SEBRAE (1992), 66% das empresas de confecção de Fortaleza têm a região Nordeste como seu principal mercado, tendência que parece estar mantida nos dias atuais. Adicionando-se a estas, as que têm o Nordeste como mercado secundário, o percentual vai para 97%. Ainda segundo a referida pesquisa, as empresas pouco vendem para as regiões centro-oeste e sul/sudeste; no primeiro caso, 80% das empresas disseram não negociar com a Região e, no segundo, 76%.

Quando se examinam os principais clientes da indústria de confecções nordestina no segmento de pequeno porte, constata-se que são três os maiores absorvedores das mercadorias produzidas por essa indústria: comércio varejista, comércio atacadista e consumidor final. Cerca de 14% das empresas indicaram ter outras empresas de pequeno porte como destino da sua produção e 5,7% outras de porte maior. Aqui pode-se ressaltar que 90,47% das empresas localizadas no Estado do Maranhão disseram destinar a produção para outras empresas industriais de micro e/ou pequeno porte. Esse percentual para Sergipe ficou em 64,40%, e em outros estados apresentou-se menos expressivo como: Rio Grande do Norte (19,84%), Ceará (16,06%) e Bahia (13,11%). A produção destinada às empresas de médio/grande porte ocorre em menor proporção, contudo não negligenciável: no Piauí 18,81% das empresas responderam ter essa faixa de empresas como clientes; no Rio Grande do Norte o percentual ficou em 16,66% e na Paraíba, 14,84%. Outros clientes com relativa expressão em determinados estados foram citados,

como são os casos de sacoleiras na Bahia e na Paraíba e hospitais em Pernambuco.

De fato, a importância da subcontratação pode ser evidenciada por outro ângulo. Interrogadas se “o cliente é uma empresa industrial”, 41,68% das empresas responderam que são subcontratadas para fornecer produtos acabados e 23,91% são ocasionalmente contratadas para produzir componentes sob encomenda.

Conforme referido, os principais mercados da produção de confecções nordestina são o local e o regional. O primeiro é o mais significativo para as empresas localizadas em todos os estados do Nordeste. As empresas alagoanas destinam sua produção exclusivamente para o mercado local. O mercado nacional, apesar de se apresentar em terceira colocação para o conjunto do segmento, é importante para os estados do Ceará e Pernambuco onde 53,5% das empresas destinam a produção, no primeiro caso, e 36,4%, no segundo. Para as empresas cearenses e pernambucanas, os quatro mercados são relevantes. De seu lado, nenhuma empresa dos estados de Alagoas, Sergipe e Piauí revelou destinar a produção para o mercado nacional.

Apenas 1% das empresas vendia para o mercado externo. Na verdade, são muito poucos os casos de empresas regionais de pequeno porte que vendem para esse mercado. As empresas pernambucanas são as que apresentam maior percentagem de contatos de vendas com o exterior. Os clientes externos dessas últimas empresas estão localizados no Nafta e na União Européia. Outros destinos externos para as empresas regionais aparecem de maneira pontual: Mercosul e Bloco Asiático.

Na opinião das empresas, os fatores que favorecem sua inserção do mercado externo são: preço, qualidade e tipo do produto. É importante ressaltar que 82,7% das empresas responderam à pesquisa e que a exportação não faz parte de seus planos.

Os principais problemas identificados pelas empresas para acesso ao mercado externo são: desconhecimento dos procedimentos administrativos; burocracia excessiva; falta de financiamento; falta de contato com representações estrangeiras e, no Brasil, dificuldades em associar-se estrangeiros; falta de participação em feiras ou em exposições internacionais; insuficiência de volume de produção para exportar. Parcela significativa de empresas respondeu desconhecer o assunto e/ou nunca haver dado entrada em tal procedimento. Quando interrogadas sobre as exigências do mercado internacional para exportação de seus produtos, 26,25% das empresas que responderam ao quesito desconhecem o assunto e 55% disseram que não há exigência, o que significa também desconhecimento.

Tendo em vista que apenas algumas poucas empresas exportam para o mercado externo, é natural que parcela importante delas não acompanhe as tendências do mercado internacional (50,24%) e não saibam responder (5%). A totalidade das empresas localizadas nos estados do Maranhão, Pernambuco e Sergipe não acompanha a referida tendência e 90,47% das baianas seguem a mesma trajetória. Aquelas que acompanham o fazem através, sobretudo, de revistas técnicas (31,09%), feiras e congressos (25,87%), visitas ao exterior (9,70%) e fornecedores de equipamentos (7,71%).

Corroborando as respostas anteriores, constatase que as empresas provavelmente não têm informação sobre os procedimentos para expor-

TABELA 4.1
NORDESTE – CONFECÇÕES
EMPRESAS SEGUNDO PRINCIPAIS CLIENTES - (1998)

Tipos Principais Clientes	Participação (%)
Comércio varejista	67,07
Comércio atacadista	54,81
Consumidor final	46,64
Micro e/ou pequena empresa industrial	14,73
Média e/ou grande empresa industrial	5,73
Governo	4,54
Empresa prestadora de serviços	4,36
Comercial exportadora	1,10
Empresa agropecuária	0,83
<i>Trading company</i>	0,83
Outros	4,63

FONTE: Pesquisa Direta SEBRAE/MRE

TABELA 4.2
NORDESTE – CONFECÇÕES
EMPRESAS SEGUNDO DESTINO DAS VENDAS - (1998)

Destino das Vendas	Participação (%)
Mercado local, municipal, microrregional	57,10
Mercado regional	50,00
Mercado nacional	44,30
Mercado estadual	33,60

FONTE: Pesquisa Direta SEBRAE/MRE

tação quando respondem sobre as principais dificuldades enfrentadas no processo burocrático de exportação, na medida em que há importante incidência (63,06%) da opção outras dificuldades, o que significa, na verdade, respostas como não sabe ou não tentou o mercado externo.

Para os preços dos produtos de exportação, os fatores que mais influenciam, segundo a opinião das empresas, são: impostos e taxas, custos do transporte, custo da mão-de-obra e custo da matéria-prima. A totalidade das empresas localizadas nos estados do Maranhão, Piauí, Paraíba e Alagoas responderam que eram os impostos e taxas. O custo de transporte foi destacado por maior número das empresas maranhenses, pernambucanas, cearenses e baianas. O custo da mão-de-obra apareceu com maior frequência na Paraíba (84%), no Ceará (46%) e na Bahia (41,3%), e o custo da matéria-prima no Ceará (24%).

Além dos tradicionais concorrentes originários do Rio de Janeiro e São Paulo, os produtos da indústria de confecções do Nordeste têm-se confrontado de maneira progressiva com aqueles originários de Minas Gerais e, em menor escala, de

Goiás e do Espírito Santo. Esses produtos têm penetrado nas regiões norte e nordeste de modo agressivo e conquistando parcela importante antes ocupada pela indústria nordestina. A competitividade da confecção mineira está baseada no preço e no acompanhamento das tendências da moda nos períodos de lançamento.

Para as empresas que trabalham sob encomenda, as unidades contratantes asseguram o escoamento da produção. A encomenda, a partir de magazines locais, regionais, nacionais e estrangeiros de vendas a varejo para empresas selecionadas, tem-se tornado crescente no Nordeste; os primeiros predeterminam modelos aos subcontratados e controlam a qualidade do produto na ponta do processo¹⁵. Esse fenômeno, que recentemente tem tomado dimensões significativas, transborda para empresas de tamanhos diversos. A média ou pequena assume a encomenda e repassa para outras pequenas, microempresas e informais.

A importação direta de produtos de confecção também tem aumentado nos últimos anos na Região, a partir do processo de abertura da economia brasileira¹⁶. De 1991 para 1995, as importações de

TABELA 4.3
NORDESTE – CONFECÇÕES
EMPRESAS SEGUNDO OPINIÃO SOBRE FATORES QUE INFLUENCIAM
O PREÇO DOS PRODUTOS DE EXPORTAÇÃO - (1998)

Fatores que Influenciam o Preço	Participação (%)
Impostos e taxas	64,14
Custo de transporte	53,38
Custo de mão-de-obra	35,05
Custo de matéria-prima	30,67
Despesas financeiras	19,12
Corretagem, câmbio, despachantes	17,52
Despesas administrativas	9,16
Seguro	2,39
Custo de embalagem especial	0,79

FONTE: Pesquisa Direta SEBRAE/MRE

¹⁵ São exemplos de contratantes as empresas: Lojas Americanas, Marisa, Sabina, Carrefour, Makro, C&A, W-Mart, C.Rolim, Ocapana, Riachuelo.

¹⁶ A alíquota de importação sobre produtos confeccionados passou de 105% em 1986, para 23% nos dias atuais.

confeções cresceram 77% na Região, em 1996 o aumento ficou em 10% com relação a 1991, enquanto no Brasil o aumento foi de 315% em 96, comparado a 91 (Sistema de Informações ECEX/UFRJ;1997). A concorrência dos importados efetiva-se no Nordeste, também através de grandes cadeias de lojas do sudeste do País presentes no comércio local. Os produtos confeccionados, importados da China, com baixo preço e baixa qualidade, competem diretamente com aqueles produzidos por microempresas. Segundo a mesma fonte, em 1996, a participação da China nas importações nordestinas correspondeu a 29%, ficando atrás somente dos Estados Unidos com 33%. Vale ressaltar que esse país não participava, em 1991, da pauta de importações dessa Região.

5 - AVALIAÇÃO DAS CONDIÇÕES DE COMPETITIVIDADE DA PEQUENA PRODUÇÃO

O Nordeste é conhecido como uma região produtora de confeções a baixo preço. De fato, o preço não constitui obstáculo para colocação dos produtos regionais no mercado. Um dos principais componentes dos custos de produção nessa indústria é a mão-de-obra, elemento abundante na região, e recebe, por isso mesmo, baixa remuneração quando comparada a outras regiões do País. Há diferenças de custo de mão-de-obra no interior mesmo da Região; os salários praticados pela confecção cearense correspondem a 74% do vigente em Pernambuco (DOHNERT,1998). Este é um dos fatores de atratividade de investimentos em setores trabalho-intensivo, como é o caso da confecção.

No segmento de mercado composto por demandantes das classes D e E, a concorrência dá-se via preço. Aí a produção nordestina é competitiva até o ponto onde grandes lojas populares colocam à venda produtos nacionais ou mesmo importados a preços irrisórios. Para o segmento de mercado onde a qualidade é atributo fundamental, o preço das peças produzidas localmente pode significar um diferencial a mais, porém não decisivo na escolha do produto.

Considerando-se a confecção uma indústria trabalho-intensiva, o custo da mão-de-obra é um componente essencial do preço do produto e, por conseguinte, um dos elementos-chave da competitividade. O preço é um atributo relevante, sobretudo para o segmento de baixa e média qualidades. Para a produção de qualidade superior, outros fatores influenciam, de forma decisiva, a competitividade dessa indústria como estilo, *design*, *marketing* e distribuição.

Identifica-se a disponibilidade de mão-de-obra a baixo custo como um dos fatores de localização dessa atividade industrial no Nordeste.

O nível de qualificação da mão-de-obra não é fator fundamental na decisão de localização uma vez que o treinamento da mão-de-obra, neste tipo de indústria, pode-se dar no momento da produção sem grandes prejuízos. Contudo, para as pequenas e microunidades, a dificuldade de mão-de-obra treinada é, fundamentalmente, um ponto fraco para a competitividade dessas empresas.

Se, de um lado, a disponibilidade de mão-de-obra a baixo custo e culturalmente vocacionada para a atividade produtiva da confecção é um elemento forte da competitividade das empresas nordestinas, de outro, a oferta de trabalhadores com baixo nível de escolaridade é um ponto fraco. Este aspecto está presente nas empresas de diferentes portes. Contudo, à proporção que diminui o tamanho da empresa, cresce a utilização de mão-de-obra com menor índice de escolaridade.

Outro ponto negativo relacionado à mão-de-obra diz respeito à falta de profissionalismo dos empregados e dos empresários. Encarar o trabalho de costurar como profissão não é evidente para as pessoas envolvidas nessa indústria e este aspecto é um ponto frágil para a competitividade pois compromete diretamente o binômio qualidade/produtividade. De seu lado, a falta de profissionalismo do empresário é expres-

sada na ausência de planejamento e controle da produção nas microunidades produtivas.

Um aspecto negativo da competitividade das pequenas e microempresas da indústria de confecção nordestina são as condições em que sua produção é obtida. Essas empresas estão, em geral, tecnologicamente defasadas e a manutenção preventiva não constitui objeto sistemático de preocupação, o que prejudica a produtividade do trabalho.

A incapacidade financeira dessas empresas, as quais dispõem, essencialmente, de recursos próprios, não permite que renovem seus equipamentos. A falta de disponibilidade financeira reflete-se, sobremaneira, no volume de capital de giro dessas empresas e faz com que muitas delas optem pelo sistema de facção.

As pequenas e microempresas apresentam alto índice de desperdício e o controle de qualidade ainda é, muitas vezes, efetuado no final do processo. Contudo, é importante salientar que as empresas de menor porte, quando trabalham subcontratadas por maiores ou por firmas comerciais exigentes, nacionais ou estrangeiras, o controle de qualidade garante padrão superior.

A organização da produção não inclui elementos de novas técnicas organizacionais, inibindo ganhos de produtividade. Esses problemas se refletem diretamente nos custos da produção e são compensados, em certo grau, pelo baixo custo da mão-de-obra local.

A presença dos mecanismos de subcontratação na complementação do processo produtivo/segmento formal e/ou informal/apóia sua competitividade, baseada no preço. A busca da subcontratação está associada, antes de tudo, à diminuição de custos e à falta de ganho de produtividade.

As desvantagens de escala presentes nas atividades das pequenas e microempresas estão relacionadas, entre outros aspectos, à compra de matéria-prima/tecidos e aviamentos/e ao *marke-*

ting/comercialização da produção. Muitas empresas têm dificuldade de realizar boas condições de negociação junto aos fornecedores dado o volume de suas compras, recorrendo, sistematicamente, ao comércio varejista. O elevado preço de tecidos e aviamentos de lançamento impedem essas unidades de acompanhar o ritmo das novas tendências da moda. No período de lançamento da nova coleção, os preços dos tecidos chegam a ser 30% mais caros no Nordeste em relação a São Paulo.

A criação/*design* é elemento-chave para a competitividade dessa indústria. Os lojistas/clientes levam em conta, fundamentalmente, para construir a imagem das empresas, o estilo e a moda/tendência. Sendo assim, a arma da concorrência na indústria de confecção, no que lhe é específico, é o desenvolvimento de produtos, sujeitos à sazonalidade, e a campanha de *marketing* que será responsável pela criação e fortalecimento da marca. A necessidade de renovação do produto é essencial nessa indústria, a frequência dessa renovação varia com a linha de produção da empresa. As empresas de menor porte são as que trabalham com a chamada “modinha”. Elas lançam novos modelos com maior frequência a fim de segurar sua clientela.

Um aspecto negativo na competitividade da indústria de confecção nordestina é a dificuldade de acompanhamento das tendências da moda no que se refere à criação propriamente dita, ou seja, o *design* das novas coleções. Tendo em vista a diferença de estações climáticas entre as regiões brasileiras, a coleção de determinada estação/cores, textura de tecidos/ainda está sendo desenvolvida no Nordeste quando o Sudeste já está lançando as tendências da estação seguinte. A prática de trabalhar sob encomenda com modelos predeterminados tem inibido a criatividade na produção da Região e pode representar no futuro dificuldades de adaptação para a produção do chamado *fashion*.

Um aspecto positivo a ser mencionado é a flexibilidade, versatilidade e rapidez de adapta-

ção da pequena produção a qual pode atender a demandas específicas, isto é, o produto está associado à moda e não à série padronizada, a chamada moda básica.

No que se refere à qualidade do produto, observa-se que as pequenas e microunidades produtivas, com raio de ação essencialmente no mercado local, geralmente não colocam produto de qualidade no mercado e facilmente seus produtos perdem espaço para outros produzidos no próprio Estado ou fora dele. O pólo do Agreste pernambucano é estigmatizado pela baixa qualidade dos produtos, o que dificulta as tentativas de empresas em reverter a imagem do produto mesmo lançando no mercado mercadorias com melhor qualidade. É verdade que a idade tecnológica dos equipamentos melhoraria sensivelmente a qualidade do produto. Contudo, é bom ressaltar que a procura pela qualidade não faz parte do cotidiano dessas empresas. Isto não quer dizer que não exista parcela de empresas de pequeno porte que primam pela qualidade de seus produtos e, por isso mesmo conseguem sair com sucesso do ambiente competitivo local.

Papel fundamental é desempenhado pelo SENAI, sobretudo com treinamento de mão-de-obra e consultorias tecnológicas. Algumas unidades do SENAI, como as de Natal e Fortaleza, oferecem serviços de estudo de molde e encaixe nos laboratórios de CAD visando otimizar a produção de quem deles demanda.

O SEBRAE, de seu lado, mantém programas de apoio tecnológico, como é o caso do PATME e SEBRAETEC, em parceria com o SENAI. Ainda há de se considerar o Projeto COMPETIR que constitui um conjunto de ações de cooperação técnica entre o SENAI, SEBRAE e a GTZ (alemã) com o objetivo de estabelecer padrões competitivos para as pequenas e microempresas da Região.

Deve-se fazer referência à Secretaria da Indústria, Comércio, Turismo, Ciência e Tecno-

logia da Paraíba que, através de convênio com MCT-CNPq, desenvolve Programa de Modernização e Competitividade de Segmentos Econômicos Tradicionais – COMPET. O programa destina-se às pequenas e médias empresas dos segmentos de couro/calçados, têxtil/confeção e sucro/alcooleiro da Paraíba. No segmento de confecções especificamente, o Programa objetiva: promover intercâmbio entre o segmento produtivo e centros especializados; apoiar novas formas de integração entre as grandes e pequenas empresas; criar laboratório do vestuário na Paraíba; fortalecer as associações das cooperativas do segmento e apoiar cursos, seminários e eventos em parceria com SEBRAE, SENAI e SINE.

5.1- Principais Obstáculos e Potencialidades à Competitividade Internacional

As pequenas e microempresas de confecção da região Nordeste praticamente não apresentam nenhuma inserção no mercado externo. A produção esteve sempre voltada para o mercado interno, situação que se repete ao nível do País. As experiências ocorridas na área de exportação de confecções por essas unidades são, na maioria da vezes, ocasionais e sem profissionalismo.

Alguns requisitos para exportação podem ser identificados tais como: conhecimento do mercado, conhecimento dos canais burocráticos, contato com clientes. Essa capacitação específica para a exportação apresenta-se, ainda, de difícil acesso para as pequenas e microempresas de confecção da Região. A ausência de informações sobre esses itens e o desconhecimento de onde e quem procurar para viabilizar uma possível transação com o mercado externo afastam de imediato a intenção desses empresários de se aventurarem nessa perspectiva.

No que se refere aos aspectos internos às pequenas e microempresas, observa-se que as atuais condições de produção, no geral, são inadequadas a uma inserção satisfatória no mer-

cado externo. Essas condições, que estão associadas a não-renovação de equipamentos e técnicas organizacionais, refletem-se em baixa produtividade do trabalho e baixa qualidade do produto. Deve-se ressaltar ainda a pouca ou nenhuma importância dada ao planejamento e controle da produção e todos os elementos que lhes são específicos, o que prejudica sobremaneira a colocação de produtos em mercados exigentes como é o externo. Neste contexto, podem-se citar estilo e *design* desenvolvidos, muitas vezes intuitivamente, os quais não têm força para atender a esses mercados.

Podem-se enumerar alguns obstáculos externos às pequenas e microempresas que dificultam suas inserções no mercado externo:

- ausência de linhas de crédito adequadas às suas necessidades - capital de giro e renovação das instalações;
- ausência de programas de treinamento de mão-de-obra orientados para a micro e pequena produção, incluindo programa de profissionalização de empresários;
- ausência de serviços de informação sobre os canais de comercialização do mercado externo e orientação sobre os trâmites burocráticos;
- dificuldade de acesso a possíveis clientes;
- dificuldade de participação em feiras internacionais (informações e financiamento);
- ausência de regras de normalização que exijam produtos com melhor qualidade;
- ausência de estímulos à cooperação no sentido de melhorar o relacionamento interempresas com a finalidade de atenuar as desvantagens da pequena escala tanto na negociação com fornecedores quanto na formação de *pool* para satisfazer encomendas maiores;
- taxas de juros praticadas no sistema financeiro e encargos sociais incidentes sobre a folha de pagamento considerados altos pelos empresários;
- ausência de um verdadeiro complexo têxtil com a presença articulada de fabricantes, fornecedores locais de matérias-primas e equipamentos, centro de treinamento e centro de criação.

Alguns pontos fortes, contudo, para uma satisfatória inserção dessas empresas no mercado mundial podem ser identificados : a) o custo da mão-de-obra associado à certa habilidade no trato com a matéria-prima ; b) a flexibilidade produtiva a qual pode atender nichos de mercado; e c) a existência de concentração de empresas permitindo esforço e ajuda mútua entre si; d) a cultura industrial associada à produção de confecção presente na Região; e) a forte presença da linha de produção MODA PRAIA na Região, f) a existência de empresas que produzem MODA PRAIA e que o fazem com qualidade para mercados exigentes e g) a proximidade geográfica de um grande centro consumidor/EUA e dos países do Caribe.

6- NOTAS CONCLUSIVAS

A produção de confecções do Nordeste está localizada nos diversos estados da Região. No entanto, os pólos do Ceará e Pernambuco são os mais representativos em termos quantitativo e qualitativo.

O segmento é caracterizado por forte heterogeneidade tanto no que se refere a aspectos produtivos/tecnológicos quanto à articulação com o mercado. De fato, pequenas e microempresas podem produzir para o mercado local com marcas e modelos próprios e/ou trabalhar sob encomenda. Nos dois casos, as empresas da Região dispõem de mão-de-obra a baixo custo, com baixo nível de escolaridade, treinadas na produção e sem postura profissional; a organização da produção não inclui elementos

de novas técnicas e elas, no geral, estão tecnologicamente defasadas; há fraco espírito associativo entre os empresários.

Quando as empresas trabalham sob encomenda elas podem apresentar especial relação com o fornecedor quanto à gestão tecnológica, a matéria-prima é adiantada ou definida pelo cliente, os modelos são predeterminados, os produtos podem atingir os mercados regional e nacional com boa aceitação.

As empresas de pequeno porte lançam sua própria “modinha” com variedade de modelos ou são terceirizadas por outras maiores para produzirem todo ou parte do produto. A prática de trabalharem sob encomenda com modelos predeterminados tem inibido ou até destruído a criatividade na produção de confecções.

No Nordeste, o processo de terceirização no setor de confecções parece estar mais próximo de um processo de informalização do que de uma prática que contenha elementos de uma integração mais dinâmica entre as unidades produtivas de diferentes tamanhos envolvidas. Esse processo, tal qual vem se desenvolvendo, pode perpetuar capacitação tecnológica e gerencial pouco desenvolvida nas unidades de menor porte.

As dificuldades por que passa a indústria de confecções nos dias atuais devem ser relativizadas e estão associadas ao produto elaborado e suas articulações com o mercado. Os segmentos hoje identificados com os que mais crescem são aqueles compostos por empresas bem estruturadas em termos gerenciais que produzem com qualidade para mercados mais exigentes. As menores empresas que se inserem neste grupo são empresas que trabalham sob encomenda para maiores ou para grandes cadeias de lojas varejistas. No entanto, há pequenas e microempresas com disposição de se lançarem em fatias de mercado mais exigentes de qualidade e, portanto, sobrevivem à concorrência de forma mais satisfatória.

De seu lado, os segmentos que apresentam estagnação são os que produzem “modinha” para as classes de renda C e D. A concorrência de produtos importados e de produtos nacionais a baixo preço desbancam suas mercadorias com facilidade.

As pequenas e microunidades participam de maneira esporádica do mercado externo. Uma ou outra empresa estabeleceu contato eventual com compradores estrangeiros que resulta ou não em uma relação comercial posterior sistemática. A experiência, muitas vezes, pode acontecer por ocasiões isoladas¹⁷.

¹⁷ No Brasil, todos os setores incluídos, as pequenas e microempresas representaram, em 1996, 28,9% do conjunto de empresas exportadoras mas sua participação na receita de exportações foi marginal, 0,4% e 1,3%, respectivamente. As quatro mil empresas exportadoras desse subconjunto não exportam mais que US\$800 milhões por ano. (REVISTA DA INDÚSTRIA, 8/6/1998.)

Abstract

This paper analyses the competitiveness of the small scale industrial production of the clothing sector in the Northeast of Brazil. Initially, it is presented a general profile of the micro and small companies of the sector approaching the issues related to labour, technology, production organisation, design and development of products, transformed inputs and credit. Secondly the characteristics of the market of such companies are analysed. Finally the competitiveness conditions of the small productive units are evaluated, emphasising their weak and strong features.

Key Words

Competitiveness. Micro and small companies. Clothing sector. Northeast. Brazil

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO VESTUÁRIO-ABRAVEST. **Informações obtidas junto ao Centro de Documentação da Instituição.** 1998.
- ASSOCIAÇÃO DOS MICRO E PEQUENOS EMPRESÁRIOS DE FORTALEZA- AMPEFORT. **Entrevista realizada em 15 de outubro de 1997 com a Presidente da Associação.** 1997.
- BASTOS, C.P.M. Competitividade da indústria de vestuário . In: **Estudo da competitividade da indústria brasileira.** Campinas: MCT/FINEP/PADCT, 1993.
- BANCO DO NORDESTE DO BRASIL-BNB . **A indústria de confecções do Nordeste,** Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 1978.
- BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL-BNDES **Análise Conjuntural da Indústria Confeccionista Brasileira,** nº 9. Rio de Janeiro: BNDES, 1996.
- BRASIL. MINISTÉRIO DO TRABALHO. **Relação anual de informações sociais.** Brasília, 1995.
- CADASTRO INDUSTRIAL DO CEARÁ. **Federação das Indústrias do Estado do Ceará.** Fortaleza, 1998.
- CADASTRO INDUSTRIAL DA PARAÍBA. **Federação das Indústrias do Estado da Paraíba.** João Pessoa, 1998.
- CADASTRO INDUSTRIAL DO RIO GRANDE DO NORTE . **Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Norte.** Natal, 1998.

- DOHNERT, S. **Collective Services, Large Firms, and Clustering Pulling Together the Threads of the Cearense and Pernambucan Garment Industries**, MIT, 1998. (Mimeo).
- INSTITUTO DE ESTUDOS E MARKETING INDUSTRIAL - IEMI. **Levantamento Quantitativo da Indústria Brasileira de Confeções Têxteis**. São Paulo, 1998.
- MELO, M.C.P. **Aprendizado e inovação local: obstáculos e oportunidades da indústria nordestina de confeções**. Fortaleza: Banco do Nordeste, 1999.
- MELO, M.C.P. **Programas setoriais de promoção da competitividade do Nordeste – Confeções**. Recife: SEBRAE/MRE, 1999. (Mimeo).
- OLIVEIRA, M.H., MEIDEIROS, L. **Setorial nº 3**. Rio de Janeiro: BNDES, 1996.
- REVISTA DA INDÚSTRIA. **O valor dos pequenos exportadores**, São Paulo, FIESP/CIESP/SESI/SENAI/IRS, 8/6/98.
- ROSA, A.L. & MELO, M.C.P. **A indústria têxtil cearense : um estudo sobre competitividade**, Fortaleza FINEP/FIEC, 1994.
- SINDICATO DA INDÚSTRIA TÊXTIL DE PERNAMBUCO-SINDITÊXTIL/PE. **Entrevista realizada com o Presidente do Sindicato em 16 de junho 1998**.
- SEBRAE/CE. **Pesquisa sobre a indústria de confeções de Fortaleza**. Fortaleza, 1992.
- SECRETARIA DA FAZENDA DO CEARÁ-SEFAZ/CE. **Cadastro de contribuintes**. Fortaleza, 1997.
- SIC/SEBRAE/CE/FIEC. **Cadastro industrial do Ceará**. FIEC, Fortaleza: FIEC, 1992.
- SOUSA, L.B.L. **Pequena produção urbana e sua articulação com o movimento de capital - o segmento de confeções em Fortaleza**. Fortaleza: SENAI/CE, 1990.

Recebido para publicação em 10.DEZ. 1999.