

# INDÚSTRIAS TRADICIONAIS DE BENS DE CONSUMO NO BRASIL: DESAFIOS E OPORTUNIDADES

Job Rodrigues Teixeira Junior  
Rangel Galinari  
Paulo Fernandes Montano  
Juliana Generoso da Silva\*

\* Respectivamente gerente, economistas e estagiária do Departamento de Bens de Consumo, Comércio e Serviços da Área Industrial do BNDES.

## RESUMO

Este artigo expõe um breve histórico dos ramos tradicionais da indústria de bens de consumo, abrangendo móveis, calçados, têxteis e confecções, bebidas e produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos, com ênfase no desempenho da indústria brasileira, na análise da atuação do BNDES e no período 2001-2011. O texto oferece uma reflexão sobre os desafios, as oportunidades e as estratégias que definirão a trajetória dos setores estudados no futuro próximo.

## ABSTRACT

This paper presents a brief history of the traditional branches of industry, including furniture, footwear, textiles and clothing, beverages and personal care products, perfumes and cosmetics, with emphasis on the performance of Brazilian industry, in analyzing the performance of BNDES and in the period 2001-2011. The text offers a reflection on the challenges, opportunities and strategies that will define the trajectory of the sectors studied in the near future.



## 1. INTRODUÇÃO

Ao completar sessenta anos de existência, o BNDES dedica o ano de 2012 à reflexão, organizando em perspectiva histórica os principais desafios perante os quais a indústria brasileira se encontra, bem como as oportunidades existentes.

Entre 1930 e 1980, o Brasil passou por grandes transformações sociais, apresentou dinamismo econômico e experimentou severas oscilações institucionais. Trata-se do período central da história republicana brasileira. Nos anos que se seguiram a 1930, consolidou-se no Brasil o desenvolvimentismo como ideologia, tendo a industrialização como meta e a substituição de importações como método. Como resposta às necessidades reveladas por essa estratégia, em 1952 foi criado o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE),<sup>1</sup> que desde então vem atuando de modo decisivo no apoio ao desenvolvimento do país.

O complexo industrial brasileiro se completa e amadurece ao longo da segunda metade do século XX, passando a contar com setores tradicionais, como o moveleiro; emblemáticos, como o automobilístico; básicos, como o químico; estratégicos, como o de bens de capital; e avançados, como o aeronáutico. É nesse período que se incluem as três fases clássicas da história econômica recente do Brasil: o Plano de Metas, o Milagre Econômico e o II PND, assim como algumas das principais crises enfrentadas pelo país, como o colapso institucional de 1961-1964, a crise da dívida do início da década de 1980, o regime de alta inflação (1980-1994) e a crise energética de 2001.

Outros fenômenos sociais ocorreram ou se aceleraram depois de 1952 no país, como a urbanização, o ganho de importância do setor de serviços, a consolidação democrática, a modernização da agricultura e o surgimento de uma economia do conhecimento engendrada pela revolução da microeletrônica, da informática e das comunicações em geral. Não obstante a evidente importância do setor terciário, o valor estratégico de certos ramos e a existência de ilhas de excelência, as indústrias tradicionais brasileiras chegam à segunda década do século XXI ainda responden-

<sup>1</sup> Em 1982, o Banco passou a se chamar Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).



do por uma expressiva parcela do emprego, da geração de valor e da corrente de comércio do país.

Neste artigo, uma *proxy* do amplo segmento das indústrias tradicionais será definida pelos setores de móveis, de calçados, de têxteis, de confecções, de bebidas e de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos (HPPC). Não há nessa escolha a ambição de propor uma definição para a noção de “indústria tradicional”, que aqui surge ligada aos bens-salário, aos típicos setores da primeira Revolução Industrial ou aos bens de consumo final.

As atividades consideradas compartilham o uso de tecnologias tradicionais, tipicamente ligadas a inovações tecnológicas incrementais (em geral oriundas dos fornecedores), havendo grande importância das inovações de *marketing*, organizacionais e de processo [Costa, Monteiro Filho e Guidolin (2011)]. Além disso, economias de escala e custo do trabalho são variáveis importantes para a maior parte desses setores, o que os expõe à concorrência asiática, em especial.

Dois grandes fenômenos mundiais se destacaram nos anos 2000, e a análise dos setores selecionados permite que eles sejam aqui abordados:

- Competição asiática: a ascensão da China como grande *player* do comércio internacional e de outros países asiáticos, como Índia, Paquistão, Bangladesh e Vietnã, como grandes produtores de manufaturados básicos.
- Sociedade pós-industrial: aceleração do declínio da importância das competências meramente produtivas e manufatureiras, que passam a portar características típicas do universo das *commodities*, *vis-à-vis* competências intangíveis ligadas à economia do conhecimento, com a geração de valor se concentrando em inovação, *marketing*, *design* e controle dos canais de distribuição e comercialização.

No quadro nacional, um terceiro fenômeno se junta aos anteriores, abrindo boas perspectivas para a indústria brasileira:

- Mercado consumidor doméstico: queda dos índices de desigualdade, crescimento da renda *per capita* e ampliação do acesso ao crédito, criando uma nova classe média e constituindo um mercado de consumo de massa.

Além disso, estima-se para os próximos anos melhora nas condições macroeconômicas, que nas três décadas que se seguiram ao segundo choque do petróleo fo-

ram quase sempre hostis ao investimento e à economia real, seja pelos momentos depressivos vividos em 1981-1983, 1990-1992, 1998-1999, 2001, 2003 e 2009, seja por adversidades cambiais como a de 1994-1998 ou a de 2010-2011, seja pelo nível da taxa básica de juros, com diversos momentos de aperto monetário entre 1988 e 1992 e situada sempre acima de 15% a.a. entre 1995 e 2005 (sendo ainda hoje uma das mais altas do mundo), seja, por fim, pela instabilidade gerada pelo regime de alta inflação que caracteriza todo o período 1980-1994.

A possibilidade de haver, na segunda metade da década de 2010, uma combinação de inflação sob controle (até 5% a.a.), juros reais básicos baixos (inferiores a 2% a.a., o que reduziria bastante uma das principais pressões sobre a taxa de câmbio) e crescimento econômico sustentável (da ordem de ao menos 3% a.a.), em um quadro de estabilidade institucional, além de redução da concentração de renda, diminuição da relação entre a dívida pública e o Produto Interno Bruto (PIB) e equilíbrio nas contas externas, representaria um contexto macroeconômico inédito para o país, tomados não somente os sessenta anos de existência do BNDES, mas também todo o período republicano.

Para examinar os setores selecionados, este artigo se estrutura em dois blocos. No primeiro, são mostrados indicadores que ilustram a evolução das indústrias tradicionais no mundo e no Brasil, bem como a atuação do BNDES. O segundo bloco resume desafios, perspectivas e possíveis estratégias compatíveis com o cenário básico esperado para a década de 2010.

O texto mostra as grandes transformações observadas no comércio internacional, sobretudo a importância assumida pela produção chinesa. Com presença mundial discreta e com o mercado doméstico absorvendo grande parte da produção nacional, será visto que o fenômeno asiático vem se mostrando menos perigoso pelos pequenos prejuízos observados no *market share* das exportações brasileiras no comércio mundial do que pelo acirramento da concorrência no próprio solo brasileiro. Ainda assim, os índices aqui apresentados mostram grande controle do mercado doméstico pelos produtores locais, embora o quadro venha se deteriorando. As estatísticas mostram também a destacada relevância das indústrias tradicionais para o emprego e o PIB.



Em relação às perspectivas de médio e longo prazos, o texto propõe uma divisão entre dois grandes grupos, o das empresas que procuram manter vantagens competitivas de custos e o das que buscam uma competição por diferenciação, agregação de valor e inovação. O primeiro grupo se mostra mais exposto à concorrência asiática e mais dependente da concretização das boas perspectivas macroeconômicas, em meio a um complexo conjunto de fatores que inclui regulação do comércio exterior e deslocamentos regionais da produção para fronteiras de menor custo do trabalho. O segundo grupo, embora também possa se beneficiar de um contexto macroeconômico menos severo, mantém no interior das empresas a maior parte dos fatores críticos, dependendo de iniciativas gerenciais, dentre as quais se destacam a maior disposição a assumir riscos calculados e os investimentos em excelência, inovação, *design*, moda e *marketing*.

Nos dois grupos, há certo equilíbrio entre ameaças e oportunidades, o que significa que os próximos anos serão marcados por grande incerteza. Trata-se de um desafio para as indústrias tradicionais de bens de consumo do Brasil, que provavelmente passarão por um ciclo de muitas transformações.

## 2. PANORAMA DAS INDÚSTRIAS TRADICIONAIS DE BENS DE CONSUMO NOS ANOS 2000 E O PAPEL DO BNDES

### AS INDÚSTRIAS TRADICIONAIS DE BENS DE CONSUMO NO MUNDO

A cadeia produtiva dos ramos tradicionais da indústria de bens de consumo, sobretudo a dos setores têxtil, confecções e calçados, é mundialmente fragmentada no aspecto territorial, integrando-se sob o comando de grandes *players* internacionais, sobretudo administradores de marcas e varejistas. Enquanto as atividades de maior valor agregado e intensivas em conhecimento, como moda, *design* e desenvolvimento de produtos e marcas, tendem a se localizar em países centrais, as intensivas em trabalho e matérias-primas buscam constantemente vantagens competitivas de custos em países periféricos, onde há oferta de mão de obra e insumos baratos.

Essas características moldam tanto a localização da produção no globo como o padrão de comércio internacional de bens tradicionais, como será visto nas próximas subseções, reservadas a um breve panorama internacional dos setores selecionados em anos recentes.

### Têxteis e confecções

Segundo Instituto de Estudos e Marketing Industrial (IEMI) (2011), os principais países produtores de têxteis e confecções no ano de 2009 foram, em ordem decrescente de volume produzido, China, Hong Kong, Estados Unidos (EUA), Índia, Paquistão e Brasil. Juntos, esses países respondem por aproximadamente 70% da oferta mundial. Já os maiores produtores de artigos de vestuário são China, Hong Kong, Índia, Paquistão, Brasil e Turquia, responsáveis por 65% da produção mundial.

Ao contrário dos países asiáticos, que se encontram plenamente inseridos na cadeia produtiva global, a produção brasileira é, em sua maior parte, voltada ao mercado interno. Desse modo, apesar de figurar entre os maiores produtores mundiais, o país não se encontra entre os maiores exportadores – em 2009, o Brasil foi o 24º maior exportador de têxteis do mundo e o 41º de vestuário.

### Calçados

A produção de calçados também se concentra na Ásia. Conforme Associação Portuguesa dos Industriais de Calçados, Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos (APICCAPS) (2011), a China foi responsável por 62,4% da quantidade produzida de calçados no mundo em 2010, seguida da Índia (10,2%), Brasil (4,4%), Vietnã (3,8%) e Indonésia (3,3%). Por outro lado, o consumo de calçados é geograficamente disperso, acompanhando a distribuição da população e da renda. A Ásia é o principal mercado consumidor de calçados do globo (49%), seguida de Europa (20%) e América do Norte (17%). O Brasil é o quarto maior país consumidor, detendo 4,5% do volume mundial, logo atrás de China (15,2%), EUA (13,4%) e Índia (11,7%).

A origem das exportações mundiais se concentra na Ásia (85%), que atua em segmentos de menor preço e produção em grande escala. Já a Europa se destaca por atuar em segmentos superiores, em virtude de sua capacitação em desenvolvi-

mento de produtos, *design* e marcas. A Itália, por exemplo, apesar de ser o nono maior produtor de pares de calçados do mundo, figura como o quarto maior exportador em volume e o segundo em valor. Em razão da melhor qualidade de seus produtos e do segmento em que atuam, os países europeus ocupam nove entre as 15 primeiras posições do *ranking* de valor exportado. O Brasil, apesar de ter perdido participação no mercado internacional nos anos 2000, ainda é um dos grandes fornecedores de calçados, ocupando a nona posição entre os maiores exportadores em volume e a 12ª posição em valor.

### Móveis

De acordo com Projeto PIB (2009), até meados da década de 1990, os países desenvolvidos eram os principais produtores e consumidores de móveis. Em busca de vantagens competitivas de custo, acesso a matérias-primas e mercados consumidores, as grandes empresas do setor instalaram fábricas e desenvolveram fornecedores em países em desenvolvimento, aumentando a participação destes no cenário internacional. Apesar dessa realocação da produção, os países de alta renda ainda contam com ligeira vantagem quanto ao valor produzido.

Dados do Centre for Industrial Studies (CSIL-Milano) evidenciam que, em 2010, cerca de 52% do valor de produção mundial de móveis estava concentrado em países desenvolvidos – apesar de a China ser o maior produtor mundial. Destes, merece destaque a produção de EUA (14%), Itália (7%), Alemanha (6%), Japão (3%) e França (3%). Entre os países de média e baixa renda despontam China (31%), Vietnã (2%), Polônia (2%) – países cuja produção cresce rapidamente em função de investimentos em plantas desenhadas para exportação – e Brasil (2%). Os maiores exportadores de móveis são China, Itália, Alemanha e Polônia, nessa ordem, e os importadores, EUA, Alemanha, França e Reino Unido.

### Higiene pessoal, perfumaria e cosméticos (HPPC)

No setor de HPPC coexistem um grande número de pequenas e médias empresas voltadas a mercados locais e um grupo reduzido de grandes empresas transnacionais que responde por parte significativa das vendas mundiais. A existência de um

contingente significativo de pequenas e médias empresas é explicada pelas baixas barreiras à entrada que caracterizam o setor, em particular as tecnológicas, no que tange aos produtos de menor valor agregado. Nesse ramo, as pequenas e médias empresas, em geral, elegem algum segmento e nele se especializam, principalmente no caso de cosméticos, enquanto as grandes empresas tendem a ser mais diversificadas, havendo, no entanto, exemplos de empresas especializadas.

Além de influenciado por padrões culturais, o consumo de produtos dessa indústria é altamente correlacionado com a renda *per capita*, em especial nos segmentos mais sofisticados. Por conseguinte, os países desenvolvidos são os maiores mercados consumidores. Segundo dados da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), em 2010 o mercado mundial de HPPC totalizou US\$ 374 bilhões em vendas. Os EUA, onde as vendas alcançaram quase US\$ 60 bilhões, ocupam a primeira posição no *ranking* de mercados consumidores, seguidos pelo Japão (US\$ 44 bilhões). O Brasil ocupa posição de destaque, constituindo-se o terceiro maior mercado consumidor de HPPC do mundo (US\$ 37 bilhões), à frente de China (US\$ 24 bilhões), Alemanha (US\$ 18 bilhões) e França (US\$ 16 bilhões).

Os países desenvolvidos são os mais importantes em relação ao comércio internacional, tanto como exportadores quanto como importadores de produtos de HPPC. Informações do Comtrade mostram que em 2010 os principais exportadores foram França (US\$ 124,0 bilhões), Alemanha (US\$ 7,6 bilhões), EUA (US\$ 7,2 bilhões), Reino Unido (US\$ 3,9 bilhões) e China (US\$ 2,1 bilhões), e os maiores importadores foram EUA (US\$ 5,6 bilhões), Alemanha (US\$ 4,4 bilhões), Reino Unido (US\$ 4,1 bilhões), França (US\$ 2,4 bilhões) e Japão (US\$ 2,3 bilhões). Apesar de grande produtor, o Brasil não ocupa posição de destaque no comércio internacional de HPPC, ocupando a 22ª posição entre os maiores exportadores, atrás de países em desenvolvimento, como México, Tailândia e Índia, e a 32ª entre os importadores.

## Bebidas

O setor de bebidas inclui a fabricação de bebidas alcoólicas – destilados, vinhos e cervejas – e não alcoólicas – águas envasadas, refrigerantes, chás e refrescos. O consumo

desses produtos também é altamente correlacionado com a renda *per capita* e, no caso das bebidas alcoólicas, influenciado por aspectos culturais e legais. A exemplo dos demais produtos das indústrias tradicionais de bens de consumo, as fracas barreiras à entrada permitem que coexistam no mercado pequenas e grandes empresas. No entanto, o setor tem especificidades que o distinguem de outros setores tradicionais, como as denominações de origem, que diferenciam produtos segundo regiões geográficas. Esse fato, ao limitar a oferta a determinada região, gera algum grau de monopólio sobre o produto, viabilizando sua produção em países onde a mão de obra é relativamente cara. Além disso, em razão da oferta de insumos e de fatores históricos e climáticos, alguns países de alta renda são mais competitivos em determinados produtos, como vinho, cerveja e uísque.

Os principais mercados de bebidas são também os mais relevantes em relação ao comércio internacional. Segundo a *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD), os maiores exportadores em 2010 foram os países europeus, notadamente França, Reino Unido, Itália, Alemanha e Holanda, que juntos responderam por 50% do comércio internacional. Nesse ano, os principais países importadores foram Reino Unido, Alemanha, Canadá, França, Holanda, Bélgica e Japão. Apesar de ser um grande produtor e consumidor, a participação do Brasil no comércio internacional de bebidas ainda é modesto. Por outro lado, o país se insere no mercado internacional por meio de participação de capital em empresas sediadas no exterior.<sup>2</sup>

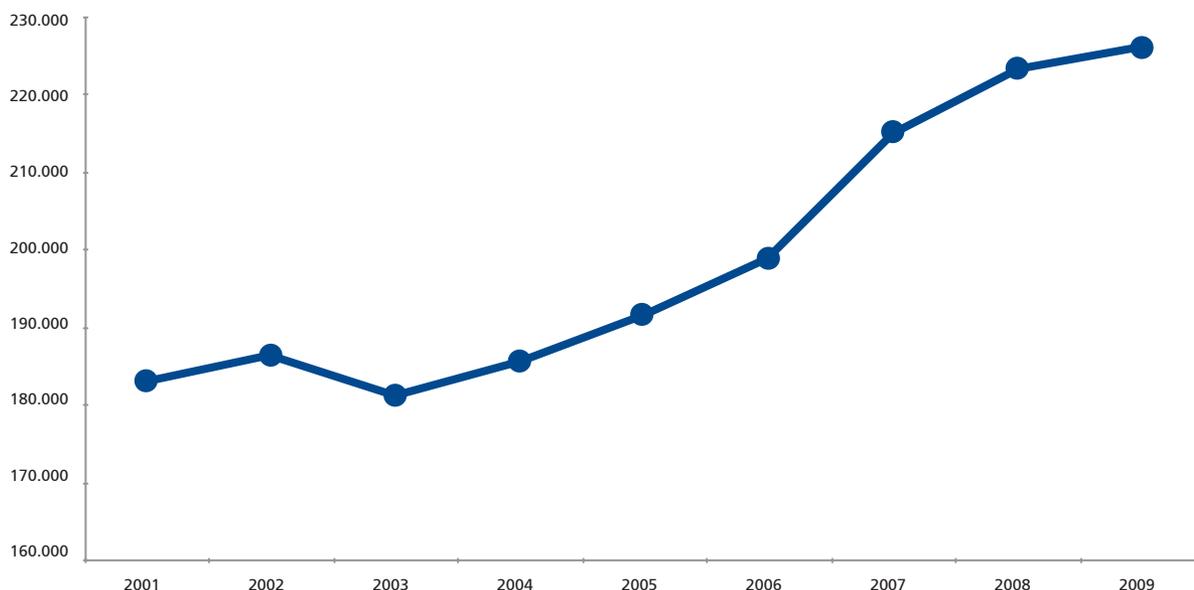
## AS INDÚSTRIAS TRADICIONAIS DE BENS DE CONSUMO NO BRASIL

Depois de duas décadas de baixo crescimento, a economia brasileira reuniu, nos anos 2000, condições de crescer de maneira sustentada. O processo de estabilização econômica iniciado com o Plano Real em 1994 restaurou paulatinamente a confiança e a previsibilidade dos agentes econômicos, permitindo a estes planejar melhor suas decisões de investimento e consumo.

<sup>2</sup> A brasileira Ambev, quarta maior cervejaria do mundo, está presente em 14 países das Américas e, por meio da Anheuser-Busch InBev (AB InBev), integra a maior plataforma de produção e comercialização de cervejas do mundo.

Embora a retomada do crescimento do PIB nos anos 2000 tenha sido influenciada, no início, pelas exportações, o ciclo de crescimento observado a partir de 2004 se consolidou por meio da demanda interna, isto é, pela ampliação do consumo das famílias e do investimento. Como visto no artigo introdutório do Volume I “A economia brasileira: conquistas dos últimos dez anos e perspectivas para o futuro”, a combinação de fatores como o aumento da renda média do trabalho, a significativa ampliação das políticas de transferência de renda, a estabilidade do nível de preços e a expansão do acesso ao crédito recuperou o poder de compra do brasileiro e contribuiu para a emergência da chamada “nova classe média”. Com esse novo contingente de consumidores, dotado de poder de compra ampliado e demandas reprimidas, o país assistiu a uma explosão de consumo, que impactou positivamente a demanda por bens da indústria em geral, incluindo a dos segmentos tradicionais de bens de consumo, como evidenciam as informações do Gráfico 1.

**GRÁFICO 1 CONSUMO FINAL DAS FAMÍLIAS DE BENS TRADICIONAIS A PREÇOS DE MERCADO DE 2009 – BRASIL, 2001-2009 (R\$ MILHÕES)\***



Fonte: IBGE/Coordenação de Contas Nacionais.

Nota: Foram utilizados como deflatores os índices de preços do consumo final por produto, calculados com base nas Tabelas de Recursos e Usos das Contas Nacionais.

\*Em função das agregações das fontes de dados disponíveis, algumas estatísticas do presente trabalho contam com representações mais amplas dos setores. Os segmentos de HPPC e de móveis, por exemplo, incluem, respectivamente, a fabricação de produtos de limpeza e de produtos das indústrias diversas nas estatísticas das Contas Nacionais.

Como será visto nas próximas seções, o bom desempenho das vendas no mercado interno de produtos das atividades aqui analisadas não foi plenamente aproveitado pela indústria brasileira, em particular depois da crise financeira internacional, o que suscitou ações por parte do BNDES como resposta à perda de competitividade dos produtos nacionais ante os importados. Antes de detalhar questões relativas ao desempenho econômico propriamente dito dos setores em questão no Brasil, assim como as ações do BNDES, é necessário expor características dessa indústria que reportam sua importância para a economia do país.

### Relevância

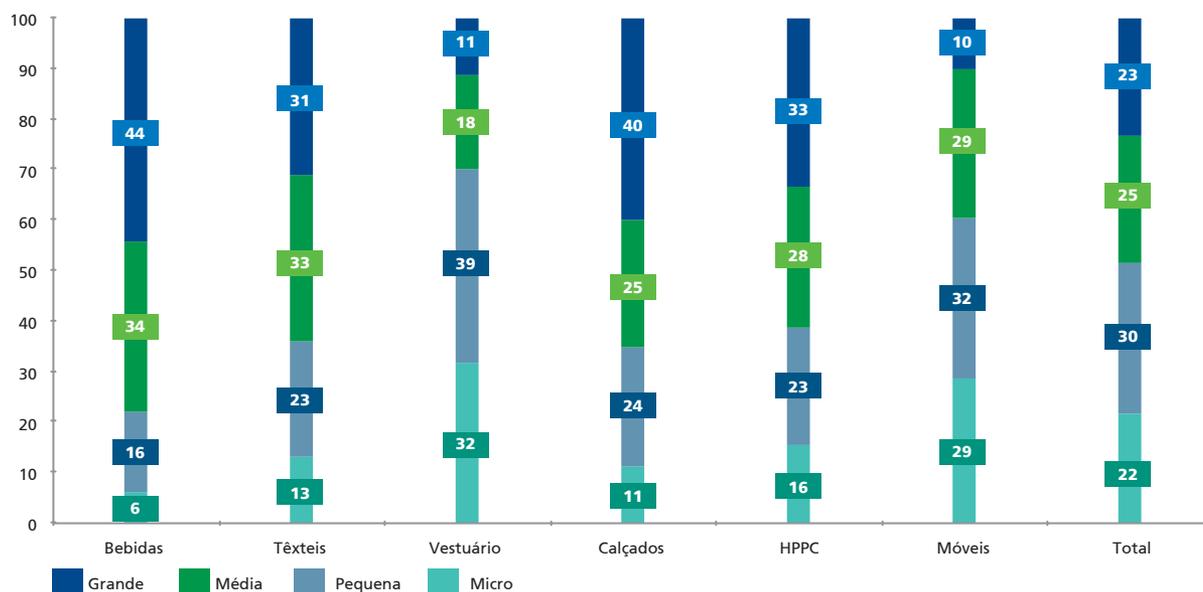
Segundo a Pesquisa Industrial Anual (PIA Empresa) do IBGE, o setor de bens de consumo tradicionais foi responsável por cerca de 12% do valor da transformação industrial e 11% do valor bruto de produção da indústria de transformação brasileira em 2010. Se essa participação já é relevante, o setor evidencia ainda mais sua importância na absorção de mão de obra. Dados da Relação Anual de Informações Sociais (Rais) do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) revelam que em 2010 o setor ocupou mais de 1,84 milhão de pessoas, o que representou 24% do emprego formal da indústria de transformação e 4% do total do emprego formal no Brasil. É importante salientar que a maior parte da mão de obra ocupada no setor encontra-se em MPMEs (Gráfico 2), em particular nos segmentos de produção de vestuário e móveis. Se por um lado esse atributo indica que o setor não se beneficia de economias de escala, por outro explica a elevada empregabilidade que é capaz de sustentar.

As características desse setor também são importantes do ponto de vista do desenvolvimento regional. As indústrias tradicionais de bens de consumo dispõem de certa facilidade de se realocarem no espaço geográfico em resposta a mudanças nas condições econômicas. O baixo requerimento de capital e de obras civis, o dispêndio relativamente pequeno com treinamento da mão de obra e o baixo custo de transporte de insumos e produtos favorecem a disseminação e movimentação dessas atividades no espaço.<sup>3</sup> Além disso, há nesses setores um grande número de peque-

<sup>3</sup> Na década de 1990, por exemplo, uma das estratégias adotadas pela indústria de calçados brasileira para enfrentar a concorrência advinda da abertura comercial foi se realocar na Região Nordeste em busca de menores custos de mão de obra, entre outros incentivos.

nas e médias empresas dispersas no território voltadas ao atendimento de mercados locais. Tais atributos permitem que os segmentos aqui analisados ofereçam postos de trabalho tanto em áreas desenvolvidas como naquelas em que a renda é relativamente baixa e a infraestrutura apresenta deficiências, contribuindo para a redução das desigualdades regionais. O Gráfico 3 corrobora esse argumento ao demonstrar que a maior parte dos empregos formais dos setores tradicionais de bens de consumo encontra-se em cidades do interior (65% do total). Os segmentos de HPPC e bebidas são os mais concentrados nas capitais e regiões metropolitanas de capitais, enquanto ramos intensivos em trabalho, como vestuário, calçados e móveis, são interiorizados.<sup>4</sup> Além disso, o Gráfico 4 evidencia que no intervalo de 15 anos, entre 1995 e 2010, o processo de desconcentração espacial dos setores tradicionais não cessou. O emprego formal dessas indústrias cresceu em todas as regiões brasileiras nesse período, com aumento da participação relativa das regiões Nordeste, Norte e Centro-Oeste.

**GRÁFICO 2** DISTRIBUIÇÃO DO EMPREGO NAS INDÚSTRIAS TRADICIONAIS DE BENS DE CONSUMO POR TAMANHO DAS FIRMAS – BRASIL, 2010 (%)

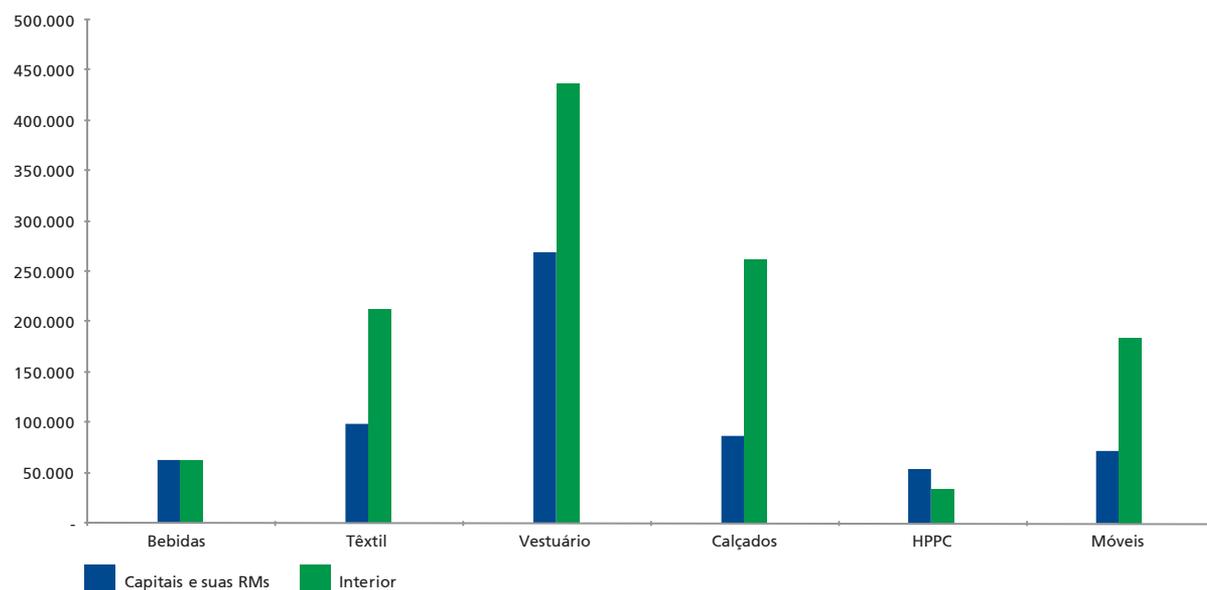


Fonte: MTE/Rais.

Nota: Classificação das empresas por número de empregados: micro – 1 a 19; pequena – 20 a 99; média – 100 a 499; grande – 500 ou mais.

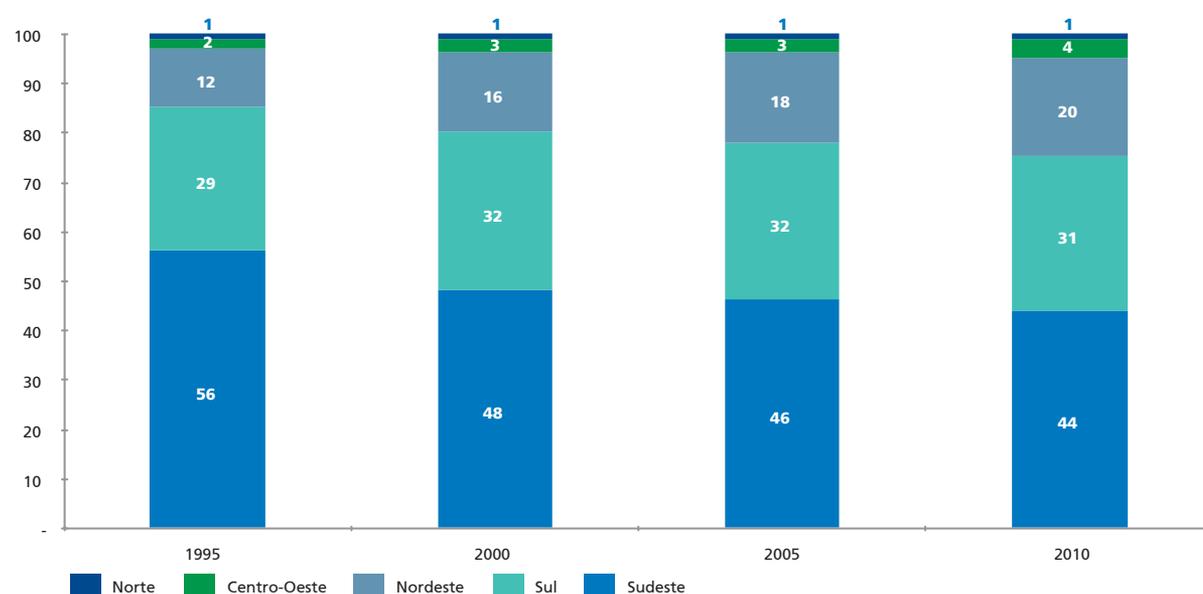
<sup>4</sup> Deve-se destacar que as empresas dos setores mais interiorizados, em particular as MPMEs, com frequência se concentram em sistemas produtivos locais de forma a se beneficiar de economias externas às firmas, mas internas ao sistema local a que pertencem.

**GRÁFICO 3** DISTRIBUIÇÃO DO EMPREGO NAS INDÚSTRIAS TRADICIONAIS DE BENS DE CONSUMO ENTRE AS CAPITAIS DAS UNIDADES DA FEDERAÇÃO BRASILEIRA, SUAS REGIÕES METROPOLITANAS (RMS) E CIDADES DO INTERIOR – BRASIL, 2010



Fonte: MTE/Rais.

**GRÁFICO 4** DISTRIBUIÇÃO DO EMPREGO NAS INDÚSTRIAS TRADICIONAIS DE BENS DE CONSUMO POR REGIÃO NATURAL – BRASIL, 1995, 2000, 2005 E 2010 (%)



Fonte: MTE/Rais.

## Desempenho

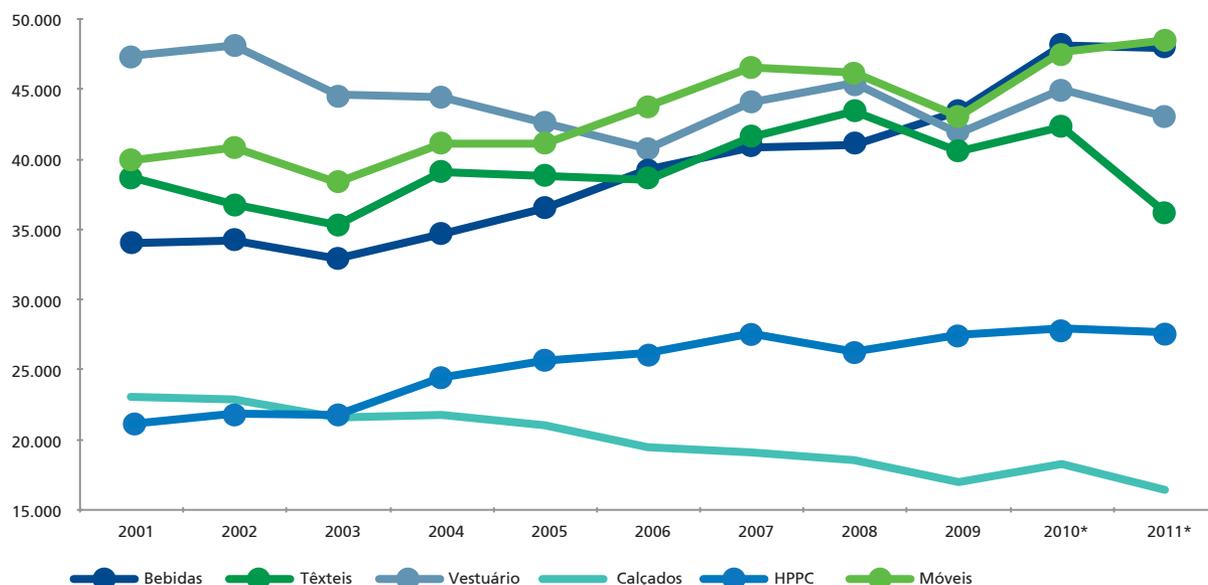
Em que pese a patente melhoria dos fundamentos da economia brasileira e o ciclo de crescimento verificado entre 2004 e a crise financeira internacional de 2008, os setores tradicionais de bens de consumo não acompanharam de maneira uniforme a *performance* da economia brasileira, motivando por parte do BNDES uma ação já em 2007, com o lançamento do Programa de Revitalização de Empresas (Revitaliza), cujos desembolsos ultrapassaram os R\$ 3,2 bilhões até 2011.

Por meio de informações contidas no Gráfico 5 e na Tabela 1, é possível distinguir dois grupos de produtos das indústrias tradicionais de bens de consumo segundo seu desempenho econômico nos anos 2000. O primeiro deles, formado por produção de bebidas, HPPC e móveis, caracteriza-se por taxas médias de crescimento anual positivas entre 2001 e 2011, enquanto o segundo grupo, composto por têxteis, vestuário e calçados, por taxas negativas no período. No primeiro grupo, merece destaque o setor de bebidas, cuja produção de R\$ 34 bilhões em 2001 passa a R\$ 47,9 bilhões em 2011 – elevação média de 3,5% ao ano em termos reais. Depois de apresentar taxa média de crescimento anual negativa entre 2001 e 2003, o setor registra os melhores resultados entre as atividades analisadas. Tal fato o conduziu em 2009 à posição de setor mais relevante em relação ao valor de produção na classe dos bens tradicionais de consumo. Merece destaque também o setor de HPPC, tanto por ser o único que cresce a taxas médias anuais positivas em todos os recortes de tempo analisados, como pela variação real de 2,7% ao ano de sua produção entre 2001 e 2011. Já a produção de móveis apresentou taxa média anual de crescimento de 2,0%, obtendo em 2011 o maior valor de produção entre os setores analisados.

Por sua vez, no segundo grupo, destaca-se negativamente o desempenho do setor de calçados, cujo valor de produção cai de R\$ 23 bilhões em 2001 para R\$ 16 bilhões em 2011 – variação de cerca de 30% em termos reais. Apesar de os setores de têxteis e vestuário terem alcançado resultados positivos durante o ciclo de crescimento da economia brasileira entre 2004 e 2008, o desempenho negativo nos períodos imediatamente anterior (2001 a 2003) e posterior (2009 a 2011) comprometeu o resultado global do período analisado. Em termos reais, a produção

de têxteis decresceu, em média, 1,3% ao ano, enquanto a de vestuário caiu 1,7% ao ano. Por conseguinte, o valor da produção desses setores em 2011 tornou-se, respectivamente, 6,5% e 9,0% inferior ao observado em 2001.

**GRÁFICO 5** VALOR DA PRODUÇÃO A PREÇOS BÁSICOS DE BENS TRADICIONAIS (R\$ MILHÕES DE 2009)



Fonte: IBGE/ Coordenação de Contas Nacionais.

\*Estimativa – corresponde à evolução do valor 2009 por meio de índices de volume (PIM-PF).

Nota: Foram utilizados como deflatores os índices de preços por produto, calculados com base nas Tabelas de Recursos e Usos das Contas Nacionais.

Como consequência do baixo desempenho econômico das indústrias em questão, cujo valor de produção conjunto a preços de 2009 mostrou certa estagnação (crescimento médio de apenas 0,36% ao ano entre 2001 e 2011), sua participação no total do valor de produção da indústria de transformação (que cresceu 2,17% ao ano no mesmo período) passou de 14% em 2001 para 11,6% em 2011.

Haja vista o crescimento da renda e do consumo verificado no Brasil nos anos 2000, o baixo dinamismo da produção interna de bens tradicionais de consumo parece um contrassenso. Uma das maneiras de explicar esse fenômeno consiste em observar a penetração das importações no mercado nacional, isto é, analisar a dinâmica do *market share* da indústria nacional na demanda doméstica. Para tanto, o Gráfico 6, exibe o coeficiente de penetração de importações de bens tradicionais no mercado brasileiro.

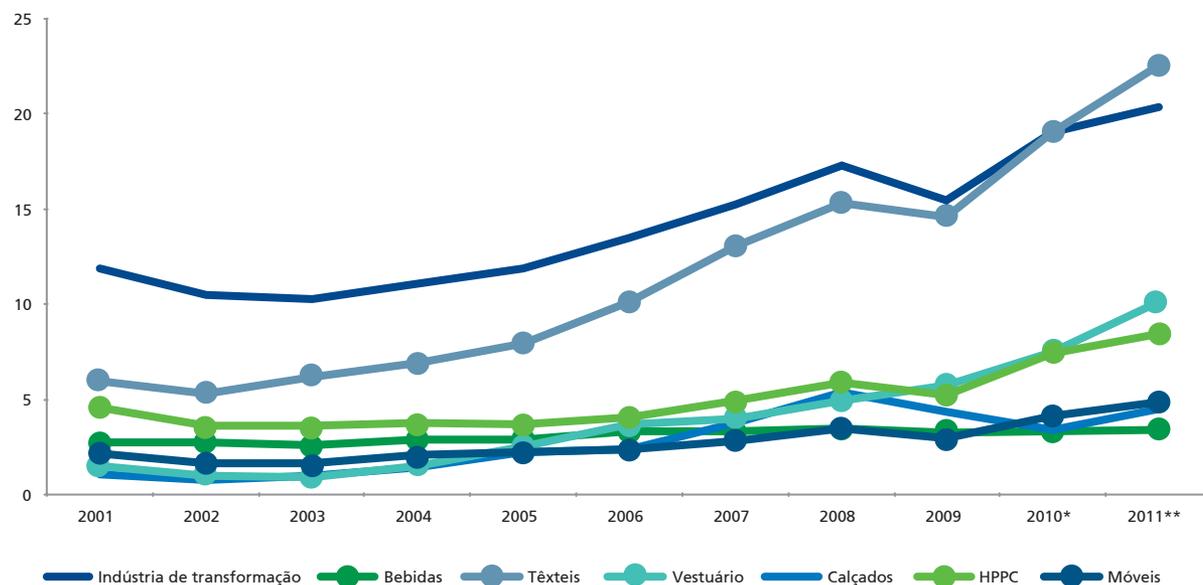
**TABELA 1** VARIACÃO MÉDIA ANUAL DO VALOR DA PRODUÇÃO DE BENS TRADICIONAIS POR PERÍODO A PREÇOS DE 2009 (%)

Produto	2001-2003	2004-2008	2009-2011*	2001-2011*
BEBIDAS	(0,42)	4,49	5,38	3,37
TÊXTEIS	(5,40)	4,24	(5,91)	(1,28)
VESTUÁRIO	(5,11)	0,39	(1,83)	(1,74)
CALÇADOS	(2,43)	(3,02)	(3,90)	(3,10)
HPPC	0,23	3,80	1,72	2,25
MÓVEIS	(0,60)	3,78	1,66	1,99
TOTAL	(2,70)	2,57	(0,16)	0,36
INDÚSTRIA DE TRANSFORMAÇÃO	0,24	4,16	0,85	2,17

Fonte: IBGE/Coordenação de Contas Nacionais.

\*Estimativa – corresponde à evolução do valor 2009 por meio de índices de volume (PIM-PF).

Nota: Foram utilizados como deflatores os índices de preços por produto, calculados com base nas Tabelas de Recursos e Usos das Contas Nacionais.

**GRÁFICO 6** COEFICIENTE DE PENETRAÇÃO DAS IMPORTAÇÕES DE BENS TRADICIONAIS A PREÇOS DE 2007 – BRASIL, 2001-2011 (%)

Fonte: CNI/Funcex – Ipeadata.

\*Estimado.

\*\*Até set. 2011.

Em todos os setores analisados, o coeficiente de importação cresceu ao longo dos anos 2000, mantendo-se, no entanto, abaixo do verificado para a indústria de transformação – com exceção do setor de têxteis que o ultrapassa em 2010. Para a maioria dos setores, nota-se uma clara aceleração da participação de importados na demanda doméstica a partir de 2009, fato que resulta da estratégia de acesso dos grandes exportadores globais aos mercados emergentes em face da desaceleração da demanda nas economias centrais depois da crise financeira internacional, da intensificação da presença chinesa no mercado internacional (uma vez que parte significativa desse processo ocorreu na década de 2000), da apreciação do Real e do nível das taxas de juros no Brasil, refletido no baixo dinamismo dos investimentos da indústria brasileira de bens tradicionais em capacidade produtiva.

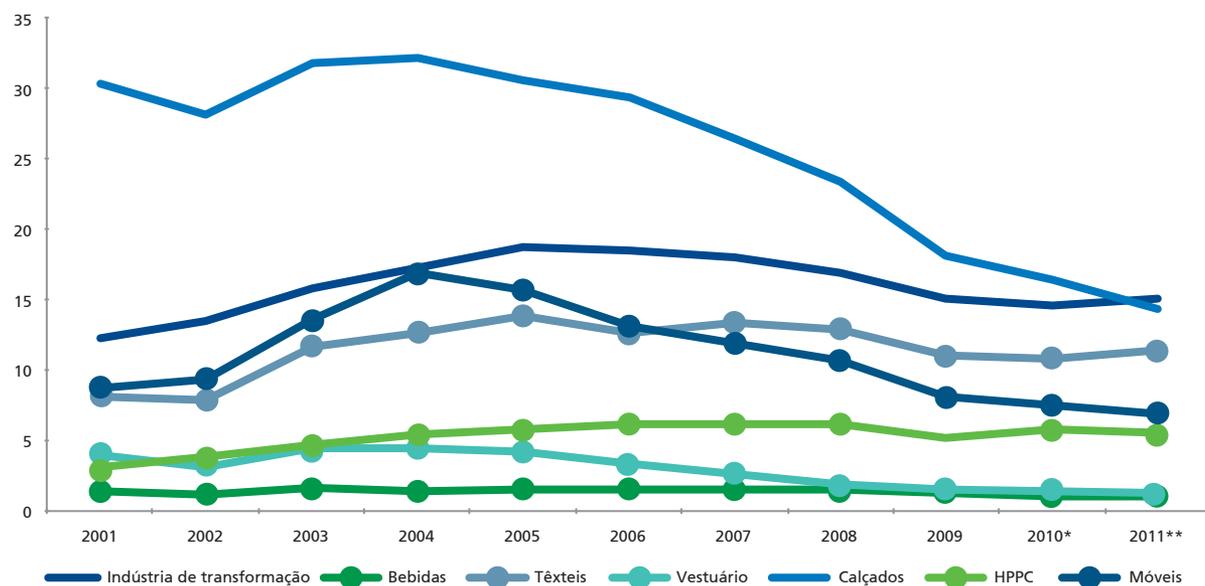
Dos setores em questão, o de produção de têxteis foi o que sofreu a maior perda de participação no mercado doméstico. Seu coeficiente de importação cresceu 16,6 pontos percentuais, passando de 6,0% em 2001 para 22,6% em 2011. Em seguida, o setor de vestuário, com uma das menores participações de importados (1,5% em 2001), obteve crescimento de 8,6 pontos percentuais, chegando a 10,1% em 2011.

A situação descrita anteriormente sugere que parte dos benefícios gerados pelo aumento da renda e pela melhoria de sua distribuição – obtidos há pouco tempo no Brasil e consubstanciados como aumento de demanda de bens industrializados – está vazando de forma crescente para o exterior e que a indústria brasileira vem perdendo competitividade em relação à concorrência estrangeira no próprio mercado doméstico.

Outro indicador, o coeficiente de exportações, que mede o percentual do valor de produção destinado à exportação, também evidencia a perda de competitividade dos produtos brasileiros, haja vista sua crescente dificuldade de inserção no exterior. O Gráfico 7 revela que o coeficiente de exportação da indústria de transformação brasileira cresceu apenas 2,7 pontos percentuais entre 2001 e 2011, passando de 12,3% para 15,0%. No caso dos bens de consumo tradicionais, a maioria de seus coeficientes de exportação se manteve abaixo do já diminuto coeficiente da indústria de transformação durante todo o período analisado. De fato, a maioria dos setores que compõem esse grupo já se caracterizava por apresentar baixa

inserção externa em princípios dos anos 2000. No entanto, dos seis setores analisados, quatro desempenharam trajetórias declinantes no decorrer da última década, com destaque para o setor calçadista, cujo coeficiente de exportação caiu de 30,4% em 2001 para 14,3% em 2011.

**GRÁFICO 7** COEFICIENTE DE EXPORTAÇÃO DE BENS TRADICIONAIS A PREÇOS DE 2007 – BRASIL, 2001-2011



Fonte: CNI/Funcex – Ipeadata.

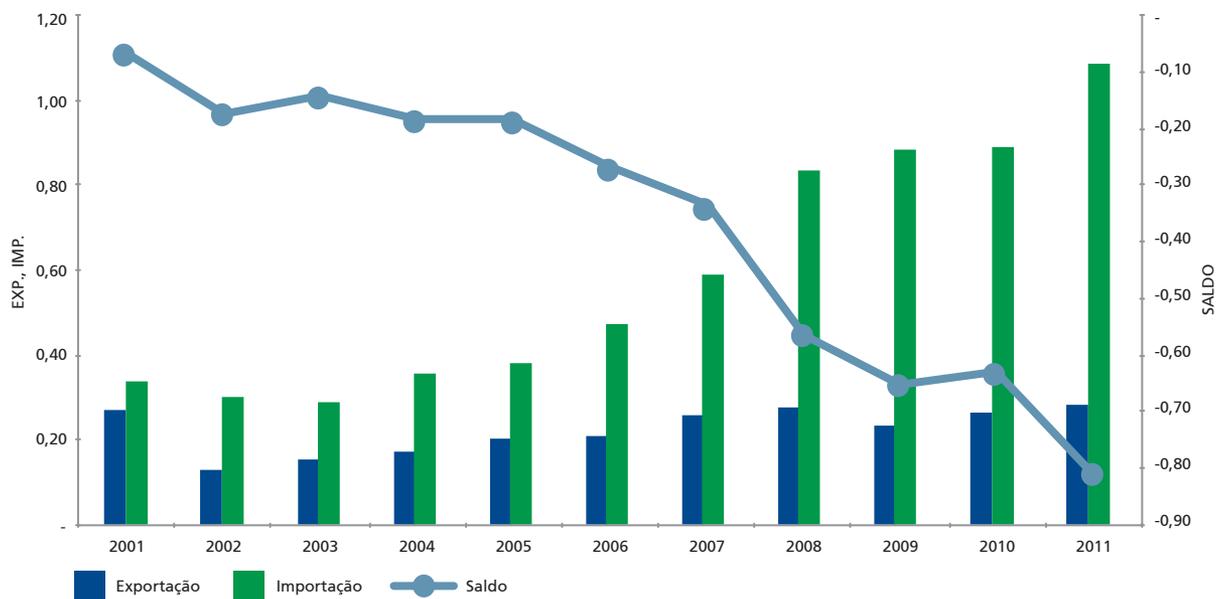
\* Estimado.

\*\* Até set. 2011.

O desempenho do comércio exterior brasileiro reflete de forma direta os resultados vistos anteriormente. O saldo da balança comercial dos bens tradicionais alcançou resultado positivo na primeira metade dos anos 2000. No entanto, a partir de 2006 os saldos comerciais começam a se deteriorar, convertendo-se em déficits em 2009. Os gráficos 8A, 8B, 8C, 8D, 8E e 8F deixam claro uma mudança no padrão do comércio exterior dos bens tradicionais analisados neste trabalho ao longo dos anos 2000. Apesar do crescimento contínuo do valor das importações em todo o período em questão, a maioria dos setores aumentou seu saldo comercial na primeira metade da década. Nos anos subsequentes, por outro lado, o valor das exportações tendeu a declinar, gerando déficits em quase todas as atividades ao fim do período.

**GRÁFICO 8** BALANÇA COMERCIAL DE BENS TRADICIONAIS – BRASIL, 2001-2011 (US\$ BILHÕES)

**GRÁFICO 8A** BEBIDAS



**GRÁFICO 8B** TÊXTEIS

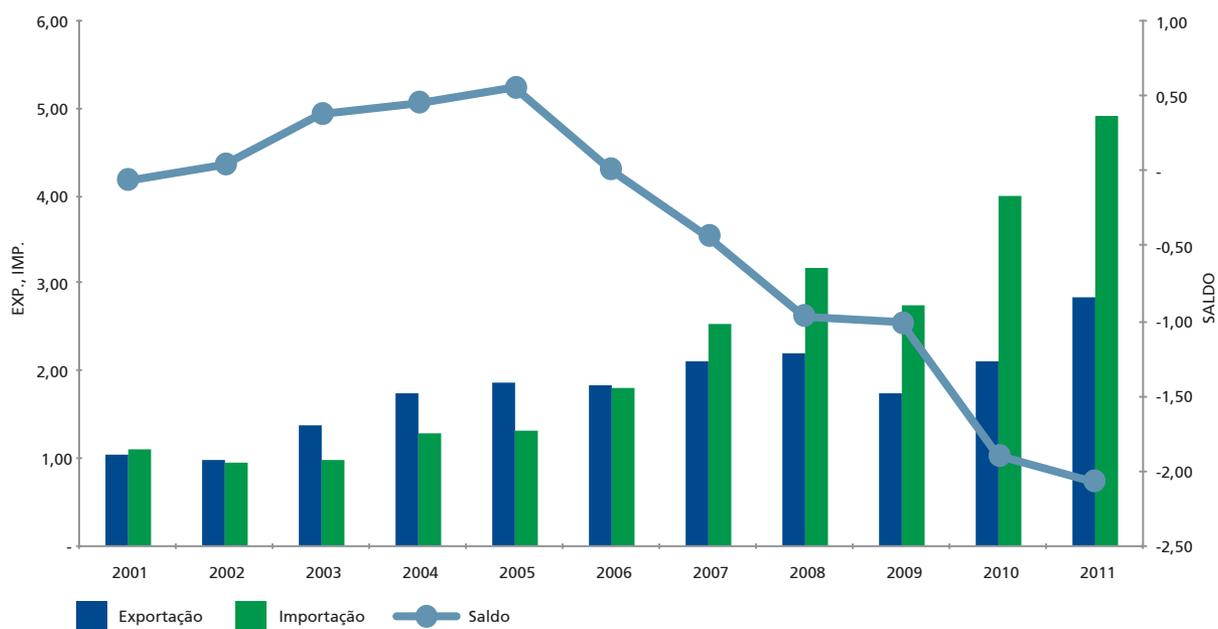


GRÁFICO 8C VESTUÁRIO

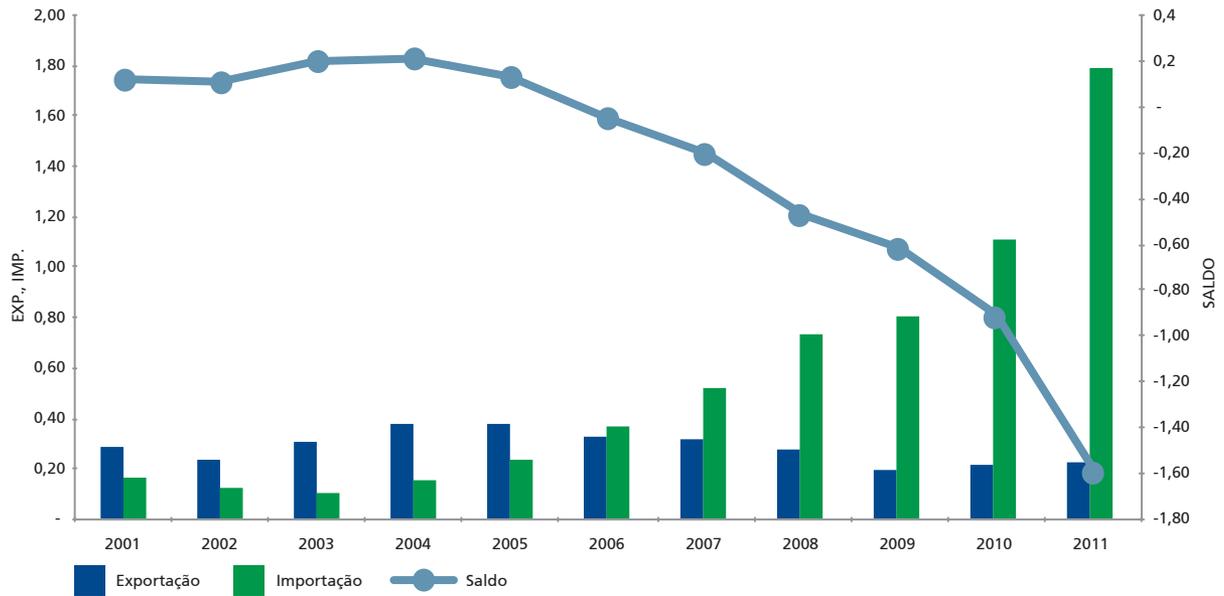


GRÁFICO 8D CALÇADOS

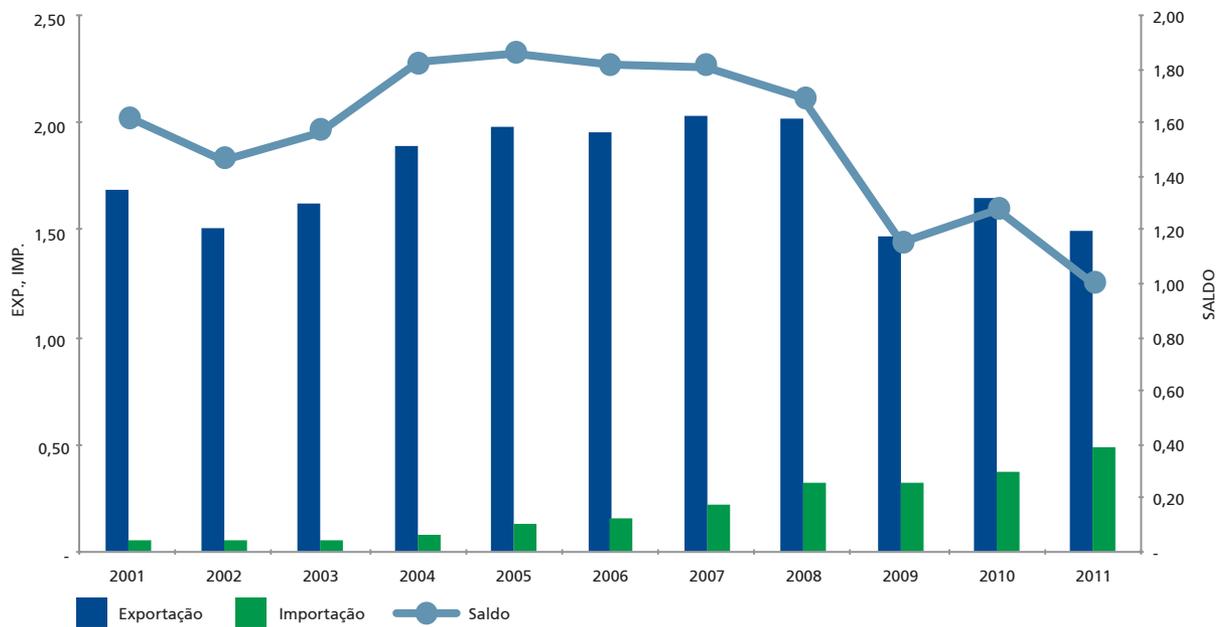


GRÁFICO 8E HPPC

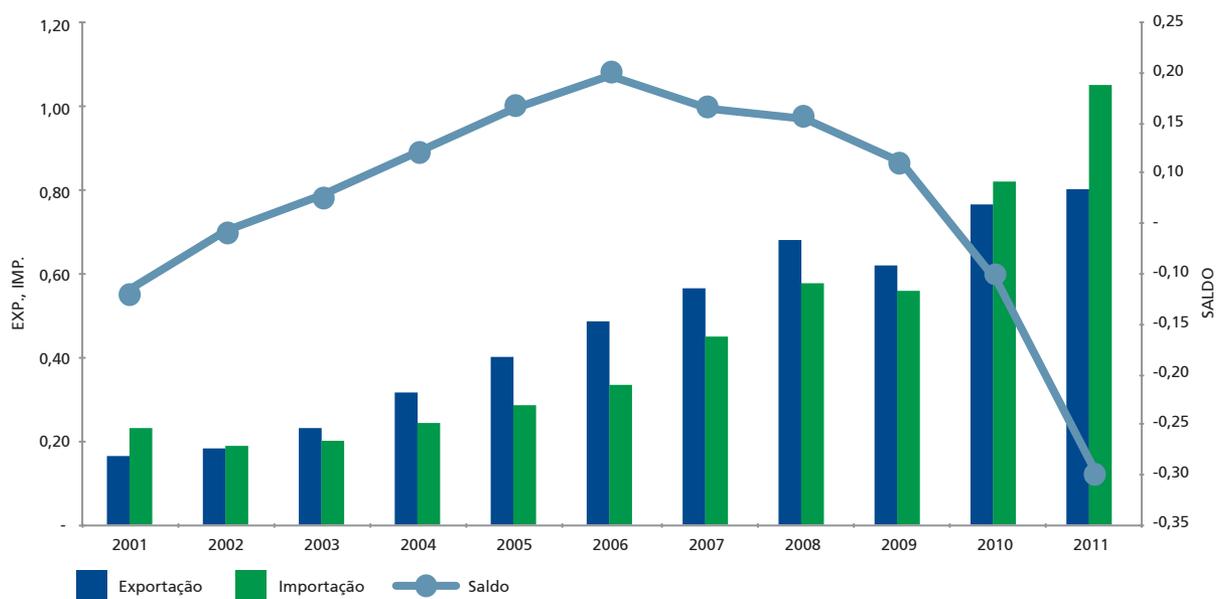
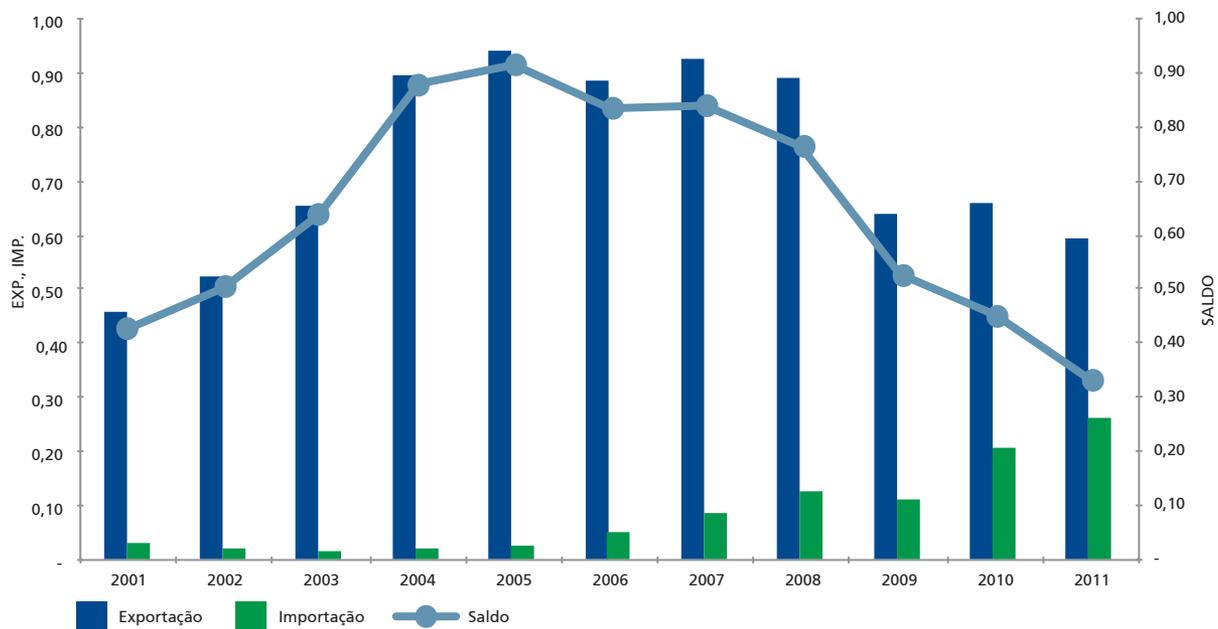


GRÁFICO 8F MÓVEIS



Fonte: MDIC/AliceWeb.

As atividades de produção de calçados e móveis foram as únicas superavitárias durante os anos 2000. No entanto, o setor de calçados, o mais importante quanto à geração de superávit da pauta de exportações de bens tradicionais, experimenta saldos comerciais decrescentes desde 2005. Embora as vendas brasileiras do setor tenham se elevado na União Europeia e América do Sul, elas vêm decrescendo sistematicamente em seu principal destino: o mercado norte-americano. A situação desse setor ilustra bem os desafios impostos às indústrias tradicionais. Dados da UNCTAD mostram que em 2001 o Brasil exportou US\$ 1,1 bilhão em calçados para os EUA, valor que decresceu até chegar a apenas US\$ 238 milhões em 2011. No entanto, as importações americanas de calçados passaram de US\$ 16 bilhões para US\$ 22 bilhões no período. A análise das principais origens das importações americanas deixa claro que os produtos brasileiros perderam competitividade em relação aos asiáticos, em particular chineses, vietnamitas e indonésios. Chama a atenção o valor das exportações de calçados do Vietnã aos EUA, que em 2001 foi de apenas US\$ 140 milhões (11% do valor então vendido pelo Brasil aos EUA) e chegou a US\$ 1,72 bilhão em 2011 (quatro vezes superior ao valor das vendas brasileiras aos EUA). Em que pese o crescimento das exportações brasileiras para outros parceiros importantes, atributos como as vantagens competitivas de custos (mão de obra, insumos, economias de escala), câmbio artificialmente desvalorizado e estratégias comerciais agressivas de países como China, Vietnã, Indonésia, Malásia e Índia vêm impondo uma perda sistemática de participação do Brasil nesses mercados.

No que tange aos setores de têxteis e vestuário, principais responsáveis pelo resultado negativo da balança comercial brasileira do setor de bens tradicionais, a situação é ainda mais severa, uma vez que a competição com os asiáticos, em particular no mercado interno, está produzindo crescentes déficits. Deve-se destacar que os produtos com maior participação na pauta brasileira de importações de têxteis são fibras e fios sintéticos e artificiais, enquanto os mais importantes da pauta exportadora são os fios e fibras de algodão.

Segundo Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI) (2009), o elo da indústria química é frequentemente apontado como responsável pela baixa competitividade brasileira de produtos derivados de fibras sintéticas. De fato, a

indústria nacional de fibras e filamentos químicos não dispõe de oferta adequada à cadeia têxtil-vestuário. Dados da Associação Brasileira de Produtores de Fibras Artificiais e Sintéticas (ABRAFAS) demonstram que as importações respondem por cerca de 50% do consumo aparente de fibras químicas no Brasil. Uma vez que o uso de produtos têxteis e confeccionados derivados de fibras químicas revela tendência de crescimento, o bom desempenho das exportações brasileiras de têxteis derivados do algodão – segmento em que o país é competitivo – não vem sendo capaz de compensar a importação de fios e fibras artificiais e sintéticas. No entanto, a entrada em operação dos investimentos previstos para o complexo industrial Petroquímica Suape, integrado pela Companhia Petroquímica de Pernambuco e Companhia Integrada Têxtil de Pernambuco, deverá mitigar esses resultados, na medida em que sua produção poderá suprir grande parte da demanda de poliéster do Brasil. Somam-se a isso outros investimentos anunciados, como os da empresa Invista, que contribuirão para a melhoria da balança comercial do setor.

Por outro lado, os crescentes déficits do setor de vestuário, advindos de queda das exportações e aumento das importações, não são explicados por deficiências da oferta interna de insumos. O país está paulatinamente perdendo competitividade em custos relativamente aos produtos asiáticos. A aceleração de importações verificada a partir de 2005 é explicada, sobretudo, pela compra de *commodities* confeccionadas a partir de fibras de algodão, como camisas, camisetas e jeans básicos.

Por fim, vale frisar que os saldos negativos do setor de bebidas têm, em parte, natureza estrutural. A importação de um dos principais insumos para a produção de cerveja, o malte de cevada, representa aproximadamente 50% do valor importado pelo setor. Segundo a Embrapa Trigo, há somente três maltarias instaladas no país, cuja produção satisfaz apenas 30% da demanda da indústria cervejeira nacional.<sup>5</sup>

Apesar de o Brasil dominar a tecnologia de produção da cevada, áreas disponíveis e demanda crescente, de acordo com Minella (1999) a oferta nacional não se expande por diversas razões: preferência da indústria cervejeira por importação em função da instabilidade das safras brasileiras quanto a rendimento e qualidade,

<sup>5</sup> <<http://www.cnpt.embrapa.br/culturas/cevada/index.htm>>.

ausência de mercado alternativo para cevada fora do padrão malte, alto custo de produção, mão de obra pouco qualificada, infraestrutura de recebimento, secagem e armazenamento deficientes e baixa competitividade em preço ou qualidade perante o mercado internacional.

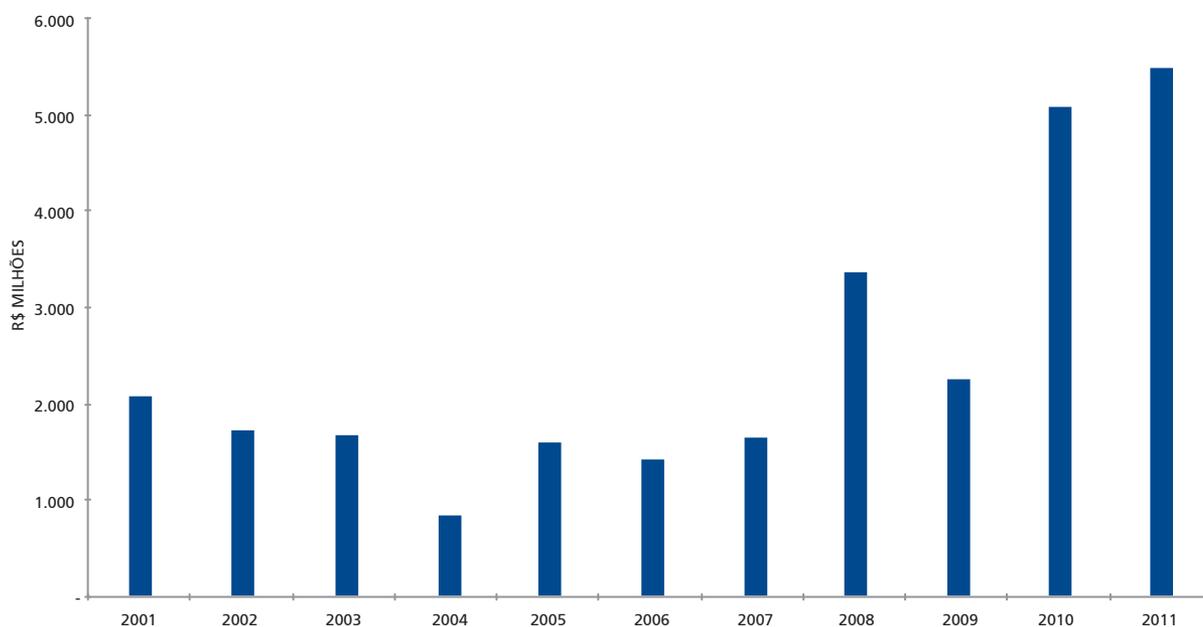
### O apoio do BNDES

O BNDES manteve nos últimos dez anos uma política de permanente apoio às indústrias tradicionais. Conforme será visto a seguir, os números do Banco refletem de modo amortecido a dinâmica macroeconômica do país, bem como as características da estrutura produtiva nacional, com grande aumento dos desembolsos aos setores tradicionais aqui estudados a partir de 2007.

O Gráfico 9 mostra que entre 2001 e 2007 os investimentos da indústria tradicional oscilaram pouco, sem revelar nenhuma tendência, em torno de um patamar relativamente baixo, o que se explica pelo comportamento cauteloso da indústria, uma vez que a sustentabilidade da retomada do crescimento econômico permaneceu incerta nesse período: o crescimento econômico de 2004 e de 2005 não foi suficiente para elevar de forma significativa o grau de confiança dos investidores brasileiros, tradicionalmente avessos ao risco, depois de três anos consecutivos de conjuntura econômica ruim, com a crise energética de 2001, o forte repique inflacionário de 2002 – ano em que o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) chegou a 12,53% de variação anual) – e o ajuste recessivo que orientou a política econômica de 2003.<sup>6</sup> Apesar da crise internacional, o período entre 2008 e 2011 mostra certa tendência de expansão dos desembolsos, sempre situados em um nível mais alto do que a média da primeira metade da década. Os desembolsos de cada ano refletem projetos concebidos e negociados no biênio anterior, de modo que o salto observado em 2008 já espelha a persistente melhoria das condições macroeconômicas ocorrida entre 2004 e 2007, bem como iniciativas como o lançamento do Programa Revitaliza (2007).

<sup>6</sup> Além disso, ainda em dezembro de 2005 o Banco Central do Brasil apresentava como meta para a taxa Selic (Sistema Especial de Liquidação e de Custódia) 18% a.a. (valor que foi de 17,75% em dezembro de 2004, de 16,5% em 2003 e de 22% em dezembro de 2002). Somente em 2006 a taxa desempenharia uma trajetória de forte declínio (caindo para 13,25% em dezembro de 2006 e para 11,25% em dezembro de 2007).

**GRÁFICO 9** DESEMBOLSOS DO BNDES ÀS INDÚSTRIAS TRADICIONAIS DE BENS DE CONSUMO, BRASIL, 2001-2011 (R\$ MILHÕES DE 2011)\*

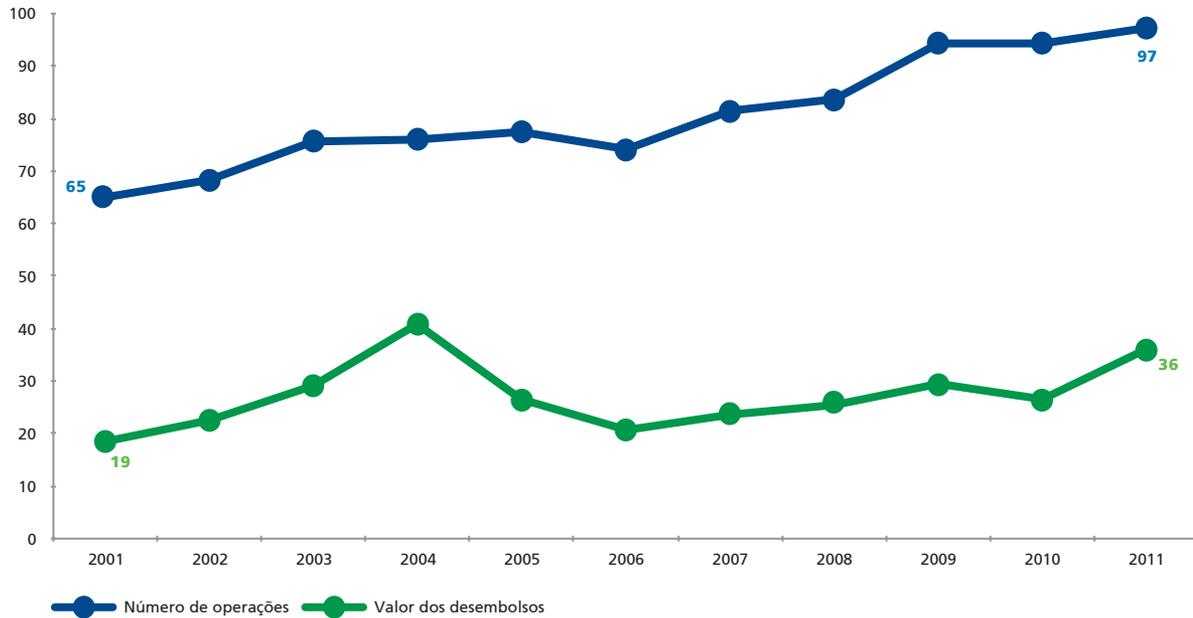


Fonte: BNDES.

\* Valores deflacionados pelo IGP-M.

O apoio do BNDES mostra grande capilaridade, beneficiando empresas de todos os portes. Conforme ilustra o Gráfico 10, a participação de micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) das indústrias tradicionais de bens de consumo no número de operações e valor desembolsado pelo BNDES cresceu substancialmente no decorrer dos anos 2000. Vale frisar que entre 2001 e 2011 o valor desembolsado às MPMEs desses ramos quase dobrou em virtude de melhorias de condições e do desenvolvimento de produtos como o Cartão BNDES, concebidos para facilitar o acesso das empresas de diversos portes aos recursos da instituição. O Gráfico 11 mostra a grande diversidade de produtos financeiros que o Banco oferece à indústria, buscando atender às distintas necessidades de *funding* com soluções apropriadas.

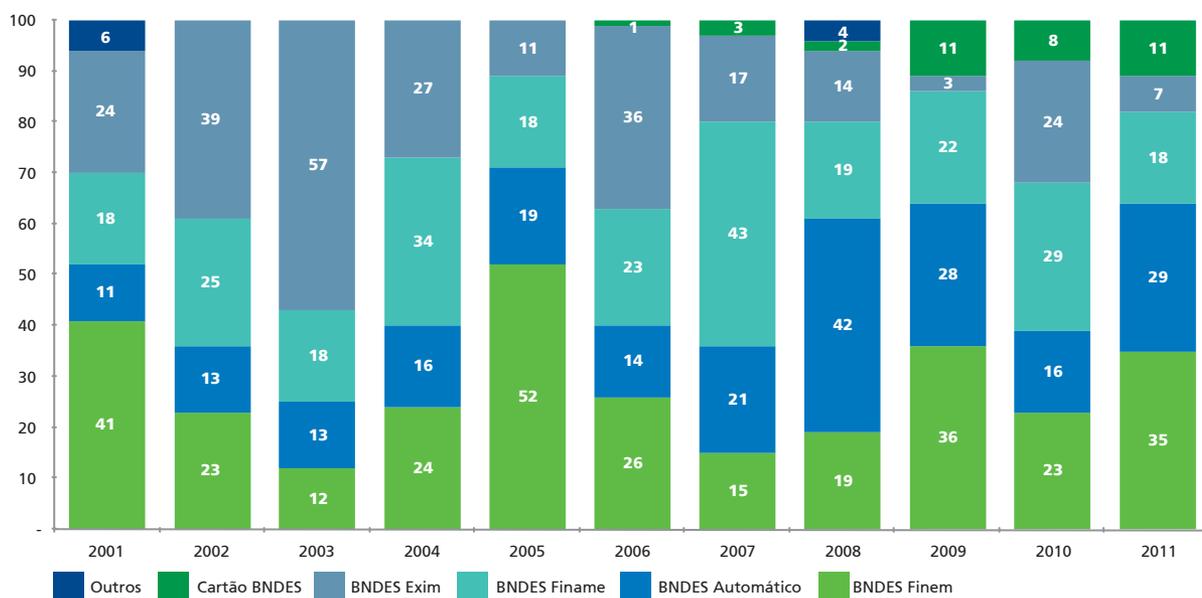
**GRÁFICO 10** PARTICIPAÇÃO DE MPMEs NO NÚMERO DE OPERAÇÕES E NO VALOR DESEMBOLSADO PELO BNDES ÀS INDÚSTRIAS TRADICIONAIS DE BENS DE CONSUMO – BRASIL, 2001-2011 (%)



Fonte: BNDES.

Nota: O BNDES define como MPMEs as empresas cuja Receita Operacional Bruta anual é inferior ou igual a R\$ 90 milhões.

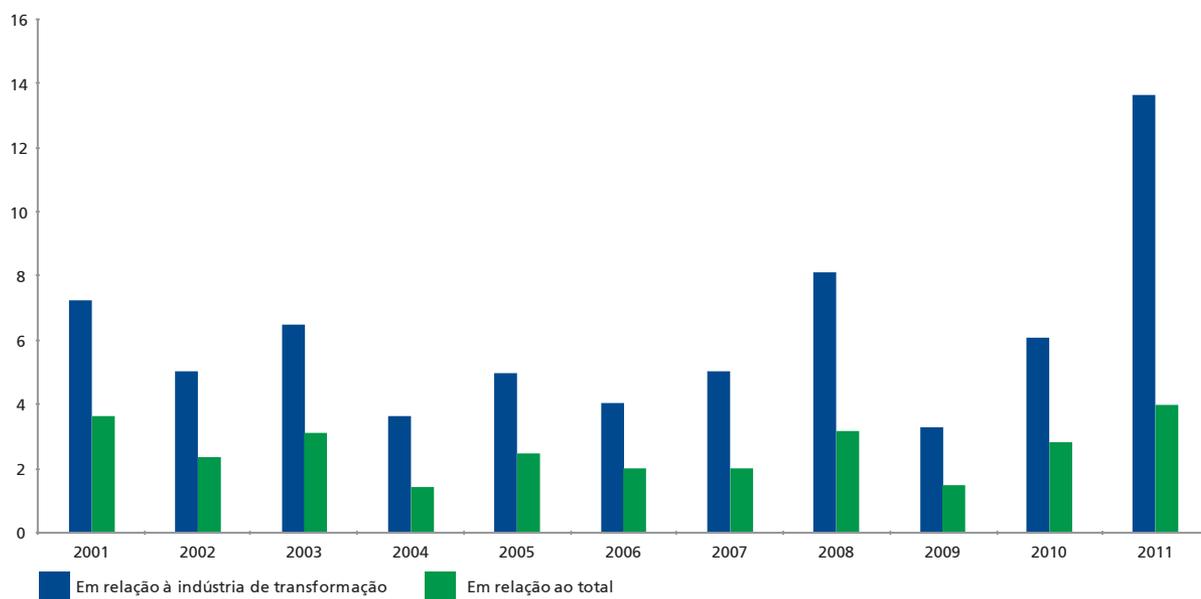
**GRÁFICO 11** DESEMBOLSOS DO BNDES ÀS INDÚSTRIAS TRADICIONAIS DE BENS DE CONSUMO POR GRUPO DE PRODUTOS, BRASIL – 2001-2011 (%)



Fonte: BNDES.

Os dados do Gráfico 12 mostram que a atuação do BNDES também reflete a relevância das indústrias tradicionais na economia brasileira. Além de responder por uma fatia relevante dos desembolsos à indústria de transformação, o peso desses setores apresenta duas fases recentes de crescimento: a primeira, entre 2006 e 2008, foi interrompida pela crise internacional, sendo imediatamente seguida por novo triênio de crescimento, ainda mais expressivo, entre 2009 e 2011.

**GRÁFICO 12** PARTICIPAÇÃO DAS INDÚSTRIAS TRADICIONAIS DE BENS DE CONSUMO NOS DESEMBOLSOS DO BNDES À INDÚSTRIA DE TRANSFORMAÇÃO E NOS DESEMBOLSOS TOTAIS, BRASIL – 2001-2011 (%)



Fonte: BNDES.

### 3. A DÉCADA DE 2010: DESAFIOS E PERSPECTIVAS

#### PERSPECTIVAS E OPORTUNIDADES

O decênio iniciado em 2011 caracteriza-se por certo antagonismo entre o cenário internacional, com grande incerteza (ainda relativa à crise iniciada no já longínquo



ano de 2008), e o quadro doméstico, no qual a manutenção de taxas de crescimento de cerca de 4% ao ano é esperada pela maior parte dos analistas.<sup>7</sup>

As linhas gerais do atual modelo econômico brasileiro demonstram certa robustez. Aqui, o cenário considerado mais provável é o de poucas alterações nas políticas relativas à recuperação do poder de compra do salário mínimo, à paulatina expansão dos programas de garantia de renda mínima, como o Bolsa Família e o Plano Brasil Sem Miséria, e à construção de moradias populares, como o Programa Minha Casa, Minha Vida. Em um contexto de estabilidade das taxas de inflação, equilíbrio das contas externas e melhoria dos indicadores da dívida pública, tal modelo econômico pode tornar os anos 2010 a segunda década consecutiva de crescimento econômico com distribuição de renda no Brasil, o que aprofundaria o processo de constituição de um amplo mercado consumidor doméstico.

Mesmo para atender apenas a uma parte da expansão da demanda interna brasileira, as empresas nacionais precisarão cumprir uma intensa agenda de investimentos. Nesse aspecto, uma política monetária que conduza a taxa de juros básica da economia a uma queda sustentável (ou seja, sem gerar aceleração inflacionária)<sup>8</sup> poderá criar condições financeiras favoráveis aos negócios, permitindo que os investimentos necessários sejam realizados.

De fato, boas condições macroeconômicas podem permitir investimentos voltados para o mercado interno. É preciso, contudo, citar ao menos dois aspectos importantes que ultrapassam essa visão excessivamente simplificada: mudanças no padrão de qualidade da produção nacional e prospecção de oportunidades também no *front* externo, apesar do quadro de incerteza da economia internacional.

A evolução recente da renda no Brasil caracteriza-se por crescimento e distribuição, como visto na seção “A economia brasileira: conquistas dos últimos dez anos e perspectivas para o futuro”. Tal quadro vem gerando mais do que um

<sup>7</sup> No caso do Relatório de Mercado Focus, organizado pelo Banco Central do Brasil (de 29.6.2012), por exemplo, as expectativas dos agentes consultados mostram mediana de 2,05% e 4,2% de crescimento do PIB em 2012 e em 2013, respectivamente, com variação do IPCA de 4,9% e 5,5%.

<sup>8</sup> Durante a década de 2000, foi constatada a possibilidade de reduzir a taxa básica de juros sem causar descontrolado inflacionário no longo prazo: embora a taxa Selic tenha caído de 19,00% a.a. para 10,75% a.a. entre 1999 e 2010, a inflação medida pelo IPCA também caiu no período, passando de 8,94% para 5,91% (fonte: Ipeadata).

simples aumento da demanda doméstica: o perfil do consumo vem se sofisticando, reposicionando o consumidor brasileiro em faixas crescentes de qualidade, preço e segmentação, o que abre espaço para empresas dispostas a explorar as novas exigências do mercado doméstico. Em um cenário em que a renda brasileira continue aumentando e sendo mais bem distribuída ao longo de toda a década de 2010, o espaço para produtos baratos, padronizados e de baixa qualidade, ao fim do período, terá se reduzido significativamente no país.

No que se refere ao mercado internacional, o cenário de crise e incerteza não impede que oportunidades pontuais sejam perseguidas e aproveitadas. Embora a política econômica de alguns dos principais parceiros da América Latina inclua diversas práticas de cunho protecionista, também nelas se observam, em maior ou menor grau, recuperação econômica e distribuição de renda. Além disso, enquanto a possibilidade de comércio se restringe, as estratégias de internacionalização continuam recebendo boa acolhida nesses países. Ainda em relação aos parceiros históricos da indústria brasileira de bens tradicionais de consumo, há que se destacar que a crise internacional se deslocou de seu epicentro original, sendo hoje menos aguda nos EUA do que na Europa. No que se refere a novas fronteiras para o comércio exterior brasileiro, destinos como o Oriente Médio e a África não podem ser ignorados.

## ESTRATÉGIAS E CONDICIONANTES

A complexidade que marca a conjuntura atual abre espaço para inúmeras estratégias, cabendo às empresas, guiadas por aspectos microeconômicos e por distintos níveis de excelência gerencial, o papel de tomar decisões, realizar escolhas, implementar projetos e correr riscos. Como forma de organizar a análise prospectiva aqui proposta, dois modelos estilizados serão comentados, embora se enfatize o reconhecimento de que há outras possibilidades, até mesmo de formas híbridas.

A primeira estratégia a ser exposta, destacada como mais promissora e merecedora de atenções crescentes por parte do BNDES, é baseada em competição por diferenciação, com investimentos associados sobretudo a *marketing*, *design*,

qualidade e inovação [Teixeira Junior *et al.* (2012)], enquanto a segunda é focada em redução de custos, tendo por base investimentos em inovação, minimização do custo do trabalho, otimização de processos, excelência em logística, ganhos de escala, planejamento tributário, modernização de instalações e eficiência gerencial.

Ao buscar graus crescentes de diferenciação, consolidando marcas, aprimorando a qualidade e projetando minuciosamente seus produtos, as empresas que adotarem o primeiro tipo de estratégia estarão mais ligadas às tendências que vêm sendo observadas na sociedade brasileira. Trata-se de um caminho em que a maior parte do esforço é interna à empresa, havendo, portanto, menor dependência em relação às iniciativas governamentais, concentradas em itens como o aprimoramento dos instrumentos de proteção à propriedade industrial e a própria manutenção da conjuntura macroeconômica favorável. Ainda em relação ao papel do setor público, destaque-se o apoio aos investimentos em inovação, aqui entendida em seu significado mais amplo. Nesse aspecto, ressalte-se a agressiva agenda de aprimoramento de instrumentos de apoio financeiro a investimentos em inovação e *design* que o BNDES vem cumprindo desde 2011.

Produzir segundo altos padrões de qualidade, pesquisar tendo em vista a correta segmentação de mercado e gerenciar marcas são tarefas que envolvem complexos desafios gerenciais, como: seleção, treinamento e gestão de mão de obra especializada, para a qual restrições salariais são prejudiciais e devem dar lugar a sofisticados mecanismos de incentivo; profissionalização do *design*, com investimentos em pesquisa e prototipagem; domínio das ferramentas da economia do conhecimento, do gerenciamento de ativos intangíveis e dos esforços ligados a *marketing*; e controle dos canais de distribuição e de comercialização [Costa e Rocha (2009); Guidolin, Costa e Rocha (2010)].

Às competências peculiares às atividades de maior valor agregado juntam-se todos os condicionantes convencionais típicos das empresas que competem via custos. Trata-se, portanto, de uma estratégia que requer fôlego, envolve riscos e exige planos de investimento complexos e multifacetados. Como prêmio, tal estratégia tem a oferecer as vantagens seguintes:

1. posicionamento alinhado às tendências da demanda brasileira;

2. possibilidade de conquistar nichos do mercado internacional;
3. menor exposição às ameaças asiáticas, mais ligadas a custos.

A segunda estratégia, por sua vez, mostra maior equilíbrio entre a importância das ações internas às empresas e a das iniciativas governamentais. Em relação às empresas, esforços ligados à otimização de processos, ganhos de eficiência e profissionalização gerencial, que via de regra a indústria brasileira vem perseguindo infatigavelmente desde a abertura comercial de 1990, juntam-se a tarefas mais desafiadoras, como a conquista de mercados que viabilizem escalas competitivas, a inserção em cadeias produtivas globais, o deslocamento da produção para regiões de menor custo do trabalho e a negociação com fornecedores em bases vantajosas. Uma queda significativa de custos passa ainda por temas complexos, como a agenda tributária, os gargalos que constituem o chamado “custo Brasil” e a equiparação das taxas de juros reais praticadas no mercado financeiro nacional às observadas na esfera internacional (que, em vários países, atualmente é negativa).

As empresas que optarem por enfatizar esforços ligados a reduções de custos, mantendo-se no segmento de produtos de menor valor agregado e de baixo ou médio grau de qualidade, terão pela frente a competição direta com produtores asiáticos, como China, Índia, Indonésia, Paquistão, Bangladesh e Vietnã. Embora tais países venham revelando grande dinamismo social, conforme ilustra a evolução da renda *per capita* chinesa (que decuplicou nos últimos vinte anos), parte de sua competitividade ainda se mostra ligada a condições trabalhistas e ambientais cuja replicação no país representaria um retrocesso que não seria tolerado pela sociedade brasileira. Além disso, a competitividade de tais países beneficia-se de práticas comerciais e de políticas cambiais, monetárias e fiscais que não encontram eco no Brasil. De fato, a renda *per capita* dos países asiáticos acima citados raramente alcança a metade da cifra brasileira, o que indica os distintos estágios em que as nações em questão se encontram.

Há, entretanto, vantagens locais que dão fôlego ao produtor brasileiro. O melhor conhecimento da complexa malha cartorial, jurídica e tributária do país, a proximidade com varejistas e fornecedores [Guidolin, Costa e Nunes (2009)], a perda de agilidade dos competidores asiáticos causada pela distância intercontinental que separa o Brasil da Ásia e a necessidade de pagar impostos alfandegários são exemplos

de fatores que oferecem ao produtor nacional certa margem de vantagem. Além disso, é possível que em 2020, depois de dez anos de avanços sociais, encontre-se reduzido também nos países asiáticos o espaço para certas práticas. Ademais, se o ativismo macroeconômico se mostrar de fato insustentável por grandes períodos, a partir de 2020 os diferenciais asiáticos de competitividade talvez se restrinjam a elementos estruturais, como as economias de escala proporcionadas pela atuação em nível mundial e a ampla diversidade de sua rede local de fornecedores.

## AMEAÇAS E DESAFIOS

A apresentação de diversas ameaças à indústria nacional de bens tradicionais de consumo permeia este texto. Além das incertezas econômicas próprias ao capitalismo, da firme ascensão dos competidores asiáticos, da adoção de práticas protecionistas por parte de parceiros comerciais importantes e da crise internacional, há os desafios de natureza operacional e gerencial, que estão presentes em qualquer implementação de projeto.

Há, ainda, outros desafios a serem considerados. Submetida a uma série de transformações simultâneas, a economia brasileira passará por um duro teste. Caso parte da produção industrial se torne menos intensiva em trabalho e demandante de mão de obra especializada, tal mutação afetará setores que respondem pelas maiores parcelas do emprego industrial no Brasil, exigindo das empresas a introdução de novos métodos de gerenciamento de recursos humanos, dos trabalhadores, pesado esforço em treinamento e capacitação e do governo, políticas públicas que mitiguem os custos sociais de tais mudanças.

Mais amplamente, se a transição de uma economia agrário-exportadora para uma sociedade urbana e industrial deixou profundas marcas na história do país entre 1930 e 1980, fazendo das quatro últimas décadas do século XX, em um primeiro momento, décadas de crise política e institucional (1960-1980) e, a seguir, de crise econômica e social (1980-2000), cabe indagar sobre os custos envolvidos na transição para uma economia do conhecimento ora em curso, baseada em serviços, ativos intangíveis e inovação.

## O PAPEL DO BNDES

Em meio às várias oportunidades que se abrem, aos grandes desafios que surgem e à multiplicidade de possíveis estratégias, o BNDES vê sua atuação como decisiva.

O período 2000-2020 poderá marcar dois grandes ajustes na trajetória do Banco: relativo à primeira década do século, um dos ajustes levou a um redimensionamento que o tornou novamente compatível com as necessidades da economia brasileira; para a segunda década, o outro ajuste passará menos pelo tamanho do que pela forma de atuação, cada vez mais associada a inovação, *design* e investimentos em intangíveis.

Em razão da complexidade da conjuntura que se apresenta, o BNDES vem se preparando para ser tanto um banco quanto um *think tanker*, analisando projetos e formulando políticas de apoio ao desenvolvimento econômico brasileiro. A sua reconhecida *expertise* em análise de projetos deverá ser acrescentado um grande esforço de divulgação e interlocução com empresas e associações. Os produtos, as linhas e os programas do Banco precisarão refletir a complexidade do desafio.

Por ser necessário oferecer soluções de crédito a empresas de diversos portes, será crescente a importância do Cartão BNDES e das operações do Finame e do BNDES Automático; pela necessidade de contemplar as distintas realidades setoriais e temáticas, também serão de especial valor os programas especiais do BNDES, como o Revitaliza ou novos programas voltados especificamente aos investimentos em *design* e moda; por várias estratégias serem válidas, as linhas de crédito tradicionais terão uma função horizontal a cumprir; e pelas dificuldades que cercam os investimentos em inovação, *design*, moda e *marketing*, os ativos intangíveis tendem a ocupar uma natural posição de destaque no âmbito do BNDES.

## 4. CONCLUSÃO

Este artigo procurou evidenciar a natureza dual e complexa que caracteriza tanto o histórico da última década quanto as perspectivas da próxima, ao menos no que se refere à indústria brasileira de bens tradicionais de consumo.



Os setores aqui estudados respondem por parcelas muito significativas do emprego industrial e do PIB, sendo, portanto, de grande importância para o bom funcionamento da economia brasileira. No entanto, seu crescimento recente vem sendo inferior à expansão da demanda interna, abrindo espaço para importados e perdendo *market share* no mercado doméstico. Embora ainda ostente grande domínio do mercado brasileiro, tais indústrias vêm perdendo competitividade no âmbito interno (sem apresentar ganhos significativos em parâmetros internacionais).

O bom momento da economia brasileira, com crescimento econômico, distribuição de renda e equilíbrio macroeconômico, abre excelentes perspectivas para os produtores nacionais. Contudo, o recrudescimento da concorrência estrangeira (sobretudo asiática) é uma ameaça, até mesmo no próprio mercado doméstico.

Parte da indústria tende a aprofundar suas apostas em produtos diferenciados, de melhor qualidade e maior valor agregado, o que implicará a criação de vagas de trabalho de maior remuneração e investimentos em inovação, traços inegavelmente positivos. No entanto, a rapidez com que grandes contingentes de trabalhadores de menor qualificação serão treinados para as novas tarefas ou empregados em outros setores determinará o nível de estresse social causado por esse tipo de mudança. Além disso, investimentos em inovação envolvem dificuldades que parte do meio empresarial ainda não se mostra apta a enfrentar.

Quanto às empresas que optarem por estratégias baseadas em otimização de processos e liderança em custos, mantendo-se na produção de bens de baixo valor, há um leque de iniciativas empresariais, políticas públicas e vantagens locais que lhes dão certo fôlego na luta direta que travam contra os concorrentes estrangeiros. No entanto, há limites que as impedem de lançar mão de elementos trabalhistas, ambientais ou concernentes à política econômica que beneficiam seus competidores largamente.

A América Latina é um campo propício para que as grandes empresas brasileiras se internacionalizem, ganhando escala, aumentando sua capacidade financeira e adensando suas redes de parceiros. Por outro lado, as exportações brasileiras esbarram em um protecionismo crescente, tarifário ou não tarifário.

Tal dualidade confere ao futuro próximo da indústria brasileira de bens tradicionais de consumo a marca da incerteza. Se a última década foi de avanços modes-

tos, estagnação ou retrocessos, a próxima será de grande movimentação, apostas empresariais e busca por inovações e mudanças. Trata-se de uma época que combina, em doses semelhantes, ameaças e oportunidades.

## REFERÊNCIAS

ABDI – AGÊNCIA BRASILEIRA DE DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL. *Estudos Setoriais de Inovação: Indústria Têxtil e de Vestuário*. Belo Horizonte, 2009.

APICCAPS – ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DOS INDUSTRIAIS DE CALÇADOS, COMPONENTES, ARTIGOS DE PELE E SEUS SUCEDÂNEOS. *World Footwear Yearbook*, Porto, 2011.

COSTA, A. C. R.; ROCHA, E. R. P. Panorama da cadeia produtiva têxtil e de confecções e a questão da inovação. *BNDES Setorial*, 29. Rio de Janeiro: BNDES, 2009, p. 159-202.

COSTA, A. C. R.; MONTEIRO FILHA, D. C.; GUIDOLIN, S. M. Inovação nos setores de baixa e média tecnologia. *BNDES Setorial*, 33. Rio de Janeiro: BNDES, 2011, p. 379-420.

CSIL-Milano – CENTRE FOR INDUSTRIAL STUDIES. *World furniture outlook 2011/2012*. Milano, 2011.

GUIDOLIN, S. M.; COSTA, A. C. R.; NUNES, B. F. Conectando indústria e consumidor: desafios do varejo brasileiro no mercado global. *BNDES Setorial*, 30. Rio de Janeiro: BNDES, 2009, p. 3-61.

GUIDOLIN, S. M.; COSTA, A. C. R.; ROCHA, E. R. P. Indústria calçadista e estratégias de fortalecimento da competitividade. *BNDES Setorial*, 31. Rio de Janeiro: BNDES, 2010, p. 147-184.

IEMI – Instituto de Estudos e Marketing Industrial. *Brasil Têxtil – Relatório setorial da indústria têxtil brasileira*. São Paulo, 2011.

MINELLA, E. Cevada brasileira: situação & perspectivas. *Embrapa Trigo: Comunicado Técnico online*, n. 23, 1999. Disponível em: <[http://www.cnpt.embrapa.br/biblio/p\\_co23.htm](http://www.cnpt.embrapa.br/biblio/p_co23.htm)>.

PROJETO PIB. Sistema Produtivo Bens Salários. Móveis e artefatos plásticos. Coord. Renato Garcia. *Relatório de Pesquisa*. Convênio IE-UFRJ/IE-Unicamp/BNDES, 2009.

TEIXEIRA JUNIOR, J. R. *et al.* Design estratégico: inovação, diferenciação, agregação de valor e competitividade. *BNDES Setorial*, 35. Rio de Janeiro, BNDES, 2012, p. 333-368.