

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC**

**ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS**

**GUILHERME LOCKS ROXO**

**ANÁLISE DO IMPACTO DA IMPORTAÇÃO DE ETIQUETAS DO MERCADO  
CHINÊS NO ESTADO DE SANTA CATARINA**

**CRICIÚMA, JULHO DE 2014.**

**GUILHERME LOCKS ROXO**

**ANÁLISE DO IMPACTO DA IMPORTAÇÃO DE ETIQUETAS DO MERCADO  
CHINÊS NO ESTADO DE SANTA CATARINA**

Monografia apresentado à disciplina de TCC I, do Curso de Gestão Empresarial, da Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC, como requisito parcial para obtenção de aprovação na referida disciplina sob a orientação da Professora Msc. Izabel R. de Souza.

**CRICIÚMA, JULHO DE 2014.**

## SUMÁRIO

RESUMO .....	5
1. INTRODUÇÃO .....	4
1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA .....	5
1.2 OBJETIVOS .....	7
1.2.1 Objetivo Geral.....	7
1.2.2 Objetivo Específico .....	7
1.3 JUSTIFICATIVA .....	8
2 COMÉRCIO INTERNACIONAL .....	9
2.1 O COMÉRCIO EXTERIOR .....	9
2.2 COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO E A CRISE INTERNACIONAL....	11
2.3 SETOR TÊXTIL .....	20
2.4 O SETOR TÊXTIL E VESTUÁRIO CATARINENSE .....	25
2.5 A IMPORTAÇÃO DE ETIQUETAS .....	31
2.6 O MERCADO CHINÊS .....	32
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	40
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA .....	41
3.2 DEFINIÇÃO DA POPULAÇÃO.....	43
3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS .....	45
3.4 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS.....	48
3.5 SÍNTESE DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	48
3.6 CRONOGRAMA .....	49
3.7 ORÇAMENTO.....	50
4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA .....	51
CONCLUSÃO .....	59
APÊNDICE .....	64



## RESUMO

ROXO, Guilherme Locks. Análise do Impacto da Importação de Etiquetas do Mercado Chinês no Estado de Santa Catarina. Monografia do curso de Administração – Linha de Formação Específica em Gestão Empresarial, da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

Este estudo buscou realizar uma análise sobre o mercado de etiquetas no estado de Santa Catarina. Análise esta que procura saber as vantagens e desvantagens da importação de etiquetas, provenientes especificamente da China. O trabalho possui como metodologia as pesquisas descritivas, exploratórias e de campo. Foi montado um questionário semiestruturado, em uma entrevista gravada, onde permitisse maior flexibilidade de respostas entre os entrevistados, possuindo assim acesso as principais dificuldades dos atuais responsáveis e usuários do setor estudado. O questionário foi aplicado em sete empresas distintas, no Sul e no Norte do estado de Santa Catarina. A qual, quatro empresas representam o Sul e três no norte. Foi visto que duas das sete empresas trabalham com importação, e ambas possuem o mesmo produto de destaque, o Lacre, como maior volume de importação. Das cinco empresas que não importam, apenas duas possuem vontade de importar. Porém, de todas as empresas, a resposta foi a mesma, quando se tratou de vantagem ou desvantagem. Todas pensam que o setor não se beneficia com os produtos chineses, e são contras a entrada destas mercadorias no Brasil, deixando na mão dos governantes tomarem as medidas cabíveis para que o setor volte a funcionar normalmente.

**Palavras chave:** Importação, Etiquetas, China, Setor Têxtil.

## 1. INTRODUÇÃO

A China é um dos maiores países industriais do mundo, e abrange uma série de itens que são produzidos também no Brasil. Os setores Confeccionistas sofreram um forte impacto negativo pela entrada do mercado Chinês no Brasil. Estes setores são afetados pelo grande número de produtos no mercado brasileiro, com uma qualidade superior em aspectos como os metais e materiais, além de um preço mais competitivo. Os salários bases são baixos, de acordo com os dados da ABIT, o salário da China é em média U\$\$0,55 por hora, contrário a média brasileira, que é de U\$\$3,27 por hora. Por ser um dos países mais populosos do planeta, seus trabalhadores garantem o salário diário para apenas se manterem, usufruindo de uma condição de saúde não estável, além de um ambiente de trabalho degradante. Junto a estas questões, pode-se indicar o baixo valor de imposto comparado ao imposto brasileiro. Por outro lado, a China possui um diferencial tecnológico, que implica em uma qualidade superior ao produto brasileiro. Esta tecnologia provém de máquinas mais eficientes e mais rápidas, capazes de suprir a mão de obra de até quatro funcionários muitas vezes.

Assim, o setor têxtil nacional acaba sendo influenciado pela entrada de produtos chineses de baixo valor. Estes produtos possuem uma modelagem parecida com os produtos brasileiros, já que são desenvolvidos aqui, e apenas produzidos na Ásia. A principal diferença é o preço, que pode chegar até quatro vezes menos que um produto nacional.

O setor têxtil nacional é um dos setores que mais empregam no país, contando com 169 mil funcionários e 9.700 estabelecimentos apenas em Santa Catarina, sendo de indústrias do ramo têxtil e vestuário. O setor é o segundo colocado que mais vende no estado, ficando atrás apenas do ramo de bebidas. (FIESC, 2013)

O trabalho a seguir fala do setor têxtil nacional, especificamente do mercado de etiquetas e aviamentos, com uma pesquisa específica na região de Santa Catarina. Sete empresas foram entrevistadas em quatro cidades diferentes, mostrando o sul e o norte do estado, revelando as diferenças de pensamentos e o compartilhamento de opiniões.

## 1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA

A China possui o maior complexo industrial em todo o mundo. Com boa parte da população, cerca de 1,3 bilhões de pessoas (IBGE, 2012), ou seja, quase 1/5 de toda a população mundial. Na indústria têxtil, a China entrou forte em todo o segmento, têxtil e vestuário, impactando fortemente muitas empresas de todo o Brasil. Nesta ocasião, podem-se aplicar pontos positivos e negativos. Os pontos positivos são os produtos de melhor qualidade com um preço abaixo do mercado brasileiro para alguns clientes que importam da China, em contra aspecto, as indústrias brasileiras confeccionistas e produtoras de matérias primas para o setor acabaram sofrendo uma forte quebra em suas vendas. Algo que era visto como uma ameaça se tornou hoje um acontecimento presente, visto por qualquer pessoa leiga no assunto.

De acordo com Costa (2009), a China impulsionou seu mercado com um forte investimento em maquinário, cerca de 70% das máquinas têxteis atuais são produzidas na China. Deste modo, ela abriu um caminho para a entrada facilitada e sem barreiras em diversos segmentos, sendo o têxtil um dos mais afetados, pelo fato das indústrias brasileiras serem tão precárias em relação as indústrias chinesas, tanto em tecnologia como em mão de obra e linha de produção.

O sul de Santa Catarina possui empresas de etiquetas nas cidades de Criciúma e Araranguá. De acordo com entrevista realizada no dia 3 de outubro com o proprietário de uma das empresas situadas em Criciúma, Sr. Eduardo Roxo, da New Tec Etiquetas, seu maior concorrente é o mercado Chinês e seus maiores clientes se situam na região Oeste do PR, como as cidades de Cianorte, Londrina e Maringá.

De acordo com a ABIT (2013), nos 9 meses realizados neste ano de 2013, o país já importou mais de US\$5 bilhões em produtos têxteis, fazendo com que mais de 598 mil postos de trabalho deixassem de ser gerados no setor.

Para o cliente, o risco torna-se esperar e receber seu produto sem a qualidade esperada, ou não receber o produto. Além disso, a alfândega

dificulta em algumas vezes a chegada dos produtos, sendo que estes ficam trancados em portos ou aeroportos.

Diante destas informações, análises de riscos, componentes que podem influenciar sua negociação e as dificuldades para importar produtos, sendo pelos tributos, mercadorias ou agentes intermediários, levanta-se a necessidade de responder a seguinte questão: **Qual é o impacto da importação de produtos chineses no mercado de etiquetas no estado de Santa Catarina?**



## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo Geral

Analisar o impacto da importação do mercado Chinês nas Indústrias de Etiquetas do estado de Santa Catarina.

### 1.2.2 Objetivo Específico

- a) Conhecer o perfil das empresas importadoras e n de etiquetas
- b) Identificar as vantagens e desvantagens da importação para o setor de Etiquetas.
- c) Estudar a importação de etiquetas, nas empresas de etiquetas de Santa Catarina.
- d) Analisar a importação e exportação do mercado Têxtil nacional.
- e) Identificar os principais problemas com o setor de etiquetas.

### 1.3 JUSTIFICATIVA

O momento é oportuno pelo crescimento do mercado chinês e da globalização dos mercados, o que torna as negociações internacionais flexíveis. Viajar para o exterior, é muito mais fácil e rápido que no passado, onde viajar ao mercado internacional era muito mais caro e com dificuldades. A aproximação dos países apresenta o fenômeno da globalização, que por sua vez possui os seus pontos positivos e negativos em relação ao desenvolvimento econômico do mercado interno. Torna-se positivo na facilidade das negociações e negativo quando torna os produtos nacionais menos competitivos. Este momento se dá em conta também pela quantidade de intermediários que estão trabalhando com produtos importadores. Estes importadores trabalham com equipes dentro da China, conseguindo hotéis, veículo para se mobilizar e tradutores. Com estes importadores, não é necessário nem ter uma empresa registrada para importação, pode-se importar em nome dos próprios intermediários.

Para o pesquisador, este trabalho estuda analisar o impacto de importar produtos chineses, e aprofundar seu conhecimento em comércio exterior e de outras culturas. A Instituição pode incorporar seus resultados em seus acervos, dando assim suporte em trabalhos futuros.

Por fim, o estudo torna-se viável, pois o pesquisador possui um acervo completo de livros e orientadores que possam auxiliar em seu estudo sobre o comércio exterior, além de um conhecimento com pessoas que atualmente praticam a importação da China.

Todos os custos envolvidos na pesquisa foram assumidos pelo pesquisador e que o mesmo teve tempo suficiente para finalizar a pesquisa no tempo estabelecido pelo cronograma do Curso de Administração – Linha Específica em Gestão Empresarial da UNESC.

## 2 COMÉRCIO INTERNACIONAL

### 2.1 O COMÉRCIO EXTERIOR

Segundo José Lopes Vazquez (2001), o comércio exterior brasileiro é carente de uma política operacional e administrativa que parametrize e oriente sua evolução e crescimento. As transações comerciais representam um pouco mais que 12% do PIB nacional, muito abaixo se compararmos com a de países asiáticos, que se lançaram recentemente no mercado internacional.

Porém, não é apropriado dizer que não vale a pena comercializar com outros países. A Globalização fala por si só, de acordo com Cignacco (2009) “o mundo é considerado um ambiente sem fronteiras. É uma aldeia global. Esse fenômeno implica uma diminuição nas distâncias e na modificação do tempo e do espaço, como conhecido até então. Tal qual a lei física da ação e reação, os acontecimentos ocorridos em outras latitudes afetam direta ou indiretamente a todos os habitantes do planeta. Além disso, inovações tecnológicas são produzidas de maneira acelerada para conectar todas as culturas do mundo.”

O que Cignacco (2009) quis dizer foi que o comércio acaba sendo como um só, o que for comercializado aqui no Brasil, afeta diretamente ou indiretamente no exterior. Ou seja, de qualquer maneira as empresas estão ligadas ao comércio exterior.

A seguir temos a Tabela 1 que mostra os valores de importação e exportação brasileira nos anos de 1989 a 2013, conforme evolução no cenário internacional. O quadro apresenta os valores em US\$, moeda internacional de uso cambial, para apresentação de valores de comércio exterior.

Tabela 1: Exportação e Importação, valores 1989 a 2013.

<b>ANO</b>	<b>EXPORTAÇÃO (US\$)</b>	<b>IMPORTAÇÃO (US\$)</b>
1989	34.382.619.710	18.263.432.738
1990	31.413.756.040	20.661.362.039
1991	31.620.439.443	21.040.470.792
1992	35.792.985.844	20.554.091.051
1993	38.554.769.047	25.256.000.927
1994	43.545.148.862	33.078.690.132
1995	46.506.282.414	49.971.896.207
1996	47.746.728.158	53.345.767.156
1997	52.982.725.829	59.747.227.088
1998	51.139.861.545	57.763.475.974
1999	48.012.789.947	49.301.557.692
2000	55.118.919.865	55.850.663.138
2001	58.286.593.021	55.601.758.416
2002	60.438.653.035	47.242.654.199
2003	73.203.222.075	48.325.566.630
2004	96.677.498.766	62.835.615.629
2005	118.529.184.899	73.600.375.672
2006	137.807.469.531	91.350.840.805
2007	160.649.072.830	120.617.446.250
2008	197.942.442.909	172.984.767.614
2009	152.994.742.805	127.722.342.988
2010	201.915.285.335	181.768.427.438
2011	256.039.574.768	226.246.755.801
2012	242.579.775.763	223.173.726.369
2013 (JAN-AGO)	156.654.918.774	160.422.226.706

Fonte: SECEX (Secretária do Comércio Exterior)

A Tabela 1 apresenta o desenvolvimento da importação e da exportação no cenário nacional. Visto que em seu primeiro ano de comércio exterior, o Brasil apresentou com um volume de até oito vezes menor que o valor do ano de 2012. O valor estipulado no ano de 1989 foi de US\$34.382.619,710 e o valor de 2012 foi de US\$242.579.775,763. Observa-se que o Brasil começou a importar produtos no mesmo valor da importação a partir do ano de 1995, e em alguns casos, o valor da importação foi até maior que o da exportação, como nos anos de 1995 a 2000. Após o ano 2000, a exportação nacional sempre foi maior que a importação, até o ano de 2013, onde os dados mostram que o ano de 2013 as transações importadoras estão maior que a exportadora.

A balança comercial brasileira de produtos exportados e importados do ano de 2013 registrou aumento em relação ao ano de 2012. No

acumulado do ano, as exportações alcançaram US\$188.586 bilhões (média diária de US\$952,5 milhões), resultado 0,9% abaixo do verificado no período equivalente de 2012, que teve média diária de US\$961,6 milhões. O acumulado anual das importações está 8,5% maior em relação ao ano de 2012 (média diária de US\$ 873,5 milhões). Em 2013, as compras brasileiras no mercado externo chegam a US\$187.622 bilhões (média diária de US\$947,6 milhões). (MDIC, 2013)

## 2.2 COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO E A CRISE INTERNACIONAL

A competitividade brasileira na exportação é obstada por barreiras internas mais danosas que o protecionismo nos mercados externos.

De acordo com Moreira (2011), as barreiras externas estão agravadas pela grande crise de tendência duradoura nos dois principais mercados que representam mais de 50% do comércio mundial, são eles, Estados Unidos e União Europeia.

Moreira (2011), diz também que com os Estados Unidos e a União Europeia retendo quase que 35% da exportação brasileira, uma eventual retração econômica produzirá efeitos danosos em nossas exportações. Neste caso, deve-se considerar também possível efeito colateral na demanda mundial, com inevitável repercussão redutiva nos preços das commodities e eventual geração de déficit comercial.

*“A abertura econômica com inserção internacional tende a consolidar a internacionalização das cadeias produtivas, com efeito positivo se a economia for reorganizada para competir em quantidade, qualidade e preços. Caso contrário, haverá desindustrialização e transferência de produção para o exterior.” (MOREIRA, 2011, p.1)*

Para Thorstensen (2001), uma das principais dificuldades do comércio internacional, é a sua logística de transporte, ou seja, a localização geográfica onde se situa o país de origem e importador. Logo, a logística se tornou um aspecto competitivo, e uma estratégia definida pelas empresas. Neste caso, é necessário que se envolva um planejamento tático

sobre o transporte da mercadoria, para o cumprimento de prazos de entrega e a segurança do produto.

Moreira (2011) destaca que o governo adotou medidas para apoiar a competitividade da indústria brasileira, na exportação e na importação, mostrando a preocupação e a vontade de corrigir o atual cenário e desordenamento do setor, porém são consideradas ações fracas, e não formam conjunto de sustentação em longo prazo, sendo apenas para atender eventuais emergências. De acordo com Moreira (2011), as medidas necessárias para o Brasil se tornar competitivo no mercado internacional, são medidas que não poderiam ser levadas em curto ou médio prazo, sendo que tais políticas sejam adotadas sem que o país fique frágil e vulnerável. As medidas ditas por Moreira (2011) são medidas de longo prazo, tais como: efetuar desburocratização radical, implantar política inteligente de promoção de investimentos e reorganizar os instrumentos de ação das políticas setoriais, cambiais, tributárias, de financiamento, de seguro de crédito e de logística integrada de transportes.

Segundo Moreira (2011) estas medidas não se dão em curto prazo pela história do comércio brasileiro, que se estende desde 1960, onde a economia brasileira se baseia principalmente em três pilares: controles diretos ou indiretos, juros elevados para conter a inflação e o câmbio.

Leibi Roque (2010, apud The Economist, 2009, p.36) diz que o Brasil é visto como um país fraco em educação, mesmo com uma política estável e uma sociedade aberta, ele ainda está muito longe de outros países quando o termo é escola. Neste caso, o Brasil busca uma dominação mundial amigável e não confrontável, algo, que segundo especialista do jornal The Economist, não acontecerá em um país onde 45% dos chefes de família pobres possuem menos que um ano de escolaridade.

Para Antoine Van Agtmael (2009), em entrevista concedida a revista Época Negócio (2009), o Brasil está entre os piores em resultados matemáticos internacionais, além de contemplar o fim da lista em números de instituições de elite. Para Antoine, o Brasil possui boas instituições, mas não o suficiente em uma escala internacional, não tendo voz, sem uma massa crítica. (ROQUE, Leibi apud Época Negócios, 2009, p.38)

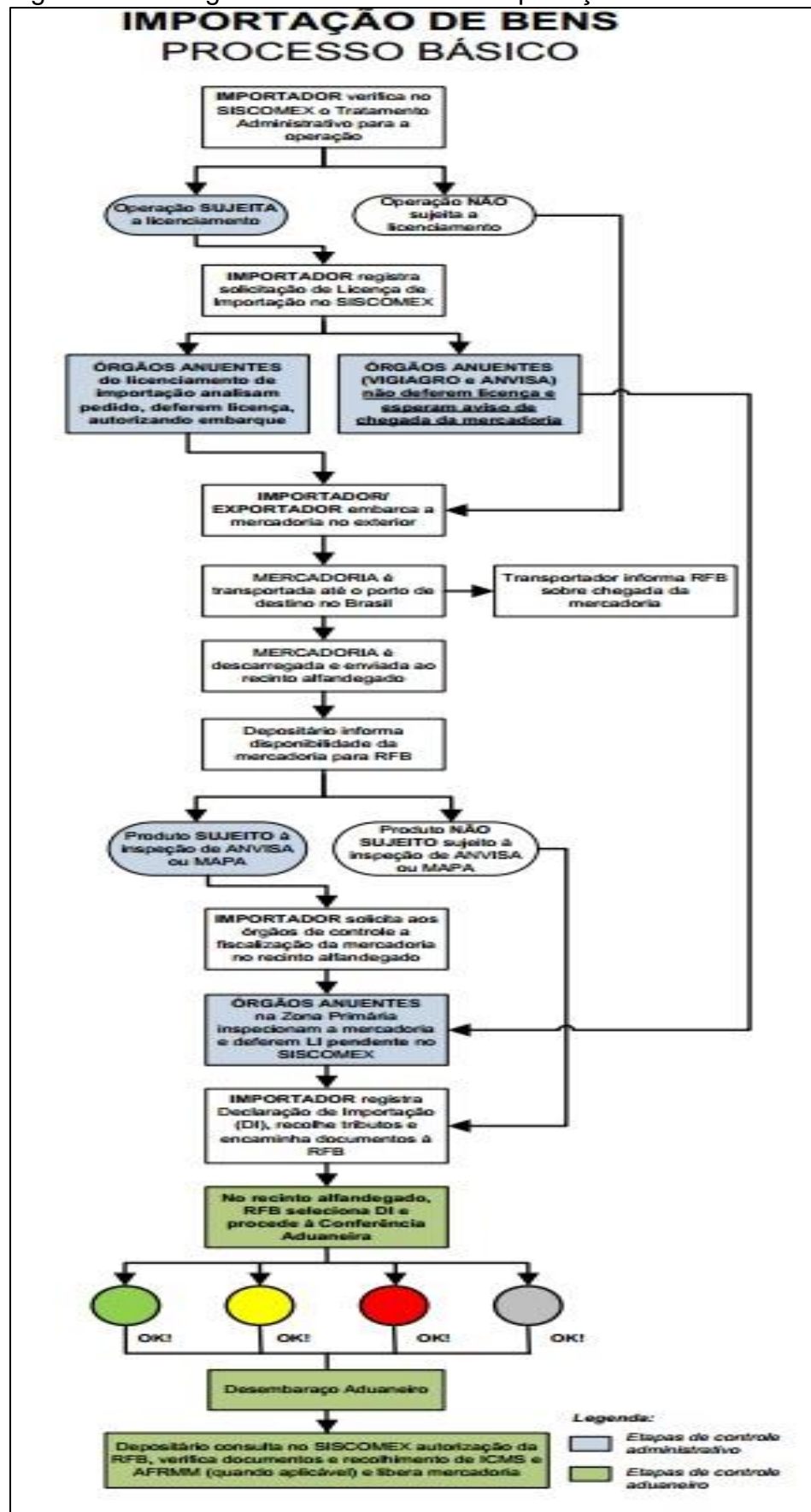
O Brasil se manteve no fim desta lista principalmente após o ano de 2008, a qual aconteceu a Crise Econômica Mundial, iniciada nos Estados Unidos, com altas quedas na bolsa de valores, principalmente no setor imobiliário. Porém, o agravamento desta crise acabou se alastrando para todos os setores. Neste caso, muitos países especialistas em produção de bens de capitais foram os que mais sofreram, como Estados Unidos, Japão, Índia, Taiwan e a China, principal fornecedora brasileira de produtos industrializados. (OMC, 2009)

Assim, no ano de 2009, as importações tiveram queda de até 29,5% em valor (US\$) em seu primeiro semestre. Apenas dois setores aumentaram suas importações no começo da crise (primeiro semestre de 2009), o setor de Artigos Sanitários e Artigos de Transporte (embalagens), aumentando e continuando com as importações brasileiras em seu principal fornecedor, a China. (OMC, 2009)

O setor têxtil também foi afetado pela Crise Mundial. De acordo com o IBGE (2013), em 2007 o setor havia registrado expansão de 5,6%, o que deixou os produtos otimistas para o ano de 2008. Porém, não foi o que aconteceu, após a Crise, o setor entrou em uma alavanca profunda em queda, e pôs fim a 6.322 vagas no setor têxtil e calçadista, de acordo com Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED, 2013). De acordo com a CAGED (2013), a principal causa da queda foi a Crise Mundial de 2008, seguido do alto crescimento dos produtos asiáticos no setor.

Apesar do alto crescimento da entrada dos produtos asiáticos, o Brasil manteve sua antiga estrutura de Logística em importação de bens, e sua dificuldade de funcionamento acaba transtornando alguns investidores, que são obrigados a procurar intermediários para realizar as partes burocráticas de processos. São várias escalas de funcionamento, para entender melhor o processo de importação, o COMEX montou um fluxograma, descrevendo todas estas escalas e etapas, para auxiliar os importadores a entender melhor um pouco da burocracia de importação de produtos brasileira. Segue abaixo o fluxograma disponibilizado pelo COMEX Brasil (2014):

Figura 1 – Fluxograma do Processo de Importação



Fonte: COMEX Brasil, 2014



A importação é o ingresso seguido de internacionalização de mercadoria estrangeira no território aduaneiro. A mercadoria só é considerada importada após estar no território internacional, ou seja, no país exportador, por meio de desembarço aduaneiro e do recolhimento dos tributos exigidos em lei e do recolhimento dos tributos exigidos por lei. (COMEX Brasil – Comércio Exterior Brasileiro 2002)

A importação é a compra de produtos no exterior de acordo com as normas comerciais, cambiais e fiscais vigentes.

O processo de importação se divide em três fases: administrativa, fiscal e cambial. A administrativa está ligada aos procedimentos necessários para efetuar a importação que variam de acordo com o tipo de operação e mercadoria. A fiscal compreende o despacho aduaneiro que se completa com os pagamentos dos tributos e retirada física da mercadoria da Alfândega. Já a cambial está voltada para a transferência de moeda estrangeira por meio de um banco autorizado a operar em câmbio. (MDIC, 2012)

Segundo o MDIC (2010), a importação brasileira se tornou referência após a entrada do país na Organização Mundial do Comércio (OMC) em meados dos anos 90. Com isso, seus valores multiplicaram-se com os anos, e os países produtores de bens se beneficiaram com isto. De acordo com o SECEX/MDIC (2010), os números mais que triplicaram em 10 anos. No ano de 2000, o valor importado passou de 55.851 (bilhões de US\$) para 181.649 no ano de 2010 (em bilhões de US\$).

Isto mostra que muitos países adentraram a esta nova emenda brasileira, e garantiu suas importações para o país, usufruindo de muitos setores, principalmente os produtos industrializados. Muitos países industrializados se beneficiaram com a ideia, principalmente os asiáticos. De acordo com o MDIC (2013), a China é o país onde os brasileiros mais importam produtos. Seguido por Argentina e Estados Unidos

Quadro 1: Dez Principais países que o Brasil importa.

DEZ PRINCIPAIS PAÍSES		Participação em %
1	China	33,61
2	Argentina	9,11
3	Estados Unidos	8,62
4	Italia	6,95
5	Chile	6,51
6	Espanha	5,22
7	Mexico	3,5
8	Taiwan	3,08
9	Israel	2,74
10	Cingapura	2,16

Fonte: MDIC (2013)

O Quadro 1, mostra que a China esta muito a frente dos outros países em relação a importação do mercado brasileiro. O país tem participado em cerca de 1/3 de todo o comércio brasileiro, deixando para trás os Estados Unidos e toda a União Europeia.

No dia 25 de março de 1997 o jornal “*O Estado de São Paulo*” publicou que o “*Comércio exterior não é apenas vender mais. É também comprar bem; não permitir que práticas predatórias destruam a nossa indústria*”.

O Brasil acabou aumentando suas importações, mas acabou esquecendo um pouco de suas indústrias nacionais, ou não imaginou que este aumento excessivo de importação pudesse causar ou agravar uma crise nos setores, iniciada principalmente pela Crise Mundial de 2008. Porém, alguns economistas dizem que o Brasil é um país auto suficiente, como já dia em 1963, o economista Glycon de Paiva: “Dos 300 minerais normalmente necessários ao progresso e à sobrevivência de um país, até agora nos faltam 250.” Hoje, embora alguma coisa tenha mudado, ainda importamos petróleo, cobre, borracha e muitas outras matérias primas. (MAIA, Jayme de Mariz, 2001)

De acordo com Maia (2012), a importação ainda é conveniente, já que o comprador adquire um produto de alta tecnologia, obtida por meio de caríssima pesquisa e muitos anos de experiência, como é o caso da

indústria farmacêutica. O país que compra este produto poderá com o decorrer dos anos, produzir o produto, mas neste espaço de tempo, compra de quem já produz e possui a mercadoria pronta.

Maia (2012) diz também que em muitos casos, é mais barato comprar do que produzir. Cita-se o exemplo do século XX, onde as indústrias americanas de seda se instalaram na China, devido à mão de obra mais barata, ou seja, é conveniente produzir naquele país e vender nos Estados Unidos. Atualmente o fato não é diferente, muitas indústrias dos principais países estão instalando-se novamente na China para produzir a preços mais competitivos.

De acordo com a citação de Maia (2012) onde diz que é mais barato comprar do que produzir, analisa-se que o Brasil é um país rico em minérios, porém, o seu principal produto de importação são as fritas de vidro, sejam elas em granulas, pó ou flocos. A liga de alumínio e os ladrilhos para cerâmica estão também entre os cinco principais produtos importadores.

Com isso, o MDIC elaborou um demonstrativo, no ano de 2013, referenciando os 40 principais produtos importados pelo Brasil, no ano de 2013, afirmando o que Maia disse sobre os minérios brasileiros, mesmo o Brasil possuindo um dos maiores cenários de minerais do mundo, precisa importar muitos produtos básicos para o seu sustento, ficando dependente de muitos países para sua produção básica de insumos, tornando-se um país em desenvolvimento com alta dependência.

Isto pode levar a uma indecisão da população sobre a autossuficiência do Brasil em alguns produtos, mostrando questionamentos sobre o modo de governar o país, até mesmo sobre a sua estrutura econômica. Esta indecisão gera transtorno e a falta de desentendimento das pessoas acaba transformando o Brasil em um país com poucos critérios no cenário internacional, perdendo espaço para outras potências. O que se pode afirmar e dizer é que a importação de minérios brasileira é elevada quanto a sua estrutura geográfica de minerais e outros produtos autossuficientes. Segue abaixo o demonstrativo de dados destas importações de minérios e outros produtos:

Tabela 2: Principais Produtos Importados pelo Brasil no ano de 2013

<b>PRINCIPAIS PRODUTOS IMPORTADOS NO ANO DE 2013</b>		
<b>PRODUTOS</b>	<b>VALOR EM US\$ BILHÕES</b>	<b>PARTICIPAÇÃO EM %</b>
1 FRITAS DE VIDRO, EM PO, EM GRANULOS, EM LAMELAS OU FLOCOS	3.683.357	4,17
2 OUTROS LADRILHOS, ETC. DE CERAMICA, N/VIDRADOS, N/ESMALTADA.	3.459.518	3,92
3 PARTES DE MAQUINAS E APARELHOS P/AVICULTURA	3.079.937	3,49
4 OUTS. PIGMENTOS TIPO RUTILIO, C/DIOXIDO TITANIO >=80% SECO	2.708.933	3,07
5 LIGAS DE ALUMINIO EM FORMA BRUTA	2.642.497	2,99
6 OUTS. PIGMENTOS, OPACIFICANTES/CORES, PREPARADOS E PREPARS	2.613.613	2,96
7 FILES DE TRUTAS, CONGELADOS	2.192.684	2,48
8 CORTADORES DE CARVAO OU DE ROCHAS, AUTOPROPULSORES	1.993.710	2,26
9 AREIAS DE ZIRCONIO MICRONIZ. P/PREPAR. DE ESMALTES CERAM.	1.926.271	2,18
10 HULHA BETUMINOSA, NAO AGLOMERADA	1.871.754	2,12
11 OUTROS TRATORES	1.746.025	1,98
12 PIGMENTOS E SUAS PREPARACOES	1.692.818	1,92
13 MAQS. FERRAM.P/TRAB. MADEIRA, ETC. C/DIFER. OPERAC.S/TROCAR	1.691.089	1,91
14 OUTS. CHAPAS, FLS. ETC. DE POLIM. CLORETO VINILA	1.605.080	1,82
15 SALMAO-DO-ATLANTICO E SALMAO-DO-DANUBIO, FR. OU REFRI.	1.477.007	1,67
16 CUBOS, PASTILHAS, ETC. DE VIDRO, P/MOSAICOS E DECORACOES	1.393.381	1,58
17 OUTROS POLIETERES NAO SATURADOS, EM FORMAS PRIMARIAS	1.301.086	1,47
18 OUTRAS RODAS, SUAS PARTES E ACESS. P/VEICULOS AUTOMOVEIS	1.195.131	1,35
19 SALMAO-DO-ATLANTICO E SALMAO-DO-DANUBIO, CONG.	1.136.170	1,29
20 OUTROS LADRILHOS, ETC. DE CERAMICA, VIDRADOS, ESMALTADOS	1.127.145	1,28
21 OUTROS MOS DE DIAMANTE NATURAL/SINT. A GLOMERAD. D<53.34 CM	1.112.957	1,26
22 ACIDO ACRILICO	1.043.362	1,18
23 MAQS. DE MOLDAR A VACUO POLIESTIRENO EXPAND/POLIPROPILEN	1.035.267	1,17

24 OUTROS PNEUS NOVOS PARA ONIBUS OU CAMINHOS	923.072	1,04
25 OUTROS ESTERES DO ACIDO ACRILICO	902.386	1,02
26 OUTROS MOS DE OUTROS ABRASIVOS A GLOMER/CERAMICA	841.744	0,95
27 OUTROS VENTILADORES	799.621	0,91
28 TECIDO ALGODAO<85%,INDIGO BLUE/FIBRA SINT/ART.P>200G/M2	790.851	0,9
29 FIOS DE BORRACHA VULCANIZADA,RECOBERTOS COM SILICONE	763.126	0,86
30 OXIDO DE ZINCO (BRANCO DE ZINCO)	730.992	0,83
31 PRENSAS P/MOLDAR BORRACHA/PLAST.CAP<=30000KN	720.896	0,82
32 OUTROS POLIESTIRENOS EM FORMAS PRIMARIAS	692.968	0,78
33 OUTROS POLIETILENOS S/CARGA ,D>=0.94,EM FORMAS PRIMARIAS	668.363	0,76
34 CHAPAS,ETC.DE OUTS.POLIESTERES,S/SUPOORTE,N/RE FORCAD.ETC	598.820	0,68
35 COQUES DE HULHA,DE LINHITA OU DE TURFA	586.570	0,66
36 OUTS.CHAPAS,ETC.TEREFT.POLIETILENO,E<=40 MICR.S/SUPOORTE	571.473	0,65
37 OUTRAS MAQUINAS E APARELHOS DE IMPRESSAO POR OFSETE	537.975	0,61
38 TECIDO POLIESTER<85% C/ALGOD.P>170G/M2,SARJAD.CRU/BRANQ	524.119	0,59
39 BORATOS NA TURAI S E SEUS CONCENTRADOS(CALCINADOS OU NAO)	513.372	0,58
40 PORTAS,RESPECT.CAIXILHOS,ALIZAS E SOLEIRAS,DE MADEIRA	492.560	0,56
41 DEMAIS PRODUTOS	32.956.893	37,3

Fonte: MDIC, 2013

A Tabela 2 foi desenvolvido com base nos produtos que o Brasil já importou no ano de 2013, visto que dos principais 40 produtos apresentados, a maioria é grânulos de minérios ou partes para máquinas, produtos que possuam um valor agregado alto. Para o setor têxtil, os tecidos estão entre os principais produtos importados e aparecem logo na posição 28, descrito como Índigo, que é sinônimo para o Jeans. Os aviamentos e outros produtos que estejam presentes em uma calça jeans, por exemplo, se concentram na descrição de demais produtos , já que não possuem um valor agregado muito alto.

## 2.3 SETOR TÊXTIL

As primeiras iniciativas de construção de uma indústria têxtil no Brasil foram frustradas com medidas contrárias impostas pela família real Portuguesa. O Brasil Colônia tentou fabricar seus tecidos elegantes, mas um alvará de 1781, de D. Maria I, mandou destruir os teares do Brasil, e com eles, a indústria brasileira que nascia. No país, só se admitiam teares para a indústria das fazendas grossas de algodão, das que serviam para o uso do vestuário dos negros. (SEBRAE, 2013)

Foi apenas no século XX, durante a primeira guerra mundial que o setor têxtil começou a se expandir no território brasileiro. Pelos motivos da guerra, os EUA e os países europeus diminuíram suas exportações para o Brasil, favorecendo o impulso do setor têxtil. Em 1919, a indústria nacional já supria três quartos da demanda interna. (SEBRAE, 2013)

Com a riqueza dos produtores de café, os filhos começaram a estudar e a viajar pela Europa, mantendo o contato com as correntes modernistas em pleno fervor intelectual e artístico. Os jovens foram influenciados a questionar sobre a arte e os valores da época, levantando um primeiro movimento nacionalista no país, que valorizava a cultura e refletia sobre o que seria uma identidade brasileira. (SEBRAE, 2013)

O primeiro desfile de moda realizado no Brasil foi em São Paulo, na Mappin Store, loja que direcionava apenas suas vendas a produtos importados. Três anos depois do primeiro desfile de moda no Brasil, surge o primeiro nome de moda nacional: Mena Fiala, nascida em Petrópolis e criadora talentosa de vestidos de noiva, que se consolidou no Rio de Janeiro ao longo da década de 30. (SEBRAE, 2013)

Hoje, o Brasil é um país que importa muito produto têxtil, desde tecidos, aviamentos e até a roupas prontas. As Importações de Têxteis e confeccionados em Jan-Jul de 2013, cresceram, em valor (US\$) 4,0%, as Exportações cresceram 1,6%, enquanto o crescimento do Déficit na Balança Comercial foi de 4,5% em relação ao mesmo período de 2012. (ABIT, 2013)

As importações somente de vestuário do mês de Jan-Jul de 2013 apresentaram aumento de 7,1%, em valor, comparativamente com o

mesmo período em 2012, em toneladas essa variação foi de 2,9%. (ABIT 2013)

De acordo com dados da ABIT – Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção, em Jan-Jul 2013 houve um crescimento de 2,45% na Indústria de Transformação e uma queda de 3,95% no segmento têxtil e queda de 2,35% no Vestuário com base igual ao período do ano anterior.

Porém a Inflação de Maio 2013 a Julho 2013 foi em queda. Como apresenta o quadro abaixo:

Quadro 2: Índice de IPCA e IPC

ÍNDICE	VESTUÁRIO			GERAL		
IPCA	Mai: 0,84%			Mai: 0,37%		
	Jun: 0,5%			Jun: 0,26%		
	Jul: -0,39%			Jul: 0,03%		
IPC	Mai: 0,88%			Mai: 0,10%		
	Jun: 0,23%			Jun: 0,32%		
	Jul: -0,26%			Jul: -0,13%		

Fonte: ABIT, 2013

O Quadro 2 mostra os valores de inflação e de impostos, mostrando a tentativa do governo em melhorar os índices do setor têxtil, porém, ainda com a diminuição de impostos no vestuário, o setor ainda não consegue competir de forma igual com os mercados internacionais.

O saldo da geração de empregos no setor têxtil e de vestuário no período de Jan.13 a Jul.13 foi de 30.258 contra 18.291 no mesmo período de 2012, alta de 65%, na comparação. O saldo da geração de empregos no setor têxtil e de vestuário no mês de Jul.13 foi de -699 contra 2.354 em igual mês de 2012. No acumulado Ago12 a Jul.13 o saldo de empregos foi de 10.375, enquanto no período de Ago.11 a Jul.12 foi de -13.033, no setor T&C. (ABIT, 2013).

Os principais destinos de exportação de Produtos Têxtil e Confeccionados são Argentina, Estados Unidos, e Paraguai. (Fonte: Abit).

A Associação Brasileira da Indústria Têxtil, cita que em uma década, o valor dos produtos têxteis importados cresceram 20 vezes, saindo de US\$110 milhões para US\$2,1 bilhões.

Em análise com a ABIT, De janeiro a agosto de 2013, somente as importações de vestuário cresceram 4,5%, em valor (US\$) e as exportações caíram 1,4%. No entanto, nos mesmos primeiros sete meses do ano, o volume de vendas no varejo cresceu 3,4%, ao passo que a produção têxtil apresentou queda de 3,1% e a de vestuário diminuiu 2,2%. Isso comprova que os produtos importados estão aumentando sua participação no mercado nacional, enquanto as empresas estão com capacidade ociosa.

Em decorrência do forte impacto das Indústrias Chinesas, a Confecção se uniu as outras indústrias nacionais que exigiram recentemente um acordo com a presidenta Dilma. O acordo é dado pela diminuição de impostos, onde é extinto os 10% adicionais do FGTS.

Porém, apesar de ter sido aprovado com esmagadora maioria no Congresso (315 votos a favor, contra 95 votos não a favor), o Projeto de Lei 200/2013 que propõem a extinção da multa de 10% no FGTS paga pelos empregadores no caso de demissão sem justa causa, foi vetado pela Presidenta Dilma. A justificativa do governo é que o impacto de mais de R\$3 bilhões/ano que deixariam de entrar nas contas do FGTS, é contra o interesse público, visto que tal impacto não foi estimado com medidas compensatórias no planejamento orçamentário, infringindo a Lei de Responsabilidade Fiscal. (ABIT, 2013)

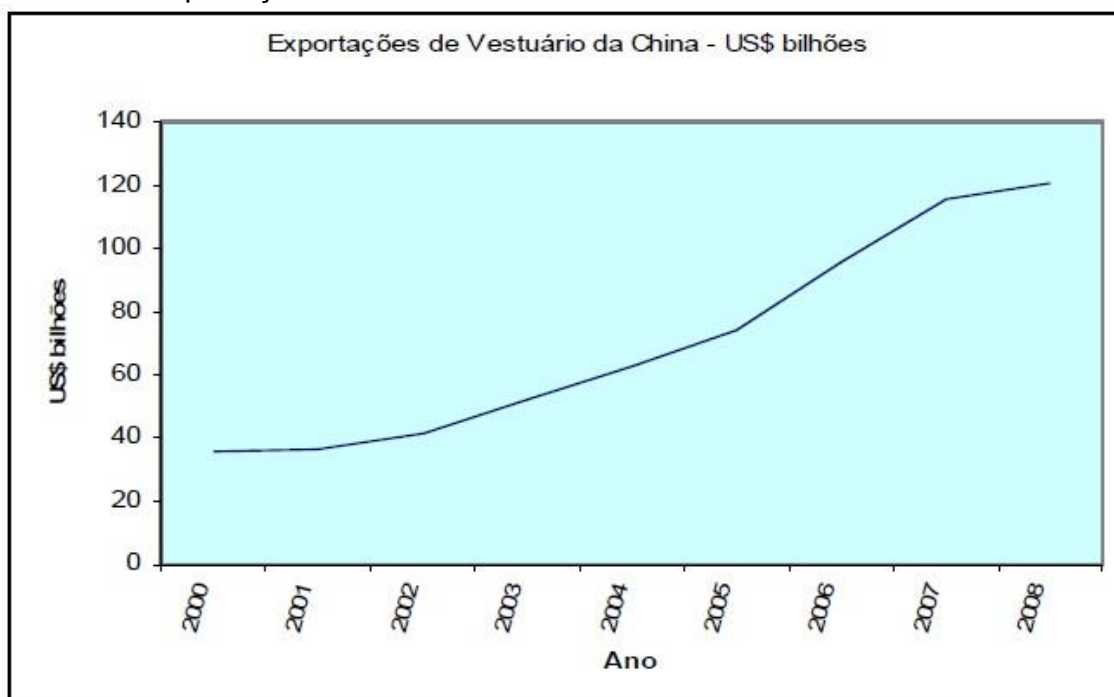
A China é o principal player global no mercado de têxteis e confeccionados internacional. Segundo Rangel (2008, apud COSTA; 2009: pg. 167), a elevada competitividade da cadeia têxtil e confeccionados chinesa pode ser explicada na seguinte forma:

A indústria têxtil *stricto sensu* é uma indústria de baixa tecnologia, não havendo fortes barreiras a entrada. A tecnologia é difundida e disponível no mercado mundial. Entre as empresas líderes dos diferentes países, não há um distanciamento tecnológico radical. Por essa razão, os dois insumos do processo produtivo – mão de obra e matéria prima – desempenham um papel crucial na definição da competitividade dessa indústria. A mão de obra, na China, é superabundante e de baixo custo. No caso das matérias primas, algodão e poliéster, a China também goza de uma situação privilegiada, principalmente no que diz respeito ao poliéster. Além disso, produz domesticamente máquinas têxteis de última geração.



Além disso, de acordo com Costa (2009: p:167) as cadeias têxteis e confeccionados chinesas estão superiores a outros países em modernidade, pelos altos investimentos, principalmente em máquinas, a qual foram destinadas à China, 70% das máquinas vendidas em todo o mundo nos últimos anos, e integrada, além de controlar determinadas etapas do processo produtivo e possuir sistemas de financiamentos para a comercialização. Além de manter uma política agressiva para conquistar todo o mercado têxtil externo. Utiliza-se de uma estratégia via preços, com exportação em grandes volumes e produtos padronizados, porém, não necessariamente de baixa qualidade.

Gráfico 1: Exportações de Vestuário da China em US\$ bilhões



Fonte: ONU, 2009

O Gráfico 1 citado acima, mostra o desempenho das exportações de vestuário da China no período 2000-2008, que aumentaram em 334%, passando de US\$ 36 bilhões em 2000 para US\$120,4 bilhões em 2008. A China se transformou nas últimas duas décadas no maior produtor mundial de roupas masculinas, femininas e infantis.

Para Lupatini (2007, pg:2) “na dimensão nacional, a indústria têxtil teve significativas transformações na década de 1990, sendo que o cenário macroeconômico – marcado pela abertura combinada com a valorização cambial do Plano Real – foi muito relevante para estas mudanças no

desempenho industrial. O mercado doméstico trafegou de uma situação fortemente protegida, até o final dos anos 80, para uma exposição à concorrência externa, implicando no fechamento de muitas unidades produtivas.”

Já para Gorini (2001, pg:31) o setor têxtil nacional foi muito afetado pela abertura da economia inaugurada no início dos anos 90, a qual não estabeleceu de imediato mecanismos que pudessem proteger a indústria contra as importações subfaturadas e o *dumping* comercial. Some-se a isso o fato de que o setor têxtil no Brasil historicamente desenvolveu-se através da internalização de todas suas atividades produtivas (tendo como foco um mercado praticamente imune a produtos estrangeiros), com baixos índices de produtividade e baixos investimentos em tecnologia de ponta (também em função da grande instabilidade macroeconômica da década de 80).

De acordo com a ABIT, apesar de todas as dificuldades, os investimentos em modernização foram elevados na década de 90, especialmente no período a partir do Plano Real, estimando-se que os investimentos chegaram a cerca de US\$ 6 bilhões. Estes investimentos, ficaram abaixo do que se investiu na Turquia, por exemplo, que chegou a US\$ 10 bilhões somente em importações de equipamentos para a cadeia têxtil. Lupatini (2007, p. 3) destacou que apesar destes investimentos, de máquinas e equipamentos para o setor têxtil, o Brasil esta muito aquém do observado nos países desenvolvidos, muitas vezes circunscrita a uma parte das grandes empresas que atuam no setor.

## 2.4 O SETOR TÊXTIL E VESTUÁRIO CATARINENSE

A indústria têxtil catarinense se reflete principalmente pelas suas grandes marcas e empresas antigas, com mais de cem anos de história, que possuem grande valor de impacto no comércio nacional. A CIA Hering é a empresa mais antiga catarinense (com ações na BM&FBOVESPA) com 133 anos de história. O setor é fortemente caracterizado por artigos do vestuário, tecidos planos e malhas, artigos felpudos, artigos de cama e mesa, fios, produtos têxteis hospitalares, fitas elásticas e etiquetas tecidas. (POSSAMAI, A. C. P. 2013).

De acordo com os dados da FIESC (2013), o setor têxtil catarinense emprega 169 mil colaboradores em 9.700 estabelecimentos. Sendo que destes, 1.900 estabelecimentos com 59 mil colaboradores nas indústrias têxteis e 7.800 estabelecimentos com 110 mil funcionários na do vestuário.

O estado de Santa Catarina é o maior exportador de tecidos, atalhados de algodão, fitas de fibras sintéticas, roupas de toucador/cozinha, etc. do país. De acordo com os dados da FIESC (2013), Santa Catarina se estabelece como o segundo maior polo têxtil do Brasil.

Em dados do SEBRAE (2013), o Vale do Itajaí foi sede das primeiras unidades fabris têxteis do estado de Santa Catarina, criadas no final do século XIX, por iniciativa de artesões e operários de origem europeia. A região é beneficiada também pela existência de dois portos para transporte dos produtos têxteis e demais produtos, o porto de São Francisco do Sul que fica próximo a região e o Porto de Itajaí, que fica na região.

Segundo o FIESC (2013) as indústrias de vestuário em Santa Catarina fecharam o primeiro bimestre de 2013 em alta de 0,8% comparado ao primeiro bimestre de 2012. Segundo a pesquisa, 16,7% das vendas do primeiro bimestre de 2013 foram consequências das vendas do setor Vestuário, ficando atrás apenas das indústrias de bebidas (30,5%).

A recuperação foi elevada e visualmente obtida pelo alto número de pessoas admitidas no estado apenas no setor têxtil e vestuário, número este que alcançou a casa dos 5 (cinco) mil funcionários. Este aumento

levou o aumento da produção e conseqüentemente o aumento do faturamento do estado. (FIESC, 2013)

A ABIT (2010) disponibilizou um estudo da Fundação Getúlio Vargas (FGV) sobre as 10 principais indústrias do ramo têxtil no sul do Brasil. Entre elas, oito empresas são catarinense, o que comprova a superioridade do estado em relação aos seus vizinhos no setor têxtil e vestuário. O estudo engloba qualquer tipo de produto têxtil, desde o vestuário até fios e linhas. Abaixo a tabela com as dez maiores empresas têxteis catarinenses:

Tabela 3: As dez maiores empresas têxteis do Sul do Brasil

<b>AS 10 MAIORES EMPRESAS TEXTEIS DO SUL DO BRASIL</b>		
<b>Empresa</b>	<b>UF</b>	<b>Faturamento em milhares de reais</b>
Hering	SC	320.295
Teka	SC	260.703
Karsten	SC	249.613
Marisol	SC	236.831
Döhler	SC	205.120
Cremer	SC	197.581
Pettenati	RS	170.164
Buettner	SC	160.338
Fitesa	RS	106.036
Círculo	SC	89.932

Fonte: FGV/Revista Expressão, 2010

Pode-se observar que na Tabela 3 citada acima, entre a relação de faturamento das 10 maiores empresas do setor têxtil do sul do Brasil, a CIA Hering possui o maior valor em milhares de reais, tendo 35% a mais que sua concorrente direta, a Marisol, na quarta posição. Nota-se também, que entra as 10 maiores empresas do setor têxtil do sul do Brasil, apenas duas se encontram no ramo vestuário, mais precisamente no segmento de magazines, a CIA Hering e a Marisol. A ABIT (2006) trouxe um estudo com as 51 maiores empresas no setor têxtil catarinense, analisando que nem todas mostraram o seu faturamento. De acordo com a ABIT, a idade das empresas revela a tradição do setor, visto que possui empresas com mais de 100 anos de idade, e que a média catarinense é de 43,5 anos. Apenas

na região de Brusque a média alcança os 68 anos de idade. O maior polo têxtil é o de Blumenau, com 13 empresas listadas no anuário.

Segundo o FIESC (2013), o setor têxtil catarinense é o segundo maior do Brasil, sendo que nele esta estabelecida a maior fabricante de malhas nacional, e a segunda mundial, a CIA Hering. O mesmo apresenta que o setor representa 17,74% na participação de indústrias em SC.

Mesmo possuindo um valor representativo em participação comparado a outros setores, o setor têxtil possui um alto crescimento diagnosticado também em importações e exportações. O FIESC (2013) mostrou que Santa Catarina cresceu sua representação em importação de têxteis no cenário nacional, passando de 5% em 2003 para 32% em 2013. Segue abaixo o comparativo:

Tabela 4: Comparativo de importação das indústrias têxteis de SC em relação ao cenário nacional.

ANO	SC	BR	%
	US\$ milhões	US\$ milhões	SC/BR
2000	139	1.606	9
2001	78	1.361	6
2002	58	1.034	6
2003	51	1.062	5
2004	96	1.423	7
2005	139	1.518	9
2006	317	2.142	15
2007	572	3.010	19
2008	868	3.833	23
2009	930	3.481	27
2010	1.416	5.038	28
2011	1.839	6.567	28
2012	2.058	6.613	31
2013	2.177	6.800	32

Fonte: FIESC (2013)

A Tabela 4 citada acima mostra o quão evoluído se tornou a importação de produtos têxteis, diferente das exportações, que não tiveram um aumento tão excessivo e representativo no cenário nacional. As exportações têxteis estão representadas na tabela abaixo de acordo com o FIESC (2013):

Tabela 5: Comparativo de exportação das indústrias têxteis de SC em relação ao cenário nacional.

ANO	SC	BR	%
	US\$ milhões	US\$ milhões	SC/BR
2000	21	689	3
2001	18	771	2
2002	16	679	2
2003	25	1.035	2
2004	38	1.364	3
2005	41	1.463	3
2006	59	1.475	4
2007	82	1.732	5
2008	73	1.869	4
2009	52	1.515	3
2010	64	1.877	3
2011	80	2.720	3
2012	95	3.147	3
2013	95	2.144	4

Fonte: FIESC (2013)

Com o alto crescimento das importações relacionadas na Tabela 5, os artigos de vestuário entraram em queda nacionalmente, e os confeccionistas encontraram um modo de importar estes produtos também, muitas vezes já aplicados diretos na peça importada. Com isso, as etiquetas acabaram tendo uma queda também. O FIESC realizou um demonstrativo sobre estes artigos também, e incluso, podemos citar as etiquetas. Segue na Tabela 6 o demonstrativo:

Tabela 6: Comparativo de importação de artigos das indústrias têxteis de SC em relação ao cenário nacional.

ANO	SC	BR	%
	US\$ milhões	US\$ milhões	SC/BR
2000	5	169	3
2001	5	307	2
2002	3	128	2
2003	3	116	3
2004	6	173	3
2005	15	260	6
2006	46	399	12
2007	65	579	11
2008	132	839	16
2009	172	874	20
2010	307	1.237	21
2011	599	1.954	31
2012	721	2.418	30
2013	779	2.624	30

Fonte: FIESC (2013)

Como se pode observar na Tabela 6, as importações de artigos tiveram um crescimento alto nos anos de 2000 a 2013, totalmente diferente das exportações de artigos, que tiveram um decréscimo de 17% em relação ao produto exportado nacionalmente. Em 2000 as exportações de artigos catarinenses representavam 52% da exportação nacional, em 2013 estas exportações representam apenas 35%, uma queda no setor catarinense e nacional. Em valores, as exportações de artigos nacionais caíram cerca de US\$ 300 milhões, diferente das importações, que tiveram um aumento de quase US\$ 2.450 milhões na relação 2000 – 2013. Este fato pode-se comprovar a dificuldade e a queda das indústrias nacionais e catarinenses em relação ao mercado mundial. (FIESC, 2013)

Abaixo podemos citar as 51 principais empresas do setor têxtil catarinense de acordo com o anuário da ABIT (2006):

Tabela 7: As 51 principais empresas do setor têxtil catarinense

PRINCIPAIS INDÚSTRIAS TEXTEIS CATARINENSES				
Fonte: anuário ABIT 2006				
Empresas	Cidade	Funcionários	Faturamento em R\$	Fundação
Malharia Brandili.	Apiúna	1.100		1964
Haco Etiquetas.	Blumenau	1.200		1928
Malhas Soft S.A Enobrecimento Têxtil	Blumenau	203		1987
Altenburg Ind. Têxtil.	Blumenau	700		1951
Karsten S.A	Blumenau	2.536		1882
TEKA - Tecelagem Kuehnrich S.A	Blumenau	6.000	420.000.000,00	1935
Cia. Hering	Blumenau	4.505	376.590.000,00	1880
Dudalina S.A	Blumenau	1.000	96.000.000,00	1957
Malharia Cristina.	Blumenau	800		1970
Pacífico Sul. Ind. Têxtil e Confec. .	Blumenau	350		1989
Sanju Ind. Têxtil.	Blumenau	250		1995
Sulfabril S.A	Blumenau	1.400		1947
Têxtil HB - Greenjam	Blumenau	82		2000
Cremer	Blumenau	1.500	190.000.000,00	1935
Cia. Industrial Schlosser S.A	Brusque	559		1911
Fábrica de Tecidos Carlos Renaux	Brusque	1.100		1892
Têxtil Renaux S.A	Brusque	745		1925
Tituraria Florisa	Brusque	221		1967
Buettner S.A Ind. Com.	Brusque	1.696	186.006.775,00	1898
Indústria Appel	Brusque	200		1974
A M C Têxtil – Colcci	Brusque	1.300		1986
Circulo S.A	Gaspar	1.240	110.000.000,00	1937
Dicotone Têxtil	Gaspar	180		1984
Lunender S.A	Guaramirim	600		1983
Pólo New Ind. E Com. Do Vestuário	Guaramirim	130		1979
Tapajós Têxtil	Indaial	350		1958
Karlache Com. E Ind. Têxtil	Jaraguá do Sul	200		1994
A M C Têxtil - Menegotti Mlhas	Jaraguá do Sul	670		1980
Malwee Malhas	Jaraguá do Sul	5.500		1968
Marisol S.A	Jaraguá do Sul	6.313	425.216.000,00	1964
Douta Cia. Têxtil S.A	Joinville	300	24.076.000,00	1973
Fibra Malhas – Delates	Joinville	210		1981
Malharia Mana	Joinville	340	17.751.565,59	1984
Malharia Princesa S.A	Joinville	100		1952
Afetes Ind.com. E Rederes.	Joinville	143		1977
Cia. Fabril Lepra	Joinville	630	79.284.742,00	1907
Dohler S.A	Joinville	2.200		1881
Cativa Têxtil Ind. E Com.	Pomerode	1.250		1988
Dublack Ind. E Com.de Malhas	Pomerode	400		1983
Fakini Têxtil .	Pomerode	350		2004
Kyly Ind. Têxtil	Pomerode	600	69.061.000,00	1985
Dioxes Ind. Com Confecções	Rio do Sul	165		2003
Malhas Carlan	Rio do Sul	80		1980
Blue In Confecções	Rio dos Cedros	150		1996
Fiação São Bento S.A	São Bento do Sul	570	84.501.000,00	1948
Buddemeyer S.A	São Bento do Sul	770	88.121.000,00	1951
Clássico Ind. De Artigos Esportivos	Saudades	600		1979
Indústria Acrilan .	Timbó	450		1993
Malharia Diana	Timbó	907	39.541.774,00	1958
Malhas Wilson .	Timbó	250		1973
Beckhauser Ind. Com. De Malhas .	Tubarão	196	55.341.936,16	1999

Fonte: ABIT (2006)

Observa-se que em um quadro comparativo, trazido pelas 2 tabelas da ABIT, o anuário de 2010 e o anuário de 2006, a CIA Hering se tornou a maior



empresa do setor catarinense, em apenas 4 anos, ultrapassando a principal Teka Tecelagem, ambas da cidade de Blumenau. Entre as 51 maiores empresas, apenas uma delas se concentra no Sul Catarinense, a Beckhauser Ind. Com. De Malhas, situada na cidade de Tubarão.

## 2.5 A IMPORTAÇÃO DE ETIQUETAS

A importação de produtos que contenham marca pode ser mais complicado do que se imagina. Estes produtos necessitam ter todos os dados de fabricação. De acordo com o site americano de proteção de marcas, CBP (*Customs and Border Protection*), todos os dados devem estar presentes nos produtos. Isto inclui todos os requisitos de segurança, como a inflamabilidade do produto. Os artigos de vestuário como as etiquetas, devem ter rótulos especificando o conteúdo e as instruções para o cuidado. Em alguns casos, estes artigos não precisam que a peça ou a unidade venha com a descrição, desde que todas as especificações estejam na embalagem do produto.

Para importar produtos de outras marcas, como as etiquetas, que neste caso o fabricante ou importador deve usar nome de outras patentes, ele necessita de uma autorização do mesmo, como um contrato, para ser apresentado a alfândega na hora do embarque e/ou desembarque. Este contrato possui todos os dados do importador e do proprietário da marca, como sua Razão Social. Isto serve para que não ocorra tráfico ou pirataria de produtos. O contrato precisa ser assinado pelo responsável da marca, alegando autorização para a importação da mesma. Seja com produtos de etiquetas ou roupas prontas, qualquer produto que contenha marca própria deve ter o contrato de importação e exportação. (CBP, 2013).

O FIESC (2013) relaciona os artigos importados no cenário nacional, um aumento de 1000% em relação aos anos de 2000 – 2013. Isto significa que as empresas de artigos nacionais estão em decréscimo em relação as empresas estrangeiras. Com isso, a taxa de desemprego pode cair, e a não estabilidade do setor pode ocasionar o fechamento de muitas empresas. Os artigos podem ser relacionados como: Botões, Rebites, Metais, Zíperes, Etiquetas, Tags e

Lacres, além de outros aviamentos relacionados ao produto confeccionista têxtil.

## 2.6 O MERCADO CHINÊS

O desenvolvimento do mercado chinês se dá por duas razões, a primeira é o seu altíssimo número de pessoas, uma população formada por 1.281 milhões de pessoas, ou seja, corresponde a quase um quinto da população mundial, e o rápido crescimento em seu PIB, que em 2002 chegou a 8%, atingindo o valor de US\$1.232,7 bilhões, apesar da estagnação do Japão e da volatilidade do mercado Americano. Com este fato, as importações chinesas cresceram 21% em 2002. (RFB, 2012)

A conquista do mercado chinês se insere numa estratégia comercial de firmas brasileiras, cuja presença em território chinês antecede à entrada daquele país na OMC. A instalação da unidade chinesa da Companhia Vale do Rio Doce - CVRD, por exemplo, foi anterior a 1998.

A entrada da China na OMC, em setembro de 2001, beneficiou os países membros da OMC, como o Brasil, por exemplo. Esses países podem agora participar de um mercado de produtos e serviços em expansão, negociando em bases legais mais seguras e transparentes, que evitam mudanças inesperadas de legislação e licenças discriminatórias, asseguram a redução de barreiras tarifárias e não-tarifárias e de subsídios, e ajuda, enfim, a liberalização parcial do comércio. Por esta razão, a China demonstra confiança aos seus investidores possibilitando um maior acesso da China ao investimento estrangeiro direto, ampliando seu mercado e aumentando seu PIB.

A China possui uma baixa qualidade de minério de ferro, mesmo levando em conta que a China é o país número um no ranking de países produtores de aço. Por este motivo, a China é o segundo maior importador mundial de ferro, perdendo apenas para o Japão. O Brasil, como o maior produtor de minério de ferro acaba se interessando por uma grande parte desta importação chinesa. (Receita Federal do Brasil)

Nos três primeiros trimestres de 2013, as importações e exportações da China totalizaram US\$3060,37 bilhões, com um crescimento de 7,7% em

relação ao ano anterior. A exportação chinesa foi de US\$ 1614,86 bilhões e sua importação foi de US\$1445,5 bilhões, um aumento de 8% e 7,3% respectivamente, com superávit comercial de US\$169,36 bilhões. (MOFCON, 2013.)

Quadro 3: Transações Chinesas no ano de 2013

	Setembro		Janeiro - Setembro	
	Valor em bilhões US\$	Acréscimo ou Decréscimo em %	Valor em bilhões US\$	Acréscimo ou Decréscimo em %
<b>Total de Importações e Exportações</b>	3560.8	3,3	30603.7	7,7
<b>Valor de Exportação</b>	1856.4	-0,3	16148.7	8,0
<b>Valor de Importação</b>	1704.4	7,4	14455.0	7,3
<b>Balança Comercial Exportação e Importação</b>	152.1	-44,6	1693.6	14,6

Fonte: MOFCON, 2013 (Ministry Of Commerce People's Republic Of China)

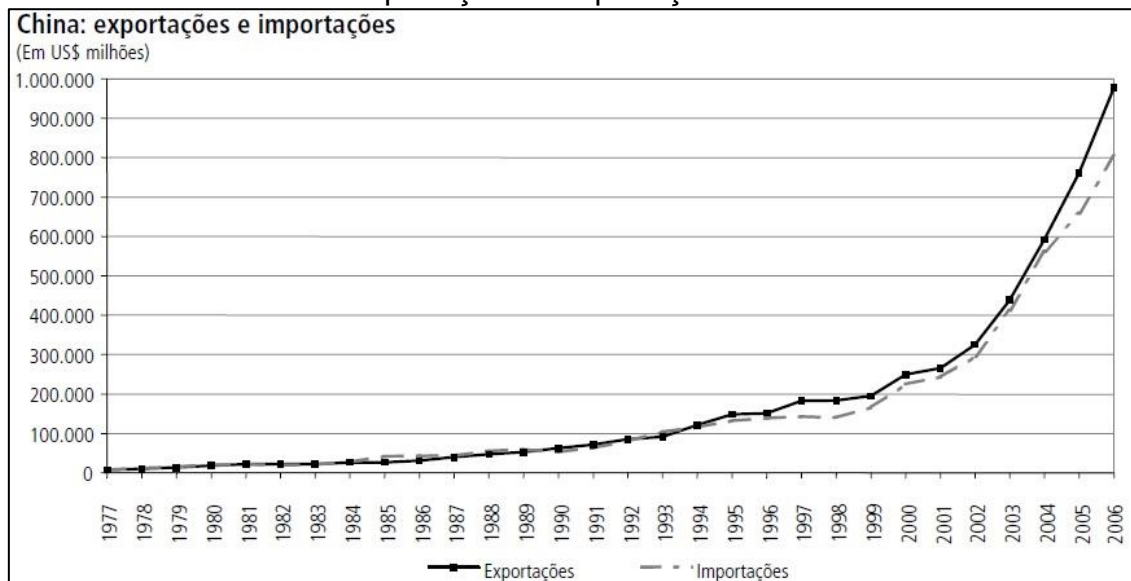
O Quadro 3, desenvolvido pela MOFCON traz os dados de exportações e importações da China no ano de 2013. Além disso, ele faz uma comparação de Acréscimo ou Decréscimo em relação ao ano de 2012. Nota-se que as exportações e importações cresceram quase que paralelamente, ou seja, ambas com crescimento parecidas. Isso mostra que a China, além de ser um país industrial fortíssimo, consegue importar tanto quanto exportar, fazendo uma balança comercial favorável ao crescimento do país.

De acordo com BRAGA (et al. 2008), a China possui várias fontes para demonstrar seu crescimento. Alguns dados interessantes foram a evolução de seu PIB, que passou de 35% em sua taxa de investimento em 1980 para mais de 40% em meados dos anos 2000. Este aumento excessivo no PIB é caracterizado pelo alto investimento no setor industrial e intensidade em acumulação de capital.

Além dessas questões, a China se favoreceu com seu alto valor em exportações, onde o comércio exterior se tornou praticamente dependente dos produtos Chineses, principalmente os industriais. Esta significância

pode ser comprovada pelos fluxos do comércio, que estipulavam em 40% nos anos de 1990 e chegaram a 65% em 2005 (BID, 2005).

Gráfico 2: Aumento das exportações e importações chinesas



Fonte: OMC e BNS, 2007

Observa-se no Gráfico 2 o alto nível de crescimento da China no mercado exterior, visualmente comprovado que em 2001 a China elevou seus números de exportações e importações, fato dado pela sua entrada na OMC (Organização Mundial do Comércio) em 2001. As vendas chinesas para o resto do mundo passou de US\$ 42 bilhões em 1985 para US\$ 760 bilhões em 2005. O número mostra que a China aumentou em 18 (dezoito) vezes suas vendas em um período de 20 (vinte) anos.

BRAGA (et al. 2008), mostra ainda que a China cresceu expressivamente e principalmente suas ideologias tecnológicas. Tanto na importação quanto na exportação, os números de intensidade tecnológica de alta e média intensidade elevaram sua participação no mercado, visto que as *Commodities* e Mão de Obra diminuíram significativamente no período entre 1990 e 2005, como demonstra a tabela abaixo.

Tabela 8: Comércio exterior Chinês, segundo intensidade tecnológica – 1990 e 2005.

Comércio exterior chinês, segundo intensidade tecnológica - 1990 e 2005 (em US\$ mil)								
Tipo de produto	Exportações				Importações			
	1990	%	2005	%	1990	%	2005	%
<i>Commodities</i>	11.372.159	18	40.213.608	5	9.282.362	17	93.626.829	14
Intensivos em mão de obra e recursos naturais	23.588.559	38	206.204.675	27	8.530.621	16	34.796.125	5
Baixa intensidade tecnológica	3.412.487	5	63.399.891	8	4.261.567	8	32.793.243	5
Média intensidade tecnológica	7.632.146	12	122.310.327	16	15.938.644	30	126.199.466	19
Alta intensidade	8.232.933	13	282.745.600	37	13.265.147	25	288.225.678	44
Outros	785.107	13	43.440.514	6	2.066.780	4	77.263.170	12
Total	62.091.391	100	758.314.615	100	53.345.121	100	652.904.512	100

Fonte: UNCTAD, 2008

As taxas de importação e exportação de produtos de alta intensidade tecnológica passaram de 25% para 44% e 13% para 37% respectivamente entre os anos de 1990 a 2005.

Para BRAGA (et al. 2008), cada vez mais a China busca o desenvolvimento tecnológico, por meio de uma absorção tecnológica, de uma forma mais incipiente, ou seja, estão buscando o conhecimento, inclusive desenvolvendo marcas próprias, como um exemplo, são os computadores pessoais da marca Lenovo.

Para este desenvolvimento, a China buscou ampliar suas importações tecnológicas dentro do seu próprio setor asiático. Principalmente nos países em desenvolvimento, fugindo do eixo europeu e americano. Neste sentido, a China amplia suas exportações também para os países asiáticos, servindo de base para as economias avançadas da Ásia, que, em vez de exportar produtos finais para os mercados europeus e americanos, exportam através de suas subsidiárias da China.

Tabela 9: Comércio exterior chinês, segundo região de origem / destino – 1990 a 2005

<b>Comércio exterior chinês, segundo região de origem/destino - 1990 e 2005 (Participação em %)</b>				
<b>Região/País</b>	<b>Exportações</b>		<b>Importações</b>	
	<b>1990</b>	<b>2005</b>	<b>1990</b>	<b>2005</b>
Desenvolvidos	36,0	55,0	51,0	36,2
Europa	11,0	20,2	18,0	12,0
Estados Unidos da América e Canadá	9,0	23,7	15,0	8,9
Japão	15,0	11,0	14,0	15,2
Em desenvolvimento	64,0	45,0	49,0	63,8
Ásia	56,0	34,6	39,0	49,0
América	1,0	2,3	3,0	3,7

Fonte: UNCTAD e OMC, 2008

Analisando a Tabela 8, pode-se argumentar que a expansão comercial internacional da China está, em grande medida, associada a atividades relacionadas a importação de produtos intermediários e de bens de capital – especialmente de alto conteúdo tecnológico – de outros países asiáticos. Conforme dito por BRAGA (et al. 2008).

Como modo de enfatizar a evolução e os fatores do alto crescimento Chinês, BRAGA (et al. 2008), afirma que a carga tributária Chinesa gira em torno de 17% do seu PIB, algo que deixa a população em situação confortável e segura futuramente.

Em termos comparativos, o Brasil possui um dos maiores índices de tributos do mundo em relação ao seu PIB. A taxa alcança o patamar de 37% em relação ao seu PIB, visto no ano de 2012 pela IBPT – Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação. (IBPT, 2012)

Brasil e China fazem parte do bloco BRICS, que incluem outros países em desenvolvimento, como a Índia, Rússia e África do Sul. Em média, a carga tributária dos países é de 18% em relação ao seu PIB, excluindo o Brasil. Neste caso, o valor brasileiro de tributo é mais que o dobro da média do bloco. (IBPT, 2012)

A China possui índices maiores apenas que Índia e África do Sul, porém, por conta de seus altos índices de investimento em cadeias produtivas e tecnologias, seu custo se torna menor, e acaba sendo o principal país exportador para o mundo, além de aumentar gradativamente sua importação, vinculado à alta da exportação. BRAGA, Marcelo; LEVY, Paulo; NEGRI, de Fernanda; COSTA, Katarina (2008), afirmam que é isto que torna a China a maior concorrência em escala mundial, para os países que não conseguem chegar a uma política próxima e que entre de frente com a política chinesa.

As importações advindas do país asiático colocaram a China como o maior exportador de produtos para o Brasil, ultrapassando o valor de US\$ 34 bilhões. Em 2008 a China representava 11,6% de participação no mercado brasileiro, enquanto os EUA representavam 14,8% (Maior exportador de produtos para o Brasil). Em 2012 os números se reverteram, e a China passou de 11,6 para 15,3%, enquanto os EUA mantiveram seus valores em 14,5%. (MDIC, 2013)

Tabela 10: Pauta de importação Brasileira em produtos provenientes da China – comparativo 2011 e 2012.

IMPORTAÇÕES	2011		2012	
	US\$ (milhões)	Ton (mil)	US\$ (milhões)	Ton (mil)
<b>PRODUTOS OU FAMÍLIAS DE PRODUTOS</b>				
<b>Máquinas e aparelhos elétricos e suas partes</b>	<b>9.714,9</b>	<b>635,9</b>	<b>9.808,40</b>	<b>656,4</b>
Aparelhos de radiodifusão	2.238,2	125,7	2.441,90	133,9
Aparelhos elétricos para telefonia	2.333,1	28	2.008,50	23,7
Disjuntores, interruptores, suportes, lâmpadas e outros aparelhos para circuitos elétricos	1.214,1	92,2	1.262,20	79,6
Conversores, transformadores, acumuladores e geradores elétricos	1.157,5	131,8	1.235,40	149,44
Circuitos integrados	864,8	1,4	849,1	1,4
Aparelhos de som	597,8	53,9	546,0	48,8
Fornos e aquecedores elétricos	388,8	85,9	471,2	100,1
Condensadores elétricos e resistências	184,9	7,1	186,0	6,7
Eletrodomésticos	140,3	22,4	169,3	25,9
Outro equipamentos elétricos	459,6	60,9	505,4	62,0
<b>Máquinas e aparelhos mecânicos e suas partes</b>	<b>6.829,0</b>	<b>832,5</b>	<b>7.925,70</b>	<b>865,4</b>
Máquinas de processamento de dados	2.284,5	63,6	2.697,60	59,0
Máquinas e equipamentos para construção civil	823,7	208,6	938,7	225,7
Bombas, válvulas e aparelhos de uso doméstico (refrigeradores, fornos e máquinas de lavar)	1.032,4	205,3	881,7	166,7
Máquinas e aparelhos de indústria metalúrgica	429,1	72,4	422,1	65,7
Máquinas e aparelhos de indústria têxtil	276,5	40,9	227,1	33,2
Máquinas para uso agrícola	32,6	5,3	43,1	8,2
Outras máquinas	322,8	54,7	249,6	43,1
<b>Têxteis e vestuário</b>	<b>2912,2</b>	<b>497,7</b>	<b>3.322,60</b>	<b>512,3</b>
<b>Produtos químicos orgânicos e inorgânicos</b>	<b>3.067,1</b>	<b>2.569,40</b>	<b>3.026,30</b>	<b>3.322,50</b>
<b>Produtos semimanufaturados de ferro e aço</b>	<b>2.273,80</b>	<b>1.610,70</b>	<b>2.106,10</b>	<b>3.026,30</b>
<b>Plásticos e borrachas e suas obras</b>	<b>1.291,90</b>	<b>421,1</b>	<b>1.453,70</b>	<b>2.106,10</b>
<b>Partes e componentes para veículos e tratores</b>	<b>1.498,50</b>	<b>388,4</b>	<b>1.232,20</b>	<b>1.45,2</b>
Componentes de automóveis	282,9	89,5	329,7	329,7
Locomotivas e vagões	41,3	20,4	307,0	307,0
Caminhões	76,6	13,2	94,2	94,2
Motocicletas	81,3	21,2	93,0	93,0
Automóveis	482,6	82,2	49,8	49,8
Chassis e carrocerias	126,8	29,8	28,8	28,8
Tratores	84,9	19,6	20,1	20,1
<b>Instrumentos e aparelhos de óptica, fotográfica, etc</b>	<b>742,1</b>	<b>28,3</b>	<b>741,0</b>	<b>741,0</b>
<b>Brinquedos</b>	<b>591</b>	<b>102,2</b>	<b>621,2</b>	<b>621,2</b>
<b>Couros e peles</b>	<b>447,1</b>	<b>118,3</b>	<b>431,3</b>	<b>431,3</b>
<b>Coques de hulha</b>	<b>306,2</b>	<b>723,7</b>	<b>161,7</b>	<b>161,7</b>
<b>Calçados</b>	<b>103,8</b>	<b>6,5</b>	<b>107,1</b>	<b>107,1</b>

Fonte: MDIC, 2013

A Tabela 10 apresenta os produtos importados provenientes da China nos anos de 2011 e 2012 separados por grupo ou família de produtos, em um modelo de comparação de um ano ao outro. Podemos ver que os maquinários



elétricos estão na primeira colocação seguida de maquinários mecânicos, por se tratar também de produtos com maior valor agregado. Os produtos do setor têxtil ultrapassaram a terceira colocação e se tornaram o terceiro maior grupo de importação no ano de 2012, uma comparação a qual era o quarto colocado em 2011. Observa-se que os Produtos Químicos Orgânicos e Inorgânicos, terceiro colocado em 2011, mantém seu volume de importação, enquanto isso os produtos têxteis aumentam cerca de 15% de 2011 para 2012. Este aumento retrata o cenário têxtil nacional, que grandes e pequenas empresas estão preferindo importar suas matérias primas ou até mesmo os produtos prontos do que produzir internamente.

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Derivada do latim “*methodus*”, que possui significado de caminho ou a realização para algo, a metodologia é o desenvolvimento de procedimentos e critérios utilizados em uma pesquisa. Já o método significa um caminho para se chegar a um determinado resultado ou fim (MARTINS; THEÓPHILO, 2009). O método também pode ser considerado como um estabelecimento lógico de pensamento para se chegar a um fim (VERGARA, 2010)

O método científico é uma forma que abrange toda a ciência, seja ela natural, social, pura, formal, aplicada ou factual, que vai se formando aos poucos a partir da investigação inicial. Não existe um modelo próprio para se investigar, existem estratégias de investigação e métodos específicos para os diversos tipos de tecnologias e de ciências, (MARTINS; THEÓPHILO, 2009).

Em uma discussão de saberes, entre os autores Gonçalves e Meirelles (2004), a metodologia é um conceito mais amplo do que o método, pois o método é apenas uma técnica ou um processo utilizado para chegar a um resultado estabelecido e a metodologia seria o estudo dos métodos utilizados. Em um segundo plano, os autores também discutem sobre o método científico, que segundo ambos, é um conjunto de procedimentos que permite se chegar a um conhecimento científico. (GONÇALVES; MEIRELLES, 2004)

Os procedimentos são denominadas certas atividades que se tornam necessárias para se adquirir os dados, que estão previstos nos objetivos específicos, e serão trabalhados para que então sirvam de base para construção de cada parte do trabalho final. (SANTOS, 2000)

Desta maneira, foram apresentados neste capítulo, os procedimentos metodológicos utilizados ao desenvolvimento da pesquisa, os tipos de pesquisa e sua abrangência. Além disso, também se apresenta a definição da pesquisa, o cronograma e os instrumentos de coleta de dados.

### 3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

De acordo com Lakatos e Marconi (2007, p.157), em referência a Ander-Egg (1978, p.28) a pesquisa é um “procedimento reflexivo sistemático, controlado e crítico, que permite descobrir novos fatos ou dados, relações ou leis, em qualquer campo do conhecimento.” Esse procedimento fornece ao pesquisador um caminho para o conhecimento real ou das verdades parciais.

Em relação ao tipo de pesquisa, devem-se utilizar dois critérios básicos para a definição da investigação científica: quanto aos fins e quanto aos meios de investigação. (VERGARA, 2010).

A pesquisa tinha como caráter de fins a pesquisa exploratória. Esta tem como finalidade proporcionar mais informações sobre o assunto que é investigado, possibilitando sua definição e seu delineamento, ou seja, facilita a delimitação do tema da pesquisa; orientar a fixação dos objetivos e a formulação das hipóteses ou descobrir um novo tipo de enfoque para o assunto. Assume, em geral, as formas de pesquisas bibliográficas e estudos de caso. (PRODANOV; FREITAS. 2013)

Em geral, a Pesquisa Exploratória envolve um planejamento flexível, o que permite o estudo do tema sob diversos ângulos e aspectos. Este planejamento se baseia em:

- levantamento bibliográfico;
- entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado;
- análise de exemplos que estimulem a compreensão.

Para GONÇALVES; MEIRELLES (2004), a Pesquisa Exploratória não se conhece realmente o problema em si, mas alguns dados que servem de orientação ao pesquisador. Estes efeitos possuem o problema raiz como causa principal.

Em relação aos meios tinha como caráter a pesquisa descritiva. PRODANOV; FREITAS (2013) relacionam que o pesquisador registra e descreve os fatos observados sem interferir neles. Transmite as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações

entre variáveis. Engloba o uso de técnicas de coleta de dados: questionário e observação sistemática. Assume em geral a forma de levantamento.

Existe uma semelhança entre a pesquisa Descritiva e a Experimental, que segue como caracterização da Pesquisa Descritiva a procura da classificação, explicação e interpretação dos fatos que ocorrem, enquanto a pesquisa experimental pretende demonstrar o modo ou as causas pelas quais um fato é produzido. (PRODANOV; FREITAS, 2013)

Para ALMEIDA (1996), a Pesquisa Descritiva procura descobrir a frequência do acontecimento, as características, sua natureza e sua relação com outros fatos. Assim como PRODANOV; FREITAS (2013), ALMEIDA (1996) relaciona a pesquisa descritiva com as técnicas de coleta de dados, utilizando-se de formulários, questionários e observação.

Quanto aos meios, em forma de questionário semi-estruturado gravado, utiliza-se a pesquisa de campo, o qual LAKATOS; MARCONI (1996), diz que é onde se coleta os dados diretamente no próprio ambiente em que se estuda. Os dados são coletados e observados espontaneamente, sem interferências do pesquisador. O mesmo é caracterizado pelo contato direto.

A justificativa da escolha destes modelos de pesquisa foi a necessidade do observador em relacionar experiências obtidas por usuários ou pessoas ligadas ao tema, para levantamento de dados. Pelo fato de não existir um amplo arquivo sobre a importação de etiquetas, o pesquisador definiu como Exploratória o modelo de fins de pesquisa, e Descritiva e Campo como meio de abordagem em entrevistas e explicação dos fatos.

### 3.2 DEFINIÇÃO DA POPULAÇÃO

A população alvo da pesquisa foi caracterizada pelas empresas de etiquetas da região de criciúma, fornecedoras de aviamentos para as confecções têxteis.

A etiqueta em uma peça de roupa agrega o valor da marca na peça. Para a criação da etiqueta, o Designer precisa ter um vasto conhecimento sobre o processo produtivo, para que a marca se mantenha intacta no uso diário das peças, como o calor e o processo de lavagem.

Pelo fato, a Confecção de peças Jeans, procura sempre manter o uso de etiquetas para expor a marca na peça, de maneira mais elegante, em locais que apareça a etiqueta e com um preço agradável.

Mesmo com esse importante aspecto, a etiqueta é escolhida normalmente em um final de criação do produto, ou seja, o estilo cria a peça, escolhe a lavagem, as cores de materiais, os processos e por último a etiqueta.

Por este motivo, o aviamento parece ter um valor pouco agregado a peça jeans. Além das etiquetas, os botões, metais, tags, chaveiros e outros aviamentos sofrem com este problema, as empresas produtoras destes avios acabam perdendo o espaço e o valor de produto, com isso, acabam perdendo rentabilidade e principalmente lucratividade.

A população entrevistada foram as indústrias de etiquetas em Santa Catarina, focados em duas regiões, Sul e Oeste catarinense. As principais empresas e o foco industrial de etiquetas se encontram no sul de Santa Catarina, possibilitando o contato e o fácil acesso aos dados das empresas.

Com isto, foram entrevistadas sete das dez empresas envolvidas no segmento na região. Uma das empresas, não aceitou participação na entrevista, pelo fato da pesquisa conter alguns dados que o diretor não gostaria que fosse relacionado, além de que a empresa é S/A. (Palavras ditas via e-mail pela secretária de um dos diretores da empresa)

Estas sete empresas entrevistadas foram escolhidas pelo fato de já estarem a certo tempo no mercado de etiquetas, e possuírem a etiqueta externa de córs como seu principal produto, com maior volume de produção do que outros produtos.

As empresas foram relacionadas na entrevista como Empresa 1, 2, 3, 4, 5, 6 e 7. Com uma abordagem diferente em cada uma das empresas, e um atendimento diferente, com tempos diferentes em cada empresa envolvida na entrevista.

A abordagem da Empresa 1 foi feita através de uma ligação no telefone da empresa. Foram necessárias três ligações para conseguir falar com o representante da empresa, e o mesmo aceitou participar da pesquisa após os detalhes dados pelo pesquisador.

A abordagem da Empresa 2 foi feita através de uma ligação no telefone da empresa. No momento, o representante não estava na empresa, mas a secretária aceitou passar o telefone celular para que pudesse entrar em contato direto. Na primeira ligação do celular, o entrevistado aceitou participar da pesquisa.

A abordagem na Empresa 3 foi feita através de uma ligação no telefone da empresa. No momento, o representante não estava na empresa, mas a secretário aceitou passar o e-mail para que pudesse entrar em contato direto. Após dois dias sem resposta do e-mail, novamente foi feita uma ligação para a empresa, neste momento o representante aceitou a ligação e confirmou sua presença na pesquisa.

A abordagem na Empresa 4 foi feita através de uma ligação no telefone da empresa. A representante foi quem atendeu a ligação diretamente, e aceitou participar da pesquisa.

A abordagem na Empresa 5 foi feita através de uma ligação no telefone celular do representante, onde o pesquisador já possuía esta informação por manter contato com a pessoa responsável a um certo tempo, por assuntos profissionais. O representante aceitou fazer a pesquisa e confirmou presença.

A abordagem na Empresa 6 foi feita através de uma ligação no telefone da empresa, onde a secretária atendeu e passou o telefone celular do representante da empresa. O mesmo atendeu o telefone e aceitou participar da pesquisa.

A abordagem na Empresa 7 foi feita diretamente no telefone celular do responsável pela empresa, a qual o pesquisador já possuía esta informação por manter contato com a pessoa a um certo tempo, por assuntos relacionados ao trabalho. O mesmo aceitou participar da pesquisa.

### 3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS

Os dados da pesquisa foram provenientes de uma pesquisa qualitativa, com uma técnica de coleta de dados em um questionário semiestruturado gravada, em abordagem profunda com respostas indeterminadas. Esta técnica é gerada pela pesquisa de campo, em abordagem definida com os responsáveis pelas indústrias de etiquetas na região sul de Criciúma. Toda a gravação foi passada para o projeto para formatação de análise, com todos os detalhes da entrevista.

Segundo Gil (2002), a pesquisa parcialmente estruturada com um roteiro de objetivos definidos é a técnica de interrogação mais flexível, focalizando o tema específico, fazendo com que se torne uma simples conversação informal, guiada pelo entrevistador.

As perguntas foram estruturadas de maneira a responder os objetivos pretendidos para esta pesquisa, e com sustentação em estudos já realizados a cerca do tema, apresentados no Quadro 6 abaixo:

Tabela 11: Artigos relacionados ao projeto de pesquisa.

<u>TÍTULO</u>	<u>AUTOR</u>	<u>ANO</u>	<u>RESUMO</u>	<u>CONCLUSÃO</u>
PANORAMA DA CADEIA PRODUTIVA TÊXTIL E DE CONFECÇÕES E A QUESTÃO DA INOVAÇÃO	Ana Cristina Rodrigues da Costa e Érico Rial Pinto da Rocha	2009	O Brasil aumenta o consumo mundial de têxteis e confeccionados, porém sua participação no comércio internacional declinou. O fato é ocorrido pela grande disputa com países Asiáticos, em especial a China. O estudo possui objetivo apresentar um panorama nacional e internacional da cadeia têxtil.	O crescimento dos produtos Asiáticos, principalmente da China, desestabilizou os demais países produtores de têxteis e confeccionados e acirrou a competição global. Com isso, foi obrigado a criar e desenvolver maneiras em inovações de máquinas e processos, otimizando a utilização dos principais insumos do processo produtivo da cadeia têxtil - matéria prima e mão de obra. Porém, os esforços ainda são tímidos, baseados em compras de máquinas e equipamentos, enfraquecendo sua própria estratégia, dando margem aos importados.
TÊXTIL E VESTUÁRIO - DESLOCALIZAÇÃO OU RELOCALIZAÇÃO?	Margarida Melo e Teresinha Duarte	2001	A Indústria Têxtil e Vestuário, como indústria tradicional que é, apresenta um paradigma. É visto que as regiões mais desenvolvidas e que dominam a produção e comércio mundial do setor são, coincidentemente, aquelas onde se assiste um esvaziar da sua transformação produtiva, como consequência de estratégias de contratação da produção a terceiros, conhecida como terceirização.	Em um tempo onde as restrições de importações vão diminuindo, os chamados produtores com baixos custos tendem a melhorar em termos de qualidade e produtividade (em uma lógica de preço-margem), o que se traduzirá em um desenvolvimento econômico, que permite perspectivar um crescimento mais acelerado das despesas de consumo e, conseqüentemente, uma maior porcentagem do consumo têxtil e vestuário nas despesas totais.

<p>ABERTURA COMERCIAL BRASILEIRA E INSTABILIDADE DA DEMANDA DE IMPORTAÇÕES</p>	<p>André Filipe Z. de Azevedo e Marcelo S. Portugal</p>	<p>1997</p>	<p>Análise da política de importações brasileira dos anos 80 e 90, com ênfase nas medidas adotadas do processo de liberalização comercial. Apresenta a demanda de importações no período entre 1980 e 1995 baseado no método de Eagle-Granger. Apresenta parâmetros nos anos de 1990 e as medidas restritivas a importação após a liberalização comercial.</p>	<p>Com um período de queda dos anos entre 1980 a 1987, as importações mostravam uma tendência de crescimento bastante definida. A renda doméstica era destinada apenas a produtos internos, onde apenas em 1990 a intensificação começou a ser alterada, preposto a liberação do comércio em 1988.</p>
<p>O SETOR TÊXTIL DE SANTA CATARINA NA FM&amp;FBOVESPA</p>	<p>Angela Cristina Poli Possamai</p>	<p>2013</p>	<p>A Perspectiva do setor têxtil do Brasil, tendo como objetivo principal identificar as empresas do setor têxtil de Santa Catarina listadas na FM&amp;FBOVESPA. Foram constatados que 8 (oito) das 19 (dezenove) empresas do setor têxtil participantes da FM&amp;FBOVESPA são de Santa Catarina no Vale do Itajaí. Os principais produtos são etiquetas tecidas, fios, tecidos planos e de malhas, artigos felpudos, artigos de cama e mesa.</p>	<p>O estudo objetivou identificar o perfil das empresas do setor têxtil de Santa Catarina listadas na FM&amp;FBOVESPA.</p>
<p>A CHINA COMO UM DUPLO PÓLO NA ECONOMIA MUNDIAL E A RECENRALIZAÇÃO DA ECONOMIA ASIÁTICA</p>	<p>Carlos Aguiar de Medeiros</p>	<p>2006</p>	<p>A China com grande mercado em expansão, se tornou produtor mundial em TI (Tecnologia de Informação) e de bens de consumo para o mercado ocidental. Além de se firmar como um exportador líquido para os EUA. Estas ideologias e ações fizeram a China uma máquina de crescimento regional e de sua estabilização.</p>	<p>O alto crescimento expansional gerado pela China, tornou-se atrativo e visível para seus aliados e principais fornecedores de Matéria Prima, assim pode-se destacar a volta do crescimento Japonês, principal fornecedor da China, de Taiwan e Indonésia, quebrando a corrente Europa e EUA. Assim, os países asiáticos tornaram-se de maior procura e com maior facilidade de crescimento, pelo investimento de dinheiro público injetado pela China em suas empresas estatais. O Brasil acabou se beneficiando, principalmente no gênero alimentício, onde se tornou um dos maiores exportadores do gênero.</p>
<p>DIVERSIFICANDO O MIX DE PRODUTOS: A CHINA COMO UMA PARCEIRA: UM ESTUDO DE CASO DA EMPRESA SANCRIS LINHAS E FIOS LTDA.</p>	<p>Cristina Helena Sapelli e Dinorá E. Floriani</p>	<p>2005</p>	<p>Em busca de diversificar o mix de produtos, em uma concorrência acirrada, a empresa busca o mercado externo alternativas para a diversificação do seu mix de produção.</p>	<p>A empresa lançou uma nova linha de produto, os Ziperes, com matéria prima e maquinários importados, provenientes de China e Taiwan. Com isso, a empresa consolida seu mercado interno, e abre espaço para a exportação, salientando de que para exportar, ela precisa de uma matéria prima de melhor qualidade, e um maquinário mais eficiente, encontrados na viagem do Diretor da empresa pela China e Taiwan.</p>
<p>O CRESCIMENTO ECONÔMICO E A COMPETITIVIDADE CHINESA</p>	<p>Marcelo Braga Nonnenger, Paulo Mansur Levy, Fernanda de Negri e Katarina Pereira da Costa</p>	<p>2008</p>	<p>A busca da causa do forte crescimento da economia Chinesa nos últimos 27 anos, visivelmente reconhecida pela população, porém, sem conhecimentos sobre quais processos foram utilizados. Além de discutir até quando a China irá se manter neste processo de crescimento, e como manterá os atuais níveis de superávit de pagamentos e de acumulação de reservas.</p>	<p>A China obteve seu crescimento elevado por vários pontos, dentre eles, podemos citar os maiores fatores, que foram baixos impostos, alto investimento em suas empresas, baixo salário e localização geográfica. Como ela possui um grande número de população e principalmente produtores rurais, ela consegue manter boa parte da população na área urbana ainda com menores salários, sem muita pressão por parte da população. O déficit fiscal continua baixo, e do ponto de vista doméstico, a China não mostra maiores preocupações em seu crescimento. Para uma carta na manga, a China ainda possui planos de injetar verba em ações públicas, como educação, saúde e previdência, para que as pessoas consigam aumentar sua poupança, facilitando assim o crescimento da venda interna.</p>



<p>CADEIA TÊXTIL: ESTRUTURAS E ESTRATÉGIAS NO COMÉRCIO EXTERIOR</p>	<p>Dulce Correa Monteiro Filha e Angela Maria Medeiros M. Santos</p>	<p>2002</p>	<p>O artigo chama a atenção para a complexidade envolvida na exportação brasileira de produtos têxteis, tendo em vista inclusive a inadequabilidade do modelo organizacional existente no Brasil e a falta de coordenação das ações da cadeia produtiva, o que impede de participar das estruturas de governança que estão sendo montadas a partir do cliente final.</p>	<p>A organização da indústria têxtil em diversos países desenvolvidos vem se adequando e se transformando a um regime de mercado comprador. Além disso vem mudando o comportamento do cliente final, que está cada vez mais exigente em qualidade e diversidade. A política comercial brasileira deveria dar mais condições principalmente aos produtores com marca e até mesmo aos varejistas, incentivando-os a desenvolver um modelo organizacional produtivo, "puxado pelo mercado".</p>
<p>IMPACTO DAS IMPORTAÇÕES CHINESAS NA INDÚSTRIA BRASILEIRA DE VESTUÁRIO APÓS OS ANOS 2000</p>	<p>CARLOS KLEIN</p>	<p>2010</p>	<p>Com a abertura comercial brasileira em 1990, foi provocado uma série de dificuldades em alguns setores que não estavam preparados para competir com o mercado externo. O setor de vestuário foi fortemente afetado. Em 2000 o setor obteve um forte crescimento devido ao seu investimento no parque industrial, porém, com a entrada dos produtos chineses, o setor sofreu novamente uma queda. E esta sobre desafios para se manter.</p>	<p>A indústria do vestuário é o elo final da cadeia têxtil. Quando ela perde força, toda a cadeia é prejudicada. Tecidos, botões, linhas e todos os outros insumos utilizados na fabricação do vestuário deixam de ser demandados. O estudo serve como um alerta do grande crescimento de importações no setor.</p>
<p>COMÉRCIO INTERNACIONAL: UM ESTUDO DAS PRINCIPAIS DIFICULDADES ENCONTRADAS PELAS EMPRESAS BRASILEIRAS NO COMÉRCIO EXTERIOR</p>	<p>LEIBI ROQUE</p>	<p>2010</p>	<p>A identidade dos principais desafios e barreiras que as empresas nacionais brasileiras enfrentam no comércio internacional, assim como a apresentação de possíveis sugestões de mudanças para o Governo Brasileiro.</p>	<p>Para que o Brasil possa aumentar seu índice de exportação e equilibrar a balança comercial, é necessário que o governo realize uma série de reformas, principalmente na atual política cambial.</p>

Para coletar os dados, o pesquisador viajou até as cidades sedes das empresas, percorrendo um caminho de 800km entre Criciúma – Morro dos Conventos – Blumenau e Rio do Sul. Este percurso envolveu sete empresas, durante os dias 9/5/2014 a 19/5/2014. Três empresas são localizadas em Criciúma, uma em Morro dos Conventos, uma em Blumenau e duas em Rio do Sul. As entrevistas seguiram o seguinte cronograma:

- Empresa 1 – Criciúma
- Empresa 2 – Criciúma
- Empresa 3 – Morro dos Conventos
- Empresa 4 – Blumenau
- Empresa 5 – Rio do Sul
- Empresa 6 – Rio do Sul
- Empresa 7 – Criciúma

### 3.4 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS

Para a análise, os processos são envolvidos por vários procedimentos. Dentre eles, a codificação das respostas, a tabulação de dados e os cálculos estatísticos, para assim analisar e interpretar os dados e chegar aos resultados. (Gil, 2002)

Neste estudo foi utilizado na análise de dados a abordagem qualitativa, por ser uma pesquisa de caráter exploratório, sendo que não existem muitos estudos para o assunto.

De acordo com Gil (2002) a pesquisa qualitativa refere-se a um assunto onde não se podem medir valores ou eventos. Ela pode ser definida como uma técnica exploratória, onde alguns assuntos não são bem conhecidos, neste caso, o explorador ao final de uma pesquisa exploratória, conhecerá mais o assunto e estará apto para construir hipóteses. Por ser uma pesquisa muito definida e específica, em grande parte do tempo ela se torna um estudo de caso. Neste projeto, o Estudo de Caso se adequou aos pensamentos do autor, onde o mesmo procurou explorar a entrada dos produtos chineses nas confecções, dificultando o trabalho das indústrias de etiquetas em Santa Catarina.

### 3.5 SÍNTESE DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Abaixo os procedimentos metodológicos a fim de explicarem o modelo do projeto:

Quadro 4: Síntese dos Procedimentos Metodológicos

Objetivos Específicos	Tipo de Pesquisa Quanto aos Fins	Meios de Investigação	Classificação dos Dados da Pesquisa	Técnica de Coleta de Dados	Procedimentos de Coleta de Dados	Técnica de Análise dos Dados
Levantar dados sobre a importação de etiquetas na região Sul de Criciúma	<b>Exploratória</b>	<b>Descritiva e de Campo</b>	<b>Primários</b>	<b>Entrevista</b>	<b>Entrevista Gravada com perguntas abertas semi-estruturadas</b>	<b>Qualitativa</b>
Avaliar as causas da importação de etiquetas provenientes da China						
Analisar o resultado da importação de etiquetas nas indústrias de etiquetas da região Sul de Criciúma						

Fonte: Dados do autor

Os procedimentos metodológicos foram baseados pelos objetivos descritos pelo autor da pesquisa. Foi gerada uma pesquisa com referencial teórico para decidir quais procedimentos serão usados, de forma que estes sejam coincidentes com o modelo de trabalho proposto.

### 3.6 CRONOGRAMA

De acordo com MARCONI; LAKATOS (2001), a elaboração do Cronograma é a divisão das partes, fazendo-se previsões de tempo para uma passar de uma fase a outra. Algumas partes podem ser realizadas simultaneamente, e algumas que dependem de outras fases anteriores, como é o caso das análises.

Segue abaixo o Cronograma de pesquisa formulado pelo pesquisador:

Quadro 5 – Cronograma

ATIVIDADES	2013					2014				
	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL
Fundamentação Teórica	■	■	■	■	■					
Coleta dados da pesquisa de Campo						■				
Elaboração de perguntas da pesquisa							■			
Aplicação da Pesquisa							■	■		
Análise e Estudo sobre a pesquisa									■	
Elaboração da Introdução, análise geral da pesquisa de campo, conclusão, resumo, sumário e lista de figuras, tabelas e abreviaturas									■	■

Fonte: Dados do autor

O cronograma foi derivado de dados do autor da pesquisa para mostrar a data de começo e fim de cada atividade estabelecida. Cada etapa do trabalho tem duração de cerca de um mês. O projeto proposto possui início em Agosto de 2013 e finalização em Julho de 2014.

### 3.7 ORÇAMENTO

MARCONI; LAKATOS (2001) diz que o orçamento é a distribuição dos gastos por vários itens, que devem ser necessariamente separados por pessoal e material, dividido em elementos consumidos no processo e elementos permanentes.

A seguir está disposto o orçamento do projeto:

### Quadro 6 – Orçamento

ATIVIDADES	2013					2014					TOTAL	
	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL		
<b>1. Fundamentação Teórica:</b>												
a)Fotocópia	R\$5,00	R\$2,00	R\$2,00	R\$8,00								
b)Tinta Impressora	R\$12,00	R\$8,00	R\$3,00	R\$14,00								
c)Papel A4	R\$4,20	R\$2,50	-	R\$4,50								
d)Transporte	R\$40,00	R\$35,00	R\$25,00	R\$20,00								
<b>2. Coleta dados da pesquisa de Campo:</b>												
a)Transporte, Alimentação						R\$50,00						
d)Fotocópia, Impressão, Folha A4						R\$25,00						
<b>3. Aplicação da Pesquisa:</b>												
a)Transporte, Alimentação							R\$90,00	R\$90,00				
b)Brindes p/Empresas							R\$200,00	-				
c)Gravador							R\$60,00	-				
d)Papel A4							R\$10,00	R\$10,00				
e)Fotocópia							R\$5,00	R\$5,00				
f)Tinta Impressora							R\$6,00	R\$6,00				
<b>4. Análise e Estudo sobre a pesquisa:</b>												
a)Fotocópia, A4, Impressão										R\$15,00		
b)Transporte										R\$30,00		
<b>5. Impressão/Encadernação:</b>												
a)Encadernações Capa Dura											R\$50,00	
b)Espiral											R\$6,00	
c)Papel A4											R\$12,00	
d)Impressão Colorida											R\$50,00	
<b>6. TOTAL</b>	R\$ 61,20	R\$ 47,50	R\$ 30,00	R\$ 46,50		R\$ 75,00	R\$ 371,00	R\$ 111,00	R\$ 45,00	R\$ 118,00	<b>R\$ 905,20</b>	

Fonte: Dados do autor

O orçamento foi baseado pelos preços pagos por Fotocópia, Impressões, Encadernação, Gasolina/Transporte, Alimentação e demais propriedades em Criciúma/SC. Para o Brinde, será reservada uma quantia de R\$200,00.

#### 4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

A apresentação dos resultados está dividida entre sete empresas distintas entre si, que atuam no mesmo segmento com o mesmo tipo de produto principal. Estas empresas localizadas no estado de Santa Catarina responderam um questionário e gravaram suas respostas junto ao entrevistador. Esta maneira possibilitou a exploração do conteúdo e a obtenção das informações necessárias para a análise do projeto de pesquisa.

A seguir encontra-se o quadro com o perfil de todas as empresas entrevistadas.

Tabela 12: Perfil das empresas entrevistadas.

PERFIL DA EMPRESA							
EMPRESA	TEMPO DE MERCADO	FUNCIONÁRIOS	TERCEIRIZAÇÃO	PRODUTOS	REGIÕES	EXPORTAÇÃO	IMPORTAÇÃO
EMPRESA 1	25 ANOS	30	SIM	ETIQUETAS	SC, RS, PR, SP, E NORDESTE	NÃO	NÃO
EMPRESA 2	12 ANOS	11	SIM	ETIQUETAS, TAGS, LACRES, METAIS	SC	NÃO	<b>SIM</b>
EMPRESA 3	26 ANOS	67	SIM	ETIQUETAS	11 ESTADOS	NÃO	NÃO
EMPRESA 4	11 ANOS	12	SIM	ETIQUETAS, ETIQUETAS BORDADAS E TAGS	SC, RJ E SP	NÃO	NÃO
EMPRESA 5	14 ANOS	34	SIM	ETIQUETAS	SP, SUL, SUDESTE, CENTRO OESTE E GOIÂNIA	NÃO	NÃO
EMPRESA 6	16 ANOS	50	SIM	ETIQUETAS	SP, PR E SC	NÃO	NÃO
EMPRESA 7	12 ANOS	28	SIM	ETIQUETAS, TAGS, LACRES, METAIS	PI, CE, MG, SP, RJ, PR, SC E RS	NÃO	<b>SIM</b>

Fonte: Dados da pesquisa

Observa-se que na Tabela 11 citada acima, nenhuma das empresas entrevistadas trabalham com exportação, e delas, apenas duas trabalham com importação. A média de idade das empresas é de aproximadamente 16 anos, com cerca de trinta e três funcionários na empresa, ou seja, as sete empresas somadas empregam duzentos e trinta e dois funcionários diretamente, porém, todas elas terceirizam seus processos, neste caso, envolvem outros funcionários indiretamente. O principal produto são as etiquetas, sendo que apenas três empresas usam outros produtos, que são os Lacres, Tags, Metais e Etiquetas Bordadas. As regiões de atendimento são distintas, sendo que cada empresa escolhe por focar uma ou mais regiões. Nota-se que a Empresa 2 é a única empresa que foca apenas no estado catarinense, sendo que todas as outras trabalham com outras regiões do Brasil.

A apresentação dos resultados da pesquisa se dará em dois momentos distintos. Primeiramente serão apresentados os resultados das empresas entrevistadas que fazem importação de mercadorias do setor têxtil da China, totalizando 2 empresas respondentes. Posteriormente serão apresentados os resultados de 5 empresas que atuam no mercado interno, e que sentem os reflexos das importações de mercadorias têxteis do mercado Chinês.

### Empresas importadoras:

Tabela 13: Análise sobre a entrevista realizada nas empresas importadoras.

EMPRESAS ENVOLVIDAS COM IMPORTAÇÃO		
PERGUNTAS	EMPRESA 2	EMPRESA 7
PAÍS DE IMPORTAÇÃO	CHINA	CHINA
PRODUTOS	LACRES	LACRE, TAGS E ETIQUETAS
PRODUTO COM MAIOR VENDA	LACRES	LACRES
VALOR DE IMPORTAÇÃO MÉDIA	R\$20.000,00 (MENSAL)	R\$15.000,00 (MENSAL)
PRINCIPAIS MOTIVOS	CUSTO BAIXO	VANTAGEM NO PREÇO
CHINA: VANTAGEM OU DESVANTAGEM	DESVANTAJOSO	DESVANTAJOSO
A CHINA CONTINUARÁ?	SIM, COM CERTEZA	SIM, IRÁ AUMENTAR
QUAL O FUTURO DAS EMPRESAS NACIONAIS COM A ALTA DA CHINA?	SEM DEFINIÇÃO	IRÃO DIMINUIR
QUAIS AS DIFICULDADES DAS EMPRESAS NACIONAIS MANTEREM O NÍVEL CHINA?	CARGA TRIBUTÁRIA	CARGA TRIBUTÁRIA
CHINA: A FAVOR OU CONTRA	CONTRA	CONTRA
IDEIAS DE MELHORIA	VALORIZAR O PRODUTO NACIONAL	AUMENTAR OS TRIBUTOS SOBRE A IMPORTAÇÃO

Fonte: Dados da pesquisa.

A Tabela x citada acima mostra as principais respostas obtidas em uma pesquisa feita diretamente nas empresas especializadas no ramo de etiquetas que usufruem da importação como aliado ao seu trabalho e as suas vendas. É visto claramente que ambas as empresas trabalham com importação proveniente da China, porém, pensam que esta modalidade é totalmente desvantajoso para o setor, e que praticam desta estratégia apenas para se manter no mercado, como disse a Empresa 7, quando afirma que “...tenho que me juntar a eles, mas a ideia é que não se importasse mais etiquetas no país.” Isto mostra que além de desvantajoso, as empresas sentem uma certa dependência desta prática, para que o setor e os clientes os aceitem.

O produto com o maior volume de venda são os Lacs, chegando a ter média de saída de até R\$20.000,00 p/mês, como visto na empresa 2. Ambos citam o preço como referencial para explicar a importação deste produto, sendo que a Empresa 2 analisa que o Custo Baixo é sua principal razão e a Empresa 7 comenta sobre a vantagem no preço, nivelando, ambos dizem a mesma coisa, se referindo ao preço baixo praticado pelos produtos chineses.

Como se sabe, o Brasil é um dos países com maior carga tributária do mundo, e isto é para todos os setores, seja comércio ou industrial, os impostos são uma das principais despesas das empresas nacionais. Visto isso, ambas as empresas que importam citam que as principais dificuldades das empresas nacionais se manterem no nível de uma indústria chinesa, são os altos impostos praticados pelo governo. Este problema acaba se alastrando, e se tornando consequência de várias alternativas, como por exemplo, diminuição da sua produção interna, mão de obra e maquinários, levando o empresário em busca de outras oportunidades, e é neste caso que aparecem as importações chinesas, com um preço abaixo do praticado pelas indústrias nacionais. A carga tributária é tão evidente e tão fervorosa em nosso dia a dia, que um dos entrevistados (Empresa 7) analisa que para o mercado melhorar, suas cargas tributárias deveriam ser reajustadas, e com clareza afirma que o governo deveria emparelhar os valores de impostos de importação, citando *“A única melhoria que teria é que se o governo, por exemplo, aumentasse as taxas, os valores da importação, hoje estou me juntando a importar porque não consigo com eles...”*

Um dos principais problemas vistos pelas empresas, é que ambos pensam que a China continuará nos anos, podendo assim, ocasionar maiores problemas para aquelas que não usufruem desta modalidade, ou aumentar a margem dos lucros e de seu faturamento para as empresas que praticam, como é o caso das empresas 2 e 7, que mesmo praticando, são contra os fatos, e se ocupam em um lado contrário a China, sendo um importador que estaria preferindo praticar seu produto industrializado nacionalmente.



### Empresas não importadora:

Tabela 14: Análise sobre a entrevista realizada nas empresas não importadoras.

EMPRESAS NÃO ENVOLVIDAS COM IMPORTAÇÃO					
PERGUNTAS	EMPRESA 1	EMPRESA 3	EMPRESA 4	EMPRESA 5	EMPRESA 6
DESEJO DE IMPORTAÇÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO
INTERESSE ESPECÍFICO	NENHUM	MATÉRIA PRIMA	NENHUM	MATÉRIA PRIMA	NENHUM
PRINCIPAIS MOTIVOS	NUNCA PENSOU NA HIPÓTESE	VOLUME DE IMPORTAÇÃO	CUSTO ELEVADO	LOGÍSTICA DE IMPORTAÇÃO	SISTEMA FALIDO
GRAU DE DIFICULDADE DE IMPORTAÇÃO NO BRASIL	NÃO POSSUI IDEIA	GRAU FACILITADO COM AS ATUAS LOGÍSTICAS	NÃO POSSUI RESPOSTA EXATA	DIFICULDADE EM LOGÍSTICA E DESENVOLVIMENTO	A DIFICULDADE DEPENDE DE PRODUTO PARA PRODUTO
CHINA: VANTAGEM OU DESVANTAGEM	DESVANTAGEM	DESVANTAGEM	DESVANTAGEM	DESVANTAGEM	DESVANTAGEM
A CHINA CONTINUARÁ?	ACREDITA-SE QUE NÃO	SIM	SEM RESPOSTA	ACREDITA-SE QUE NÃO	DEPENDE DO GOVERNO
QUAL O FUTURO DAS EMPRESAS NACIONAIS COM A ALTA DA CHINA?	AS EMPRESAS DIMINUIRÃO	PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS NÃO RESISTIRÃO	IRÁ FICAR MAIS DIFÍCIL	DIMINUIÇÃO NAS VENDAS E AUMENTO NO DESEMPREGO	TENDÊNCIA É CADA VEZ MAIS PIORAR
QUAIS AS DIFICULDADES DAS EMPRESAS NACIONAIS MANTEREM O NÍVEL CHINA?	CUSTO ALTO	MÃO DE OBRA BRASILEIRA E O AVANÇO TECNOLÓGICO CHINES	CARGA TRIBUTÁRIA ELEVADA	GOVERNO BRASILEIRO	GOVERNO BRASILEIRO
CHINA: A FAVOR OU CONTRA	CONTRA	CONTRA	CONTRA	CONTRA	CONTRA
IDEIAS DE MELHORIA	MUDANÇAS DO GOVERNO BRASILEIRO	MELHORIAS NA PRODUÇÃO E BUSCA DE OUTROS PRODUTOS PARA APROVEITAR O MERCADO	DIMINUIÇÃO NA IMPORTAÇÃO	NEGAÇÃO DE ENTRADA DE ETIQUETAS CHINESAS NO BRASIL	SEM IDEIAS

Fonte: Dados da pesquisa

A Tabela x acima mostra os dados coletados nas entrevistas realizadas nas empresas não importadoras, e como se pode ver, apenas duas das cinco empresas possuem interesse específico em importar produtos provenientes da China. A razão que explica este fato esta na pergunta seguinte, onde o entrevistador questiona os principais motivos sobre esta definição de não querer importar, e nota-se que nem sempre é por falta de vontade, e sim por

razões externas que prejudicam esta prática. Referindo-se a Empresa 3, é citado o volume de importação como consequência de não realizar a importação, devido as fábricas de etiquetas usarem pouca matéria prima por exemplo, onde uma etiqueta possui medidas médias de 9x6cms e seriam necessários mais de 100 mil unidades de um mesmo produto para usufruir de 500mts de um tecido, ou seja, o setor perde espaço para outras empresas, como as Confeções de Roupas, Calçados e até Sofás. Rosa, entrevistada da Empresa 3, cita exatamente esta parte com a seguinte fala: “...o volume pra ti fazer importação né, que é muito diferente do que tu compra aqui dentro, internamente, porque o mercado de etiquetas , se comprar, vamos lá, 500 metros de matéria tu tens que vender muita etiqueta e para o mercado automobilístico, para o mercado de móveis, para o mercado de calçados, bolsas, cintos que é o mesmo mercado a qual nós competimos, 500 metros de matéria prima não significa nada.” Já para Raquel, da Empresa 4, o custo alto de importação é a principal causa de não conduzir esta modalidade. Gilvano, da Empresa 5 cita uma logística dificultada, que acaba atrapalhando as informações dos produtos personalizados, pois as etiquetas possuem as marcas dos clientes, e pela dificuldade de comunicação e a distância da indústria (China), ele prefere não realizar esta ação. A Empresa 6 foi a única que citou um sistema falho, com problemas de leis e normas, além de algumas ações não éticas praticadas por alguns importadores, ou seja, estes importadores conseguem adquirir os produtos com um preço menor, burlando as normas de impostos.

É importante ressaltar que todas as empresas se sentem em desvantagem quanto aos produtos da China, e muitas revelam as principais dificuldades das empresas brasileiras. A Empresa 3 por exemplo, afirma que pequenas e médias empresas não resistirão ao passar do tempo, caso aumente ou se mantenha estes produtos entrando no mercado nacional: “...pequenas e médias empresa (que somos nós), muitas delas não vão resistir.”, além disso, Rosa cita também outro trecho na entrevista que fala das cargas tributárias e da CLT, a Consolidação das Leis de Trabalho, onde ela afirma que a CLT nos segura em vários momentos, que por causa destas normas exuberantes, nós não conseguiríamos competir com uma China, que possui um imposto muito menor que o praticado no Brasil e poucas normas de

trabalho: *“...alta carga tributária, a alta carga tributária não nos faz competitivos, CLT frente ao que é praticado na China.”* Na mesma linha de raciocínio da Empresa 3, as Empresas 5 e 6 citam o Governo Brasileiro como uma das principais dificuldades das empresas brasileiras manterem um nível de uma indústria chinesa. Eles citam que as principais dificuldades estão nas normas, muita burocracia, e pouco apoio do governo. Ambos citam sua indignação nas seguintes falas: *“A dificuldade principal é de acordo com o setor trabalhista. Primeiro lugar a Dilma não ajuda a gente em nada, toda a legislação brasileira favorece o funcionário, a burocracia muito grande, as taxas de impostos são muito grandes, se tu for importar, é muito grande também, nada favorece a empresa brasileira nesse sentido. Porque se nós tivéssemos um apoio do governo em relação a mão de obra, em relação a treinamento, em relação a matéria prima, você importar e um monte de coisas, seria tudo muito mais fácil. Por isso que a China ganha muito nisso.”* Ditas pela Empresa 5, e a Empresa 6 relata: *“Então, eu não sei como que é a questão de segurança de trabalho, por exemplo da China, que é um dos maiores exportadores hoje, eu não sei como é que o sistema de segurança do trabalho, mas uma coisa eu sei, que é que com essa exigência do nosso governo no ministério do trabalho, com essa brecha que o governo abriu pras exportações, e mais essas exigências do ministério do trabalho vai piorar ainda mais, porque você já não tem um preço bom para concorrer, então porque estou citando isso, porque com essas criações de leis, essas exigências todas, eles estão pensando em assegurar o trabalhador? Também, mas o principal motivo não é só isto, é evitar as indenizações por incapacidade ou por invalidez e aposentadoria.”*

Por fim, todas as Empresas entrevistadas são contra a prática de importação Chinesa, algumas relacionam o Governo, como a grande causa do problema, com os altos importas e as normas praticadas, outros dizem que para melhorar, as empresas nacionais teriam que buscar novas tecnologias para o seu produto, e se adaptar ao mercado, entrando com novos produtos a oferecer as seus clientes. A entrevista garantiu algumas respostas radicais, ao ponto de chegar a ter ideias de fechar a barreira para a entrada das mercadorias chinesas, e proibir toda a importação de etiquetas, como disse a Empresa 5.

Abaixo temos a síntese de todos os dados processados e vistos na entrevistada realizada nas sete empresas, os principais pontos de destaque e as principais referências:

Tabela 15: Síntese dos Resultados Obtidos na Entrevista.

<b>SÍNTESE DOS RESULTADOS</b>
<b><u>Dados Gerais da Entrevista</u></b>
a) Média de 32 funcionários diretos.
b) A idade média das empresas é de 16 anos.
c) Todas terceirizam um ou mais processos.
d) Os processos terceirizados são normalmente os manuais.
e) Nenhuma das empresas trabalha com exportação.
f) Apenas 2 empresas trabalham com importação.
g) Criciúma é a principal cidade sede das empresas, com 3 das 7 entrevistadas.
h) Apesar de ser um segmento que envolve Moda e Tendências, das 7 empresas entrevistadas, apenas 2 eram comandadas por mulheres.
i) Todas as empresas reclamaram e falaram sobre o mesmo assunto: impostos altos e cargas tributárias exorbitantes.
j) Atualmente, nenhuma das empresas está contente com a Economia Nacional.
k) Nenhuma empresa acredita que o fator China seja vantajoso para o setor.
l) Todas acreditam que muitas empresas de etiqueta e confecção podem quebrar no futuro pela entrada da China no mercado.
m) Algumas empresas acreditam que o diferencial do produto brasileiro, uma peça artesanal, que não pode ser fabricada na China, possa ser um critério tirador de pedido.
n) Pode-se notar que a maioria exige mudanças radicais provenientes no governo, na gestão de tributos e também na parte industrial, como as leis e normas.
o) Apenas uma das empresas entrevistadas acredita que podemos tirar algum proveito sobre a China, tornando-a como um concorrente comum, a qual devemos observar com atenção.
p) Das empresas que não importam, porém possuem desejam de importar, o produto específico para a importação é a matéria prima.
q) Alguns entrevistados acreditam que o setor pode gerar mais emprego, e atualmente, como está, não gerá quase nenhum emprego (são cerca de 220 funcionários nas 7 empresas entrevistadas), e essa geração de emprego, gera renda as pessoas, e aumentam a compra e a economia nacional
r) Apenas uma empresa acredita que a China possa diminuir seu volume de exportação para o Brasil nos próximos anos.

Fonte: Dados da Pesquisa

## CONCLUSÃO

Ao final desta pesquisa pode-se concluir que a análise sobre o impacto das importações de etiquetas provenientes da China, proposto pelo pesquisador, obteve um resultado desvantajoso fornecido pelas empresas nacionais, e mostrou o quanto estas empresas estão sofrendo o desgaste e a queda das vendas.

De acordo com o estudo, todas as empresas acreditam que a China possui uma concorrência desleal em comparação aos produtos brasileiros. Isto é dado pela alta carga tributária ofertada pelo governo atual. A pesquisa mostrou todo o descontentamento dos responsáveis pelas empresas com a economia nacional, e principalmente com a falta de olhares sobre este mercado que oferta e gera muitos empregos em Santa Catarina e com certeza em todo o Brasil.

Observou-se que apenas duas empresas trabalham com importação, e cinco não trabalham. Isto mostra a dificuldade das empresas de entenderem a logística brasileira de importação, e o medo de arriscar em um negócio que esta em decadência. Todas as empresas alegaram queda de vendas, e todos os responsáveis se mostraram exaustos ao comentar sobre a China, visto que eles já tentaram de todas as maneiras ultrapassarem os limites oferecidos pela China nos clientes, mas que de forma alguma, chegaram perto o suficiente para que suas vendas e sua produção se mantivesse.

Analisou-se também que as empresas votam no seu diferencial, que é a criação, e que todos possuem um medo de que a China aprenda a criar, e não apenas copiar. De acordo com os resultados obtidos na pesquisa, a China ainda possui certo conceito de copiar as ideias já prontas e pré-estabelecidas pelas empresas brasileiras, porém, os fornecedores estão com um pequeno receio de que a China consiga finalmente estabelecer setores de criação, e assim, tirar o único critério tirador de pedido dado pelas empresas brasileiras.

Por fim, pode-se concluir que a China é desfavorável e totalmente desvantajosa para as empresas brasileiras. Os altos índices de impostos cobrados pelo atual governo e a fraca economia nacional são os principais responsáveis, junto a China, da queda de rendimento e produção do setor de etiquetas. Além disso,

## REFERÊNCIAS

**Agora, o mercado é o Mundo** / Instituto de Estudos Empresariais. – Porto Alegre: IEE, 2008.

ALMEIDA, Maria Lúcia Pacheco. **Tipos de Pesquisa – Como Elaborar Monografias**. 4. ed. Ver e atual. Belém: Cejup, 1996.

CIGNACCO, Bruno Roque. **Fundamentos de comércio internacional para pequenas e médias empresas**. São Paulo: Saraiva, 2009. 306 p.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GONÇALVES, Carlos Alberto; MEIRELLES, Anthero de Moraes. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2004.

GORINI, A. P. F. **Panorama do setor têxtil no brasil e no mundo: reestruturação e perspectivas**. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, 2000.

HABERFELD, Sérgio. **ALCA: Riscos e oportunidades**. / organizador Sérgio Habermfeld. – Barueri, São Paulo: Manole, 2003.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. Ed.5. reimp. São Paulo: Atlas, 2007.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Técnica de pesquisa**. 3.ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1996.

LOPEZ, José Manoel Cortiñas. **Comércio exterior competitivo** / José Manoel Cortiñas Lopez, Marilza Gama Pereira da Silva. – São Paulo: Aduaneiras, 2002.

LUPATINI, M. **Relatório Setorial Final**. FINEP – Financiadora de Estudos e Projetos, Brasília, dez. 2007.

MAIA, Jayme de Mariz. **Economia internacional e comércio exterior** / Jayme de Mariz Maia. – 7. Ed. – São Paulo: Atlas 2001

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2009.

MOREIRA, Benedicto Fonseca. **O Desordenamento do Comércio Exterior Brasileiro e a Crise Internacional**. Portal Aduaneiras, v.1, p.1-3, 2011.

NONNENBERG, M. B. et al. **O crescimento econômico e a competitividade chinesa**. Texto para discussão n. 1333. Rio de Janeiro, IPEA, abr. 2008.

POSSAMAI, A. C. P. **O setor têxtil de Santa Catarina na BM&FBOVESPA**. Revista Eletrônica do Alto do Vale do Itajaí. – 2. Ed. – Vale do Itajaí, dez. 2013.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]; **Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. – 2. Ed. – Novo Hamburgo, Feevale, 2013.

RANGEL, A. S. **Uma agenda de competitividade para a indústria paulista**. São Paulo: Instituto de Pesquisas Tecnológicas do Estado de São Paulo (IPT), fev. 2008.

SANTOS, Antonio Raimundo. **Metodologia científica: a construção do conhecimento**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

**The Economist**. Still a lot to learn. Ed. Jun 2009, p.36.

VAZQUEZ, José Lopes. Comércio exterior brasileiro – 5.ed.- São Paulo: Atlas, 2001.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2010.

THORSTENSEN, Vera. **Organização Mundial de Comércio**. 2ª ed. São Paulo: Aduaneiras, 2001

Disponível em:

<http://www2.fiescnet.com.br/web/pt/informativo/show/id/231/idc/2804/temp/0>

Acesso em: 23 de março de 2014

Disponível em:

<<http://www.comexbrasil.gov.br/conteudo/ver/chave/como-importar:-visao-geral/menu/70>>

Acesso em: 31 de março de 2014.

Disponível em: <<http://www.cruzeirodosul.inf.br/materia/505349/crise-pos-fim-a-6322-vagas-das-industrias-textil-e-calcadista-mostram-dados-do-caged>>

Acesso em: 17 de abril de 2014

Disponível em:

<[http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl\\_1250871618.pdf](http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1250871618.pdf)>

Acesso em: 16 de abril de 2014

Disponível em: <[http://www2.fiescnet.com.br/web/pt/site\\_topo/pei/info/textil-e-vestuario](http://www2.fiescnet.com.br/web/pt/site_topo/pei/info/textil-e-vestuario)>

Acesso em: 16 de abril de 2014

Disponível em: <<http://www.abit.org.br/Imprensa.aspx#835|ND|C>> Acesso em: 3 de outubro de 2013.

Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=246>> Acesso em: 3 de outubro de 2013.

Disponível em: <<http://www.abit.org.br/Servicos.aspx#51|SD|C>> Acesso em: 4 de outubro de 2013.

Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/pec/GCI/PORT/readout/R20130906.pdf>> Acesso em: 4 de outubro de 2013.

Disponível em: <<http://www.abit.org.br/adm/Arquivo/Servico/051212.pdf>> Acesso em: 4 de outubro de 2013.

Disponível em: <<http://www.abit.org.br/Imprensa.aspx#835|ND|C>> Acesso em: 4 de outubro de 2013.



Disponível em: <http://english.mofcom.gov.cn/article/statistic/BriefStatistics/201310/20131000349984.shtml> Acesso em: 21 de outubro de 2013.

Disponível em: [https://help.cbp.gov/app/answers/detail/a\\_id/205](https://help.cbp.gov/app/answers/detail/a_id/205) Acesso em: 21 de outubro de 2013.

Disponível em: [http://www.sebrae.com.br/setor/textil-e-confecoos/o-setor/historia/1452-surgimento-da-industria-textil-brasileira/BIA\\_1452](http://www.sebrae.com.br/setor/textil-e-confecoos/o-setor/historia/1452-surgimento-da-industria-textil-brasileira/BIA_1452) Acesso em: 21 de outubro de 2013.

Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/paisesat/main.php?fips=CH> Acesso em: 1 de julho de 2014.

Disponível em <http://portal.mte.gov.br/caged> Acesso em: 1 de julho de 2014

## APÊNDICE

### **Empresa 1 - Criciúma**

Data: 9/5/14

Entrevistador: Guilherme Roxo

Entrevistado: Roni (Proprietário)

Duração: 6 minutos e 17 segundos

Entrevistador Pergunta: Primeiramente queria saber quanto tempo vocês atuam no ramo de etiquetas?

Entrevistado Responde: Eu trabalho com etiquetas a vinte e cinco anos.

Entrevistador: Vinte e cinco anos.

Entrevistador Pergunta: E hoje, qual a quantidade de funcionários que tem dentro da empresa?

Entrevistado Responde: Trinta.

Entrevistador: Trinta funcionários.

Entrevistador Pergunta: Vocês terceirizam algum processo?

Entrevistado Responde: Vários.

Entrevistador: Vários processos.

Entrevistado: Uhum.

Entrevistador: A maioria, então...

Entrevistado: A maioria dos processos manuais.

Entrevistador: Hoje aqui dentro tem mais artesanal.

Entrevistado: Isso, a maioria artesanal, é o que a gente terceiriza.

Entrevistador Pergunta: Então, hoje vocês trabalham com mais algum tipo de produto além da etiqueta dentro da empresa?

Entrevistador Pergunta: Metal, tag..

Entrevistado Responde: Não, a gente, metal a gente compra porque a gente precisa usar na etiqueta, a gente não produz aqui, terceiriza também no caso né.

Entrevistador: Sim.

Entrevistador Pergunta: Hoje, no Brasil, vocês atuam apenas em Santa Catarina ou têm outras regiões?

Entrevistado Responde: Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Paraná, São Paulo, Nordeste e Interior de São Paulo, São Paulo Capital, é, de região é isso.

Entrevistador Pergunta: Vocês vendem pra alguma localidade fora do Brasil? Já chegaram a vender...

Entrevistado Responde:

Entrevistador Pergunta: Vocês trabalham com algum tipo de importação de produtos?

Entrevistado Responde: Não.

Entrevistador: Não trabalham, então não importam.

Entrevistador Pergunta: A empresa hoje possui vontade de importar algum produto? Você vê mercado facilitado pra vocês?

Entrevistado Responde: Não, nunca pensei nisso.

Entrevistador: Nunca pensou né.

Entrevistado: Não

Entrevistador Pergunta: Quais hoje seus principais motivos de não trabalhar com importação?

Entrevistado Responde: É que assim, na verdade não tem nenhum motivo, a gente nunca... Como nunca pensou nisso.

Entrevistador Pergunta: E pra você, a importação é visto com um alto grau de dificuldade no Brasil?

Entrevistado Responde: Eu acho que não

Entrevistador Pergunta: Você não acha que tem dificuldade nenhuma?

Entrevistado Responde: Não, pelo fato de eu nunca ter importado, não tenho nem como te responder essa pergunta.

Neste momento o telefone toca e o entrevistado atende, pausa na entrevista.

Entrevistador Pergunta: A china é vantajosa ou desvantajosa para as empresas de etiquetas nacionais? No seu ponto de vista.

Entrevistado Responde: Ela só atrapalhou a nossa vida na verdade.

Entrevistador: Só atrapalhou.

Entrevistado: Meu Deus!

Entrevistador: Totalmente desvantajoso então.

Entrevistado: Não era nem pra existir.

Entrevistador Pergunta: Você acha que a China vai continuar durante os próximos anos?

Entrevistado Responde: Eu espero que não, espero que não, mas não sei se vai ou não, isso depende muito de dólar, depender muito disso também né.

Entrevistador: Inflação...

Entrevistado: É... E também a própria moda que vai ditar isso né, porque na verdade já tem clientes hoje que hoje já estão enjoados deles também né, porque o produto deles é muito igual, muito parecido, então como a gente trabalha com moda, a gente ainda tem essa válvula de escape que é por causa do diferencial, que o deles não é, o deles é um negócio mais mecânico.

Entrevistador: É um critério tirador de pedido, no caso né.

Entrevistado: É, eles não tem a parte artesanal que a gente faz, então é onde a gente ainda consegue sobreviver, na verdade.

Entrevistador Pergunta: E se ela se manter, o que você acha que acontecerá com as empresas daqui, de etiquetas? Você acha que elas vão se manter, que elas continuam?

Entrevistado Responde: Tudo muito menor, tudo acaba diminuindo, tudo muito assim pra sobreviver mesmo, mas não pra ser uma empresa que possa gerar empregos.

Entrevistador: Não vai ser uma empresa de destaque.

Entrevistado: Não, não, não. Na verdade, já teve muitas empresas que até fecharam já né e muitas vão ainda fechar.

Entrevistador pergunta: E sua opinião em relação à dificuldade das empresas nacionais trabalharem e manterem o nível das empresas chinesas? Por que você acha que a gente não consegue manter esse nível, com a qualidade da etiqueta da china proporciona?

Entrevistado Responde: O custo né, o custo é muito alto. Do material, daquilo que tu coloca na etiqueta, muita coisa que a gente usa, menos o couro, é da China né, o material sintético, que eu uso pra fazer etiqueta é da China também.

Entrevistador: Então a gente paga por um negócio bem mais caro, mas não consegue manter a mesma qualidade.

Entrevistado: Não tem como.

Entrevistador: Tem que fazer o mais barato e com uma qualidade menor.

Entrevistado: É como eu falei, a gente sobrevive porque tem as pequenas empresas que não compram em grande quantidade e a gente tem esse leque que pode fazer uma etiqueta diferenciada.

Entrevistador Pergunta: Você é a favor ou contra a entrada dos produtos?

Entrevistado Responde: Nossa, queria que o navio afundasse na verdade.

Entrevistador: Totalmente contra então.

Entrevistado: É.

Entrevistador Pergunta: Hoje, pro mercado nacional, tem alguma ideia de melhoria que a gente possa fazer pra ultrapassar essas etiquetas chinesas?

Entrevistado responde: Eu não sei o que o governo pode fazer pra que isso não entre aqui dentro tão facilmente, com uma taxa de imposto tão baixa. Porque a gente é que paga um imposto que é super alto né, enquanto que vem produto da China ai.

Entrevistador: Então a sua ideia é de melhoria do setor é que o governo melhorar, auxiliar...

(Entrevistado interrompe.)

Entrevistado: Pode até vir, mas tem que intervir de alguma forma, se não, nós aqui, a gente não tem como lutar contra eles. Por enquanto eu não consigo, e não conheço nenhum concorrente meu que consiga, que conseguiu até agora, a não ser com um material muito simples, que daí mesmo assim você não consegue brigar com eles, porque eles tem uma coisa mais legal, diferenciada, não tem como, brigar com os caras não tem.

Entrevistador: Muito difícil mesmo.

Entrevistado: Muito.

Entrevistador: Roni, a nossa entrevista era essa, eu agradeço o seu tempo, os nossos seis minutinhos de entrevista. Foi muito legal, produtivo, peguei tudo que eu precisava aqui mesmo.

Entrevistado: E manda lá pra Dilma.

Entrevistador: Vou mandar pra Dilma, é isso ai, muito obrigado Roni.

**Empresa 2 - Criciúma**

Data: 12/5/14

Entrevistador: Guilherme Roxo

Entrevistado: Carlinhos (Proprietário)

Duração: 6 minutos e 16 segundos

Entrevistador Pergunta: Carlinhos há quanto tempo atua no ramo de etiquetas?

Entrevistado Responde: Doze anos.

Entrevistador: Doze anos.

Entrevistador Pergunta: E qual a quantidade de funcionários que tem hoje na empresa?

Entrevistado Responde: Na empresa a gente trabalha com onze funcionários.

Entrevistador: Onze funcionários mais representantes?

Entrevistado: Não, onze funcionários, com representantes e tudo. Os nossos representantes são funcionários também. Porque a gente terceiriza né.

Entrevistador Pergunta: Vocês terceirizam algum processo?

Entrevistado Responde: Mão de obra a gente terceiriza todinha.

Entrevistador: Mão de obra toda terceirizada, uhum.

Entrevistador Pergunta: Vocês trabalham com algum outro segmento dentro da empresa?

Entrevistado Responde: Sim, nós trabalhamos com as linhas de botões, metais e cintos.

Entrevistador: Cintos, certo.

Entrevistador Pergunta: Hoje em quais regiões do Brasil vocês atuam?

Entrevistado Responde: Só na região sul, que seria Florianópolis até Sombrio, que seria o extremo sul.

Entrevistador: Extremo sul né.

Entrevistador Pergunta: Vocês vendem pra alguma localidade fora do Brasil?

Entrevistado Responde: Não, fora do Brasil não.

Entrevistador Pergunta: E trabalham com algum tipo de importação de produtos?

Entrevistado Responde: Sim.

Entrevistador: Certo.

Entrevistador Pergunta: Dentro da importação de produtos, a empresa trabalha com quais produtos exatamente?

Entrevistado Responde: Nós trabalhamos apenas com lacre, lacre é um produto que vai junto com o tag na peça.

Entrevistador Pergunta: E esses lacres são provenientes de qual país?

Entrevistado Responde: Da China.

Entrevistador: Totalmente da China.

Entrevistado: Totalmente da China.

Entrevistador Pergunta: Então esse é o único produto que a empresa costuma importar?

Entrevistado Responde: É o único produto que a gente ta importando hoje. A gente tem ideia de importar outros, aviamentos, não etiqueta, mas sim aviamentos.

Entrevistador Pergunta: Você possui algum valor médio que a empresa costuma importar por mês ou trimestral?

Entrevistado Responde: É, anual.

Entrevistador Pergunta: Tem valor mínimo?

Entrevistado Responde: Não, não, tem, tem, na verdade tem um valor mínimo, por causa da compensação do frete né, então tem um valor mínimo.

Entrevistador: Sim, uma quantidade de peças mínimas.

Entrevistado: Sim, ano passado a gente importou dois milhões e meio de peças.

Entrevistador: Dois milhões e meio de peças.

Entrevistado: Que deu, da China pra cá, deu em torno de duzentos e cinquenta mil reais.

Entrevistador: Duzentos e cinquenta mil reais é muito!

Entrevistador Pergunta: Quais os principais motivos que vocês tem hoje pra trabalhar com importação ou com o lacre, né?

Entrevistado Responde: Porque aqui no Brasil não tem uma empresa que nos forneça e com o preço tão baixo, também.

Entrevistador: Certo.

Entrevistado: Hoje as empresas já tão fazendo mais baixo, só que não chega nem ao preço da china.

Entrevistador: Uhum.

Entrevistado: Então o que acontece, os nossos clientes, eles vão buscar também na China, então a gente é obrigado a tá lá também, fazendo também pra poder ter o preço pra vender né.

Entrevistador Pergunta: E pra vocês, o fator china, é vantajoso ou desvantajoso pras empresas de etiqueta do Brasil, na sua opinião.

Entrevistado Responde: Na verdade tudo que vem da china é desvantajoso, não tem vantagem nenhuma pro Brasil, principalmente pra quem tá fazendo. Mas a necessidade do empresário de buscar novos produtos, mais em conta, né, com menos imposto, então é aonde a gente vai a procura de novos negócios. Mas hoje, se eu dependesse de não trazer mais, se tivesse uma empresa no Brasil que fabricasse com o preço de lá, eu preferia comprar no Brasil do que a China. Pela burocracia que tem pra entregar um produto de lá até aqui.

Entrevistador: Uhum é complicado.

Entrevistador Pergunta: Você acha que a China continuará durante os próximos anos?

Entrevistado Responde: Sim, sim, com certeza, bem mais daqui pra frente. Hoje ela é a maior do mundo, hoje em comércio né, então...

Entrevistador Pergunta: E como você acha que ela se manterá, o que você acha que vai acontecer com as empresas de etiquetas que dependem apenas daqui, as nacionais?

Entrevistado responde: Na verdade assim, o mercado nosso aqui é bem amplo né, então tu tens que achar o teu meio pra ti não precisar importar etiquetas né. Mostrar pro teu cliente e teu fornecedor, que precisa ter preço e precisa vender um produto mais de qualidade, porque a China quase não tem qualidade, as peças que tu compra, qualidade, assim, bem qualidade mesmo, igual as nossas, é também de custo bem alto, certo, então a gente, tem que mostrar que os nossos produtos são muito melhor do que lá.

Entrevistador Pergunta: Então, em relação à dificuldade das empresas nacionais trabalharem, qual a sua opinião de elas manterem o nível das empresas chinesas? Quais os principais motivos de dificuldade das empresas nacionais a terem esse valor baixo que você tá falando, esse diferencial?

Entrevistado Responde: Imposto né, lá é um país comunista, então lá o pessoal trabalha pro governo né, então trabalhar pro governo e não pagar os impostos



todos sem problemas nenhum né, vai ter o mesmo preço lá, só que nosso país não né, é um país democrático, então... Mas é como eu te falei, custo igual lá não vai ter nunca, por causa dos impostos que a gente paga muito alto aqui, certo, mas assim, a qualidade do nossos produtos é igual a deles.

Entrevistador Pergunta: Você é a favor ou contra a entrada destes produtos no Brasil?

Entrevistado Responde: Contra.

Entrevistador: Totalmente contra então.

Entrevistado: Contra.

Entrevistador Pergunta: Para o setor hoje, para o mercado nacional, as etiquetas, você possui alguma ideia de melhoria? Você acha que tem como melhorar ou como facilitar pras nossas empresas de etiquetas hoje no Brasil? Essa competitividade com a China?

Entrevistado Responde: Olha, como eu te falei, a nossa qualidade com a China é igual, das coisas boas de lá como as nossas aqui, são iguais, só que o nosso problema maior é o imposto, como eu te falei, então nós temos o imposto muito alto, então não tem como a gente reduzir mais o preço, a gente não consegue nunca competir com a China com o preço, mas sim na qualidade, entendeu? A gente tem que pegar nossos representantes, tem que estar em cima deles, dizer que o nosso produto é melhor e falar que o nosso produto brasileiro é muito melhor que o chinês, pra gente conseguir entrar no mercado mais, esse negócio de a gente começar a falar que na China é bom o produtor, ai a gente ta ferrado, a gente tem que dizer que o produtor deles é ruim, pra gente conseguir entrar com o nosso produto. Tem que ser ladino nesse aspecto ai, porque não pode chegar: "a não, lá é melhor".

Entrevistador Pergunta: Desvalorizar o produtor daqui, né?

Entrevistado: Exatamente, tem que valorizar o nosso produto, que é melhor, certo? E as vezes eu compro uma roupa, uma peça de roupa, dá uma rasgadinha no bolso, já falo pros meus amigos: "ó, a China aqui, não presta ó, ta rasgando, vamos comprar o nacional, porque pra nós não é vantagem alguma a China pra nós.

Entrevistador: Totalmente desvantajoso né? Desemprego...

Entrevistado: Principalmente de peças prontas né, peças prontas que complica mais ainda.

Entrevistador: Carlinhos, a entrevista era só essa mesmo, foi bem tranquilo, então, paramos por aqui. Obrigado.

### **Empresa 3 – Morro dos Conventos**

Data: 12/5/14

Entrevistador: Guilherme Roxo

Entrevistado: Rosa (Proprietária)

Duração: 20 minutos e 10 segundos

Entrevistador Pergunta: Rosa, a quanto tempo você atua no ramo de Etiquetas?

Entrevistado Responde: 26 anos.

Entrevistador Pergunta: E quantos funcionários possui a empresa?

Entrevistado Responde: 67.

Entrevistador Pergunta: Fora representantes?

Entrevistado Responde: Fora representantes, somente funcionários.

Entrevistador Pergunta: Certo. Vocês terceirizam algum processo?

Entrevistado Responde: Só quando nossa demanda interna não dá conta né. O que seria no caso a parte bordados, alguma coisa da parte de laser, mas tudo que pode ser feito internamente, a gente faz internamente. E a parte de acabamentos também alguma coisa.

Entrevistador Pergunta: Vocês trabalham com algum outro segmento dentro da empresa ou apenas etiquetas?

Entrevistado Responde: Apenas etiquetas, ai a gente atende o ramo de calçados né, um segmento diferente, mas tudo dentro do segmento de etiquetas.

Entrevistador Pergunta: Hoje no Brasil, vocês atuam em quais regiões?

Entrevistado Responde: Hoje nós atuamos em 11 estados, a nível de Brasil, então, com exceção da região norte do país, nós não atuamos lá, e o restante do país nós atuamos.

Entrevistador Pergunta: Certo. E vocês vendem para alguma localidade fora do Brasil?

Entrevistado responde: Não, não vendemos.

Entrevistador Pergunta: Não trabalham com algum tipo de importação de produtos?

Entrevistado Responde: Não, a principio não, estamos tendo alguns contatos para a importação, mas no momento não.

Entrevistador Pergunta: A empresa possui vontade de importar algum produto?

Entrevistado Responde: Sim, matéria prima.

Entrevistador Pergunta: Ok. E hoje, quais os principais motivos que vocês tem para não trabalhar com importação?

Entrevistado Responde: (Pausa de alguns segundos para a resposta) Hoje, os motivos... (Mais uma pequena pausa de alguns segundos para a resposta). O primeiro é o volume pra ti fazer importação né, que é muito diferente do que tu compra aqui dentro, internamente, porque o mercado de etiquetas , se comprar, vamos lá, 500 metros de matéria tu tens que vender muita etiqueta e para o mercado automobilístico, para o mercado de móveis, para o mercado de calçados, bolsas, cintos que é o mesmo mercado a qual nós competimos, 500 metros de matéria prima não significa nada. Então a gente esta inserido no mesmo segmento de cadeias que buscam a mesma matéria prima, onde de todas elas, nós somos a que tem a quantidade mais insignificante referente ao mercado e isto dificulta até mesmo a tua dificuldade em barganha de preço no mercado, tem uma série de dificuldades, mas que para alguns pequenos produtores o volume adquirido acaba se tornando expressivo. Então esta é a maior dificuldade que eu vejo hoje, na importação ainda são os volumes, porque preço, é bastante competitivo, a forma de se fazer não é difícil né, desburocratizou bastante mas o que ainda impede são os volumes.

Entrevistador Pergunta: Então você acha que hoje o principal motivo são os volumes?

Entrevistado Responde: Os volumes, os volumes, os volumes de cada tipo de matéria prima que tu tens que importar.

Entrevistador Pergunta: Para você a importação é vista como um grau de dificuldade no Brasil? Como você já falou da desburocratização.

Entrevistado Responde: Eu acho que não mais, eu acredito que não mais né, já foi pior, hoje a facilidade é bastante grande né, a partir do momento que você tem o radar, tudo ok, tudo bonitinho, certinho, o processo da importação não é difícil. Em alguns países vocês faz importação direta, em outros países você tem os escritórios né, e ai se torna bem mais hoje né, o processo de importação.

Entrevistador Pergunta: O fator China, você acha que ele é vantajoso ou desvantajoso para as empresas de etiquetas nacionais?

Entrevistado Responde: No momento, no momento, ele é desvantajoso né, nós estamos tendo que aprender a trabalhar e a produzir com a China né, porque se você vai para a China o que você ouve lá é, por quê? Ah isso não dá para fazer, isso é muito grosso, teria que ser mais fino, tem que ter preço, ah não dá, e eles perguntam, por quê? Tudo é o por que. Isto é que o nós não sabemos fazer, as muralhas que nós colocamos nos produtos para produzir, as formas de produzir para eles não existem, para eles tudo pode, tudo tem como, e eles descobrem uma forma de fazer, arrumam um metal mais barato, um metal mais fino, um metal mais leve, e com uma qualidade hoje, falando do meu ramo, inquestionável, inquestionável, o produto. Não sei pós lavagem, como é que isso reage, e eu sei que em matéria de pedraria ainda cai muito né, eu mesma estava com uma calça de um cliente meu com etiqueta da China cheia de pedras , fui lavar uma vez e acabou, caiu tudo as pedras, então tem algumas coisas ainda, mas em beleza, em apresentação de produtos, eles estão magnificamente bem, ele aprenderam a fazer isto muito bem, então, e mediante a nós, nós produtores nacionais, nós estamos sofrendo demais com isso, porque a alta carga tributária, a alta carga tributária não nos faz competitivos, CLT frente ao que é praticado na China , então vem uma série né, uma série de fatores, e eu coloco como os dois principais que não te deixam ser competitivos mediante China né, não te possibilitam, tu é competitivo mediante a toda Europa, tu és competitivo mediante a produto Americano, entre produtos latinos tu és competitivo, e tu não é competitivo mediante a produtos Asiáticos no momento, no momento.

Entrevistador Pergunta: E você pensa que esta importação da China, ela continuará durante dos anos?

Entrevistado Responde: Sim, eu tenho certeza disto, ela vai continuar, ela vai crescer, porém estão acontecendo mudanças lá, o governo obrigatoriamente, tu vais construir uma fábrica, o governo obrigatoriamente, tu tem que construir um outro prédio do lado para ti dar moradia e de qualidade, então hoje se tu estais lá, visitando qualquer fábrica, daqui a pouco tu vê uma criança passando e correndo, no meio da produção, coisa que aqui no país, se isto acontecer tu vai para a cadeia, porque com fábrica de metal, com índices de calorias

extremamente altos, e as crianças correndo, porque o quintal da casa delas é a fábrica onde o pai e a mãe trabalham. E isto é visto como normal, é normal, e o governo também vem introduzindo uma melhora obrigatório, para os empresários, no salário de seus funcionários, então ai em torno de 15 a 16% no ano de reajuste, em uma melhora anual expressiva, que vem tendo nos salários e isto vai se refletir no custo do produto. Então eu creio que em mais uns 2 anos esta competitividade ela vai deixar de ser tão desleal. Ela vai deixar de ser tão desleal, acho que nós vamos entrar em uma cadeia de competitividade mais saudável com a China, mas ela sempre vai existir. E isto precisa acontecer né Guilherme, porque se isto não acontecer, não falo por mim, não acredito que não tenha alguém que não esteja sentindo o que a entrada do mercado asiático no país tenha provocado na forma geral né, e não só no mercado têxtil, para vários outros segmentos, a indústria de construção civil por exemplo, as fábricas de blocos de vidros estão se extinguindo, e ai vai, então...

Entrevistador Pergunta: Então, se continuarem em alta as importações da China, hoje, você acha que as empresas nacionais irão decair?

Entrevistado Responde: Da forma como esta hoje, sem protecionismo nenhum, sem nenhuma medida mais expressiva do governo de protecionismo, a pequenas e medias empresa que somos nós, muitas delas não vão resistir. Nós estamos passando por um período muito delicado, não só nós, todas as empresas, que a gente vê ai, que quando se achou que a presidente, que o presidente, do país ia ser uma grande sacada em trazer a Copa do Mundo, deram um tiro no pé né, porque estão todos criando leis em cima de leis, é, dizendo que isto é crime hediondo, por prevenção ao que está por vir na Copa, porque eles sabem que o povo está revoltado, existe um basta em toda esta derramação de todo este dinheiro desnecessário, porque as pequenas e as médias empresas, este pessoal que perdeu o emprego, eles estão sentido o que está acontecendo no país, há quem diga que depois da Copa a coisa piora, depois da eleição piora, então esquece o ano de 2014 e pula para 2015, mas isto não tem como, o ano de 2014 existe, ele está aqui, ele existe, então assim, o ano de 2014 não está bom para ninguém, mas ninguém fechou as portas, esta todo mundo trabalhando né, os meus clientes estão todos trabalhando, eles estão em menor quantidade, eles estão devagar, ai é que eu

tenho que ter uma frente de venda muito boa, porque a guerra ficou acirrada, ai é que eu tenho ter uma frente boa, uma equipe interna muito boa, para que se tiver venda, uma fatia desta venda ser minha, ai que esta o diferencial, ai é que vai estar quem vai permanecer no mercado, passando por toda esta dificuldade, porque o mercado não está bom para ninguém não...

Entrevistador Pergunta: Concordo. Então, você expressou bem sua opinião, a outra pergunta seria qual sua opinião e a dificuldade das empresas nacionais trabalharem e manterem o nível China, quais os principais motivos destas dificuldades de nos mantermos.

Entrevistado Responde: Tecnologia, tecnologia é uma delas, a China tem o que tu podes pensar e imaginar em matéria de tecnologia, hoje avançada, de ponta eles tem, e isto é uma vantagem muito grande, porque a maquina faz bem feito, mais rápido, de melhor qualidade, então isto eles, uma linha de produção, mão de obra expressiva, e isto falta muito no nosso país, então vamos lá, para o escritório, para o papel, hoje não está se encontrando emprego, agora para chão de fábrica tu passas em frente de todo lugar, tu precisas desta mão de obra e ela não está existindo mais, esta é um grande problema.

Entrevistador: As pessoas estão migrando mais para o escritório do que para a fábrica.

Entrevistado: Exatamente, exatamente, se falou dentro das faculdades, se falou dentro das escolas, que as pessoas tinham que ser administradores, que as pessoas deveriam ter seus próprios negócios, e não se falou que eu poderia ser um grande gerente de produção, poderia ser um excelente auxiliar administrativo, que eu poderia ser... então não se instigou as pessoas a serem bons funcionários, se instigou as pessoas a terem os seus próprios negócios. Então hoje as pessoas começam a querer teus próprios negócios, haja vista hoje que tem inúmeras empresas que abrem e fecham constantemente todos os anos com período em menos de 1 ano... Não é assim, não é fácil, mas isto veio das escolas, precisa ter uma reversão nisto, precisa mostrar que as pessoas que estão na faculdade que se pode ganhar muito dinheiro e ter uma vida muito boa não tendo seu negócio, e tu sabes disso, tais dentro de uma faculdade, eu já estive até pouco tempo dentro de uma faculdade, e em momento algum tu vê algum professor falando, olha, tu pode ganhar bem! Não, tu tem que ter empreendedorismo, tu tem que ter teu negócio, então isto já vem

de algum tempo, então isto precisa mudar, porque está mão de obra já saturou, e a mão de obra que se precisa, está tendo que importar do Haiti, da Angola, porque está em falta...

Entrevistador: Cuba...

Entrevistado: É, deixa quieto... (risos). Então até médicos né, mas ai é uma outra história, para mim isto tem um outro significado, e cada um entende da forma e da maneira que bem quer entender, eles tem um relacionamento mais forte, um relacionamento político atrás disto tudo, do que propriamente a trabalho, necessidade de trabalho né, mas o que acontece com a mão de obra, com a China, ela tem uma grande demanda de mão de obra, e isto é muito bom para o mercado, eles tem uma porte de tecnologia gigantesco, estão crescendo a economia a números absurdamente altos ano a ano, e isto tudo interfere, tudo atrapalha, e não apenas no nosso mercado, tem vários outros que eles já entraram, que eles já estão dominando né, eles são muito espertos, enquanto nós estamos pensamento na oportunidade em fazer, eles já estão *in loco*, já estão tentando, pesquisando, errando, aprendendo a como fazer, e a gente tem aquela coisa do nosso país, do nosso Brasil, que é criar o projeto, pensar e tal...

Entrevistador: Eles são mais práticos...

Entrevistado: Agilidade é muito grande.

Entrevistador Pergunta: Então você é a favor ou contra a entrada destes produtos no Brasil?

Entrevistado Responde: No momento, com a lei que nós temos, né, com esta falta de protecionismo, eu sou contra, mas sou a favor sim, por que no outro lado, isto nos mostra o quão grande é a capacidade do ser humano, o qual grande é o nosso produto, o quanto podemos ser melhores. Ainda existem os dois lados da moeda, o do favor e do contra, porque né, eu sou contra neste momento, da forma como se abriram as portas sem que houvessem um cuidado, uma investigação, como as empresas, como é que vai conduzir estas pequenas e médias mediante a estes preços trabalhados, não se observou isto, mas sou a favor de tudo que eles mostram para nós, do que eles são capazes de fazer. E ai, isto diz que nós temos que aprender a trabalhar melhor do que trabalhamos, rever custos, e por em xeque-mate. (Risos)

Entrevistador Pergunta: A próxima pergunta seria qual a sua ideia de melhoria para o setor e para o mercado de etiqueta, para o setor da confecção, o qual está bem afetado também hoje pela China, então para as empresas de etiquetas, quais suas ideias do que podemos fazer para melhorar, para competir?

Entrevistado Responde: É, a ABIT tem feito alguma coisa em relação a confecções né, de assinaturas online, de pedidos, mas é muito pouco, eu digo que agora é muito pouco, está muito tarde. O que nós temos é que sentar e ver uma forma melhor de fabricar, de produzir, e buscar outros que segmentos para que tu possas aproveitar e jogar no mercado para que tu consigas sobreviver. Rever custos, e muitas empresas não vão conseguir aguentar, a partir do momento que alguma coisa mantém nossas empresas trabalhando, funcionando, a quantidade de demanda e de volume que você precisa controlar, o tempo hoje que é o maior fator, quer dizer, a importação da China leva em torno de 90 a 120 dias para chegar, ou seja, as empresas pequenas não tem, porque as grande empresas pode esquecer, hoje Sawary importa 100% da China, Toulon importa 100%, Folic importa 100%, Jezzian, as grande empresas, os grandes volumes, todas estão voltadas, todas, e nós que trabalhávamos com este volume sentimos muito, sentimos bastante, porque tu perde aquele cliente que paga certinho, paga teu custo fixo, e tu tem que se readequar e estes pequenos ainda não buscam lá porque as formas de pagamento, as formas de negociação, na China hoje ainda são muito estreitas, ai você consegue ter uma margem melhor de negociação de compra através dos escritório, mas os escritórios ainda tem o repasse de preço, ai não vale a pena, para a pequena quantidade não vale a pena, não está valendo a pena ainda, a não ser que daqui a pouco a China abre pequenos lotes, para pequenos clientes, pequenos volumes, e ai, estas pessoas consigam se organizar para estar recebendo esta mercadoria no prazo de 90 dias, que é complicado, não é para todo mundo, então você não pode trabalhar com questão de lançamentos, você tem que trabalhar com a moda atemporal, ai você trabalha como quer, é o que as magazines fazem, trabalham na modinha o que está acontecendo e o jeans é o atemporal, o jeans é aquele com etiqueta básica de uma cor só, mas que mesmo isto hoje, parece que alguns, acabei de vir de viagem e um cliente falou para mim, parece que aqui no Brás todos



resolveram comprar do mesmo fornecedor, do mesmo jeito, a etiqueta tudo igual, então não quero saber desta história, acaba cansando né, porque uma coisa ainda falta lá, que é esta coisa de criar, mas que vão aprender logo, eles são muito ágeis no copiar tudo, no criar eles são poucos, a partir do momento que não tem uma fonte de alimentação de criação eles se tornam um pouco perdidos, porque criar exige tempo, e a China não gosta de perder tempo, ela gosta de ganhar tempo na produção, na produtividade, então isto tem pronto, é isto que eu quero, e ai nós temos que aprender a fazer o dever de casa, e começar a prestar atenção para ver onde estamos criando, para ver se não estamos sendo uma fonte de alimentação chinesa na criação né, tomar muito cuidado, proteger nosso produto, ao máximo, mas é um risco constante, é um risco constante.

Entrevistador: Está certo Rosa, foi bem explicado, muito explicado por sinal, respondeu todas as perguntas com clareza e nos ajudou bastante, muito obrigado.

#### **Empresa 4 – Blumenau**

Data: 13/5/14

Entrevistador: Guilherme Roxo

Entrevistado: Raquel (Sócio-Proprietária)

Duração: 4 minutos e 22 segundos

Entrevistador Pergunta: Raquel, háá quanto tempo você atua no ramo de etiquetas?

Entrevistado Responde: Desde 2003.

Entrevistador: De 2003.

Entrevistador Pergunta: E hoje, qual a quantidade de funcionários que tem dentro da empresa?

Entrevistado Responde: Tem doze.

Entrevistador: Doze funcionários.

Entrevistador Pergunta: Vocês terceirizam algum processo?

Entrevistado Responde: Olha, tem um processo que a nossa máquina dobra nas duas pontas, na largura de 10 ela não consegue dobrar, daí a gente manda dobrar fora.

Entrevistador: Aham, seria o vinco né.

Entrevistado: Uhum.

Entrevistador: Certo.

Entrevistador Pergunta: E vocês trabalham com mais algum tipo de produto além da etiqueta dentro da empresa, fora as etiquetas?

Entrevistado Responde: Não, só etiqueta.

Entrevistador: Só etiqueta.

Entrevistador Pergunta: Hoje vocês atuam em quais regiões do Brasil?

Entrevistado Responde: A gente faz... Estado tu quer saber ou só cidade?

Entrevistador: Estados, região, regional, Santa Catarina...

Entrevistado: Estado é Santa Catarina e a gente faz Rio de Janeiro e alguma coisa São Paulo, mas bem pouca.

Entrevistador: São Paulo bem pouco, certo.

Entrevistado: Isso, mas Rio de Janeiro vai toda a semana. Ah, e Sergipe também.

Entrevistador: Bastante, trabalham com o Brasil de ponta a ponta.

Entrevistador Pergunta: Vocês vendem pra alguma localidade fora do Brasil?

Entrevistado Responde: Não.

Entrevistador: Fora do Brasil não.

Entrevistador Pergunta: Vocês trabalham com algum tipo de importação de produtos?

Entrevistado Responde: Direto não.

Entrevistador: Direto não, certo.

Entrevistador Pergunta: Como vocês não trabalham, possuem vontade de importar algum produto? Você tem alguma visão de algum produto que vocês tem vontade, conhecimento de importar diretamente?

Entrevistado Responde: Olha, até tinha, só que o custo se torna muito caro.

Entrevistador: Certo.

Entrevistado: Tem que botar muito investimento na frente.

Entrevistador Pergunta: Quais hoje seus principais motivos de não trabalhar com importação são os custos elevados, né?

Entrevistado Responde: Sim.

Entrevistador Pergunta: E pra você, a importação hoje no Brasil, para as micros e pequenas empresas, é vista com um alto grau de dificuldade? Você acha que é difícil importar?

Entrevistado Responde: Olha depende, tem setores que eu acho que sim.

Entrevistador: Que é mais difícil né.

Entrevistado: É.

Entrevistador Pergunta: E pra você, o fator China, ele é vantajoso ou desvantajoso, ele interfere, não interfere?

Entrevistado Responde: Pra minha empresa direto de lá tu diz? .

Entrevistador: Não, o fator China, as empresas que importam, elas interferem?

Entrevistado: Interferem.

Entrevistador: É vantajoso ou desvantajoso então?

Entrevistado: Não é vantajoso. Porque o que ta acontecendo ultimamente, as vendas, não sei se as outras empresas também falaram pra você ou não, mas caíram bastante as vendas de etiquetas, porque o pessoal ta trazendo muita peça pronta da China, daí já vem com etiqueta, já vem com tag, já vem com tudo embutido, já vem embalado. Tem algumas empresas que eu trabalho, empresas grandes, que eu faturava, por exemplo, uns três, quatro milhões de etiquetas por mês e isso reduziu pra uns mil e quinhentos milhões só.

Entrevistador: Um milhão e meio mais ou menos então, caiu pra metade.

Entrevistada: É, metade, aham.

Entrevistador Pergunta: E o que você acha que vai acontecer com as empresas nacionais caso a China continue mantendo esse nível de volume?

Entrevistado Responde: Eu acho que vai ficar complicado né.

Entrevistador: Você acha que vai ficar difícil pras empresas daqui.

Entrevistado: Vai ficar difícil, porque todas as empresas tão reclamando, não só no setor de etiquetas, mas todos os setores tão reclamando.

Entrevistador: Certo.

Entrevistador Pergunta: E sua opinião em relação à dificuldade das empresas manterem o nível e qualidade das empresas da china? Por que você acha que nós aqui no Brasil não consegue manter a qualidade deles?

Entrevistado Responde: Eu acho que é o custo né. Muito imposto, muita taxa pra pagar, muita coisa e eles acabam trazendo de lá por causa disso, é um pouco mais barato.

Entrevistador: Certo.

Entrevistador Pergunta: Você é a favor ou contra a entrada dos produtos no Brasil?

Entrevistado Responde: Atualmente, contra.

Entrevistador: Atualmente contra então, por seu interesse você é contra.

Entrevistado: Sim, aham.

Entrevistador Pergunta: Pro setor de etiquetas, você tem alguma ideia que possa ajudar, melhorar o setor? Pras empresas de etiquetas, tem alguma coisa que eles possam fazer para melhorar esse setor? Na sua opinião.

Entrevistado Responde: Olha, pra melhorar o setor, eles deixando de importar tanto e fazendo mais aqui no Brasil.

Entrevistador: Mais aqui no Brasil.

Entrevistado: Aham

Entrevistador: Raquel, a entrevista era essa, acabou a entrevista.

Entrevistado: Rapidinho então! Não sei se eu respondi tudo com você queria, mas...

Entrevistador: Perfeito!

### **Empresa 5 – Rio do Sul**

Data: 13/5/14

Entrevistador: Guilherme Roxo

Entrevistado: Gilvano (Proprietário)

Duração: 4 minutos e 53 segundos

Entrevistador Pergunta: Primeiro, há quanto tempo a empresa atua no ramo de etiquetas?

Entrevistado Responde: Há quatorze anos.

Entrevistador: Quatorze anos.

Entrevistador Pergunta: E hoje, qual a quantidade de funcionários que tem dentro da empresa?

Entrevistado Responde: Trinta e quatro.

Entrevistador Pergunta: Vocês terceirizam algum processo?

Entrevistado Responde: Bastante.

Entrevistador: Tem algum específico?

Entrevistado: Lixado, aplicação de metal, corte, furo, aplicação de rebite.

Entrevistador: Bastante processos então, né.

Entrevistado: É.

Entrevistador Pergunta: Vocês trabalham com algum outro produto dentro da empresa, fora a etiqueta?

Entrevistado Responde: Não.

Entrevistador: Só etiqueta.

Entrevistador Pergunta: Hoje vocês atuam em quais regiões do Brasil?

Entrevistado Responde: São Paulo, região sul, sudeste, centro-oeste, Gôiania. Menos o norte.

Entrevistador: Menos o norte.

Entrevistador Pergunta: E vocês já venderam alguma vez pra alguma localidade fora do Brasil?

Entrevistado Responde: Não.

Entrevistador Pergunta: Trabalham com algum tipo de importação de produtos?

Entrevistado Responde: Trabalho não diretamente, indiretamente.

Entrevistador: Indiretamente, certo.

Entrevistador Pergunta: E a empresa, possui vontade de importar algum produto? Entrevistado responde: Possui

Entrevistador: E qual o interesse específico da empresa? Etiqueta, lacre, tags...

Entrevistado: Matéria prima.

Entrevistador Pergunta: Quais hoje seus principais motivos de não trabalhar com importação?

Entrevistado Responde: A parte de informação, cara. É o principal motivo. É a questão que hoje a gente trabalha com bastante produto personalizado, com bastantes processos e são dois fatores: Se a customização vai ser de acordo com o que a gente pediu e o prazo de entrega, isso é o mais principal. A questão é, a China hoje tem um produto muito barato, mas tudo muito igual, então se eu tivesse hoje, um fornecedor na China, que produzisse pra mim, de acordo com o que eu faço aqui, e tivesse a questão da logística, é uma dificuldade, a questão do desenvolvimento é outra dificuldade, então isso barra muito de você fazer um serviço fora.

Entrevistador Pergunta: Então pra você, hoje a importação tem um grau de dificuldade bem elevado?

Entrevistado Responde: Bem elevado, de acordo com a logística, de acordo com o desenvolvimento. É o principal motivo, eu acho.

Entrevistador Pergunta: E o fator China, ele é vantajoso ou desvantajoso para as empresas nacionais de etiquetas?

Entrevistado Responde: Muito desvantajoso.

Entrevistador Pergunta: Você acha que ela continuará durante os próximos anos?

Entrevistado Responde: Não, tem muito cliente em São Paulo que começou a importar muita coisa da China e já não ta importando mais. No mesmo segmento, de etiqueta.

Entrevistador Pergunta: E se ela importação, por ventura continuar, o que você acha que vai acontecer? O que acontece com as empresas de etiquetas nacionais?

Entrevistado Responde: É o que ta acontecendo, muita dificuldade de venda, muito desemprego.

Entrevistador: Queda das empresas.

Entrevistado: Queda! Não tem nem duvida disso.

Entrevistador Pergunta: E sua qual a opinião das empresas nacionais não conseguem manter o mesmo nível das empresas chinesas? Qual o principal motivo da dificuldade de nós não mantermos o mesmo nível deles?

Entrevistado Responde: A dificuldade principal é de acordo com o setor trabalhista. Primeiro lugar a Dilma não ajuda a gente em nada, toda a legislação brasileira favorece o funcionário, a burocracia muito grande, as taxas de impostos são muito grandes, se tu for importar, é muito grande também, nada favorece a empresa brasileira nesse sentido. Porque se nós tivéssemos um apoio do governo em relação a mão de obra, em relação a treinamento, em relação a matéria prima, você importar e um monte de coisas, seria tudo muito mais fácil. Por isso que a China ganha muito nisso.

Entrevistador Pergunta: E você hoje, é a favor ou contra a entrada dos produtos no Brasil?

Entrevistado Responde: Ah eu sou... Depende, se entrar matéria prima bruta pra indústria Brasileira manufaturar, é uma situação, mas matéria prima pronta, eu não sou nem um pouco a favor, nada de industrializar fora, porque daí tira do nosso mercado, o nosso país não cresce, tu não tem como manter indústria aqui, o brasileiro faz na China, pra vender pra quem? Pro brasileiro. Mas se o brasileiro não trabalha, não tem emprego, como vai comprar?

Entrevistador: Exatamente.

Entrevistador Pergunta: E hoje, pro setor em si, tens alguma ideia de melhoria do que pode mudar, do que pode ser feito?

Entrevistado Responde: Pro segmento de etiqueta?

Entrevistador: Isso, pro segmento de etiquetas.

Entrevistado: O que eu acho que seria muito bom, se parasse de entrar etiquetas da China, ia aquecer um monte nosso mercado, digo assim, por baixo, uns 60%. Foi perdido com o a entrada da China, perdeu 60% de produção, frouxo!

Entrevistador: É, ta certo, a entrevista era só essa mesmo.

Entrevistado: Eu não sei se o pessoal ai ta falando a mesma coisa.

Entrevistador: Cara, igual, mesmo assim, muito obrigado pelo tempo!

## **Empresa 6 – Rio do Sul**

Data: 14/5/14

Entrevistador: Guilherme Roxo

Entrevistado: Joel (Proprietário)

Duração: 13 minutos e 35 segundos

Entrevistador Pergunta: Bom Joel, a quanto tempo você atua no ramo de etiquetas?

Entrevistado Responde: Eu estou desde 98 que atuo, e que estou fabricando faz em torno de 8 anos.

Entrevistador Pergunta: E qual a quantidade de funcionários que existe hoje dentro da empresa?

Entrevistado Responde: Hoje, mais ou menos, 50 funcionários.

Entrevistador Pergunta: E você terceiriza algum processo?

Entrevistado Responde: Terceirizo.

Entrevistador Pergunta: Tem algum específico que você terceiriza?

Entrevistado Responde: Acabamento.

Entrevistador Pergunta: E vocês hoje trabalham com algum outro produto dentro da empresa, fora a etiqueta?

Entrevistado Responde: Humm... (Pausa de alguns segundos para pensar)  
Não, apenas etiquetas.

Entrevistador Pergunta: E quais regiões do país hoje vocês atuam?

Entrevistado Responde: São Paulo... (Pausa de alguns segundos para pensar), um pouco no PR, e mais ainda em SC.

Entrevistador Pergunta: E vende para alguma localidade fora do Brasil?

Entrevistado Responde: Ainda não.

Entrevistador Pergunta: Trabalha com algum tipo de importação de produtos?

Entrevistado Responde: Diretamente não.

Entrevistador Pergunta: E hoje a empresa possui vontade de importar algum produto?

Entrevistado Responde: Não pela situação, hoje possui dois tipos de concorrente, o concorrente lá de fora e o concorrente aqui de dentro, que consegue comprar com imposto reduzido, de forma ilegal, que dificulta quem quer trabalhar de forma legal,

Entrevistador Pergunta: Então, os principais motivos de não trabalhar com importação para você é?

Entrevistado Responde: É muita falcatrua no sistema.

Entrevistador Pergunta: E para você, a importação é vista como um alto grau de dificuldade no Brasil?

Entrevistado Responde: Depende do produto, tem algum produto que nós somos obrigados a importar, por exemplo o strass, que eu uso bastante, é obrigado a importar porque o preço que é fabricado lá.

Entrevistador Pergunta: Mas não é você que importa?

Entrevistado Responde: Não sou eu quem importa, até importei, mas ficou mais caro importar do que comprar dos caras que importavam e revendiam aqui, é o sistema de transação de imposto, que conseguem reduzir de forma ilegal.

Entrevistador Pergunta: E o fator China hoje, ele é vantajoso ou desvantajoso para as empresas de etiquetas nacionais?

Entrevistado Responde: Olha, não só no ramo de etiquetas, a China hoje quem ganha é só o governo, Porque eles cobram um imposto alto sobre tudo que entra, por isso que eles permitem e é desvantajoso porque a concorrência é muito desleal, é muito injusta porque o nosso imposto é muito alto, a mão de obra é muito mais barata na China, a matéria prima custa muito mais barato do que da gente, o desemprego aqui acaba aumentando em função disso, é dificultoso cada vez mais o crescimento das empresas em função da China.



Resumindo, eu vejo assim que a China ela fica focada em alguns setores, e o lucro é muito expansivo, é muito alto, mas não direciona ao bem da população em geral.

Entrevistador Pergunta: E você pensa que essa importação continuará com o passar dos anos?

Entrevistado Responde: Olha, só depende do governo, enquanto o governo estiver apoiando esta importação, isto vai continuar sempre, porque a China está crescendo muito nas costas em cima de nós, porque eles ganham muito, e isto não é em todos os países, hoje um dos maiores consumidores, não cheguei a pesquisar isto, mas acredito que seja o Brasil, porque o Brasil compra muito da China e em alguns países da Europa isto não é assim, eles dão prioridade, então assim, pra China o Brasil é um país muito atrativo, porque nossas coisas aqui são caras, é muito encargo, muito imposto, né, então eu acredito que isso acaba influenciando na importação.

Entrevistador Pergunta: E se a esta importação se manter, o que você acha que vai acontecer com as empresas de etiquetas do Brasil?

Entrevistado Responde: Olha, as empresas de etiquetas a tendência é cada vez piorar, não só por causa da importação, eu vou citar um assunto aqui que agora é, eu fui fiscalizado pelo governo, que além de ter esta dificuldade toda com importação, é, tem uma lei, chamada de NR 10 e NR 12, que eu não conhecia, que toda empresa do ramo, que atua com prensas, ou com máquinas que facilitam um acidente de trabalho, é obrigatoriamente ser colocado dentro dessa lei, então assim, as empresas vão sofrer muito com essa norma, mais do que com a China, a China ainda estamos engolindo, mas pra acabar de vez veio essa lei, tem que regularizar todos os maquinários. Eu tenho 52 máquinas na empresa, todas elas eu tenho que explicar diante do Ministério do Trabalho, e tem que estar dentro da norma, eu tenho prazo a cumprir, e porque essa lei? Para evitar indenizações para o nosso governo, se fosse para proteger o trabalhador, estaria de acordo, mas eles não fiscalizam com fabrica as maquinas, eles estão fiscalizando quem compra, quem compra é leigo, não tem noção daquilo que esta comprando, compra acreditando que esta dentro da norma. Hoje, qualquer máquina que eu for comprar, a primeira coisa que eu solicito é se está dentro da norma NR 10 e NR 12, mas antes eu nem conhecia esta norma, um fabricante de etiquetas não tem conhecimento,

inclusive de outros segmentos, então o que acontece, a dificuldade maior está para vir pra frente, porque se o governo criou essa lei, e quem desenvolveu esta lei não tem o entendimento do ramo, ele simplesmente quer que lacre a máquina, a máquina perde de 40 a 60% da produtividade, ela também tem um custo para fazer esta adaptação, porque você tem que começar do zero, e você tem que lacrar, nem que o funcionário queira se machucar de propósito, a lei é clara que ele não tem como conseguir, e se ele tiver trabalhando, e tiver um colega do lado que tenha a possibilidade de colocar a mão na máquina em funcionamento também não pode, então resumindo, você tem que lacrar a máquina de tudo quanto é forma. Você tem que ter um engenheiro mecânico para fazer este trabalho, ele tem que assinar, você tem que contratar um engenheiro elétrico, ele tem que assinar, e você tem que contratar também um engenheiro de segurança. Então assim, minha situação está bem difícil, eu estou negociando, estou fazendo aos poucos, mas perde produtividade, meu faturamento este ano está baixo, também não estou atendendo aos pedidos porque tem que parar as máquinas para fazer este processo. Vai ser em todas as empresas e todos os tipos de segmentos vão ser fiscalizados em torno do tempo, eu tive uma audiência em Blumenau, e a promotora que estava julgando o caso, ela comentou que estão ampliando a área de fiscalização, para fiscalização imediata, e não ficar uma concorrência desleal, tipo, a minha empresa foi fiscalizada e as outras empresas não foram, então eles vão fazer isso, não cabe nem a mim julgar o que vai acontecer. Então assim, para piorar o que vai acontecer, vão fechar todos de vez, então assim, vai aumentar o desemprego, porque a lei é criada sem nenhuma estrutura de amparo ao empresário, sem nenhum plano do governo de juros para fazer esta mudança, ele simplesmente... Você fecha porque não tem dinheiro para ampliar, ou você fecha porque o que eles estão exigindo é muita coisa, não é nem tanto em questão de dinheiro, é questão de concorrência, não tem como concorrer com uma máquina que vai cair de 40 até 60% da produtividade com uma pessoa que tem uma máquina normal, então a culpa não é de quem compra, a responsabilidade é de quem compra, mas a responsabilidade maior é de quem fábrica, porque eles não são fiscalizados, a máquina deles não poderia sair da empresa sem estar dentro da norma, e hoje não consigo comprar uma máquina nova dentro da norma, porque os próprios fornecedores falam que eles não

foram fiscalizados, e eles não vão mudar enquanto não forem fiscalizados, eles vão aproveitar, porque eles não podem vender esta máquina para mim dentro da norma porque os outros clientes não querem dentro da norma, porque encarece 100% o valor da máquina, e eles não vão deixar de vender por causa disso, e o nosso governo é essa bagunça ai...

Entrevistador Pergunta: Então você acha que a relação da dificuldade das empresas nacionais trabalharem e manterem o nível das empresas chinesas, você acha que o governo pode influenciar nessa parte de manter a competitividade, a qualidade, produtividade e preço?

Entrevistado Responde: Então, eu não sei como que é a questão de segurança de trabalho, por exemplo da China, que é um dos maiores exportadores hoje, eu não sei como é que o sistema de segurança do trabalho, mas uma coisa eu sei, que é que com essa exigência do nosso governo no ministério do trabalho, com essa brecha que o governo abriu pras exportações, e mais essas exigências do ministério do trabalho vai piorar ainda mais, porque você já não tem um preço bom para concorrer, então porque estou citando isso, porque com essas criações de leis, essas exigências todas, eles estão pensando em assegurar o trabalhador? Também, mas o principal motivo não é só isto, é evitar as indenizações por incapacidade ou por invalidez e aposentadoria. Estão pensando o lado deles, e não estão dando nenhum amparo ao empresário que está sendo fiscalizado, principalmente aqueles que não têm dinheiro e não tem condições de mudar, ele vai fechar, isto é fato.

Entrevistador Pergunta: E hoje, os produtos da China, você é a favor ou contra a entrada deles no Brasil?

Entrevistado Responde: Se eu falar que sou favor estou mentindo tudo sobre o que eu falei, então é claro que eu sou contra, e isto dificulta quem fábrica, isto dá lucro para quem compra, e para quem ganha imposto, e para quem vende é claro.

Entrevistador Pergunta: Última pergunta aqui. O setor de etiquetas, setor confeccionista, você possui alguma ideia de melhoria, algo que possa ajudar este setor? Pela dificuldade que ele esta passando agora.

Entrevistado Responde: Cara, não tenho, eu não sei o que fazer. O que eu estou fazendo, hoje eu estou em torno dos 48 a 50 funcionários, mas eu reduzi de 76 para este número, porque eu perdi mercado né, e na minha região que é

aonde localiza a empresa, que é a área onde eu mais vendia, os clientes estão comprando da China, então caiu mais uns 50% da minha venda, então a tendência é reduzir mais, não investir mais na empresa, não investir mais em maquinário e dançando conforme a música, bem o popular, não tem mais o que fazer, tem que só esperar para ver até onde eu vou conseguir chegar.

Entrevistador: Joel, a entrevista era isso, muito obrigado.

### **Empresa 7 – Criciúma**

Data: 19/5/14

Entrevistador: Guilherme Roxo

Entrevistado: Eduardo (Proprietário)

Duração: 2 minutos e 39 segundos

Entrevistador Pergunta: A quanto tempo atua no ramo de etiquetas?

Entrevistado Responde: 12 anos.

Entrevistador Pergunta: Qual a quantidade de funcionários que existe hoje dentro da empresa?

Entrevistado Responde: 30.

Entrevistador Pergunta: Terceiriza algum processo?

Entrevistado Responde: Sim.

Entrevistador Pergunta: Se sim, qual?

Entrevistado Responde: Colocação de rebite, costura, bordado.

Entrevistador Pergunta: E você trabalha com algum outro segmento dentro da empresa?

Entrevistado Responde: (Pensou durante alguns segundos) Não.

Entrevistador Pergunta: Atua em quais regiões do Brasil?

Entrevistado Responde: Nordeste, Sul do país e praticamente todo o Brasil.

Entrevistador Pergunta: Certo, e vende para alguma localidade fora do Brasil?

Entrevistado Responde: Não.

Entrevistador Pergunta: Trabalha com algum tipo de importação de produtos?

Entrevistado Responde: Sim.

Entrevistador Pergunta: E quais países você costuma trabalhar?

Entrevistado responde: China.

Entrevistador Pergunta: E quais os produtos a empresa costuma importar?

Entrevistado Responde: Lacre, tags e etiquetas.

Entrevistador Pergunta: Qual deles possui a maior saída de vendas?

Entrevistado Responde: Lacsres.

Entrevistador Pergunta: Qual o valor médio que a empresa importa?

Entrevistado Responde: Total ou unitário?

Entrevistador: Total mensal.

Entrevistado Responde: Uns R\$15 mil

Entrevistador Pergunta: Quais os principais motivos para trabalhar com a importação?

Entrevistado Responde: Vantagem no preço

Entrevistador Pergunta: E quais as regiões que mais importam no Brasil?

Entrevistado Responde: São Paulo

Entrevistador Pergunta: E para você, o fator China é vantajoso ou desvantajoso para as empresas de etiquetas nacionais?

Entrevistado Responde: Totalmente desvantajoso.

Entrevistador Pergunta: E você pensa que a importação da China continuará durante os anos?

Entrevistado Responde: Acredito que sim, vai aumentar cada vez mais.

Entrevistador Pergunta: O que você acha que acontecerá com as empresas caso a importação continue?

Entrevistado Responde: Vão diminuir bastante. Poucas vão ficar, porque é necessário ter o mercado nacional também, mas a maioria irá fechar.

Entrevistador Pergunta: E qual a sua opinião em relação da dificuldade das empresas nacionais trabalharem e manterem o nível das empresas chinesas? Quais os principais motivos dessas dificuldades?

Entrevistado Responde: A dificuldade é a carga tributária que existe em nosso país comparado aos outros, que é o principal, os encargos que é pago pelos funcionários, a mão de obra e o outro é a qualidade que eles tem melhor que a nossa.

Entrevistador Pergunta: E você é a favor ou contra a entrada facilitada destes produtos?

Entrevistado Responde: Eu sou contra, na verdade quanto mais entrar, pior para a minha empresa.

Entrevistador Pergunta: E possui alguma ideia de melhoria para o setor ou para o mercado? Se sim, qual ou quais?

Entrevistado Responde: A única melhoria que teria é que se o governo, por exemplo, aumentasse as taxas, os valores da importação, hoje estou me juntando a importar porque não consigo com eles... Tenho que me juntar a eles, mas a ideia é que não se importasse mais etiquetas no país.

Entrevistador: Ok Eduardo, acabou a entrevista, muito obrigado.