

## **DESVENDANDO O ÍNTIMO ESPAÇO DA MODA DE NOVA FRIBURGO E REGIÃO, RIO DE JANEIRO**

**Aluno: Felipe Sodré Mendes Barros**

**Orientador: Regina Célia de Mattos**

### **Introdução**

As transformações na organização da produção e na gestão da divisão do trabalho, ao longo dos últimos quarenta anos, promoveram profundas mudanças na organização das empresas, em seu dimensionamento, em sua localização, na qualificação do trabalho, assim como, também, expandiu formas antigas e precárias de trabalho. A passagem de um paradigma tecnológico metal-mecânico para um eletrônico, informatizado e telemático revolucionou a racionalidade locacional das empresas, tornando-as mais fluidas, permitindo o surgimento ou o incremento de espaços produtivos bastante inovadores como os tecnopólos que se caracterizam por concentrar um capital que ganha cada vez mais poder: a ciência. Ao mesmo tempo, propiciaram uma desverticalização da estrutura organizacional das empresas que procuraram aumentar seus ganhos através do estabelecimento de relações e de valorização de espaços produtivos até então considerados secundários no processo geral de acumulação.

Na configuração desses novos espaços produtivos em relação às grandes plantas fordistas estão os “arranjos produtivos locais – APLs”. Caporali e Volker [3] definem APL com um tipo particular conglomerado formado por pequenas e médias empresas, agrupadas em torno de uma profissão ou de um tipo de negócio, onde se enfatiza o papel desempenhado pelos relacionamentos – formais e informais- entre empresas e demais instituições envolvidas. A presença de relações informais é frequentemente caracterizada pelo trabalho em domicílio considerado formas pré-capitalistas de organização da produção mas que, travestidas, têm presença cada vez mais crescente nos cenários do capitalismo contemporâneo.

No Brasil, esse modelo de desenvolvimento pode ser observado na Região Serrana de Nova Friburgo, no Estado do Rio de Janeiro, conhecido como Pólo de Moda Íntima de Nova Friburgo e Região, que constitui um pólo de produção voltada tanto para o mercado interno quanto para o mercado externo. Tal fato se deve pelo seu histórico de já ter abrigado grandes indústrias de confecção como a Filó que, ao falir, dispensou um significativo número de trabalhadores que utilizaram como instrumento de sobrevivência, a confecção caseira. Outro grande fator que impulsionou esse pólo produtivo foram os estudos sobre APL patrocinados pela FIRJAN e SEBRAE-RJ, além do apoio do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e dos Ministérios de Ciência e Tecnologia (MCT) e do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC).

### **Objetivos**

O objetivo do presente trabalho é analisar se o arranjo produtivo denominado Pólo de Moda Íntima de Nova Friburgo e Região apresenta as condições para a constituição de um Arranjo Produtivo Local. Duas categorias nortearão nossas análises: espaço e trabalho. Isso se deve pela grande quantidade de informação divulgada por diferentes instituições e pesquisadores que destacam a forte presença de micro e pequenas empresas informais com predominância do trabalho doméstico feminino. Neste sentido, interessa-nos compreender o arranjo produtivo, através do trabalho doméstico que se realiza a partir da articulação dos espaços de produção da mercadoria com os espaços da reprodução da família .

## Metodologia

Adotamos como procedimento teórico-metodológico duas categorias analíticas: espaço e trabalho doméstico ou em domicílio para compreendermos esse arranjo produtivo. Esse procedimento depende, em grande parte, de trabalho de campo que permite o acesso à informações de quem, efetivamente, “constrói” o arranjo: as costureiras. Entretanto, como foi informado na solicitação de renovação de bolsa, enviada no mês de maio p.p., tais atividades foram prejudicadas em virtude de um grave acidente ocorrido com o bolsista Felipe Sodré Mendes Barros. Neste sentido, direcionamos nossa pesquisa para a caracterização do nosso objeto espacial: o Pólo de Moda Íntima de Nova Friburgo e Região.

O Pólo de Moda Íntima, segundo o Boletim do SEBRAE/RJ de 05/08/05, é constituído por cerca de 900 empresas, sendo 400 formais e, aproximadamente 500 informais, gerando em torno de 20.400 empregos – 12.400 formais e 8.000 informais. Esses números ganharam maior precisão com a divulgação, em 2004, dos resultados do “Censo da Indústria Têxtil e de Confecções de Nova Friburgo”[2] que contabilizou um nº total de 700 empresas, sendo 500 formais e, aproximadamente, 200 informais. O estudo faz um retrato da região, incluindo, além de Nova Friburgo, as cidades de Bom Jardim, Cantagalo, Cordeiro e Duas Barras .

O Censo é resultado de uma amostragem de 593 empresas, sendo 543 de confecções, correspondendo a 91,6% do total, sendo as outras 50 relacionadas com o setor de confecções (empresas têxteis e de aviamentos, empresas fornecedoras com representação comercial local, empresas comerciais de confecção). Pela primeira vez, um total de 198 empresas informais foi recenseado. O levantamento das empresas formais foi a partir de um cadastro fornecido pelo SINDVEST, com empresas sindicalizadas e não sindicalizadas enquanto que o das informais foi realizado por dois consultores que conheciam a Região Centro Norte Fluminense.

Do total das 543 empresas pesquisadas, as formais representam 345, correspondendo a 63,5% do total enquanto que as informais, 198, ocupam um universo de 36,5%, fazendo com que a Região possua uma média de 3 empresas formais para cada uma informal, índice superior ao Estado do Rio de Janeiro que apresenta quatro empresas formais para cada informal.

O tecido produtivo do Pólo é constituído predominantemente por micros e pequenas empresas. Para o SEBRAE, um dos patrocinadores da pesquisa, o tamanho das empresas industriais é definido pelo número de empregados: microempresa, de 0-19; pequena empresa, de 20-99 e média empresa, de 100 a 499. A partir dessa classificação, podemos observar, na tabela abaixo, como se distribuem, de acordo com seu porte, as empresas recenseadas.

Tabela 01 - Tamanho das empresas, segundo o número de empregados, Pólo de Moda Íntima de Nova Friburgo e Região, 2003

Até 9 empregados	63,9%
Até 9 empregados-empresas formais	45,2%
Até 9 empregados-empresas informais	96,5%
Menos de 50 empregados	97,2%

Fonte: elaboração própria a partir do Projeto “Censo da Indústria Têxtil e de Confecções de Nova Friburgo”. Sumário Executivo, Instituto de Economia/UFRJ-SEBRAE/RJ, Março 2004.

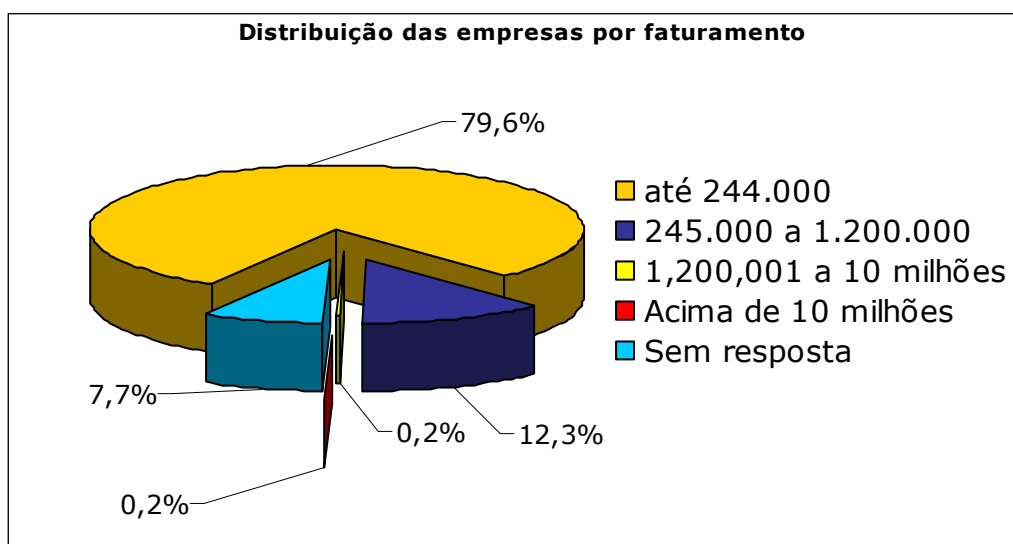
Os dados ilustram a forte concentração de micro empresas (63,9%), majoritariamente informais (96,5%) enquanto que as formais apresentam um percentual de 45,2%, sendo que do total das 593 empresas recenseadas, 97,2% encontram-se nos intervalos que classificam as

micros (de 0-19 empregados) e pequenas (20-99 empregados) empresas. Das empresas recenseadas, 9,8% delas não contam com nenhum empregado, ficando o dono da confecção dependente do trabalho da família.

O predomínio de micros empresas e informais aponta as dificuldades encontradas para a sobrevivência do negócio, onde 75% foram fundadas nos últimos dez anos sendo o ponto alto de criação, o período de 1990 a 1997, quando foi registrado um crescimento anual de 25 para 44 empresas. Entre o período de 1999 a 2003, foram criadas 214 novas empresas sendo 132 informais, correspondendo a 62% do total.

Um dos indicadores dessas dificuldades é o faturamento em geral, pois 79,6% das empresas estão abaixo de R\$ 244 mil e quase metade delas (44,6%), tem tido queda nos últimos três anos, conforme o gráfico abaixo. O percentual das empresas que faturam até R\$ 244 mil é maior para empresas mais recentes enquanto que faturamentos entre R\$ 245 e R\$ 1.200 mil ocorrem com maior frequência em empresas mais antigas. A tendência de queda ocorre nas mais antigas (antes de 1994), apresentando estabilidade somente naquelas que dispõem de 50 a 250 empregados (nos intervalos definidos como pequenas e médias empresas).

Gráfico 1



A tendência de declínio é sentida em todas as empresas, sendo mais forte, no entanto, entre as informais. Foi constatado, também, que o declínio do faturamento é mais acentuado do que a redução do número de empregados, talvez indicando que o número crescente de empresas esteja provocando a queda de preços, influenciando no faturamento total.

Se há uma tendência de queda de faturamento nas empresas mais antigas, o recenseamento também demonstra que são essas empresas que possuem o maquinário mais antigo. Entre 97% do total das empresas, o maquinário utilizado tem 10 anos ou menos, sendo 67,1% com uso de no máximo cinco anos. A diferença entre a idade média dos equipamentos nas empresas formais (32,2% têm cinco anos) é pouco menor do que nas empresas informais, 24,4%, conforme melhor ilustra a tabela abaixo.

Tabela 02 - Tempo de vida do maquinário utilizado nas empresas, Pólo de Moda Íntima de Nova Friburgo e Região, 2003

Dez anos ou menos	97%
No máximo cinco anos	67,1%
Cinco anos nas empresas formais	32,2%
Cinco anos nas empresas informais	24,4%

Fonte: elaboração própria a partir do Projeto “Censo da Indústria Têxtil e de Confeções de Nova Friburgo”. Sumário Executivo, Instituto de Economia /UFRJ-SEBRAE/RJ, Março de 2004.

Foi constatado que as 56 empresas que possuem máquinas com menos de 4 anos são na sua maioria recentes (76,8%), em grande parte (96,4%) tem de 0 a 9 empregados, com faturamento de até R\$ 244 mil e com produção concentrada na faixa de 1.000 a 9.000 peças (66,1%). Análises complementares também mostraram que existe uma ligeira tendência das empresas mais antigas possuírem um número maior de funcionários, produzirem mais peças, além de terem, conforme já assinalado, máquinas mais antigas.

Na tabela abaixo, são informados os dados sobre as relações das confecções com os fornecedores. Das 494 empresas consultadas, 271 (54,9%) possuem seus fornecedores exclusivamente no município de Nova Friburgo enquanto que 74% mantêm pelo menos 50% dos fornecedores concentrados, também, no município. Apenas 8,7% não possuem fornecedores no município e somente uma empresa utiliza fornecimento do exterior do país.

Tabela 03 - Percentual do uso de fornecedores pelas empresas, de acordo com a sua localização. Pólo de Moda Íntima de Nova Friburgo e Região, 2003

Fornecedores	Município		Brasil		Exterior	
	Nº Empresas	%	Nº Empresas	%	Nº Empresas	%
0	43	8,7	271	54,9	493	99,8
01-49	84	17,0	61	12,3	0,1	0,2
50-99	96	19,4	119	24,1	0,0	0,0
100	271	54,9	43	8,7	0,0	0,0
TOTAL	494	100	494	100	494	100

Fonte: elaboração própria a partir do Projeto “Censo da Indústria Têxtil e de Confeções de Nova Friburgo”. Sumário Executivo, Instituto de Economia/ UFRJ-SEBRAE/RJ, Março 2004

As empresas informais concentram seus fornecedores no local (98%) sendo que 94% utilizam exclusivamente esses serviços. Entre os fornecedores de tecidos e aviamentos com uma cobertura de atendimento de no mínimo 10% das empresas entrevistadas estão a Silvetex, Raquel Indústria e Monnerat Malhas que atuam no mercado como representantes

comerciais localizados no Pólo. Destacam-se, ainda, como representantes, as empresas Doutex e Rosset e a empresa Olympia que estava instalando, à época, uma fábrica de aviamentos e tecidos no local.

Quanto à comercialização, o recenseamento constatou três canais: “por encomenda”, através de lojas próprias e por conta de sacoleiras. Aqui fica a dúvida do que quer dizer “sob encomenda” já que o material consultado não esclarece o significado do termo, entretanto, devido às visitas realizadas, supomos serem tais vendas aquelas referentes às relações de subcontratação ou terceirização.

Tabela 04 - Percentual do uso dos canais de comercialização pelas empresas, Pólo de Moda Íntima de Nova Friburgo e Região, 2003

Formas de uso	Sob encomenda	Sacoleiras	Lojas Próprias	Escritório de Exportação
Todas as empresas (%)				
Uso exclusivo ou intenso	46,8	18,8	12,2	-
Não uso	38,9	-	68,8	97,8
Empresas formais (%)				
Uso exclusivo ou intenso	20,8	-	-	-
Não uso	44,1	-	57,7	96,5
Empresas informais (%)				
Uso exclusivo ou intenso	57,1	10,0	-	-
Não uso	29,8	73,7	-	100,0

Fonte: elaboração própria a partir do Projeto “Censo da Indústria Têxtil e de Confecções de Nova Friburgo”. Sumário Executivo, Instituto de Economia/UFRJ-SEBRAE/RJ, Março 2004

Esclarecemos, inicialmente, que a ausência de dados em algumas formas ou não de uso dos canais de comercialização na tabela acima, decorre da falta de informação da fonte consultada, o que não garante, absolutamente, que correspondam às perguntas não respondidas. Considerando uso exclusivo ou intenso, destacam-se as formas de comercialização: “sob encomenda” (46,8%), sacoleiras (18,8%) e lojas próprias (12,2%). Por outro lado, a comercialização “sob encomenda” não é usada por 38,9% das empresas (menor índice de “não uso”). Os demais canais de comercialização não são adotados por mais da metade das empresas: lojas próprias, 68,8% e escritório de exportação, 97,8%.

Nas empresas formais, as comercializações “sob encomenda” não são usadas por 44,1% das empresas e são exclusivamente ou com uso intenso por 20,8%. As demais formas de comercialização não são adotadas por mais da metade das empresas: lojas próprias, 57,7% e escritório de exportação, 96,5%. Nas informais, a venda “sob encomenda” ganha destaque, sendo rejeitada por apenas 29,8% e adotada, com exclusividade ou com uso intenso, por

57,1% das empresas. As demais formas de comercialização são rejeitadas por mais de 70,0% das empresas: sacoleiras, 73,7% e escritório de exportação, 100,0%. Ainda que haja rejeição ao comércio de sacoleiras, 10% dessas empresas responderam que utilizam com exclusividade essa forma de venda.

A forma preferida de comercialização das representações, todas as empresas, empresas formais, e informais foi “sob encomenda” que ganha especial importância entre as empresas informais, indica a pesquisa. Revela, também, que as empresas que utilizam fornecedores no município preferem comercializar “sob encomenda” ou usando sacoleiras. Já as empresas que usam fornecedores no Brasil, fora do município, preferem comercializar em lojas próprias e no comércio atacadista.

Os dados utilizados sugerem, portanto, a configuração de dois grupos de empresas: o primeiro formado pelas mais recentes, menores, que utilizam fornecedores no município e preferem comercializar seus produtos “sob encomenda”. O segundo inclui as empresas mais antigas, maiores, com fornecedores no Brasil (fora do município) e que utilizam, como forma de comercialização, lojas próprias ou atacadistas. A pesquisa também indica que o comércio realizado através de sacoleiras está associado com as empresas que utilizam o fornecimento de tecidos e aviamentos no município, independentemente do tamanho e da idade da empresa. O cativo ao mercado local, portanto, a sujeição do controle dos representantes comerciais, acentua-se devido ser muito restrita, a cooperação entre as empresa. A pesquisa revela que somente 11% das empresas fazem algum tipo de cooperação, sendo mais freqüente entre as formais quando buscam acesso à promoção e tecnologia, enquanto que as informais estabelecem relações de cooperação apenas em “produção” (90,5%) e muito restritas à “compras” (9,5%).

Novamente não somos informados sobre o que significa cooperação “em produção” e “de compras” mas supomos que “em produção” pode ocultar relações de subcontratação ou terceirização, muito freqüentes entre empresas informais e “de compras”, a clássica cooperação para baratear o preço de matérias-primas e insumos.

Por sua vez, com o objetivo de rastrear o nível de capacidade gerencial e técnico profissional da amostra de confecções, os dados abaixo revelam:

Tabela 05 - Percentual do uso de treinamento técnico-profissional e gerencial pelas empresas. Pólo de Moda Íntima de Nova Friburgo e Região, 2003

Empresas	Técnico-Profissional	%	Gerencial	%	Pelo menos um	%	Os dois	%
Sim	86	15,8	86	15,8	130	23,9	42	7,7
Não	-	-	-	-	-	-	413	76,1

Fonte: elaboração própria a partir do Projeto “Censo da Indústria Têxtil e de Confecções de Nova Friburgo”. Sumário Executivo, Instituto de Economia/UFRJ-SEBRAE/RJ, Março 2004.

Como treinamento técnico-profissional, a pesquisa utilizou as seguintes etapas do processo produtivo: corte, modelagem, enfiesto, risco, *design* e “outros”. Apenas 86 empresas (15,8%), responderam positivamente, destacando-se o de corte e modelagem. Já treinamento gerencial compreende: *marketing*, logística, qualidade, administração, financeiro, compras, informática e “outros”, também sendo realizado por 86 empresas (15,8%), tendo maior freqüência os de administração e qualidade.

Pelos dados disponíveis, os treinamentos técnico-profissional e gerencial têm posições semelhantes entre as empresas pesquisadas, mas, apenas 42, (7,7%) realizaram os dois treinamentos e 130, correspondendo a (23,9%), uma só das modalidades. No entanto, 413 empresas, correspondendo a 76,1% do total, não realizaram qualquer treinamento, índice bastante elevado diante das demandas por qualidade e competitividade. Fica evidente que a realização de treinamento é prática rara entre as empresas, entretanto, dentre aquelas que o utiliza, o treinamento gerencial é mais freqüente entre as empresas antigas (com fundação anterior a 1989) enquanto que o técnico-profissional é mais presente entre as empresas com fundação entre 1990 e 1994.

A pesquisa diagnosticou que as empresas informais fazem 3,2% menos treinamento do que as formais e que o crescimento da prática de treinamento relaciona-se com empresas que possuem um maior número de empregados, indicando serem as de maior porte.

Um outro indicador de qualidade do produto local é o padrão do *design* utilizado pelas empresas e que se encontram na tabela abaixo.

Tabela 06 - Percentuais das formas de procura por criação do *design* do produto, Pólo de Moda Íntima de Nova Friburgo e Região, 2003 (em %)

Criação do <i>design</i> do produto	Internamente %	Serviços de terceiros %	Serviços do NAD %
Sim	87,8	14,5	4,8
Não	12,2	85,5	95,2
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaboração própria a partir do Projeto “Censo da Indústria Têxtil e de Confecções de Nova Friburgo. Sumário Executivo, Instituto de Economia/UFRJ-SEBRAE/RJ, Março 2004.

Em 87,8% das confecções, o *design*, desenvolvimento de novos modelos e materiais, é feito internamente, isto é, através do treinamento das costureiras e da consulta a catálogos de moda enquanto que somente 14,5% contratam serviços de terceiros. A busca por treinamento no Núcleo de Apoio ao Design (NAD), instituição vinculada ao SENAI, limita-se a 4,8%, por restringir a capacitação às empresas formais. Tal restrição deve colaborar para o baixo percentual de empresas, 86, que buscam tanto capacitação gerencial como técnico-profissional, correspondendo a 15,8% do total, conforme vimos na tabela anterior. O que também diferencia a qualidade do produto é a utilização de novos tecidos como matéria-prima, prática não exercida por 54,9% das empresas ocorrendo, contudo, com mais freqüência, nas formais, 53,2%, e bem menos nas informais, 26,4%.

O conjunto dos dados analisados permite-nos perceber, portanto, dois padrões de comportamento empresarial: o primeiro grupo é formado por um tipo de empresa com um padrão mais definido para um mercado interno ou externo mais sofisticado, o que exige o uso de técnicas gerenciais e treinamento técnico-profissional e de *design*, levando a uma especialização de suas funções e possibilitando gerar um produto de qualidade e competitivo em mercados mais concorrencias. O outro grupo constitui-se de empresas menos homogêneas cujos comportamentos expressam as dificuldades financeiras e de gestão, que restringem a capacidade empresarial de inovar os métodos de trabalho e as condições de produção e conseqüente qualidade do produto, limitando as ações aos mercados locais.

Embora não tenhamos no documento consultado a constatação explícita do tipo de empresas que predomina nos dois grupos, podemos concluir que as dificuldades encontram-se nas micros empresas e empresas informais, embora tenhamos percebido que práticas de

informalidade, como comercialização por sacoleiras, sejam utilizadas independentemente do tamanho e formalização das empresas.

### **Conclusões parciais**

Em junho deste ano de 2007, foi lançado o Selo de Origem e Qualidade que foi criado para dar mais visibilidade para os produtos do Pólo, além de garantir ao comprador o certificado de qualidade e a garantia de adequação a padrões de modelagem baseada em uma tabela única de medidas. O selo apresenta duas categorias: nível quatro estrelas que exige o atendimento da legislação de etiquetagem, conformidade de tamanho em relação à tabela de medidas e inspeção visual e nível cinco estrelas que além dos requisitos da categoria anterior, demanda a verificação dos aspectos de composição e conservação da matéria-prima empregada na confecção da peça.

A criação de um selo de origem é compromisso desde o ano 2000 quando a Fundação Getúlio Vargas elaborou um diagnóstico [3] para avaliar se essa região possuía condições de ser reconhecida como um arranjo produtivo local (APL). A iniciativa é imprescindível para a abertura de mercado tanto interno como externo para os produtos locais, entretanto, perguntamo-nos: quais empresas podem fazer parte desse agregado de valor? Os dados acima apontam a fragilidade financeira e pouca capacidade tecnológica e gerencial de grande parte das empresas, sendo um nº significativo de informais, portanto, é provável que poucas tenham condições de atender tais exigências.

Segundo a FIRJAN[4], até maio deste ano, o Rio de Janeiro alcançou 21,26% de participação nas exportações brasileiras no segmento moda íntima, praia e fitness, assumindo o segundo lugar na exportação do segmento, superando Santa Catarina e atrás de São Paulo, o que representa um crescimento de 91,36% em relação ao desempenho obtido no mesmo período de 2001. Os destinos das exportações também foram ampliados em relação a 2001 pois, até maio deste ano, os produtos foram comercializados em 58 países, contra 35 de 2001. Estados Unidos e Itália se destacaram como os principais destinos, com 41,27% e 10,68%, respectivamente. Um dos grandes responsáveis por esses resultados é o Pólo de Moda de Nova Friburgo e Região que registrou, entre 2001 e 2005, um aumento médio de 30% no nº de empresas dos segmentos têxtil e de confecções em todos os municípios que o compõem, respondendo por 25% do total da indústria de transformação do Estado.

Se os números mostram a dinâmica empresarial, entretanto, não revelam a contrapartida para o processo de trabalho. Observamos que as iniciativas são dirigidas para as empresas, só que, como já assinalado, embora sejam registradas como “empresas de confecção”, parte volta-se para a comercialização do produto, estando a “produção” em lugares mais distintos possíveis, nos domicílios das costureiras, por exemplo, terceirizada ou “em facção”, como é mais conhecida. Voltamos, portanto, às perguntas iniciais: como se organiza a produção sob o trabalho a domicílio? Como se articulam o espaço da vida da família e o da produção da mercadoria? Em que condições ocorre o trabalho na confecção de moda íntima nesse espaço híbrido?



## **Referências**

- 1 - **Censo da Indústria Têxtil e de Confecções de Nova Friburgo**. SEBRAE/RJ; Instituto de Economia da UFRJ, 2004.
- 2 - **Desenvolvimento do Cluster de Moda Íntima da Região Centro-Norte Fluminense**. Relatório Final. Rio de Janeiro: IBRE/ FGV, 2000.
- 3 - VOLKER, Paulo (orgs). **Metodologia de desenvolvimento de Arranjos Produtivos Locais**. Projetos Promos – SEBRAE – BID:Versão 2.0. Brasília, 2004.
- 4 - [www.fevest.com](http://www.fevest.com) acessado em 07/08/2007.