

DÉBORA PIRES TEIXEIRA

**OS ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS E SEUS REFLEXOS NA
FAMÍLIA DE MICRO E PEQUENOS CONFECCIONISTAS DE
UBÁ/MG E MICRORREGIÃO**

Dissertação apresentada à Universidade
Federal de Viçosa, como parte das
exigências do Programa de Pós-Graduação
em Economia Doméstica, para obtenção do
título *Magister Scientiae*

VIÇOSA
MINAS GERAIS
2009

DÉBORA PIRES TEIXEIRA

**OS ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS E SEUS REFLEXOS NA
FAMÍLIA DE MICRO E PEQUENOS CONFECCIONISTAS DE
UBÁ/MG E MICRORREGIÃO**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica, para obtenção do título *Magister Scientiae*

APROVADA: 30 de novembro de 2009.

Prof.^a Vivianne D. A. Andrade

Prof.^a Karla Damiano Teixeira

Prof.^a Maria das D. Saraiva de Loreto
(Co-orientadora)

Prof.^a Viviani Silva Lírio
(Co-orientadora)

Professora Tereza Angélica Bartolomeu
(Orientadora)

AGRADECIMENTOS

Ao Pai, pela força para enfrentar mais esta conquista e por não me deixar desistir mesmo nos momentos mais difíceis.

Aos meus familiares, sobretudo “os de dentro de casa”, pelo amor, pela compreensão e pelo apoio durante o período do mestrado. De forma especial, agradeço à minha mãezinha, a quem tanto amo, pelo carinho, exemplo de vida, de garra e de conquista. Mulher forte que está ao meu lado em todos os momentos, sem me deixar fraquejar, sempre me apoiando independentemente das minhas escolhas. A você, mamãe, agradeço por fazer o impossível por nós, seus filhos.

Aos meus amigos, por me ouvirem nas horas de desespero e por permitirem que eu compartilhasse as angústias, respondendo sempre com uma palavra de apoio e carinho e me trazendo conforto.

À minha orientadora, Tereza Angélica e também às minhas coorientadoras, “Dorinha” e Viviani, pelos ensinamentos, pelas horas de leitura e dedicação à pesquisa. A professora Neuza, pelo apoio no projeto, e ao professor Gustavo Mello (DA/UFV), pelo apoio no projeto, pelas valiosas dicas e pelos ricos artigos. Agradeço também à Aloísia e à “Lena”, da PÓS/DED, pela presteza e pelo carinho durante o período de curso.

Às professoras Karla e Vivianne por terem aceitado o convite para comporem a banca.

Ao meu grande parceiro e “coleguinha” de trabalho, Fabrício Mendes Carneiro (ACIUBÁ), pela compreensão, pelo esforço e carinho, pela boa vontade e presteza comigo, com meu trabalho e, sobretudo, com o APL. Aproveito, inclusive, para parabenizá-lo pelo interesse, empenho e pela dedicação que vem demonstrando com o arranjo. Gostaria ainda de agradecer às funcionárias da ACIUBÁ, Tchabata e Thais, pelo apoio e pela gentileza como me trataram.

Ao Marcos Reyny Figueira da Silva, primeiro gestor do APL, pela receptividade na entrevista e pelo seu belo exemplo de empenho e dedicação ao setor de confecções de Ubá.

À Eliane Rosignoli de Oliveira e Regina Célia Teixeira Ferreira do SEBRAE de Ubá, pelos dados e pelo apoio à pesquisa.

De forma muito carinhosa, aos empresários do APL que me deram o prazer de conhecê-los e entrevistá-los. Agradeço ainda aos integrantes do Grupo de Liderança do APL pela receptividade e gentileza.

Enfim, a todos que contribuíram comigo em mais essa caminhada.

BIOGRAFIA

DÉBORA PIRES TEIXEIRA, filha de Célio Zampieri Teixeira e Lêda Pires de Arruda Teixeira, nasceu em Ubá, Minas Gerais, no dia 21 de outubro de 1981.

Em maio de 2001, ingressou no curso de Economia Doméstica da Universidade Federal de Viçosa, durante o qual trabalhou com projetos na área de vestuário/têxteis e educação para o consumo. Em julho de 2005 terminou sua graduação.

No ano de 2006, atuou como professora do Ensino Fundamental, lecionando as disciplinas Educação para o Lar e Ciências. Nesse mesmo ano, ingressou no curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Gestão Estratégica e Qualidade da Universidade Cândido Mendes, que concluiu em dezembro de 2009.

Em 2007 ingressou no Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica da Universidade Federal de Viçosa, nas áreas de Estudo da Família e Economia do Consumo Familiar, obtendo o título de mestre em novembro de 2009.

SUMÁRIO

LISTA DE QUADROS E TABELAS	vi
LISTA DE FIGURAS	vii
LISTA DE SIGLAS	viii
RESUMO	x
ABSTRACT	xii
INTRODUÇÃO.....	1
1.1. O problema e sua importância.....	2
1.2. Justificativa.....	3
1.3. OBJETIVOS.....	6
CAPÍTULO II – REVISÃO DE LITERATURA	7
2.1. Contextualização dos APL's no Brasil.....	7
2.2. Histórico das redes de firmas.....	8
2.2.1. Os distritos industriais Marshallianos	8
2.2.2. <i>Cluster</i>	9
2.2.3. <i>Milieu inovador</i> (ambiente inovador).....	10
2.2.4. Arranjos Produtivos Locais (APL).....	12
2.3. Conceituação dos APL	12
2.4. Principais características dos APL's.....	13
2.4.1. Diversidade de atividades e atores econômicos, políticos e sociais.....	13
2.4.2. Conhecimento tácito	14
2.4.3. Inovação e aprendizado interativo-	14
2.4.4. Governança.....	15
2.4.5. Cooperação e capital social	16
2.4.6. Proximidade territorial.....	18
2.5. Arranjos produtivos locais (APL's) da cadeia têxtil-confecção.....	18
2.6. A família no contexto atual: os novos desafios e a pluralidade dos arranjos	21
2.7. Qualidade de vida e família	24
2.8. A família e administração de seus recursos.....	24
2.8.1. Administração do tempo.....	26
2.9. Produção dentro da unidade doméstica	26
2.10. Distribuição dos recursos dentro da unidade doméstica.....	27
2.11. Consumo na unidade doméstica	27
CAPÍTULO III – METODOLOGIA	29
3.1. Delineamento do estudo	29
3.2. Caracterização da pesquisa.....	30
3.3. Área de estudo	30
3.3.1. Unidade empírica de estudo	31

3.4. População do estudo	35
3.5. Processo de amostragem.....	35
3.6. Instrumentos de coleta de dados	36
3.6.1. Análise de documentos.....	37
3.6.2. Entrevista semiestruturada.....	37
3.6.3. Observação	38
3.7. Tratamento e análise dos dados	38
CAPÍTULO IV – RESULTADOS E DISCUSSÃO	40
4.1. Arranjo Produtivo Local de Confeccões de Ubá e Microrregião: fundação e resultados dos primeiros três anos do projeto.....	40
4.2. Caracterização das confeccões analisadas: grupos A e B.....	46
4.2.1. Tempo de atividade	47
4.2.2. Número de funcionários	47
4.2.3. Existência de sócios.....	49
4.2.4. Existência de local próprio para produção	49
4.3. APL e seus impactos nas confeccões: análise comparativa dos grupos A e B.....	51
4.3.1. Adesão às propostas de ação do APL.....	52
4.3.2. Resultados das metas quantitativas do APL: percepções dos grupos A e B	57
4.3.3. Rede de negócios: clientes e fornecedores	62
4.3.4. Melhorias nas confeccões pós-inserção no APL: visões dos grupos A e B	65
4.4. Caracterização pessoal e familiar dos confeccionistas investigados	73
4.4.1. Perfil pessoal do confeccionista	73
4.4.2. Perfil familiar do confeccionista	74
4.5. O APL e sua correlação com a unidade doméstica: análise comparativa dos grupos A e B.....	77
4.5.1. Produção doméstica na unidade doméstica dos confeccionistas.....	77
4.5.2. Gestão do tempo e convívio com os membros da família.....	79
4.5.3. Renda familiar, orçamento doméstico e construção de reservas financeiras	83
4.5.4. Consumo familiar	86
4.5.5. Qualidade de vida na família.....	90
CAPÍTULO VI – CONSIDERAÇÕES FINAIS	97
REFERÊNCIAS	99
APÊNDICES	105
APÊNDICE 1 – CARTA DE APRESENTAÇÃO DA PESQUISA.....	106
APÊNDICE 2 - ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA COM O RESPONSÁVEL (2005) DA ACIUBA (ETAPA 1).....	107
APÊNDICE 3 - ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA COM O RESPONSÁVEL (2007) DA ACIUBA (ETAPA 1).....	108
APÊNDICE 4 - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM OS EMPRESÁRIOS (ETAPA 2)	111
APÊNDICE 5 – CARTÕES DO JOGO ORÇAMENTÁRIO	117

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1: Relacionamento dos confeccionistas com o APL de Confecções de Ubá e Microrregião: visões dos grupos A e B (2008)	57
Quadro 2: Análise comparativa da percepção dos empresários dos grupos A e B quanto às metas do APL de Confecções de Ubá e Microrregião (2008)	72
Quadro 4: Análise comparativa da relação entre as famílias e o APL de Confecções de Ubá e Microrregião (2008)	95
Tabela 1: Adesão dos entrevistados às ações do APL (2005-2007)	53
Tabela 2: Taxa de crescimento do número de funcionários nos grupos A e B do APL de Confecções de Ubá e Microrregião (2005-2007)	61
Tabela 3: Concepção do grupo de empresários A com relação às melhorias na confecção após inserção no APL de Confecções de Ubá e Microrregião (2008)	66
Tabela 4: Concepção do grupo de empresários B com relação às melhorias na confecção após inserção no APL de Confecções de Ubá e Microrregião (2008)	69
Tabela 5: Perfil sociocultural dos entrevistados	74
Tabela 6: Caracterização das famílias dos entrevistados	75
Tabela 7: Consumo nas unidades familiares do grupo A do APL de Confecções de Ubá e Microrregião (2008)	86
Tabela 8: Consumo nas unidades familiares do grupo B do APL de Confecções de Ubá e Microrregião (2008)	88

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Localização dos APL's têxteis no Brasil	19
Figura 2: Distribuição percentual dos arranjos familiares brasileiros no período de 1997 a 2007	23
Figura 3: Distribuição das empresas na microrregião de Ubá	32
Figura 4: Atividades que os empresários gostariam de fazer junto com outras empresas	33
Figura 5: Logotipo e <i>slogan</i> do APL de Confecções de Ubá e Microrregião.....	45
Figura 6: Relacionamento dos empresários com seus concorrentes do APL de Confecções de Ubá e Microrregião (2005)	67
Figura 7: Diagrama da qualidade de vida segundo as famílias do APL de Confecções da microrregião de Ubá (2008)	91
Gráfico 1: Idade das empresas do APL de confecções da microrregião de Ubá (2008)	47
Gráfico 2: Número de funcionários das empresas do APL de confecções da microrregião de Ubá (2008)	48
Gráfico 3: Produção das empresas, APL de confecções da microrregião de Ubá (2008)	67
Gráfico 4: Motivos de adesão das empresas ao APL de confecções da microrregião de Ubá (2008)	51
Gráfico 5: Quantificação da produção nos grupos A e B do APL de confecções da microrregião de Ubá (2008)	60
Gráfico 6: Categorias de melhorias na confecção observadas pelos grupos de empresários A e B do APL de confecções da microrregião de Ubá (2008)	70

LISTA DE SIGLAS

ABIT – Associação Brasileira da Indústria Têxtil

AC – Análise do Conteúdo

ACIUBÁ – Associação Comercial e Industrial de Ubá

APL – Arranjo Produtivo Local

ASPL'S – Arranjos e Sistemas Produtivos Locais

CAD/CAM – *Computer Aided Desing e Computer Aided Manufacturing*

CETIQT – Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil

CC – Central de Compras

DESVPAD – Desvio-padrão

FENIT – Feira Internacional da Indústria Têxtil

FIEMG – Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais

GASPIL – Glossário de Arranjos e Sistemas Produtivos e Inovativos Locais

GREMI – *Group de Recherche Europeen Sur Les Milieux Innovateurs*

GTP/APL – Grupo de Trabalho Permanente em Arranjos Produtivos Locais

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia E Estatística

IDH – Índice de Desenvolvimento Humano

IE/UFRJ/REDESIST – Grupo de Economia da Inovação do Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

MCT/FINEP – Ministério da Ciência e Tecnologia (Financiadora de Estudos e Projetos)

MDIC – Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior

MPEs – Micro e Pequenas Empresas

MPMEs – Micro, Pequenas e Médias Empresas

PNAD – Pesquisa Nacional de Amostra Por Domicílios

PPA – Plano Plurianual de Ações do Governo Federal

POF – Pesquisa de Orçamentos Familiares

QT – Qualidade Total

QV – Qualidade de Vida

REDESIST – Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa

SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial

UD – Unidade Doméstica

UFV – Universidade Federal de Viçosa

RESUMO

TEIXEIRA, Débora Pires, M. Sc., Universidade Federal de Viçosa, novembro de 2009. **Os arranjos produtivos locais e seus reflexos na família de micro e pequenos confeccionistas de Ubá/MG e microrregião.** Orientadora: Tereza Angélica Bartolomeu. Coorientadoras: Maria das Dores Saraiva de Loreto e Viviani Silva Lírio

Os arranjos produtivos locais (APL's) têm se configurado como uma das principais políticas desenvolvimento local/regional brasileiras, por sua capacidade de gerar processos de evolução da sociedade, resultando em desenvolvimento econômico e social, inclusão e melhoria da qualidade de vida dos envolvidos. Neste estudo, objetivou-se analisar as repercussões dos APL's de confecções da microrregião de Ubá sobre as famílias dos empresários envolvidos. A pesquisa foi constituída de duas etapas: na primeira etapa, caracterizou-se o processo de fundação do APL, com avaliação dos primeiros três anos de funcionamento do arranjo (2005-2007). Foram entrevistados gestores do APL, uma amostra de 20 confeccionistas, que foi distribuída em dois grupos, de acordo com o grau de participação nas ações do arranjo (lista de presença): grupo A, com alto grau de participação e envolvimento com o APL; e grupo B (controle), com baixo grau de participação e envolvimento com o APL. Na segunda etapa, procurou-se conhecer o grau de envolvimento dos confeccionistas no APL, caracterizar as confecções e as famílias dos empresários e investigar os reflexos do APL nesses dois ambientes. De forma geral, a maioria das ações propostas pelo Plano de Ação em 2005 foi realizada até o ano de 2007. Os confeccionistas do grupo A apresentaram maior grau de envolvimento com o APL, com maior conhecimento do Plano de Ação, e estiveram mais presentes nas ações do arranjo em comparação aos do grupo B. As indústrias, em sua maioria, são micro ou pequenas empresas, existem em média há 15 anos, fabricam peças com base no "jeans" e têm produção voltada para consumidores adultos.

A participação dos confeccionistas no APL resultou em melhorias nas confecções, como: estrutura e *layout* das firmas; acesso a linhas de crédito; qualidade dos produtos, gestão de RH; finanças; capacitação dos funcionários, relacionamento com a rede de negócios e na eficiência energética. Os empresários do grupo A foram os que notaram maior número de melhorias em suas empresas. Na caracterização das famílias dos confeccionistas, a amostra classificou-se, predominantemente, como de modelo nuclear, ou seja, com chefia masculina; com 3,7 pessoas/domicílio, 1,9 filho/família e renda média familiar de 5.450 reais/mês. No grupo A, os reflexos do APL nas famílias foram maiores que no grupo B. Entre estes reflexos, destacam-se alterações no sistema de produção doméstico; permanência nos tempos de trabalho e familiar; distribuição do orçamento familiar; convívio com a família; e consumo e qualidade de vida. O grau de participação do confeccionista no APL reflete diretamente na no setor produtivo da confecção e na família dos confeccionistas.

ABSTRACT

TEIXEIRA, Débora Pires, M. Sc., Universidade Federal de Viçosa, November 2009. **Local productive arrangements (LPA) and their impact on the family of micro and small clothing workers from Ubá microregion.** Adviser: Tereza Angélica Bartolomeu. Co-advisers: Maria das D. Saraiva de Loreto and Viviani Silva Lírio

The local productive arrangements (LPA) became one of the main policies local and regional development in Brazil, due to their ability to create processes of evolution of society, and result in economic and social development, inclusion and better life quality of the involved people. This study aimed to analyze the impact of LPA clothing from Ubá microregion on the studied businessmen families. This research consisted of two phases: in the first one the LPA foundation process was characterized, with the evaluation of the first three years of the arrangement operation (2005-2007). LPA managers were interviewed, a sample of 20 clothing workers, which was divided into two groups according to the degree of participation in the arrangement actions (attendance): group A, with a high degree of participation and involvement with LPA; and group B (control), with low degree of participation and involvement with LPA. In the second phase, the goal was to know the degree of involvement of the clothing workers in the LPA, to characterize the clothing and the businessmen families and to investigate the LPA consequences on both environments. In general, most of the actions proposed by the Action Plan in 2005 was held until 2007. Clothing workers of group A showed higher level of involvement with LPA, with greater awareness of the Plan of Action, and were more present in the arrangement actions as compared to the group B. Most of the industries are micro or small businesses, averaged 15 years, manufacture parts based on the "jeans" and their production is targeted to adult consumers. The participation of clothing workers in LPA improved the clothing business, such as structure and layout of the firms, access to credit, product quality, HR management, finance, employee training, and relationship with the network business and energy efficiency.

Businessmen of group A observed greater improvement in their businesses. In the family clothing worker characterization, the sample was predominantly classified as a model nuclear family, with male heads, with 3.7 persons / home, 1.9 children per family and average monthly family income of R\$5,450. LPA impact on the families were higher in the group A, and the changes in the domestic production system; stay in the work and family times; family budget arrangement; living with the family; and life consumption and quality were the factors that stood out. The degree of participation of clothing worker in LAP is directly linked to the clothing productive sector and the clothing worker family.

INTRODUÇÃO

O mercado brasileiro da moda movimenta bilhões em faturamento anual, além de gerar grande número de empregos. De acordo com a Associação Brasileira da Indústria Têxtil (ABIT), o faturamento estimado da cadeia têxtil e de produção do vestuário, em 2007, foi de US\$ 34,6 bilhões, com cerca de US\$ 2,4 bilhões em exportações.

Em 2007, a indústria brasileira ocupava a sexta posição no *ranking* mundial de produtores têxteis e confeccionados. A produção têxtil registrou crescimento de 3,49% em 2007 – em 2006 foi de apenas 1,54% –, representando 17,5% do Produto Interno Bruto (PIB) da Indústria de Transformação e cerca de 3,5% do PIB total brasileiro. Além disso, a Cadeia Têxtil e de Confeção Brasileira (CTCB) é um dos principais geradores do primeiro emprego no país e aplica mão-de-obra feminina em 75% de suas atividades.

No Brasil, essa cadeia apresenta ainda mais algumas particularidades. Na visão de Fleury *et al.* (2007), no Brasil, encontram-se todos os elos da cadeia, desde a produção de fibras, inclusive as naturais, até a fabricação de artigos confeccionados, o que não é comum em países em desenvolvimento. Outra especificidade é sua forte heterogeneidade, tendo em vista a coexistência de grandes empresas integradas, com grande número de pequenas e médias empresas que atuam em nichos de mercados não ocupados pelas empresas de grande porte.

A indústria de confecções, integrante do complexo, situa-se em penúltimo lugar na cadeia de transformação têxtil e representa o “elo” onde mais se concentram pequenos e médios empreendimentos. Além disso, a maioria destas confecções é representada por empresas financeiramente vulneráveis e, em sua grande parte, informais (CUNHA, 2006). O grande número de pequenos negócios está relacionado ao baixo investimento para abertura da empresa de confecção e ao fato de a técnica de produção (costura) ser amplamente difundida.

Adicionalmente, a taxa de falência das micro e pequenas empresas do Brasil é elevada. Muitos micro e pequenos empreendimentos surgem de um sonho antigo ou de um *hobby* do empresário, que inicia suas atividades sem planejamento, com reduzida pesquisa de mercado e pouca ou nenhuma experiência com os processos de gestão empresarial, entre outros (FLEURY *et al.*, 2007). Com a forte concorrência das grandes empresas nacionais e internacionais, a pequena empresa, quando pautada no amadorismo, não sobrevive por muito tempo. Inclusive, em alguns setores da economia, as micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) não conseguem, isoladamente, reunir atributos suficientes para concorrer com as grandes empresas.

Estudos em países em desenvolvimento comprovam, no entanto, que, para melhorar os níveis de concorrência entre as grandes empresas e as MPMEs, é preferível que as empresas se estabeleçam dentro de redes de firmas a se manterem de forma isolada (LA ROVERE e CARVALHO, 2005; AMARAL FILHO, 2002). Os autores afirmam que as redes de firmas e as alianças estratégicas permitem o estabelecimento de laços de cooperação que possibilitam às empresas, principalmente as MPMEs, maior acesso às informações e ao conhecimento tão importantes na “Era da Informação”. Dessa forma, muitas MPMEs têm buscado soluções locais e se organizado em Arranjos Produtivos Locais (APL). As aglomerações em APL têm sido apontadas no entanto, por muitos como uma possibilidade de inovações coletivas e maior desenvolvimento regional.

Neste sentido, a aglomeração em APL tem sido uma ótima opção para o setor de confecção. Um dos motivos é que o conceito de APL’s está intimamente ligado ao conceito de inovação, fator determinante para o sucesso dos empreendimentos do mundo da moda.

1.1. O problema e sua importância

Historicamente, tende-se a pensar em desenvolvimento local apenas como objetivo de geração de renda. Contudo, com o passar dos anos, tem sido evidenciado que não basta conquistar o desenvolvimento econômico se ele não vier acompanhado de desenvolvimento social e cultural e ambientalmente sustentável (MARTIELLI, 2003).

É exatamente por isso que os APL’s têm assumido uma dimensão importante quando se trata de inclusão social, visto que esses arranjos, dentro de uma abordagem sistêmica de desenvolvimento regional, visam à melhoria da qualidade de vida de todos os envolvidos nesse processo. Os APL’s brasileiros, em sua maioria, confundem-se com a localidade onde estão inseridos, ou seja, fazem parte da identidade desses territórios. Portanto, seu desenvolvimento implica desenvolvimento da comunidade, de forma ampla (SEBRAE, 2004).

Isso ocorre porque a filosofia dos APL's pauta-se no desenvolvimento social dos integrantes locais, no respeito à cultura e ao meio ambiente, o que traduz o objetivo final das propostas de desenvolvimento endógeno, ou seja, de assegurar e melhorar a qualidade da população local. Segundo Ferreira (2003), se não existe melhoria na qualidade de vida das famílias integrantes desses arranjos é porque o projeto de desenvolvimento regional está incompleto.

Neste contexto, buscou-se com esta pesquisa problematizar o envolvimento de empresários em APL's e relacionar os reflexos desse envolvimento na família desses empresários, de modo a responder aos seguintes questionamentos: A inserção de empresários em APL's pode ocasionar mudanças sócio-econômicas em suas famílias? Em que sentido a família desses empresários sofre alterações decorrentes da implantação dos APL's? Partiu-se do pressuposto de que, se as confecções são a base econômica e geradora de renda da família desses microempresários, sua organização em arranjos produtivos com vistas a ampliar seus negócios tem repercussão em suas famílias.

Considera-se que os resultados dessa investigação contribuirão para orientar futuras ações dos envolvidos no arranjo à continuidade dos projetos que tenham promovido impactos positivos e subsidiar o redirecionamento de suas ações no caso de inexistência ou insignificância de efeitos na economia das famílias envolvidas. Essa pesquisa poderá, ainda, suscitar a discussão em torno da efetividade das metas e propostas dos APL's e, com isso, servir como base para futuras investigações.

1.2. Justificativa

A fim de construir o “estado da arte” dos Arranjos Produtivos Locais de confecções no Brasil, foram feitas pesquisas sobre o tema, além de serem apresentados, de forma sucinta, alguns estudos científicos publicados até o momento.

Castro e Brito (2004), com objetivo de construir um perfil dos APL's, de sua origem até a inserção das confecções no APL, desenvolveram um trabalho de caracterização de dois Arranjos Produtivos Locais de Confecções do Vestuário: um em Goiânia e o outro em Jaraguá, Mato Grosso. Essa caracterização incluiu o número de empregos gerados, de pessoas envolvidas e de peças produzidas, o faturamento e a classificação das empresas, o escoamento da produção e os principais canais de distribuição, bem como as dificuldades enfrentadas pelos empresários, entre outras informações.

Em pesquisa acerca do “Corredor da Moda” no eixo norte e noroeste do estado Paraná, umas das principais regiões produtoras de *jeans* do Brasil, Câmara *et al.* (2006) caracterizaram os APL's de confecção do vestuário nas cidades de Apucarana, Cianorte,

Maringá e Londrina e investigaram, além dos itens estudados por Castro e Brito (2004), o nível de interação entre as firmas, de governança e de especialização, com a caracterização do entorno do APL, entre outras informações que configuram a existência de relações entre firmas características de APL's.

Peixoto (2005), por sua vez, analisou o Arranjo Produtivo de Moda da praia de Cabo Frio, Rio de Janeiro, e apresentou dados referentes ao tamanho das confecções, às relações de ~~(in)~~ formalidade, ao número e sexo de empregados, à estrutura ambiental e localidade das empresas, aos determinantes de concorrência, às formas de aprendizado, à existência de fatores inovativos e de cooperação empresarial, política de importação, entre outros.

Em estudo sobre o APL têxtil e de confecções de Campina Grande, Paraíba, Moutinho e Campos (2007) detalharam o histórico das atividades do setor têxtil e de confecção da região e enfocaram, também, a capacidade associativa dos confeccionistas locais, a interação entre firmas, o crescimento do capital social local, a inovação tecnológica (algodão colorido), a criação do “Consórcio Natural Fashion” e da marca “Natural Fashion”, identificando a presença de redes de apoio e instituições de fomento. De acordo com esses autores, a cadeia têxtil, existente há 20 anos, tem logrado êxito mesmo em condições de concorrência tão adversas como as trazidas pela globalização econômica. Na região, o APL representa ainda a possibilidade de desenvolvimento sustentável, mesmo que incipiente, levando à superação de barreiras mercadológicas e tecnológicas.

Ainda na Região Nordeste, Teixeira e Nascimento Filho (2007) realizaram a caracterização dos arranjos produtivos locais do estado da Bahia e identificaram, entre os principais, ovinocaprinocultura, apicultura, floricultura, fruticultura, sisal, turismo e o pólo de confecções. Segundo os autores, o APL de confecções possui um projeto de ação comunitária que visa unir moda a artesanato, criando roupas e acessórios. Esse APL tem aberto novos mercados e aumentado a produtividade das empresas da região, tornando-se essencial para as pequenas unidades produtoras alcançarem os níveis de competitividade desejados. Neste sentido, têm surgido novas fontes de emprego e renda, por meio do crescimento do capital social, do aumento da capacidade inovadora e do acesso a linhas de crédito e financiamento.

Alves e Arrazola (2007) enfocaram em seu estudo a organização do pólo de confecção do Agreste Pernambucano e o APL de Toritama, Pernambuco. Esse APL visa promover o desenvolvimento econômico da região, gerando emprego e renda para a população, e já vem experimentando sucesso, já que os trabalhadores que estavam fora do mercado formal de trabalho passaram a ter, na produção do vestuário, uma alternativa viável de trabalho, mesmo que muitas destas sejam confecções domésticas e/ou informais. O

aumento do número de confecções domésticas, segundo os autores, fez surgir um espaço que contribui para a reelaboração de identidades sociais, sobretudo nas relações de gênero. Os pesquisadores destacaram ainda que houve um contínuo crescimento do PIB da cidade e da renda da população local.

Esses trabalhos evidenciam consenso sobre a efetividade dos APL's como promotores do desenvolvimento sustentável, justificando as ações do governo federal para priorizar a abordagem dos arranjos produtivos como principal política de desenvolvimento industrial e regional.

Os estudos sobre arranjos e sistemas produtivos locais têm focado, prioritariamente, o papel dos APL's no desenvolvimento local e sua interfaces com as micro e pequenas empresas. No entanto, percebe-se que as famílias inseridas nestas dinâmicas não foram contextualizadas em nenhuma destas pesquisas. Não há, por exemplo, evidências de que os APL's tenham contribuído para aumentar o poder de compra dos envolvidos ou tenham propiciado melhoria das condições de vida dessas unidades familiares.

Assim, é evidente a carência de estudos que abordem o desenvolvimento local e verifiquem suas implicações nas famílias dos empresários do APL, além da correlação com inserção das confecções neste arranjo, o que justifica a realização de pesquisas que complementem os dados e preencham a lacuna já observada por Bott (1976, p.27) de que *“existem poucos estudos sobre a maneira pela qual as famílias interagem com as pessoas alheias e com as instituições de sua rede”*.

Como objeto de estudo, optou-se pelo arranjo, em razão do grande potencial produtivo das confecções e da relevância dessas empresas para a economia regional, já que a microrregião de Ubá conta com uma história marcada pelo empreendedorismo.

De acordo com Silva (2005), em 1960, a cidade de Ubá já possuía uma grande empresa no setor têxtil, a Wembley Roupas S/A, que obteve destaque em todo o Brasil, gerando uma série de outros investimentos no estado de Minas Gerais, além de movimentar negócios em outros países. No início do século XXI, a indústria de confecção de vestuário ubaense continuou a se desenvolver, gerando renda e postos de trabalho, buscando a diferenciação de sua marca, a partir da organização em um Arranjo Produtivo Local.

Como sujeitos do estudo, optou-se por trabalhar com micro e pequenos empresários, pelo fato de que as MPME são responsáveis por um significativo número de empregos e de renda no Brasil, representando um dos pilares econômicos e sociais do País. Dessa forma, à medida que os microempreendimentos se desenvolvem de maneira sustentada e endógena, o entorno sofre influência desse processo, atingindo de forma sistêmica toda a sociedade.

Neste contexto, pressupõe-se que o estudo em questão pode contribuir para ampliar o conhecimento acerca da repercussão dos APL's nas famílias e, ao mesmo tempo, subsidiar as políticas e ações relativas aos arranjos produtivos e ao desenvolvimento local.

1.3. Objetivos

Objetivo geral: Examinar as repercussões do APL de Confecções de Ubá e Microrregião nas famílias dos confeccionistas envolvidos.

Objetivos específicos:

- Analisar o nível de consecução das metas e propostas do primeiro projeto estruturador do APL (2005-2007);
- Caracterizar a organização das confecções investigadas;
- Verificar a ocorrência de alterações e melhorias nas confecções investigadas;
- Caracterizar sócio e economicamente o confeccionista e sua família;
- Verificar a ocorrência de alterações na família dos empresários das confecções estudadas.

CAPÍTULO II – REVISÃO DE LITERATURA

A revisão de literatura centrou-se em referências teóricas conceituais sobre o histórico de redes de firmas, os conceitos e as características dos Arranjos Produtivos Locais (APL's), a família e administração dos recursos familiares. Para isso, foram realizadas discussões teóricas, apropriando-se das concepções de: Michael Porter (1989), Marco Aurélio Crocco e colaboradores (2003), Wilson Suzigan (2005, 2006 e 2007), Helena M. M. Lastres (2005), José E. Cassiolato (2005), Bordieu (1993), Prado (1983), Goldani (2002), Loreto (2007) e Teixeira (2005), entre outros.

2.1. Contextualização dos APL's no Brasil

No Brasil, até o ano de 2007, foram identificados mais de 900 APL's, a maioria estabelecida nos anos de 1970 a 1980, em meio à crise do modelo fordista, à crise fiscal brasileira e de empregos. Nesse período, muitas pessoas, mesmo não contando com financiamento ou formação adequada, vislumbraram organização em pequenas unidades, a grande maioria estritamente familiares, como alternativa para se desenvolver e aproveitar as potencialidades do seu entorno. Assim, a grande especialização regional, que conhecemos atualmente, consolidou-se antes mesmo de ser alvo das políticas de desenvolvimento (SEBRAE, 2004).

Segundo Lastres e Cassiolato (2005), no surgimento dos APL's, onde houver produção de qualquer bem ou serviço, há sempre um arranjo em torno dessa produção, que envolve atividades e trabalhadores na aquisição de matérias-primas, máquinas e insumos, além de outros. Esses arranjos variarão desde aqueles mais rudimentares aos mais complexos e articulados (sistemas). Além disso, a formação de arranjos e sistemas produtivos locais

geralmente está associada a trajetórias históricas de construção de identidades e de formação de vínculos territoriais (regionais e locais), a partir de uma base social, cultural, política e econômica comum.

Entre as políticas brasileiras de incentivo e apoio aos APL, no ano de 2004, a Portaria Interministerial número 200, de 3 de agosto, passou a determinar uma ação mais ampla, conjunta, entre os Ministérios de Estado do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior; do Planejamento, Orçamento e Gestão; da Ciência e Tecnologia; e da Integração Nacional, visando instituir o Grupo de Trabalho Permanente em Arranjo Produtivo Local (GTP-APL), com a atribuição de elaborar e propor diretrizes gerais para atuação coordenada do governo federal no apoio e na orientação aos APL em todo o território nacional (BORIN, 2006).

Em 2004, os APL foram inseridos pelo Ministério do Desenvolvimento e do Comércio Exterior numa política industrial que funcionou como um dos eixos centrais direcionando às estratégias de desenvolvimento brasileiro: Plano Plurianual de Ações do Governo Federal (PPA), que vigorou entre 2004 e 2007 (BARBOSA, 2004).

2.2. Histórico das redes de firmas

Os exemplos virtuosos de configurações produtivas, consolidadas pelas vantagens de aglomeração, da interação e da eficiência coletiva de empresas, surgiram na Europa. O modelo do desenvolvimento materializado nas regiões central e nordeste da Itália a partir das décadas de 1950 e 1960 tem despertado interesse em muitos estudiosos e formuladores de políticas públicas em todo o mundo (CAMPOS *et al.*, 2005).

Neste cenário, um dos primeiros estudos a explicar por que as empresas se concentram em determinado local foi realizado por Alfred Marshall sobre economias locais na Grã-Bretanha, no início do Século XX (CARVALHO, 2006).

2.2.1. Os distritos industriais Marshallianos

A literatura recente sobre distritos industriais focalizou, inicialmente, casos na chamada Terceira Itália (centro e nordeste italiano) e, posteriormente, em outros países europeus e nos EUA.

Conforme Carvalho (2006) e Borin (2006), a literatura sobre distritos industriais foi iniciada com a contribuição clássica de Alfred Marshall, em 1890, que descreveu as redes

industriais como áreas localizadas em vários pontos da Europa, onde conjuntos de pequenas e médias empresas especializadas produzem determinados bens. Fatores como localização, territorialidade, transbordamentos de conhecimento a partir da proximidade locacional e os rendimentos crescentes que resultam do conhecimento compartilhado foram os de maior destaque apresentados por Marshall (HADAAD, 2004).

De acordo com Lastres e Cassiolato (2005, p.25), distritos industriais marshallianos são marcados por “alto grau de especialização e forte divisão de trabalho; acesso à mão-de-obra qualificada; existência de fornecedores locais de insumos e bens intermediários; sistemas de comercialização e de troca de informações entre os atores”. Neste sentido, pode-se afirmar que a organização dessas aglomerações permitem às empresas, particularmente as pequenas, obter ganhos de escala, reduzindo custos e gerando economias externas significativas.

2.2.2. Cluster

Michel E. Porter foi um dos autores na ênfase à formação particular das redes de firmas, introduzindo o conceito de *cluster*. Segundo Porter (1989), o desenvolvimento de processos e produtos tecnológicos mais avançados, eventualmente inovadores, é um dos principais pilares para uma empresa obter vantagens competitivas no atual cenário econômico, respondendo às contínuas mudanças impostas pelo mercado. Assim, é importante que as empresas busquem condições de gerar inovação e uma das alternativas são as aglomerações regionais. De acordo com o mesmo autor, *cluster* são:

Um agrupamento geograficamente concentrado de empresas inter-relacionadas de determinado setor e instituições correlatas, vinculadas por elementos comuns e complementares, que podem assumir diversas formas, dependendo de sua profundidade e sofisticação, mas a maioria inclui empresas de produtos ou serviços finais, fornecedores de insumos especializados, componentes, equipamentos e serviços, instituições financeiras e empresas em setores correlatos. Os aglomerados geralmente também incluem empresas em setores a jusante (distribuidores ou clientes), fabricantes de produtos complementares, fornecedores de infra-estrutura especializada, instituições governamentais e outras, dedicadas ao treinamento especializado, educação, informação, pesquisa e suporte técnico (como universidades, centros de altos estudos e prestadores de serviços de treinamento vocacional), e agências de normatização. Finalmente, muitos aglomerados incluem associações comerciais e outras entidades associativas do setor privado, que apóiam seus participantes (PORTER, 1998, p.78).

Em outras palavras, *cluster* são concentrações geográficas de empresas que partilham, além da infraestrutura, o mercado de trabalho especializado e confrontam-se com oportunidades e ameaças comuns (OLIVEIRA e TORKOMIAN, 2005). De acordo com Borin

(2006), a análise de *clusters* de empresas prioriza o estudo da sua estrutura, incluindo, por exemplo, o tamanho de seus membros, as articulações entre eles, os padrões de especialização, a concorrência e as vantagens competitivas que podem ser criadas a partir da estruturação dessa modalidade de aglomeração.

Lastres e Cassiolato (2005) apresentam o conceito de *cluster* seguindo três principais correntes: Krugman, Porter e Schmitz.

Na primeira abordagem, de Krugman, o termo *cluster* associa-se à tradição anglo-americana e, genericamente, refere-se a aglomerados de empresas que desenvolvem atividades similares. Na segunda abordagem, representada por Porter, enfatiza-se a importância de cinco fatores para a competitividade (rivalidade entre empresas e condições de entrada de concorrentes; papel de fornecedores de equipamentos e outros insumos; ameaça de produtos substitutos; importância dos fatores de produção; e condições da demanda). O aspecto de rivalidade (concorrência) entre empresas como estimulador da competitividade foi mais enfatizado por esse autor que os processos de cooperação, aprendizado e capacitação. Já Schmitz, representante da terceira abordagem, definiu *clusters* como concentrações geográficas e setoriais de empresas e introduziu a noção de eficiência coletiva, que descreve os ganhos competitivos associados à interação entre empresas em nível local, além de outras vantagens derivadas da aglomeração.

Algumas das abordagens sobre *cluster*, conforme Lastres e Cassiolato (2005), reconhecem a importância da tecnologia e da inovação, que são vistas, porém, de maneira simplificada, por exemplo, como mera aquisição de equipamentos.

2.2.3. Milieu inovador (ambiente inovador)

O *Milieu inovador* é um conceito criado por iniciativa do *Group de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs* (GREMI), que pode ser definido como:

“Local ou a complexa rede de relações sociais em uma área geográfica limitada que intensifica a capacidade inovativa local através de processo de aprendizado sinérgico e coletivo. Consideram-se não apenas as relações econômicas, mas também sociais, culturais e psicológicas” (LASTRES e CASSIOLATO, 2005, p.18).

O *milieu inovador* é descrito como um conjunto de elementos materiais (firmas, infraestrutura), imateriais (conhecimento) e institucionais (regras e arcabouço legal) que compõem uma complexa rede de relações voltada para a inovação. A firma não é considerada um agente isolado no processo de inovação, mas parte de um ambiente com capacidade inovadora. Este conjunto de elementos e relacionamentos é representado por vínculos entre firmas, clientes,

organizações de pesquisa, sistema educacional e demais autoridades locais que interagem de forma cooperativa. Nessa abordagem, o enfoque é a interação entre firmas e a proximidade espacial é vista favorecendo fundamentalmente a troca de informações, a similaridade de atitudes culturais e psicológicas, a frequência de contatos interpessoais e a cooperação, a capacidade inovativa, a mobilidade e a flexibilidade (LASTRES e CASSIOLATO, 2005).

A principal característica do ambiente inovador é interdependência e os laços de cooperação, que levam ao desenvolvimento de inovações. Isso porque a cooperação resulta na capacidade de transformar o conhecimento tácito, desenvolvido internamente nas empresas de um local, em vantagem competitiva para as empresas deste local (ALBAGLI, 1999).

Em síntese, a primeira abordagem (distritos marshallianos) enfoca a concentração geográfica e setorial de empresas (micro e pequenas empresas); a concentração de mão-de-obra especializada e presença de elevada divisão de trabalho, em que as firmas frequentemente se especializam em etapas do processo produtivo; a coexistência de uma rede de negócios incluindo fornecedores, fabricantes e consumidores; a participação do governo local e outras instituições de apoio e a presença de externalidades tecnológicas positivas¹; favorecendo assim, o surgimento de um ambiente inovador.

Por outro lado, o desenvolvimento local baseado na abordagem dos *clusters* enfatiza principalmente o estudo da estrutura dos aglomerados produtivos, investigando o tamanho de seus membros, as articulações entre eles; da geração de conhecimento e inovação que surgem das relações entre agentes locais na conquista de vantagens competitivas; além das concentrações de habilidades e conhecimentos altamente especializados em um mesmo território; da existência da rivalidade entre empresas concorrentes; e da presença de atividades correlacionadas, entre outros.

Já a abordagem dos ambientes inovativos (*millieu inovativo*), como o próprio nome indica, foca-se na importância do ambiente local favorecendo o dinamismo tecnológico das aglomerações de empresas. Nesta perspectiva, os atores sociais se interagem de forma cooperativa, criando no local condições para o desenvolvimento de processos inovativos.

No entanto, no desenvolvimento local pautado na cooperação e integração entre firmas, o foco de análise não está centrado nas empresas individuais localizadas em mesmo território, mas sobretudo nas relações que estas empresas estabelecem entre si e com as instituições de apoio. Na visão de Casarotto (2002), a macrorrede formada e os mecanismos de integração são fruto de um planejamento territorial mais abrangente que a simples análise

¹ Difusão rápida do conhecimento para a região, como um todo, devido a internalização do processo tecnológico de algumas empresas concentradas numa região produtiva.

da cadeia produtiva ou análise do *cluster*. Neste sentido, enquanto a abordagem da análise do *cluster* busca melhorar sua competitividade, a abordagem do desenvolvimento local, dos arranjos e sistemas produtivos locais busca a qualidade de vida na região, como serão apresentadas nos próximos tópicos.

2.2.4. Arranjos Produtivos Locais (APL)

Na literatura nacional, o conceito de aglomerações refere-se às associações entre empresas que podem gerar vantagem competitiva. Entre os autores que dissertam sobre APL no Brasil, destacam-se Cassiolato e Lastres, pesquisadores de grande importância para a construção do significado de redes empresarias no Brasil, integrando o grupo de pesquisadores de Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais (REDESIST)².

Teixeira *et al.* (2006) ressaltam que da REDESIST participam diversas universidades e institutos de pesquisa do Brasil e do exterior, promovendo importantes estudos sobre o papel dos Arranjos e Sistemas Produtivos Locais (ASPL) na construção do processo de desenvolvimento econômico. A REDESIST desenvolveu, em 2003, a primeira versão do Glossário de Arranjos e Sistemas Produtivos e Inovativos Locais (GASPIL), com todas as informações básicas sobre APL, entre outros aspectos relevantes sobre redes de firmas e sistemas inovativos.

Cassiolato e Lastres, assim como Porter, acreditam também que os aglomerados são fontes de vantagem competitivas e influenciam no desempenho da empresa em comparação ao modelo individual (CARVALHO, 2006).

2.3. Conceituação dos APL

Os aglomerados de empresas em uma região, em torno de uma área de negócio, recebem, entre outras, as seguintes denominações: distrito industrial, sistemas produtivos locais, arranjos produtivos locais e *clusters* (MARTELETO e SILVA, 2004). Apesar das distinções entre elas, todas as denominações descrevem estratégias de cooperação entre empresas, como forma de obter vantagem competitiva em seu ambiente (CARVALHO, 2006).

² REDESIST é uma rede de pesquisa de caráter interdisciplinar, formalizada desde 1997, sediada no Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, sendo o principal órgão responsável pela literatura científica brasileira sobre APL's (TEIXEIRA *et al.*, 2006).

Nesta mesma visão, Borin (2006) enfatiza que, independentemente da nomenclatura, o que deve ser destacado nessas aglomerações são os elementos estruturantes e comuns ao desenvolvimento de um arranjo produtivo, como a coordenação institucional, a cooperação, a aprendizagem, a inovação, a competitividade e o território (BORIN, 2006).

Ainda nesta perspectiva, Lastres e Cassiolato (2003) destacaram que é possível incluir os tipos de aglomerados, desde que haja algum tipo de especialização produtiva da região em que se localizam. “*Os APL’s são aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais – com foco em um conjunto específico de atividades econômicas – que apresentam vínculos mesmo que incipientes*” (LASTRES e CASSIOLATO, 2005, p.3).

Os APL’s são um tipo específico de *cluster*, composto de pequenas e médias empresas, agrupadas em torno de uma profissão ou de um negócio, onde se destaca o papel desempenhado pelos relacionamentos – entre empresas e demais instituições envolvidas. As empresas ou unidades produtoras compartilham uma cultura comum e interagem, como um grupo, com o ambiente sociocultural local (TEIXEIRA e NASCIMENTO FILHO, 2007).

Pode-se considerar, então, que os APL’s são arranjos de firmas (micro, média e pequenas empresas) caracterizados pela proximidade local, especialização produtiva, e pelos laços de confiança e cooperação. São formados com os objetivos de reduzir desequilíbrios regionais e má-distribuição de renda, originar oportunidades de emprego e renda, promover o desenvolvimento econômico local sustentável e gerar competitividade para as empresas locais. Além destas, existem outras características-chave que conformam esses arranjos e que serão discutidas a seguir.

2.4. Principais características dos APL’s

Entre as principais características dos Arranjos e Sistemas Produtivos Locais (ASPIL’s), contidas no GASPIL/ REDESIST (2005), estão: dimensão territorial; diversidade de atividades e atores econômicos, políticos e sociais; conhecimento tácito; inovação e aprendizado interativos; governança; e grau de enraizamento.

2.4.1. Diversidade de atividades e atores econômicos, políticos e sociais

Conforme mencionado anteriormente, as redes de firmas, arranjos e sistemas produtivos são marcadas pela formação de redes sociais entre os atores locais e pela participação de instituições de apoio. Na visão de Lastres e Cassiolato (2005), os APL’s

geralmente envolvem a participação e a interação, não apenas de empresas e suas variadas formas de representação e associação, como também de diversas outras organizações públicas e privadas voltadas para: formação e capacitação de recursos humanos; pesquisa, desenvolvimento e engenharia; política, promoção e financiamento. Ao lado das empresas, são também protagonistas dessas formas organizacionais outros atores locais, como governos, associações e instituições de financiamento, ensino, formação, pesquisa e outras atividades correlatas (AMORIN *et al.*, 2006).

De acordo com Cassarotto (2002), um aglomerado de empresas só atende seus fins se tiver estruturado com atores locais, agências de fomento, empresas privadas, bancos, associações, instituições de apoio, entre outros.

2.4.2. Conhecimento tácito

Conhecimento tácito refere-se àqueles conhecimentos não-codificados, mas implícitos e incorporados em indivíduos, organizações e até regiões. Apresenta forte especificidade local e decorre da proximidade territorial e/ou de identidades culturais, sociais e empresariais, o que facilita sua circulação em organizações ou contextos geográficos específicos, mas dificulta, e até mesmo impede, seu acesso por atores externos a esses contextos, tornando-se, portanto, vantagem competitiva de quem o detém (LASTRES e CASSIOLATO, 2003).

A importância da concentração territorial para a transmissão do conhecimento está no custo de transmissão, especialmente o conhecimento tácito, que aumenta com a distância (SUZIGAN *et al.*, 2006). Esse tipo de conhecimento é mais bem transmitido por meio de contatos interpessoais, frequentes interações e pela mobilidade de trabalhadores entre empresas. Daí a vantagem de configurações produtivas geograficamente concentradas, como os *clusters*.

2.4.3. Inovação e aprendizado interativo-

A inovação é quesito primordial para a sobrevivência e o crescimento sustentável das MPE's. O interesse comum em uma atividade, juntamente com a intensidade das dedicações dos atores envolvidos, tende a criar estímulos propícios à geração de ambiente inovador, fator determinante à criação de diferenciais competitivos (SEBRAE, 2004).

A relação entre geografia e inovação foi comprovada empiricamente por vários autores, os quais afirmam que a presença de indústrias correlatas tem maior relevância para as

atividades de inovação e indica a importância das redes regionais. O fundamento comum às várias abordagens é a percepção de que a proximidade geográfica facilita a transmissão de novos conhecimentos, que se caracterizam como complexos, de natureza tácita e específicos a certas atividades e sistemas de produção e inovação (SUZIGAN *et al.*, 2006).

De acordo com Lastres e Cassiolato (2005), o aprendizado é fundamental para a transmissão de conhecimentos e inovação. A capacitação inovativa possibilita a introdução de novos produtos, processos, métodos e formatos organizacionais. Neste sentido, Suzigan *et al.* (2005) pontuaram os diversos ativos socioculturais e recursos intangíveis, como conhecimento tácito, presentes nestas aglomerações, que são indispensáveis para o aprendizado de capacidades inovativas; porém, esses ativos não podem ser codificados ou transmitidos à distância. São difundidos por meio de contato pessoal, mobilidade de trabalhadores, qualificação da força de trabalho, existência de fornecedores especializados, confiança mútua e vocabulários específicos, que somente as proximidades geográfica e cultural proporcionam.

A ação conjunta de empresas e outros agentes localizados também favorece a geração de inovações, levando à criação de diferentes tipos de instituições de ensino, pesquisa e prestação de serviços que melhoram as capacitações técnicas, tecnológicas e inovativas de cada empresa e aumentam a capacidade de inovação do sistema e as externalidades positivas locais (SUZIGAN *et al.*, 2005).

Em suma, a rede, do ponto de vista do modelo endógeno, facilita a pesquisa e a seleção de informações acerca de tecnologias e mercados, principalmente devido ao intercâmbio informal mantido entre as empresas, o que leva a um processo de aprendizagem da qual participam os que tomam as decisões, os técnicos, os trabalhadores das empresas e da própria localidade, iniciando um processo informal de coordenação das decisões por meio dos vínculos de caráter pessoal (VAQUÉZ-BARQUERO, 2000).

2.4.4. Governança

Em aglomerações produtivas, a governança são os modos de coordenação entre os atores e as atividades, que envolvem da produção à distribuição de bens e serviços, assim como o processo de geração, uso e disseminação de conhecimentos e de inovações (LASTRES e CASSIOLATO, 2003).

Na visão de Suzigan *et al.* (2007, p.425), entende-se por governança em arranjos ou sistemas produtivos locais:

“A capacidade de comando ou coordenação que certos agentes (empresas, instituições, ou mesmo um agente coordenador) exercem sobre as inter-relações produtivas, comerciais, tecnológicas e outras, influenciando decisivamente o desenvolvimento do sistema ou arranjo local”.

Ainda, segundo estes autores, a governança é um dos aspectos mais complexos entre os que caracterizam a dimensão espacial das atividades produtivas e inovativas. Não existe fórmulas para a governança de APL's, pois cada APL apresenta suas especificidades e a governança deve se basear nelas. No entanto, a governança em APL's só se faz presente quando os agentes locais procuram ir além do aproveitamento das vantagens competitivas locais decorrentes de economias externas de aglomeração e tentam tomar iniciativas coletivas ou desenvolver ações conjuntas (centrais de compras de matérias-primas, consórcios de exportação, centros tecnológicos de uso coletivo, criação de instituições de ensino e formação profissional, criação de marca de denominação local, desenvolvimento de redes ou sistemas próprios de distribuição), estreitando suas interdependências para alcançar a eficiência coletiva (SUZIGAN *et al.*, 2007).

2.4.5. Cooperação e capital social

A cooperação, segundo La Rovere e Carvalho (2005), pode ser entendida como um processo em que os agentes (empresas e instituições) desenvolvem projetos em conjunto. Em aglomerados, a cooperação remete-se ao fato de as empresas constituintes abolirem a visão de concorrência interna em prol do coletivo. A existência de um sistema de cooperação interempresarial auxilia na superação das limitações, no crescimento, no aumento da competitividade e na geração de novas fontes de renda e emprego (AMORIN *et al.*, 2004). Neste caso, o foco de análise deve ser centrado, sobretudo, nas relações entre as firmas e entre essas instituições que interagem entre si num determinado espaço geográfico.

De acordo com Lastres e Cassiolato (2005), existem diferentes tipos de cooperação em APL's, incluindo a cooperação produtiva, que visa à obtenção de economias de escala e de escopo, bem como a melhoria dos índices de qualidade e produtividade; e a cooperação inovativa, que resulta na diminuição de riscos, custos, tempo e, principalmente, no aprendizado interativo, dinamizando o potencial inovativo do arranjo produtivo local. Segundo La Roere e Carvalho (2005), isso ocorre porque, uma vez que as firmas dos aglomerados estão próximas umas das outras, seus empresários provavelmente já se conhecem e têm uma formação cultural comum.

Neste sentido, a cooperação entre as empresas é fundamental para a superação dos limites ao desempenho competitivo relacionados ao tamanho dessas empresas. Entre esses limites, os mais comuns são: uso de máquinas obsoletas, administração inadequada e dificuldades de comercialização dos produtos em novos mercados (LA ROVERE e CARVALHO, 2005). No entanto, a existência de laços de cooperação entre empresas próximas está longe de ser automática. Muitas aglomerações produtivas caracterizam-se por uma limitada divisão do trabalho entre empresas e por relações exclusivamente concorrenciais e, às vezes, predatórias.

Ainda segundo La Rovere e Carvalho (2005), a cooperação é também relevante enquanto alicerce do capital social de uma região, visto que o capital social se desenvolve à medida em que as empresas de um local vão formando parcerias com clientes, fornecedores, outras empresas do setor e instituições de pesquisa.

O capital social é um termo usado para fazer referência a um conjunto de normas sociais que afetam os níveis de confiança, interação e aprendizado em determinado sistema social. Sua função principal é propiciar relações de cooperação, que favorecem o aprendizado interativo, bem como a construção e transmissão do conhecimento tácito. Facilita, portanto, ações coletivas geradoras de arranjos produtivos articulados (LASTRES e CASSIOLATO, 2005).

Marteletto e Silva (2004, p.42) definem capital social, como o “conjunto de normas, valores, instituições e relacionamentos compartilhados que permitem a cooperação dentro ou entre os diferentes grupos sociais. Dessa forma, são dependentes da interação entre, pelo menos, dois indivíduos”. Assim, o fortalecimento do capital social está condicionado à criação de uma rede de cooperação entre atores e instituições (Amorin *et al.*, 2006). Ou seja, quando as ações deixam de ser individualizadas e se tornam mais coletivas, torna-se necessária a constituição de uma força de coordenação das ações para garantir a formação de sinergias que possam garantir o alcance dos objetivos estabelecidos.

Marteletto e Silva (204) destacam ainda que em comunidades a situação ideal é que o seu capital social seja dividido entre três formas de redes sociais, uma vez que cada uma delas responde por aspectos importantes para o sucesso da comunidade, que são: i) confiança e comprometimento; ii) ampliação das fontes de informações e conhecimento; e iii) acesso às instituições e ao poder.

2.4.6. Proximidade territorial

Dultra *et al.* (2008) colocam como vantagens da abordagem dos APL's a proximidade física desses atores, o que permite às pequenas e médias empresas compartilhar atividades, como compra de insumos, treinamento de mão-de-obra, contratação de serviços e logística, viabilizando a redução de custos e a melhoria dos processos produtivos, agregando valor ao processo produtivo, o que culmina em maior competitividade dos envolvidos.

2.5. Arranjos produtivos locais (APL's) da cadeia têxtil-confecção

Crocco *et al.* (2003) observaram a existência de 62 APL's relevantes para o setor têxtil, com evidente concentração desses setores nas regiões Sudeste e Sul do Brasil (Figura 3). Em conjunto, essas duas regiões possuem no seu interior 75,8% do total dos arranjos e, desses arranjos, 46,8% estão na Região Sudeste e 29% na Região Sul. Apesar dessa concentração, o resultado apresentado pela Região Nordeste, com 22,6%, merece ser destacado, pois evidencia o processo de realocação da indústria têxtil nos anos 90.

Garcia (2001) também observou que as decisões de localização da cadeia têxtil-vestuário remontam à industrialização brasileira, quando a atividade industrial concentrava-se nas regiões mais desenvolvidas. Nesse sentido, desde a sua origem, as empresas desses setores estiveram muito fortemente concentradas nessas regiões. Todavia, mesmo dentro desse contexto geral de concentração da indústria, houve o florescimento de diversas iniciativas fora dos principais centros de desenvolvimento (GARCIA, 2001).

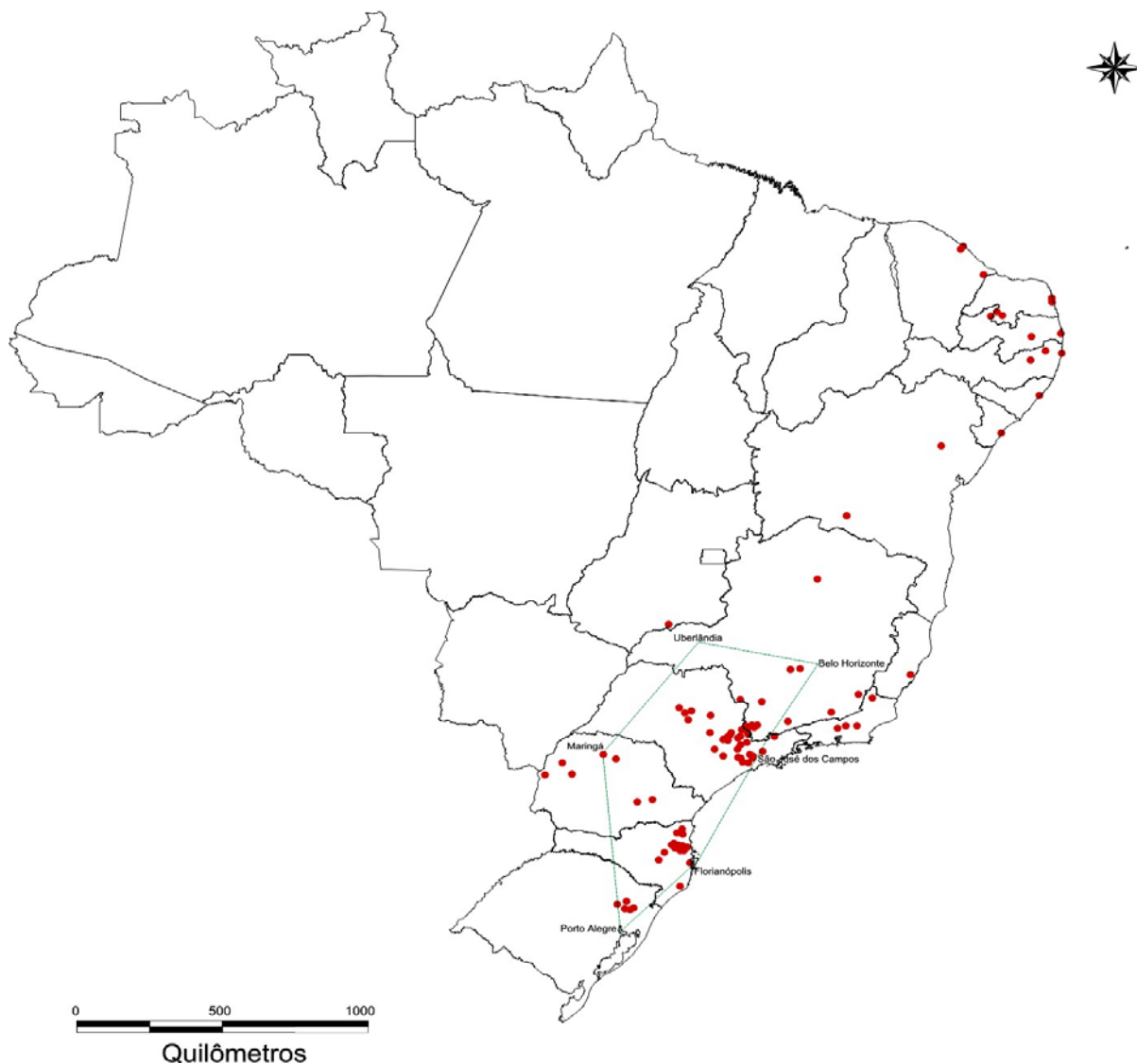


FIGURA 1: Localização dos APL's têxteis no Brasil.
 FONTE: Crooco (2003).

Em suma, a cadeia têxtil-vestuário concentrou-se principalmente nas regiões Sul, Sudeste e Nordeste (GARCIA, 2001). O município de São Paulo – que ainda concentra uma parcela bastante significativa de produtores nas indústrias têxtil e, sobretudo, do vestuário – além de configurar-se como importante centro de produção e comercialização de roupas, tecidos e acessórios, conforma-se como o principal centro da moda da América Latina, tendo em vista a intensa atividade de estilistas e *designers* e o entorno relacionado à indústria da moda.

Ainda no estado de São Paulo, Garcia (2001) observou outro pólo de produção importante localizada na cidade de Americana, que concentrava grande contingente de produtores de tecidos planos artificiais e sintéticos para usos diversos. Mesmo com a retração da produção local de tecidos, ocorrida nos anos 90, a região continua exercendo papel

importante na produção desse segmento, apesar das elevadas importações desse tipo de produto. Outro destaque da nossa cadeia têxtil-confecção é a região do Vale do Itajaí, em Santa Catarina. Os produtores locais são especializados em alguns segmentos da indústria, com destaque para as atividades de produção de malharia e de confecção de roupas de malha. No entanto, com o crescimento da região e a diversificação da atividade da cadeia têxtil-vestuário local, outros segmentos da indústria ganharam importância e representam parcela significativa da produção local, como cama, mesa, banho e roupas de brim (GARCIA, 2001).

Na Região Sul, tem-se outro pólo da cadeia têxtil-confecção localizado no interior do estado do Paraná: região circundante às cidades de Maringá e Cianorte, fortemente especializadas na indústria do vestuário. A produção local de roupas alimenta os estabelecimentos comerciais da região, que atuam como importante centro regional de distribuição dessas mercadorias. Outros casos importantes são o de Jaraguá, no estado de Goiás, e o de São João Nepomuceno, em Minas Gerais, onde também podem ser encontradas aglomerações de produtores da indústria do vestuário.

Além da gênese histórica, o processo de desconcentração, conforme Crooco *et al.* (2003), ficaria restrito ao interior do polígono, cujos vértices são: Belo Horizonte, Uberlândia, Maringá/Londrina, Porto Alegre, Florianópolis, São Paulo e Belo Horizonte, em decorrência das vantagens locacionais do interior de São Paulo e das regiões Sudeste e Sul. No entanto, é interessante ressaltar que a instalação dos APL's no Nordeste decorre de uma política industrial que estimulou a adoção de estratégia de deslocamento de empresas no País, o que justifica a concentração de empresas na região (TERAN e MIRANDA, 2007).

Na cadeia produtiva têxtil brasileira, de acordo com Teran e Miranda (2007), a totalidade dos APL's das empresas que os compõe é estimulada a praticar a cooperação nos projetos voltados ao processo produtivo (compra de insumos e máquinas, treinamento pessoal, financiamento, seguro, organizações de feiras, etc.) enquanto desenvolvem estratégias ou “*rents*”³, isolados de competição nas áreas de definição do produto, acesso a mercados internos, etc. Nas pequenas empresas estruturadas em APL's, verifica-se o uso de soluções praticadas por empresas de maior porte, no que se refere à intensidade tecnológica, por meio da utilização de sistemas de CAD/CAM, nas fases de desenvolvimento de produtos, organização e produção, aumentando a eficiência e reduzindo os custos dos processos produtivos.

³ Conceito usado para descrever um mundo onde as partes que controlam um conjunto particular de recursos são capazes de isolar-se da concorrência distanciando-se de seus competidores ou criando barreiras e sua entrada.

No entanto, o sucesso dessa estratégia de colisão tem sido relativo no Brasil, em razão das deficiências relacionadas à governança desses aglomerados e das dificuldades de desenvolver uma cultura comum, baseada na relação de confiança entre as empresas, o que resulta nos processos de cooperação, tão importantes para efetivação das ações das redes de firmas (TERAN e MIRANDA, 2007).

Além disso, as relações de confiança e cooperação são difíceis de serem alcançadas, dada a natureza do processo produtivo (TERAN e MIRANDA, 2007). Passar a pensar de modo coletivo implica, na prática, que os antigos concorrentes aceitem discutir conjuntamente seus principais problemas e dificuldades, ressaltando pontos comuns entre eles e, a partir daí, realizar ações conjuntas para superar esses problemas. Num estágio mais avançado, a cooperação permite a adoção de estratégias comuns para a conquista de novos mercados.

2.6. A família no contexto atual: os novos desafios e a pluralidade dos arranjos

Várias mudanças têm ocorrido no plano socioeconômico-cultural e vêm interferindo na dinâmica e estrutura familiar, resultando em alterações de seu padrão clássico de organização. Entre estas mudanças, destacam-se a entrada da mulher no mercado de trabalho, a ampliação do uso de métodos anticoncepcionais, as dificuldades econômicas, a redução da renda e conseqüente redução do poder de compra das famílias, a minimização do preconceito com as relações homoafetivas, entre outras. Neste sentido, a realidade atual envolve novas relações familiares, relações de gênero, avanços científicos e mercado de trabalho, trazendo a multiplicidade dos arranjos familiares.

As profundas mudanças nestas dimensões recolocam, neste final de século, a centralidade das relações entre trabalho e família para homens e mulheres, em que ganham destaque as novas formas e relações de trabalho, a multiplicidade de arranjos familiares, a participação das mulheres nos mais diferentes setores de atividade, as novas atitudes, legislações e políticas de equidade de gênero e a redefinição do papel do Estado (GOLDANI, 2002, p.30).

Assim, não se pode falar de família, mas de famílias, para que se possa contemplar a diversidade de relações que convivem na sociedade. No entanto, é comum observar a ideia de família remetendo ao conceito de família nuclear, em razão do processo de naturalização de um modelo considerado ideal.

De acordo com Prado (1983), os tipos de família variam muito, embora a forma mais conhecida no mundo ocidental seja o modelo nuclear, ou seja, de família constituída de pai,

mãe e filhos, idealizado e infundido nos livros escolares, nos filmes e na televisão como um todo como o modelo “normal”.

Bordieu (1993) reforça essa ideia de tendência à naturalização de um modelo familiar na sociedade brasileira. Segundo esse autor, “família não é mais do que uma palavra, uma simples construção verbal. A naturalização desse modelo familiar idealizado trata das representações que as pessoas fazem daquilo que elas designam como família (BORDIEU, 1993, p.32).

No entanto, em sociedades modernas, a ocorrência de família nuclear já é minoritária em relação aos casais que vivem juntos sem o casamento formal, casais que vivem separados e às famílias monoparentais (PRADO, 1983).

No Brasil, nos últimos anos, houve diminuição do tamanho e maior diversificação nos arranjos domésticos. A complexidade das relações familiares aumentou com o número de famílias reconstituídas, como resultado do crescimento das taxas de separação, divórcio e recasamentos. Além disso, cada vez mais, as mulheres encontram-se no papel de provedoras e não apenas de ajudante financeira à família. Muitas vezes, a força de trabalho feminina constitui um dos poucos recursos disponíveis para a sobrevivência da unidade doméstica, ou seja, atualmente as mulheres enfrentam o desafio de “cuidar” e “prover” suas famílias (GOLDANI, 2002).

Sobre as transformações na família brasileira, os censos populacionais, realizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, têm demonstrado que a família brasileira tornou-se menor, com maior diversificação de arranjos e aumento de chefia feminina.

Nas pesquisas, o IBGE adota o seguinte conceito de família: “*é o conjunto de pessoas ligadas por laços de parentesco, dependência doméstica ou normas de convivência, todos residentes na mesma casa*” (IBGE, 2008, p.272). Outras considerações importantes referem-se ao arranjo familiar e ao ciclo de vida das famílias. De acordo com o IBGE (2008), os principais arranjos familiares são:

- família nuclear: casal com filhos;
- família monoparental: dirigida pelo homem ou pela mulher;
- família reconstituída: casais divorciados gerando novas uniões;
- família extensa: formada por mais de um núcleo familiar ou inclusão de outros parentes;
- família unipessoal: pessoa que mora sozinha em uma casa;
- casal sem filhos: apenas o casal sem a presença dos filhos, seja por motivo de opção, união recente ou casamento dos filhos;

- família homo: casal do mesmo sexo com ou sem filhos.

Segundo a PNAD (2007), o número de pessoas que coabitam o mesmo domicílio e estão unidas por laços de consanguinidade equivale a 48,9% do tipo casal com filhos, cuja frequência vem se reduzindo, devido, principalmente, à queda da fecundidade. Em 1997, esse tipo de família atingia 56,6%, enquanto a proporção do tipo constituído por casal sem filhos cresceu, passando de 12,9% para 16,0% em 2007 (IBGE, 2008).

Ainda segundo os dados da pesquisa, existe uma tendência ao crescimento da proporção de pessoas que vivem sozinhas (8,3% em 2006 para 11,1% em 2007). Em 2007, os arranjos familiares unipessoais correspondiam a cerca de 6,7 milhões, sendo que 40,8% eram constituídos por pessoas de 60 anos ou mais de idade (Figura 2).

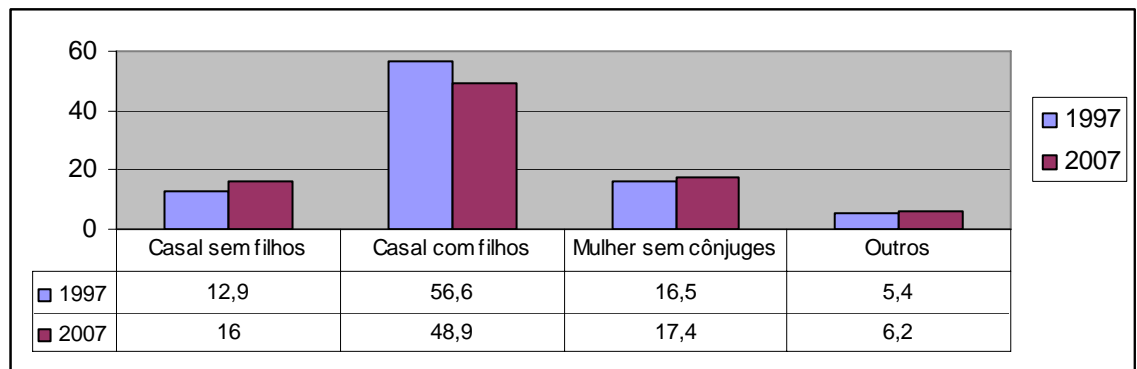


FIGURA 2: Distribuição percentual dos arranjos familiares brasileiros (1997-2007).

FONTE: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 1997/2007.

Nota: No ano de 1997, foi excluída a população rural de Rondônia, Acre, Amazonas, Roraima, Pará e Amapá.

O ciclo de vida familiar é determinado pela presença de filhos e pela sua idade. Os estágios de desenvolvimento familiar utilizados pelo IBGE em sua Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílio (PNAD, 2007) são:

- família em formação: todos os filhos menores que 16 anos;
- família intermediária: coexistência de filhos com idade inferior e superior a 16 anos;
- família em dispersão: todos os filhos com idade superior a 16 anos.

Na PNAD de 2007, a maioria das famílias pesquisadas encontra-se no ciclo de formação. Do total de famílias em que há presença de filhos, 50,5% pertencem ao ciclo de formação; e 15,5%, ao ciclo de dispersão de vida familiar (IBGE, 2008). No entanto, considerando as transformações pelas quais a família vêm passando e a diversidade dos arranjos familiares, é preciso compreendê-la como um grupo social. Além disso, é preciso enxergar na diversidade e não apenas os pontos da fragilidade, isto é, procurar evidenciar a

riqueza das respostas possíveis encontradas pelos grupos familiares, dentro de sua cultura, para suas necessidades e seus projetos (CARVALHO, 2002). Dessa forma, a saída ética é recusar o paradigma da *Família Ideal* e repensar as famílias em sua diversidade (GOMES, 2006).

2.7. Qualidade de vida e família

A qualidade de vida da família está intimamente ligada à forma como a família aloca seus recursos. O conceito de qualidade de vida é um conceito subjetivo, mas que, segundo Allardt (1995) citado por Herculano (1998), está atrelado a três esferas: o ser, o ter e o amar. O **ter** refere-se às condições materiais necessárias a uma sobrevivência livre da miséria, o que engloba desde recursos materiais até as condições básicas da nossa sociedade (habitação, alimentação, saúde, educação e emprego). Já o **amar** diz respeito à necessidade de se relacionar com outras pessoas e formar identidades sociais. E, por último, o **ser** está atrelado às necessidades de integração com a sociedade e de harmonização com a natureza, a serem mensuradas com base nos seguintes princípios: participação nas decisões e atividades coletivas que influenciam sua vida; atividades políticas; oportunidades de tempo de lazer; oportunidades para uma vida profissional significativa; oportunidade de estar em contato com a natureza, em atividades lúdicas ou contemplativas.

Neste sentido, o desajuste econômico e a falta de recursos associados ao “**ter**” afetam negativamente a qualidade de vida das famílias.

2.8. A família e administração de seus recursos

Administrar implica tomar decisões sobre recursos disponíveis, alocando-os de forma a se obter sua otimização. Na unidade familiar, isso ocorre de maneira semelhante. A administração dos recursos na família é um assunto muito complexo, uma vez que existe um grupo de pessoas com necessidades e desejos diversificados, escassez de recursos e desejos humanos ilimitados. Os recursos são variados, o que dificulta o processo de escolha daquele que mais se adequa às necessidades familiares, e existem vários tipos de trabalho: os que fornecem recursos monetários e os que se destinam a produção doméstica.

Os recursos disponíveis para alocação dentro da unidade doméstica⁴ dividem-se em quatro segmentos (TEIXEIRA, 2005): econômicos (aqueles que contam com preço de mercado e valor de uso, como por exemplo: eletroeletrônicos); não-econômicos (que têm

⁴ Conjunto de todas as pessoas que ocupam uma residência em comum.

valor de uso, mas não são adquiridos no mercado, como: roupas usadas, sucata); humanos (que não é material, mas está disponível e é utilizado pelo homem como meio para atingir determinado fim, como: conhecimento, habilidades, tempo) e materiais (todos os recursos palpáveis usados para satisfazer necessidades, por exemplo, dinheiro, produtos, etc.).

Os recursos monetários que a família utiliza vêm, sobretudo, da venda da força de trabalho a um mercado formal ou informal e/ou pela transferência de benefícios ou de renda. Com essa renda monetária, a família adquire os bens e serviços de que necessita e, com a colaboração do trabalho doméstico, transforma-os para atender seus desejos. Contudo, o nível de vida da família depende, em muito, da abertura de mercado, seja formal seja informal, do nível dos salários e das taxas de inflação (OLIVEIRA, 1994).

Assim como ocorre nas organizações, na família, cada tipo particular de recurso implica um tipo de administração. Dentro de um sistema de administração familiar, os recursos funcionam como “*inputs*”, que são comumente alocados pela família buscando a satisfação de suas necessidades, ou seja, resultando em um produto que lhe é desejável. O processo de transformação dos “*inputs*” em produto é denominado “*throughput*”, enquanto os produtos resultantes são os “*outputs*”. O “*throughput*” ou subsistema administrativo é considerado o processamento ou a transformação dos “*inputs*” em “*outputs*” e refere-se ao planejamento do uso de recursos e à implementação de planos (LORETO, 2007, p.25).

Buscando a otimização dos recursos, a família deve alocá-los de acordo com sua disponibilidade e os resultados desejados, o que implica desenvolvimento de um plano para alcançar metas, baseado numa escala de valores e consequências em longo prazo (LORETO, 2007). O orçamento doméstico é um dos passos desse planejamento. Segundo Teixeira (2005, p 76), o orçamento doméstico trata-se de:

planejamento do uso do dinheiro durante determinado período, a fim de se evitar gastos desnecessários e/ou o endividamento. Cuidar do orçamento familiar pode ser o primeiro passo para se conseguir poupar e obter alguma coisa desejada. É um meio de cortar os gastos supérfluos ou verificar se os gastos estão ocorrendo de forma normal.

Em outras palavras, refere-se à forma de organizar os gastos da família, partindo-se de um planejamento inicial. Sua importância está no fato de mostrar como a renda está sendo gasta; analisar os benefícios do melhor uso do dinheiro; planejar, de forma realista, os gastos futuros; envolver toda a família na elaboração dos planos acerca do uso do dinheiro e evitar gastos além da renda.

2.8.1. Administração do tempo

Na tomada de decisão, os consumidores levam em conta uma série de fatores, entre eles, o tempo, que é fundamental, pois, assim como os demais recursos monetários, integra a administração das famílias e tem se tornado, a cada dia, mais escasso. Neste caso, Teixeira (2005) define tempo como período medido ou mensurável, considerado como recurso por ser escasso.

O tempo é valioso porque é um bem escasso e como tal tem um valor determinado por seu custo de oportunidade. É fácil de ser calculado, já que sempre, em circunstâncias normais, é possível conseguir maiores rendas monetárias, dedicando mais horas ao desenvolvimento de uma atividade produtiva no mercado em troca de um salário. Dada a limitação do tempo, esse esforço de trabalho deverá ter como contrapartida a redução das outras atividades não diretamente remuneradas: ler, passear, ficar com a família, etc. Nesse caso, o custo oportunidade do tempo, ou seja, o “preço” do lazer, será dado pela renda perdida (QUES, 1988).

2.9. Produção dentro da unidade doméstica

Segundo Walker e Woods (1976), a produção ou trabalho na unidade doméstica (UD) inclui a variedade de atividades realizadas na unidade doméstica e que resultam em bens e serviços, que habilitam os membros de uma família a funcionar como uma unidade de produção. Alguns bens e muitos serviços usados pelas famílias continuam sendo produzidos pelas próprias famílias por meio de seus membros. Entretanto, uma grande variedade de produtos é adquirida do mercado e utilizada diretamente pela família sem passar pela produção caseira ou doméstica.

Assim como a estrutura familiar, a produção doméstica tem sido afetada por diversos fatores. O primeiro deles e também mais importante é a inserção da mulher no mercado de trabalho, fato que ocasionou a redistribuição das atividades domésticas de produção e a contratação de mão-de-obra externa, que geralmente é feminina. Outro fator é a evolução das tecnologias “do lar”, que facilitam o trabalho doméstico, reestruturando a produção e a demanda de tempo nas atividades. Além disso, a revolução industrial aumentou a oferta de produtos industrializados que dispensam a etapa da produção doméstica. Por último, destacam-se as mudanças ocasionadas pela distribuição sexual dos papéis dentro da família, resultantes, sobretudo, das conquistas de igualdade de gênero.

A produção doméstica constitui um recurso importante na manutenção da família. De acordo com Ques (1988), a família cumpre duas funções básicas: de um lado, é a uma unidade que aumenta sua utilidade; de outro, é uma unidade produtora de bens, que combina produtos comprados no mercado obtendo outros mais apropriados às suas necessidades. Por exemplo, a carne e a verdura adquiridas no mercado quando se transformam, por meio de atividades de produção doméstica, em “carne guisada”, tornando-se um bem de utilidade direta.

Dessa forma, a produção doméstica tem como finalidade principal a transformação de insumos em bens finais que atendam às necessidades da família. Em alguns casos, a família vende o excedente da produção doméstica, no entanto, essa não é a função primordial da unidade doméstica.

2.10. Distribuição dos recursos dentro da unidade doméstica

De acordo com Loreto (2007), a distribuição dos recursos da família consiste em destinar os bens produzidos e a renda monetária para usos intencionados ou pretendidos. Ou seja, envolve destinar renda real para indivíduos, com base nas necessidades, nos desejos e nos interesses em cada estágio do ciclo de vida familiar.

Deve-se buscar, por meio da distribuição dos recursos da família, a concordância entre os interessados, conciliando interesses divergentes e diversos, para aumentar a utilidade ou satisfação com a renda disponível e reduzir os conflitos. A distribuição dos recursos da família envolve cooperação. As decisões irão influenciar no padrão de consumo e na poupança da família (TEIXEIRA, 2005).

2.11. Consumo na unidade doméstica

O homem, enquanto consumidor, pratica a todo o tempo o ato de consumir. O simples fato de respirar implica consumo de ar. No entanto, o consumo familiar a qual nos referimos pode ser interpretado como a troca de recursos monetários em bens e serviços que visam satisfazer às necessidades e aos desejos do consumidor.

Como ser social, o homem não consome apenas pela utilidade, mas pelo *status* e pelo valor cultural daquele bem ou serviço. Segundo Castro (2008), o consumo transformou-se no mais importante ideal de afirmação social e econômico. Sobre isso, salienta-se o fato de a identidade social do indivíduo, agora massificado, já não o remeter para a família como grupo de referência ou para a função (profissão) desempenhada, mas para o seu estilo de consumo.

Especificamente dentro da unidade familiar, consiste na utilização de bens e serviços diretamente para satisfazer desejos e necessidades, resultando ou proporcionando uma renda psíquica. As decisões de consumo são influenciadas pelas condições externas, assim como pelas habilidades dos membros familiares. O consumo inclui gastos mais produção doméstica, que tornam os bens úteis ou satisfatórios em termos de forma, lugar e época (LORETO, 2007).

McGregor *et. al.* (1987) *apud* Loreto (2007) propuseram um modelo sistêmico sobre o consumo familiar. De acordo com esses autores, existem fatores internos e externos que influenciam nas decisões familiares com relação ao consumo. Entre os fatores externos, destacam-se: cultura; classe social; grupo de referência; mercado e esforço de *marketing*; sistema político e sistema econômico. Os fatores internos são: motivação; necessidades; padrão de tomada de decisão; recursos; crenças e valores; experiências passadas; estilo de vida; envolvimento dos membros da família; padrão de interação e ciclo de vida.

CAPÍTULO III – METODOLOGIA

Com finalidade de obter solução para o problema proposto na introdução deste trabalho, foram planejadas ações que, em conjunto, configuraram a metodologia deste estudo.

3.1. Delineamento do estudo

O delineamento deste estudo é de cunho qualitativo. Optou-se pela pesquisa qualitativa por representar a metodologia mais adequada quando se pretende buscar entender um fenômeno específico em profundidade, pois trabalha com seres sociais que estão em constante interação com o meio onde estão inseridos. A pesquisa qualitativa é mais participativa e não propõe a neutralidade das pesquisas experimentais ou de cunho quantitativo.

No entanto, os métodos qualitativos e quantitativos não se excluem, ao contrário, se complementam. Na visão de Duffy (1987, p.131) *apud* Neves (1996), existem várias vantagens da utilização desses métodos combinados, que são: possibilidade de congregar controle de vieses (quantitativo) por meio da compreensão da perspectiva de todos os agentes envolvidos no fenômeno; possibilidade de reunir a identificação de variáveis específicas com a visão total do fenômeno; e condições de reafirmar a validade e a confiabilidade da pesquisa por meio de emprego das duas técnicas. Por esses motivos, foi adotada, além da análise qualitativa, a análise quantitativa de alguns dados, entre eles, o perfil do público da pesquisa, a variação de renda dos pesquisados e o perfil socioeconômico.

3.2. Caracterização da pesquisa

Segundo as concepções de Gil (1989), a pesquisa científica pode ser classificada quanto aos fins e quanto aos meios. Quanto aos fins, a pesquisa pode ser descritiva e tem como finalidade primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis. Quanto aos meios, pode ser pesquisa bibliográfica e de campo.

A pesquisa classifica-se ainda como um estudo de caso. Segundo Yin (2005), o estudo de caso contribui para maior conhecimento acerca de fenômenos individuais, organizacionais, sociais e políticos.

A opção pelo estudo de caso se deve às particularidades desta pesquisa, considerando que se deseja centrar o foco do estudo em uma instituição específica, e também pelo foco temporal da pesquisa estar em fenômenos contemporâneos dentro do contexto da vida real, sendo o caso estudado: o APL de confecções localizado na microrregião de Ubá, Minas Gerais.

3.3. Área de estudo

A área de estudo foi a microrregião de Ubá, situada na mesorregião da Zona da Mata Mineira e composta pelos municípios: Ubá; Guarani; Guidoal; Guiricema; Mercês; Piraúba; Rio Pomba; São Geraldo; Silverânia; Tocantins; e Visconde do Rio Branco.

O município de Ubá e as cidades de seu entorno têm como principal fonte de geração de emprego e renda o setor industrial. A população dessa microrregião tem como atividade principal o trabalho nas fábricas de móveis, o que torna a região o segundo pólo moveleiro do País.

As indústrias do setor moveleiro da microrregião de Ubá encontram-se, em sua maioria, aglomeradas no Arranjo Produtivo de Móveis e pertencem ao grupo seletivo dos 11 APL's-piloto que direcionam as ações do GTP-APL do Governo Federal. Foi a partir dessa organização em APL que o setor de móveis dessa cidade ganhou reconhecimento e prestígio internacional.

Além da destacada produção de móveis, a microrregião de Ubá conta com outras atividades industriais, entre elas, a produção de vestuário. Como ocorre com as fábricas de móveis, os industriais do setor de vestuário vislumbraram na aglomeração em APL a oportunidade de auferir o mesmo êxito já conquistado pelo setor moveleiro dessa localidade.

3.3.1. Unidade empírica de estudo

A existência de um grande número de confecções destinadas à produção de vestuário na microrregião de Ubá despertou nos empresários desse setor a necessidade de organização em APL.

Em 2004, o então diretor da ACIUBA deu início ao processo de elaboração do projeto do arranjo. Segundo este dirigente, em uma das reuniões com os representantes de bancos da cidade, várias ofertas de crédito foram feitas para o Pólo Moveleiro de Ubá a juros mais baixos que os praticados no mercado. No entanto, quando se questionou a aplicação dos mesmos planos no setor de confecção, os gerentes dos bancos mostraram completo desconhecimento desse setor na região.

Ciente do número significativo de confecções na microrregião de Ubá, o diretor da ACIUBA percebeu a necessidade de mobilizar e organizar o setor, como fica evidente na fala destacada abaixo:

“Neste momento, eu e outros donos de confecções que estávamos presentes, questionamos os representantes dos bancos o que seria oferecido para o setor de confecções. Foi então que um deles me perguntou se existiam confecções em Ubá” (Presidente da ACIUBÁ e responsável pela coordenação do projeto do APL em 2005).

A partir de 2004, a ACIUBA, juntamente com empresários do setor de confecção e em parceria com órgãos de apoio (SEBRAE e SENAI), articulou um projeto de Arranjo Produtivo Local para as confecções de Ubá e microrregião. O primeiro passo foi a construção de um diagnóstico do setor.

O diagnóstico⁵ inicial foi desenvolvido sob a coordenação do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial de Ubá, Minas Gerais (SENAI).

A ferramenta utilizada para o desenvolvimento deste diagnóstico consiste numa planilha desenvolvida pelo SEBRAE que permite analisar todos os aspectos gerenciais de uma organização, possibilitando assim avaliar seu desempenho. Tal planilha é dividida em dois grupos de indicadores de performance: gestão e operação. Além destes quesitos, outro ponto verificado foi o grau de intensidade e cooperação entre as empresas e os diversos segmentos que formam o APL de Confecções de Ubá e microrregião, levando em conta também o desempenho socioeconômico do setor (SENAI, 2005, p.17).

Segundo dados do SENAI de Ubá, 280 empresas foram cadastradas inicialmente pelo APL de Confecções de Ubá e Microrregião. Destas, 213 foram diagnosticadas pelo SENAI de

⁵ Conforme a metodologia proposta pelo Sebrae (2004), o primeiro passo na implantação de um APL é o mapeamento das empresas existentes na região por meio de um diagnóstico.

Ubá em 2004. Embora concentradas na cidade de Ubá, as empresas diagnosticadas estavam presentes em toda a sua microrregião (Figura 3).

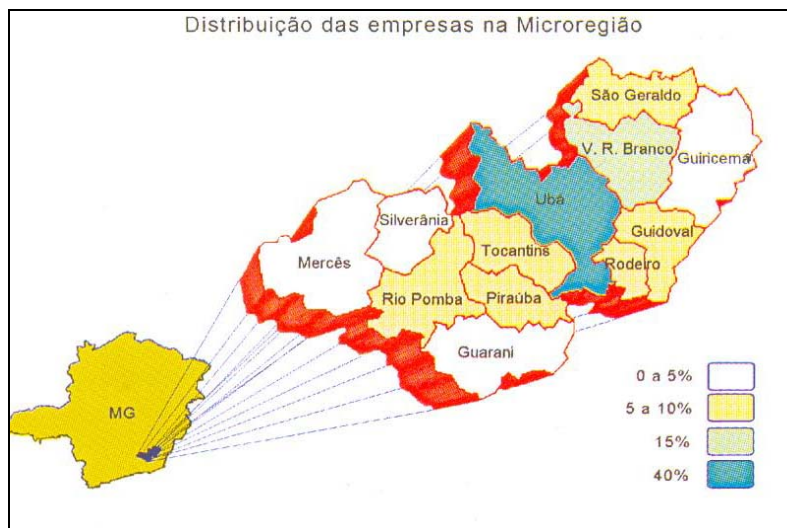


FIGURA 3: Distribuição das empresas na microrregião.
FONTE: Senai (2005).

Em 2004, estas empresas eram responsáveis pela geração de 2.795 empregos diretos e outros 1.054 indiretos, contabilizando um volume de vendas de aproximadamente 54 milhões/ano (SENAI, 2005).

As informações do diagnóstico possibilitaram caracterizar a produção do vestuário da microrregião de Ubá quanto aos seguintes aspectos: empregos gerados; faturamento anual de cada empresa; idade média da empresa; existência de galpão próprio; escolaridade dos funcionários; principais produtos confeccionados; canais de comercialização; destino de vendas; ações de liderança empregadas pelo gestor da empresa; planejamento estratégico; nível de conhecimento do empresário a respeito do setor em que atua; recursos humanos; tecnologias de gestão e de produção; finanças e contabilidade; logística de aquisição e de distribuição; *marketing* e vendas.

Entre os resultados obtidos no diagnóstico, destacaram-se: a maioria das confecções tinha em média de 6,7 anos de existência; a produção mensal total girava em torno de 1,1 milhão de peças; apresentavam produção variada, que incluía desde *lingeries* até enxovais. Mais de 40% dessas empresas produziam principalmente: saias, bermudas e calças. Do volume total de peças produzidas anualmente, cerca de 20% da produção destinava-se ao mercado local, enquanto o restante era distribuído entre as cidades de Minas Gerais (32%) e outros estados da Região Sudeste (44%).

Com o diagnóstico realizado pelo SENAI, foi possível identificar a falta de acesso às tecnologias de gestão, o que levava esses empresários a trabalhar com alto grau de amadorismo. Foi observada também a existência de uma rica infraestrutura, composta de entidades técnico-educacionais, não exploradas por esses empresários. Percebeu-se, ainda, a existência de uma pré-disposição dos empresários desse setor em buscar o aperfeiçoamento técnico.

A partir dos dados obtidos no diagnóstico inicial, a ACIUBÁ, juntamente com o SEBRAE-MG (Ubá), elaborou o primeiro projeto do APL de Ubá, intitulado “Acordo de Resultados do Projeto APL de Confeccões de Ubá e Região”, finalizado em 31 de maio de 2005. Nesse documento foram traçadas ações e metas para o período de junho de 2005 até junho de 2008. As metas envolviam aumentar em 20% o volume de peças vendidas e em 12% o número de pessoas ocupadas na cadeia produtiva e ampliar em 15% o número de clientes ativos.

As ações que compunham este primeiro projeto tinham seu foco estratégico direcionado para o aumento da competitividade das confecções e facções e à sustentabilidade ambiental e social. Pautaram-se nas carências e nos interesses dos empresários, apontados no diagnóstico, entre elas, a disponibilidade dos empresários em trabalhar conjuntamente.

Sobre a possibilidade de trabalho em conjunto, 80% dos entrevistados, em 2005, responderam que gostariam de realizar capacitação e treinamento, enquanto 67% preferiam participar de eventos e feiras de negócio (SENAI, 2005).

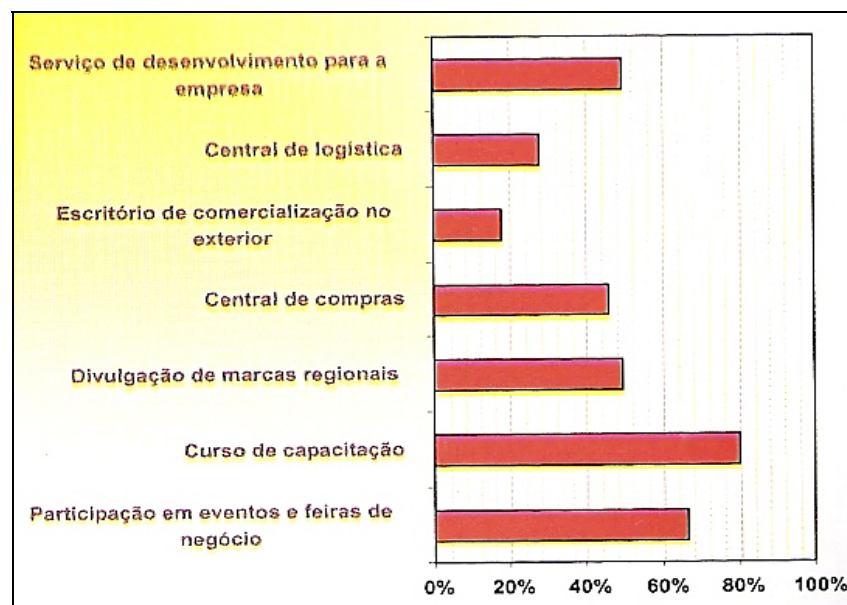


FIGURA 4: Atividades que os empresários gostariam de fazer junto com outras empresas. FONTE: Senai (2005).

Neste sentido, a equipe de organização do projeto inicial do APL partiu do pressuposto de que o empresariado regional tinha o desejo de desenvolver a união do setor de confecções da microrregião de Ubá, o que justificava a existência do APL. As ações propostas no primeiro projeto do APL, segundo a ACIUBÁ (2005, p.3), englobavam:

- Desenvolvimento de mercados (interno e externo):
 - Participação em feiras e exposições;
 - Prospecção de mercado interno;
 - Feiras das confecções de Ubá e região;
 - Desenvolvimento de programa de exportação;
- Aumento da produtividade e redução de custos:
 - Organização do processo produtivo;
 - Eficientização energética;
- Melhoria do produto e processo produtivo:
 - Capacitação da mão-de-obra;
 - Lay-Out, 5 S;
- Fortalecimento da imagem do APL:
 - Desenvolvimento da marca e imagem do APL;
 - Pesquisas de avaliação;
- Acesso ao crédito:
 - Divulgação das linhas disponíveis;
 - Assessoria ao crédito;
- Capacitação em gestão empresarial:
 - Palestras de gestão empresarial;
 - Cursos de gestão empresarial;
 - Programa de qualidade total;
- Eficiência ambiental:
 - Sensibilização das empresas para questões ambientais;
- Fortalecimento da cooperação e articulação interna:
 - Integração das confecções e facções existente nos 12 municípios;
 - Central de compras;
 - Gestão do projeto.

No entanto, esse primeiro projeto sofreu algumas alterações e deu origem a um novo documento: Repactuação do Acordo de Resultados do Projeto APL de Confecções de Ubá e Região, firmado em 9 de fevereiro de 2006, com as seguintes metas para o período de dezembro de 2005 até dezembro 2007: aumentar em 14% o volume de peças vendidas e em 8% o número de pessoas ocupadas na cadeia produtiva e ampliar em 10% o número de clientes ativos. As propostas de ações foram mantidas sem alterações.

No ano de 2007, foi construído ainda um aditivo ao Acordo de Resultados do Projeto do APL de Confecções de Ubá, assinado em 19 de março de 2007, para vigorar até dezembro de 2007. Neste aditivo, as ações propostas no primeiro projeto foram amplamente modificadas, resultando em: cultura da cooperação; participação em feira; capacitação em gestão empresarial com consultoria; missões; capacitação da mão-de-obra; faculdade de *design* de moda; criação e implantação do *site* do APL; pesquisas de avaliação e gestão do projeto.

Ressalta-se ainda que o projeto do APL de confecções de Ubá e região utilizou-se da Gestão Estratégica Orientada para Resultados (GEOR), uma metodologia de elaboração e gestão de projetos adotada pelo Sebrae. Para a GEOR, interessavam, sobretudo, as mudanças concretas que se desejavam alcançar na realidade do público-alvo, ou seja, os resultados finalísticos. As ações e os recursos alocados ao projeto deveriam, invariavelmente, convergir para o alcance desses resultados (SEBRAE, 2008).

Após o planejamento das ações, por meio desses projetos mencionados acima, a etapa seguinte foi a inauguração do APL (2005), seguida pela execução das ações projetadas.

3.4. População do estudo

A população da pesquisa foi composta por famílias dos empresários envolvidas no projeto de implantação do APL de confecção de Ubá e região. Das 213 empresas que participavam inicialmente em 2005, 105 continuavam cadastradas na ACIUBA e no APL de confecções em 2007 e, dessas, 76 são microempresas⁶. Dessa forma, considera-se a população do estudo foi composta das 105 famílias dos empresários envolvidos no APL em 2007.

3.5. Processo de amostragem

A amostra estudada foi intencional, constituída de 20 famílias dos empresários que atendiam ao seguinte requisito da pesquisa: ser empresário de uma confecção do vestuário participante desde a fundação do APL. Além disso, entrevistaram-se o presidente da ACIUBA e responsável pela implantação do APL (2005) e o responsável pelo Projeto APL de Confecções de Ubá e Microrregião em 2007.

A construção da amostra seguiu o seguinte critério:

- a) Análise das listas de presença das atividades do APL no período de 2005 a 2007: com esta análise, pretendia-se elencar o número de empresários com mais de 75% de presença nas atividades do APL (grupo A) e, dimensionado este primeiro grupo, selecionar os empresários com participação inferior à daqueles do primeiro grupo (grupo B – controle). Entretanto, a análise das listagens mostrou-se insuficiente, pois não havia coincidência entre os

⁶ Critério de classificação adotado pelo SEBRAE (2008).

participantes nos eventos. Ou seja, nas listagens de presença, em eventos diferentes, notou-se alternância de participantes de mesma empresa, o que dificultou a identificação dos empresários e tornou possível a seleção de apenas cinco empresários.

- b) Utilização do método “bola de neve” (adaptado): de posse das informações extraídas das listas de presença, deu-se início às entrevistas com os cinco empresários selecionados e, ao final de cada entrevista, solicitou-se que o entrevistado listasse o máximo de nomes possível de empresários com participação ativa do APL (2005-2007) e de empresários com participação esporádica do evento. Dessa forma, ao final das cinco primeiras entrevistas, houve coincidência de dez nomes de participantes ativos do APL (os cinco já entrevistados e cinco que não haviam sido identificados pelas listas de presença). Além destes, também foram citados cerca de 20 nomes de empresários que tinham menor frequência no APL.
- c) Confirmação dos grupos (A e B): nesta última fase da seleção da amostra, o entrevistador realizou uma pesquisa junto aos funcionários da ACIUBA a fim de confirmar as informações repassadas pelos confeccionistas entrevistados, finalizando a formação dos grupos com dez participantes cada um.
- d) Identificação da amostra: foi realizada nos arquivos da ACIUBA uma pesquisa bibliográfica com a finalidade de buscar contatos com a amostra selecionada (endereço, telefone, e-mail).

Destaca-se que o critério de seleção de dois grupos (A e B) foi criado para verificar se as variações nas famílias foram percebidas de maneira semelhante/diferente nas famílias dos microempresários que tiveram maior adesão as propostas do APL com as famílias dos microempresários que não participaram ativamente dessas propostas.

3.6. Instrumentos de coleta de dados

Optou-se pela utilização destes três instrumentos, abaixo relacionados, julgando-se que seriam necessários para a construção da cadeia de evidências. A cadeia de evidências consiste em configurar o estudo de caso de modo que se consiga levar o leitor a perceber a apresentação das evidências que legitimam e dão confiabilidades ao estudo, desde as questões de pesquisa até as conclusões finais (YIN, 2005).

3.6.1. Análise de documentos

A pesquisa documental (dados secundários) foi realizada na base de dados do arquivo da ACIUBA em dois momentos:

- **Primeiro:** utilização de dados cadastrais com a finalidade de conhecer a população a ser estudada. Os dados levantados foram endereço das confecções, telefones, nome do empresário, etc.
- **Segundo:** utilização das listas de presença de todas as ações desenvolvidas pelo APL nos anos de 2005 a 2007 com finalidade de selecionar as amostras para as entrevistas.

3.6.2. Entrevista semiestruturada

Este instrumento foi utilizado por permitir a inserção de novas questões em momentos da entrevista que o pesquisador julgasse necessário esclarecimento de fatos. A operacionalização das entrevistas se deu em duas etapas:

Etapa 1:

A primeira etapa da coleta de dados foi a entrevista com os gestores do APL: fundação (2005) e gestão atual (2007). Ambos foram entrevistados em 2008.

Esses períodos foram necessários para que se pudesse investigar o contexto da implantação do APL e o nível de consecução das metas propostas em 2005 (“aumentar em 14% o volume de peças vendidas; em 8% o número de pessoas ocupadas na cadeia produtiva e ampliar em 10% o número de clientes ativos”) e identificar a adesão dos empresários às principais ações propostas pelo APL de confecção (“participação em: feiras do setor, cursos de capacitação, encontros e almoços empresariais, palestras entre outras”).

Essa primeira etapa foi necessária para que fosse realizada uma analogia entre o sucesso/insucesso do primeiro projeto estrutural do APL de Confecções de Ubá e Microrregião com os impactos percebidos pelas famílias pesquisadas.

Com base nas informações repassadas pelo gestor atual, foi construída uma lista com as atividades realizadas nos primeiros três anos de existência do APL.

Etapa 2:

A segunda etapa voltou-se para a amostra constituída pelos empresários, buscando centrar-se em:

- Perfil socioeconômico (número de membros da família, sexo, faixa etária, estado civil, classificação do ciclo familiar, renda, escolaridade, formação profissional e ocupação principal);
- Envolvimento dos membros familiares na confecção de vestuário;
- Participação nas ações do APL;
- Analogia dos dados antes e depois da adesão ao APL, como: a) produção, número de funcionários e clientes; b) relacionamento com a rede de negócios; c) qualidade de vida familiar; d) gestão do tempo; e) produção doméstica; f) orçamento doméstico; g) renda familiar e existência de reservas financeiras; e h) consumo de serviços, tecnologia, produtos de gênero alimentício e de “caráter exclusivo ou diferenciado”, e gastos com lazer.

As questões investigadas na segunda etapa foram necessárias para tornar possível relacionar mudanças ocorridas no âmbito do trabalho (confecção/facções), a participação das ações do APL e as alterações na família.

3.6.3. Observação

A observação foi realizada em todas as atividades do APL nos meses de fevereiro a outubro de 2008. Este instrumento foi utilizado com os objetivos de aproximar os sujeitos pesquisados do pesquisador e familiarizar o grupo investigado com a pesquisa.

3.7. Tratamento e análise dos dados

Após a aplicação das 20 entrevistas, os dados coletados foram analisados de forma qualitativa e quantitativa.

A análise qualitativa foi realizada por meio de análise do conteúdo, uma técnica de pesquisa empregada para decodificação (palavras mais usuais, símbolos e significados atribuídas a expressões) do material qualitativo obtido em entrevistas.

A análise das entrevistas seguiu as três fases da análise de conteúdo, que, segundo Franco (2007), consistem em: pré-análise (leitura flutuante; escolha dos documentos; preparação do material; referenciação dos índices e a elaboração de indicadores); exploração do material (definição dos sistemas de categorias e dos sistemas de codificação e identificação das unidades de registro nos documentos); e tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

Já a análise quantitativa dos dados foi realizada por meio da interpretação de dados numéricos em estatísticas descritivas, cujos resultados serão apresentados em forma gráficos, tabelas e quadros para facilitar a visualização dos dados quantitativos.

Além da discussão teórica realizada com autores do referencial teórico, os dados referentes ao perfil das famílias (arranjo, número de filhos, renda, faixa etária, escolaridade, etc.) foram discutidos, tendo como referência os dados da Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílio - PNAD (síntese de dados sociais), realizada pelo IBGE em 2007. Os dados sobre a distribuição orçamentária das famílias foram comparados aos dados fornecidos pela pesquisa de orçamento familiares, com dados coletados e apresentados pelo IBGE, nos anos de 2002 a 2003.

CAPÍTULO IV – RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste capítulo são apresentados e discutidos os resultados da pesquisa de campo, apresentado ao público envolvido (Apêndice 1). A discussão dos resultados foi realizada mediante a confrontação dos dados obtidos na investigação com o referencial bibliográfico.

O primeiro e segundo tópicos apresentam, respectivamente, um breve histórico do APL e seu processo de fundação, uma avaliação dos primeiros três anos do projeto e a caracterização das confecções, com a finalidade de conhecer o perfil dos empreendimentos estudados.

O terceiro tópico apresenta as principais alterações percebidas pelos confeccionistas após sua inserção no APL. Esse tópico envolve, ainda, análise comparativa da existência semelhanças/diferenças entre os dois grupos que compõem a pesquisa – participantes ativos (A) e não-participantes ativos do APL (B) – no que tange às alterações ocorridas dentro das confecções.

O quarto tópico teve como objetivo principal caracterizar as famílias estudadas. O quinto e último tópico apresenta uma discussão sobre a visão dos empresários entrevistados a respeito da existência de alterações em sua família após sua inserção no APL, mediante análise comparativa dos grupos A e B.

4.1. Arranjo Produtivo Local de Confecções de Ubá e Microrregião: fundação e resultados dos primeiros três anos do projeto

Conforme previsto na metodologia, passados três anos da elaboração dos projetos estruturadores do APL (2005-2007), entrevistou-se o representante da ACIUBA e responsável pela coordenação do projeto do APL (2007). Essa entrevista (Apêndice 3) foi realizada com intuito de se obter uma avaliação do nível de consecução das metas e propostas do APL e seus

resultados foram agrupados em quatro categorias: 1) nível de consecução das metas; 2) principais dificuldades encontradas no período; 3) motivos das dificuldades; 4) ações necessárias para superar essas dificuldades e 5) ações concretizadas nos primeiros três anos de projeto.

Na visão do atual gestor do APL, os confeccionistas perceberam aumento da produção, do número de pessoas ocupadas e do número de clientes ativos. No entanto, não foi realizada nenhuma pesquisa formal para quantificar os resultados. Ou seja, as afirmações citadas pelo gestor do APL, baseiam-se em informações repassadas nas reuniões do APL, mediante conversas informais realizadas entre os próprios participantes do arranjo.

A ausência de uma pesquisa estruturada impossibilita a quantificação real dos resultados das metas do projeto. Por isso, o gestor do APL (2007) foi questionado se julgava importante a realização de uma pesquisa que pudesse quantificar os resultados de forma mais precisa.

Segundo o entrevistado, o entrave principal para a realização da pesquisa são os próprios confeccionistas. Primeiro, pela forma como muitos empresários trabalham de forma amadora, não sabendo ao certo quanto produziam ou faturavam. Alguns sabiam, mas de forma imprecisa. Outros, até sabiam de forma precisa, mas ocultavam ou distorciam as informações.

“Eles seguram um pouco essa informação também por que ficam preocupados com questões tributárias, então eles não repassam essa informação pra gente. Mas, houve sim um aumento” (representante da ACIUBA, responsável pela coordenação do projeto do APL em 2007).

Outro entrave, conforme o gestor do APL (2007), é a desconfiança do empresário sobre o destino dos dados pesquisados, seja por receio com relação às questões tributárias e trabalhistas seja por temor à concorrência. Segundo o entrevistado:

“Por mais que a gente passe pra ele que a pesquisa e a consulta são sigilosas, que farão parte de um coletivo e não vão aparecer dados da empresa dele, ele, na dúvida, passa, mas muitas vezes passa informação errada ou esconde algo”. (representante da ACIUBA, responsável pela coordenação do projeto do APL em 2007).

No entanto, uma das bases dos APL's é a cultura da confiança e da cooperação entre as firmas que o compõe. Para que haja cooperação, é preciso deixar de ver o grupo participante do APL como concorrente direto e passar a vê-lo como cooperado e associado, todos em busca de um bem comum: o fortalecimento do setor e o desenvolvimento da localidade (SOUZA-NETO, 2008).

Partindo desta premissa, foi questionado ao gestor do APL (2007) se faltava confiança por parte dos empresários. Segundo ele, os empresários confiam nas entidades parceiras, pois são entidades renomadas e que estão com o grupo desde a fundação. O que percebe é uma barreira entre o empresariado. A maioria dos empresários não repassa informações, por medo ou insegurança em compartilhar dados confidenciais com a concorrência, fato confirmado nas falas de duas empresárias entrevistadas:

“As confecções se vêem como concorrentes e por isso que não dá certo. Um exemplo, quando foi falado em compra em conjunto, muitos donos de confecção não passavam os melhores fornecedores, só citavam os piores, para a gente não ter acesso aos bons. Isso num grupo não dá certo, não existia confiança” (Entrevistada 3B).

“Você é do SEBRAE? Outro dia me ligou uma pessoa do SEBRAE perguntando o endereço completo dos meus clientes. Eu não dei. Achei um absurdo” (Entrevistado 1B).

Entretanto, conforme mencionado pelo coordenador do projeto do APL de Ubá, existia uma outra realidade. Segundo ele, entre os integrantes do grupo de liderança⁷, era possível perceber a existência de um fluxo informações e relações de confiança. Podendo-se destacar: partilha de informações sobre revendedores e fornecedores; situações geradoras de multas nas confecções; aquisição de equipamentos, empréstimo de matéria-prima, resolução de situações conflituosas. Essa visão apontada pelo coordenador do projeto pôde ser confirmada nas falas de alguns empresários entrevistados:

“A única coisa que o APL me ajudou foi estreitar relações com outros empresários, para poder indicar representante, etc.” (Entrevistada 7A)

“Com as trocas de informações a gente vai melhorando, absorvendo.” (Entrevistado 9A)

“No APL a gente reúne e fala tudo de bom e tudo de ruim que acontece. Então você pega algo de bom e procurar não errar, como outro confeccionista já errou e levou uma multa. A pessoa fala no meio de todo mundo, eu tomei uma multa por esse e esse motivo, aí a gente vê se tem igual na nossa e corrige, pra trabalhar certo. E isso vale pra outras coisas. Por exemplo, a lavanderia, tem umas que tão demorando mais de um mês pra entregar a roupa. Chega na reunião a gente comenta, daí outras empresas já não vão trabalhar com ela (lavanderia) mais. (Entrevistado 4A)

A existência desse movimento de “liderança” e coordenação de ações do APL pelos membros do grupo de liderança revela que, mesmo de forma incipiente, há indícios da

⁷ Grupo que, juntamente com as instituições de apoio, responsabiliza-se pela coordenação das reuniões, elaboração das ações e metas do APL, bem como pela sua execução. É formado por cerca de 15 confeccionistas, dos quais 10 foram entrevistados na pesquisa e aqui denominados como grupo A (participam ativamente do APL).

formação da governança neste arranjo, pois, de acordo com Suzigan *et al.* (2007), a governança é a capacidade de comando ou coordenação de certos agentes sobre as interrelações produtivas, comerciais, tecnológicas e outras e que influencia decisivamente o desenvolvimento do sistema ou arranjo local.

Num segundo momento, questionou-se também ao representante da ACIUBÁ sobre as principais dificuldades que o APL enfrentou nos primeiros três anos de projeto. Segundo ele, as dificuldades foram muitas, mas a maior foi o envolvimento ou sensibilização dos empresários do setor de confecções como um todo, seja nas reuniões, nos almoços empresariais ou nas ações projetadas.

“A maior dificuldade, sem sombra de dúvidas é a sensibilização para que o confeccionista esteja presente nas atividades. É justamente o contato, o convencimento que nós, entidade de apoio e grupo de liderança, precisamos fazer para trazer os empresários pra dentro do projeto, essa é a nossa maior dificuldade” (representante da ACIUBÁ e coordenador do APL em 2007).

Num terceiro momento, o coordenador do projeto do APL (2007) foi questionado quanto aos motivos dessa dificuldade, já que nos APL's que configuram-se como estratégias de desenvolvimento endógeno, o interesse na viabilização do arranjo parte obrigatoriamente dos próprios atores locais.

O entrevistado afirmou desconhecer as causas, pois, segundo ele, é um benefício direto para o empresário e um trabalho todo feito em benefício exclusivamente de sua confecção. Além disso, a participação das reuniões não implicaria nenhum custo para o empresário. Somente algumas “missões” e ações do APL são pagas pelos confeccionistas e, na maioria das vezes, a contrapartida financeira destes é de 30%, visto que o SEBRAE financia o restante.

Dadas às limitações de mobilização do setor, questionou-se ao gestor do APL (2007) o que poderia ser feito para o envolvimento do setor. De acordo com ele, seria necessário esforço do grupo de liderança, juntamente com as instituições de apoio, para um trabalho de conscientização que fizesse o empresário sentir-se importante no contexto do projeto. Sem o envolvimento e a participação de um número maior⁸ de confeccionistas, o APL pode ser desfeito, visto que as entidades de apoio dão todo o suporte organizacional e de infraestrutura, mas sem a inclusão significativa dos empresários, a tendência é a extinção do projeto.

Sobre esta questão, Teran e Miranda (2007) destacam que muitas estratégias de coalizão do setor de confecções brasileiro estão fadadas ao fracasso pela falta de cooperação

⁸ Atualmente, participam maciçamente do APL apenas 15 das 213 diagnosticas pelo SENAI, em 2005.

dos empresários. As relações de confiança e cooperação são difíceis de serem alcançadas, em virtude da natureza do processo produtivo. Passar a pensar de modo coletivo implica, na prática, que antigos concorrentes aceitem discutir conjuntamente seus principais problemas e dificuldades, ressaltar pontos comuns entre eles e, a partir daí, realizar ações conjuntas para superar esses problemas. Em suma, as relações de confiança entre as empresas resultam nos processos de cooperação tão importantes para o sucesso das ações das redes de firmas.

Neste sentido, La Rovere e Carvalho (2005) apontam que a existência de laços de cooperação entre empresas próximas está longe de ser automática. Muitas aglomerações produtivas se caracterizam por uma limitada divisão do trabalho entre empresas e por relações de concorrência e, às vezes, predatórias.

Questionou-se ainda ao representante da ACIUBÁ sobre a efetivação das ações planejadas para o período de dezembro 2005 a 2007. O entrevistado afirmou que os cursos de gestão financeira foram uma das primeiras ações do APL de confecções de Ubá e foram efetivadas as seguintes ações propostas no projeto inicial:

- **Participação em feiras e exposições:** os confeccionistas participaram de feiras em conjunto, por exemplo, a Feira Internacional da Indústria Têxtil – FENIT, em São Paulo, que é a maior feira do segmento têxtil brasileiro. Também foram realizados eventos regionais, como a Feira Multissetorial realizada em Ubá (ASAS), onde a maior parcela das empresas representava o setor de confecções, e a Semana da Moda. Nas visitas técnicas, os confeccionistas conheceram a maior escola de moda do Brasil, que fica no Rio de Janeiro (Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil – CETIQT), visitaram outros pólos de confecção (São João Nepomuceno) e participaram de desfiles, entre outras ações;
- **Organização do processo produtivo:** a organização do processo produtivo e a qualidade dos produtos estão englobadas no Programa de Qualidade Total do SEBRAE. Também foram convidados consultores do SEBRAE para dar assistência individual às confecções que tinham interesse na organização do *layout* e do processo produtivo como um todo.
- **Eficientização energética:** Foi realizada uma palestra com a companhia energética regional. Também foi contratado um consultor do SENAI, o qual realizou uma investigação individual de cada firma, diagnosticando a situação das instalações elétricas e sugerindo mudanças nas confecções;
- **Capacitação da mão-de-obra:** foram oferecidos cursos com grandes consultores da área de moda, como Renata Miranda (comunicação e fortalecimento da marca) e Sílvio Shaad (gestão da produção e vendas em moda). Na Semana da Moda, em 2007, foram oferecidos

cursos e palestras para os confeccionistas. Também foi fechado um convênio com o SENAI de Ubá para adaptação dos cursos oferecidos na área de vestuário (modelagem e montagem de peças do vestuário) às necessidades dos empresários do APL.

- **Desenvolvimento da marca e imagem do APL:** Foi desenvolvido um logotipo (Figura 5) para caracterizar o APL de confecções de Ubá e região e criado um *site* para o APL. A mostra o logotipo e o slogan do APL de Ubá.



FIGURA 5: Logotipo e *slogan* do APL de confecções de Ubá e microrregião
FONTE: Senai (2005).

- **Divulgação das linhas de crédito disponíveis:** foram realizadas reuniões com representantes dos bancos (Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, BRADESCO E UNIBANCO), os quais apresentaram condições de financiamento diferenciadas para o grupo, possibilitando a muitos empresários investir em maquinário.

- **Palestras e cursos de gestão empresarial:** No diagnóstico inicial, foi identificada em muitas confecções dificuldade em gerir e controlar suas empresas. Muitas delas não possuíam nenhum computador. Neste sentido, foi contratado um consultor do SEBRAE e realizada capacitação individual nas empresas interessadas, com oferecimento de cursos correlatos: Técnicas de liderança; Vendas; Reuniões eficazes; Curso de gerente; Líder do futuro; entre outros.

- **Programa de qualidade total:** é um programa oferecido pelo SEBRAE e que capacita a empresa em vários aspectos. Consiste em um treinamento presencial no qual há envolvimento muito grande dos confeccionistas porque trabalha a estrutura da empresa e a visão cultural dos empresários;

- **Sensibilização das empresas para questões ambientais:** foram realizadas palestras sobre “produção limpa” e “tratamento de resíduos da confecção”, ministradas por uma empresa que trabalha com reciclagem na indústria têxtil;

- **Central de compras:** foi sugerida a criação de uma central de compras, mas, por consenso dos próprios confeccionistas, decidiu-se adiar essa ação.

Além dessas ações, os empresários realizavam reuniões internas e almoços empresariais. As reuniões aconteciam de 15 em 15 dias, enquanto o almoço empresarial seguia um cronograma anual de execução. No entanto, segundo o gestor do APL, a proposta que mais mobilizou os empresários foi a Semana da Moda, que reuniu grande número de pessoas.

Em suma, pode-se considerar que a maioria das ações propostas pelo primeiro projeto do APL foi realizada. Também houve formação do processo de governança, mesmo que ainda incipiente, conforme já mencionado. Além disso, o referido APL conjuga importantes pilares dos processos endógenos e da formação de arranjos.

O primeiro deles é a valorização das potencialidades locais, pois a região de Ubá e municípios circunvizinhos tem o setor industrial como principal atividade econômica. Neste sentido, Ubá, além do sucesso na fabricação de móveis, também vem se destacando na produção de vestuário, como mencionado por Silva (2005). De acordo com esse autor, a microrregião de Ubá já possuía uma grande empresa no setor têxtil na década de 60, a Wembley Roupas S/A, e atualmente gera um grande número de empregos diretos e indiretos nas atividades de confecção.

O segundo pilar é a concentração de mão-de-obra especializada, pois a microrregião de Ubá vem investindo em centros de capacitação de trabalhadores para a indústria de confecção. Nos municípios de Ubá e Visconde do Rio Branco, localizam-se unidades do SENAI, com cursos voltados para a capacitação de profissionais para esse setor.

O terceiro pilar é a similaridade das empresas que compõe o APL investigado.

Além destes pilares, destaca-se a existência de características comuns aos APL's, como: fluxo de informações entre as empresas; presença do apoio institucional (SEBRAE, SENAI E ACIUBÁ), políticas de desenvolvimento das firmas (treinamento; concessão de crédito, incentivos à inovação, promoção de feiras, etc.) e a existência de ações voltadas para a preservação ambiental.

4.2. Caracterização das confecções analisadas: grupos A e B

Conforme roteiro apresentado no Apêndice 4, as empresas investigadas foram caracterizadas quanto ao tempo de atividade, ao número de empregados e à existência de sócios e de local próprio para produção.

4.2.1. Tempo de atividade

Os resultados da pesquisa apontam que, em ambos os grupos, coexistem indústrias com tempo de atividade bem variável, já que foram encontradas empresas com 5 e até 33 anos de existência (Gráfico 1).

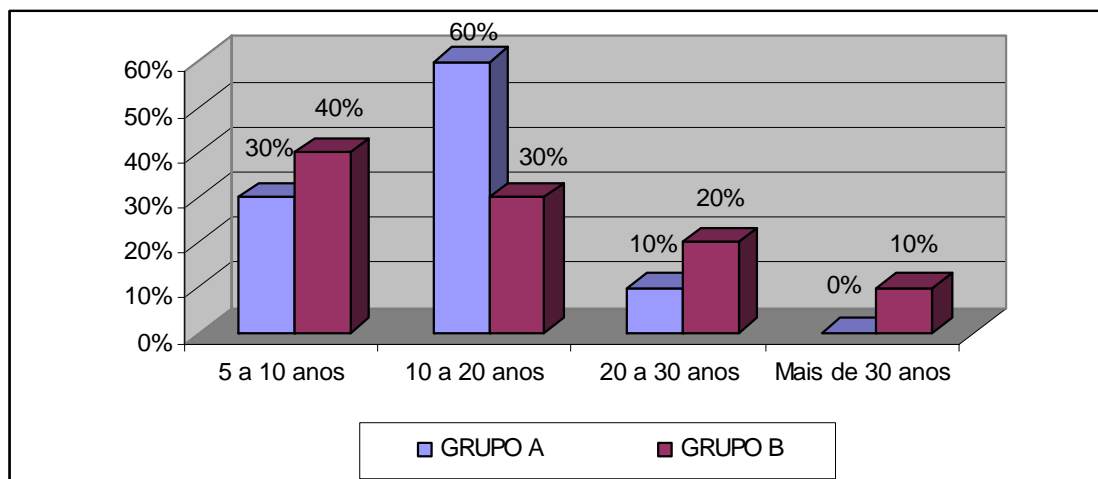


GRÁFICO 1: Idade das empresas do APL de Confeções de Ubá e Microrregião, 2008.
FONTE: Dados da pesquisa.

No grupo A, predominam empresas com 10 a 20 anos (60%) de funcionamento e inexistem empresas com mais de 30 anos (Gráfico 1). No grupo B, a maioria das empresas tem menos que 10 anos (40%), mas há uma empresa com mais de 30 anos de existência.

4.2.2. Número de funcionários

O valor médio de funcionários nas empresas investigadas chegou a aproximadamente 22 empregados por indústria, apresentando desvio-padrão de 14,66, que é elevado, pois, nesse APL, coexistem confecções com 7 e outras com até 65 funcionários (Gráfico 2).

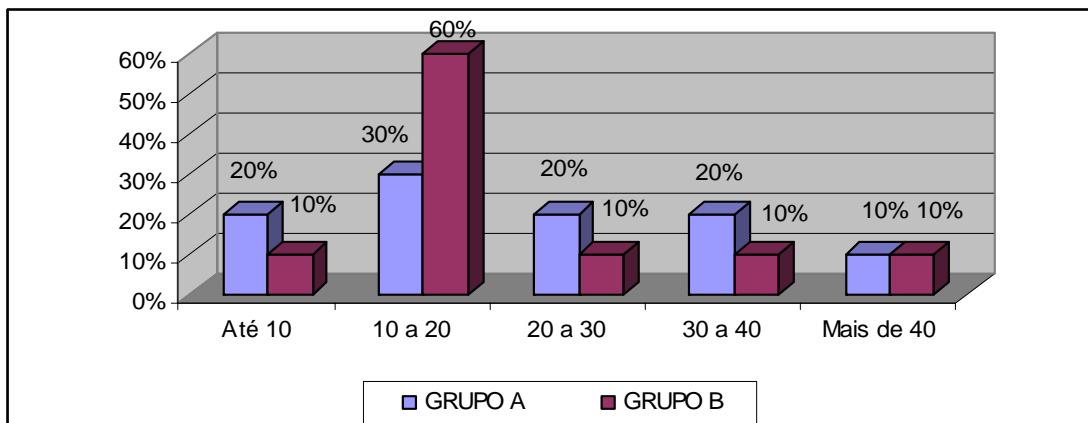


GRÁFICO 2: Número de funcionários das empresas do APL de confecções da microrregião de Ubá, 2008.

FONTE: Dados da Pesquisa.

Quanto ao número de funcionários, as confecções do grupo A são mais heterogêneas que as do grupo B (gráfico 2) já que 60% das empresas do grupo B concentram-se na faixa de 10 a 20 empregados.

Segundo a classificação de porte das empresas utilizada pelo SEBRAE, a maioria das empresas investigadas (50% do grupo A e 70% do grupo B) seria classificada como de micro empresa ou empresa de pequeno porte, pois consideram-se microempresas, na indústria e construção, empresas com até 19 funcionários e pequenas empresas aquelas com 20 a 99 funcionários (SEBRAE, 2008).

Esses dados convergem com os apresentados no diagnóstico inicial desse APL, já que neste documento as 213 empresas ligadas à fabricação do vestuário (fácções e confecções) eram responsáveis pela geração de 2795 empregos diretos e outros 1.054 indiretos naquela ocasião, e que a maioria das empresas diagnosticadas (70%) constitui micro e pequenas empresas (SENAI, 2005).

Estes dados apresentados confirmam também os da literatura consultada, que aponta: a) predominância de micro e pequenas empresas (MPE's) na constituição dos APL's; b) homogeneidade do setor têxtil e de confecções brasileiro, também com predominância de MPE's em sua constituição.

De acordo com Fleury *et al.* (2007), na cadeia têxtil brasileira, pode ser constatada a coexistência de grandes empresas com grande conjunto de pequenas e médias empresas. Do total de confecções brasileiras, 98% são micro, pequenas e médias empresas (SEBRAE-SP, 2007).

4.2.3. Existência de sócios

Com relação à existência de sócios, verificou-se que 50% das empresas apresentam sociedade e, destas, 20% possuem mais de um sócio. No grupo A, 70% dos empresários afirmaram possuir sócios, enquanto, no grupo B, apenas 30% dos confeccionistas confirmaram a presença de sociedade em seus negócios.

No entanto, em ambos os grupos, alguns empresários entrevistados afirmaram que a sociedade existia apenas no contrato social da empresa, a fim de caracterizá-la como sociedade comercial. Esse tipo de contrato social é vantajoso para os sócios da empresa, pois permite que explorem uma atividade industrial e/ou comercial. Além disso, a responsabilidade de cada sócio é limitada à importância do capital social. Quando questionados sobre a identidade dos sócios, a maioria dos entrevistados remeteu-se a um parente próximo (mãe, irmão, sogra).

“Tenho um sócio, só no papel. É minha mãe.” (Entrevistado 3B).

“Tenho. Meu irmão entra só com 1% pra não ser sociedade individual”. (Entrevistado 10 A)

4.2.4. Existência de local próprio para produção

A existência de um lugar próprio para a empresa, desvinculado da residência, foi observada na maioria das confecções pesquisadas. No grupo A, todas as empresas funcionam desvinculadas do domicílio do empresário e, no grupo B, 90% seguem esse padrão, ou seja, em apenas um dos casos investigados, a confecção é anexa à casa do empresário, que tem porta de entrada comum (casa/confecção).

No diagnóstico inicial (2005), o número de confecções com galpão próprio era menor (63,8%) que o encontrado na amostra pesquisada (95%). Alguns entrevistados relataram que a conquista do galpão é recente, fundamentando a diferença de dados entre 2005 e 2008:

“O galpão próprio, mas funcionava até o ano passado”(Entrevistado 4A)

“Galpão próprio, mas funcionava até janeiro de 2008”(Entrevistado 8A).

A desvinculação do ambiente de trabalho do domicílio foi considerada por alguns entrevistados uma grande conquista, como pode ser observado no depoimento seguinte:

“Tem uns anos que eu tirei da minha casa. Eu sempre quis tirar, por que em casa, a gente nunca tem liberdade. O transporte e a lavanderia sempre te deixam por último. Eu não tinha sossego nem pra me alimentar. Eu senti uma diferença imensa.

Fechei aqui e vou pra minha casa, e tenho a minha tranquilidade” (Entrevistada 3 A).

Entre os produtos confeccionados, a maioria das indústrias fabricava artefatos em *jeans*, seguido por “modinha”, uniformes, bordados, cama, e *lingerie* (Gráfico 3). No grupo A, os entrevistados produzem: *jeans* (60%), “modinha” (20%), cama (10%) e *lingerie* (10%) e, no grupo B, *jeans* (60%), “modinha” (20%), bordados (10%) e uniformes (10%).

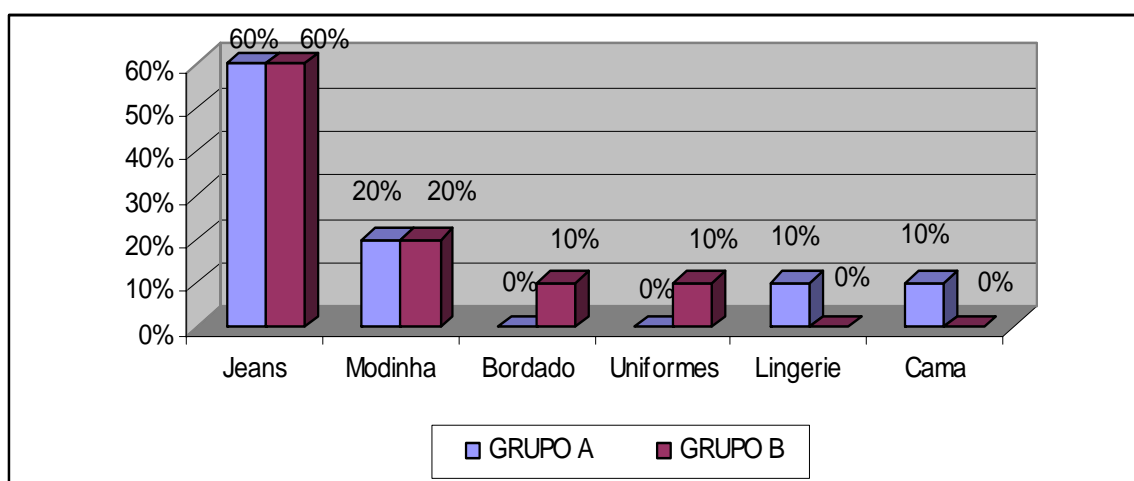


GRÁFICO 3: Produção das empresas do APL de Confeccões de Ubá e Microrregião, 2008.
FONTE: Fonte: Dados da pesquisa.

Das confecções que produziam jeans, apenas uma atendia ao público infantil. As indústrias que confeccionavam modinha e *lingerie* destinavam seus produtos ao público jovem/adulto. Já as confecções de bordado e linha para cama destinavam sua produção ao público geral, em razão da natureza do produto.

Os dados fornecidos pela pesquisa confirmam a predominância da produção em *jeans* no APL, já que, no diagnóstico inicial (2005), 40% das empresas já trabalhavam com *jeans*. Os dados do diagnóstico revelaram ainda que o APL tinha produção variada, que cobria desde a produção de *lingeries* até enxovais, com produção mensal de cerca de 1,1 milhão de peças. Mais de 40% das empresas produziam principalmente: saias, bermudas e calças e tinham o *jeans* como base da produção (SENAI, 2005).

Desse modo, a forma de caracterização das confecções se mantém desde o diagnóstico inicial, no que diz respeito à idade das empresas, ao tamanho (número de funcionários), aos produtos confeccionados e ao público-alvo.

Além disso, as empresas do grupo A são bem mais novas, maiores, com forte presença de sociedade e possuem local de funcionamento exclusivamente extradoméstico em

comparação àquelas do grupo B. No entanto, a base da produção na maioria das empresas de ambos os grupos é o *jeans*.

4.3. APL e seus impactos nas confecções: análise comparativa dos grupos A e B

À medida que se insere em um novo grupo de apoio e trabalho, é comum que se façam projeções e que se tenham motivações para integrá-lo. Neste sentido, buscou-se investigar os motivos pelos quais os empresários optaram por integrar o APL.

Os entrevistados mencionaram termos que se remetiam: aprendizado (“*conhecimento*”, “*informação*”, “*aprender*”); crescimento do setor (“*união*”, “*fortalecimento*”, “*crescimento*”); e compra em conjunto (“*central de compras*”; “*comprar em conjunto*”) (Gráfico 4).

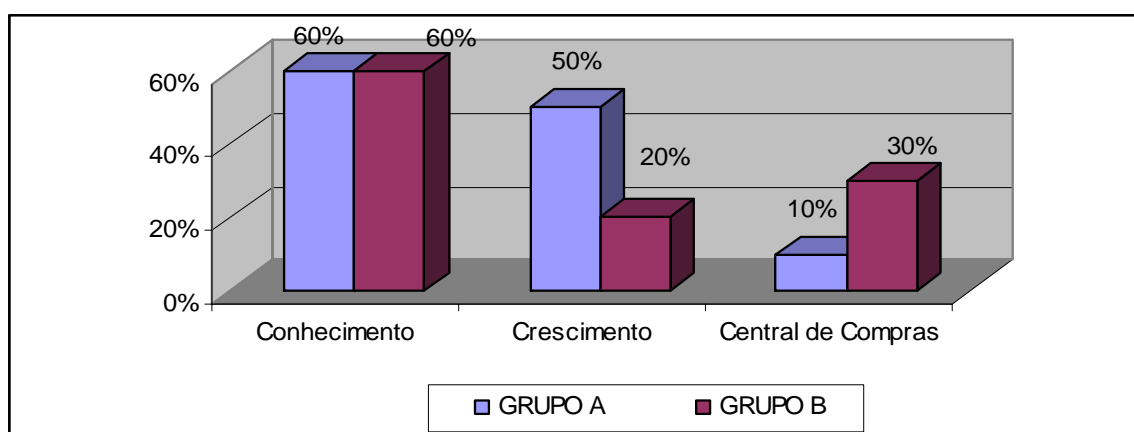


GRÁFICO 4: Motivos de adesão das empresas ao APL de Confecções de Ubá e Microrregião, 2008.

FONTE: Dados da Pesquisa.

De acordo com os dados do Gráfico 4, o grupo A, ao se inserir no APL, buscava prioritariamente conhecimento e crescimento do setor, enquanto os integrantes do grupo B ressaltaram maior interesse pelo conhecimento e pelas compras em conjunto.

Além disso, os empresários entrevistados mostraram certo desconhecimento sobre a filosofia de um arranjo produtivo, pois 20% dos entrevistados acreditavam que a função do arranjo produtivo local era criar a central de compras, quando esta é apenas uma das ações do APL, conforme mencionado anteriormente. Entretanto, a formação das centrais de compra nos APL's não é obrigatória, visto que sua formação depende da decisão do grupo de cada um dos arranjos. Dessa forma, essa redução do sentido, realizada por alguns empresários

entrevistados, sinaliza a necessidade de esclarecimentos sobre o conceito de APL, suas características, seus objetivos, suas finalidades e os resultados esperados.

Além dos motivos que levaram os empresários a integrar o APL, buscou-se investigar se conheciam as metas (quantitativas) e propostas de ação contidas⁹ nos projetos de pactuação e repacutação do arranjo.

No grupo A, 50% dos entrevistados afirmaram conhecer o Plano de Mudanças, enquanto os demais relataram ter conhecimento de apenas algumas metas e ações do APL. No entanto, quando solicitado que elencassem as metas e as propostas, 70% dos participantes remeteram aos objetivos finais do APL (*“unir confecções”*; *“crescer de forma mais organizada e em conjunto”*; *“fortalecimento do setor”*); 25% remeteram a algumas ações passadas e outras atuais (*“compra em conjunto”*, *“mecânico”*, *“escola de modelagem, corte e costura”*) e 5% afirmaram conhecer as metas, mas não souberam citá-las.

Assim como observado no grupo A, os entrevistados do grupo B afirmaram conhecer o Plano de Mudanças se remetendo principalmente, aos objetivos finais do APL (obtenção de conhecimento, fortalecimento do setor, criação de uma central de compras, entre outros).

Sobre o meio de divulgação das ações e metas, os integrantes dos grupos A e B foram unânimes e mencionaram as reuniões do APL (que ocorrem na ACIUBÁ) como fonte de informações do Plano de Mudanças.

Os dados levantados nesta etapa revelaram que, em nenhum dos casos, os participantes têm ciência das metas quantitativas do APL. Apenas alguns entrevistados descreveram, parcialmente, o que estava contido no documento original do APL, sinalizando certo desconhecimento dos projetos de ação (ou Plano de Ação) deste arranjo.

4.3.1. Adesão às propostas de ação do APL

Nem todas as ações sugeridas no primeiro Plano de ação do APL foram implantadas, por exemplo, a central de compras. Neste sentido, para averiguar quais ações do APL tiveram maior adesão por parte dos confeccionistas, baseou-se apenas nas ações que foram executadas, conforme dados da entrevista do gestor do APL em 2007, no período de dezembro 2005 a dezembro de 2007.

A Tabela 1 apresenta as ações e suas respectivas frequências e porcentagens de participação dos empresários em ambos os grupos.

⁹ O conjunto de metas e propostas de ações é conceituado por Hadaad (2004) como Plano de Mudanças.

Tabela 1: Adesão dos entrevistados às ações do APL (2005-2007)

Ações	Grupo A		Grupo B		Diferença entre os grupos %
	n.º	%	n.º	%	
Feiras e exposições do setor	8	80	4	40	40
Feira das confecções de Ubá e região (ASAS)	7	70	5	50	20
Semana da Moda	9	90	4	40	50
Palestras e cursos de gestão Empresarial	6	60	4	40	20
Visita do consultor do SEBRAE (da área de gestão) em sua confecção	7	70	3	30	40
Cursos oferecidos pela ACIUBÁ (Líder do futuro, Oratória, Excelência no atendimento, etc.)	7	70	4	40	30
Programa de qualidade total	4	40	0	0	40
Encontro empresarial (almoço)	10	100	8	80	20
Reuniões do APL	10	100	10	100	0
Visitas técnicas (CETIQT)	4	40	2	20	20
Organização do processo produtivo	4	40	1	10	30
Palestras e cursos de eficiência energética	2	20	3	30	(-) 10
Palestras de sensibilização das empresas para questões ambientais	4	40	2	20	20
Palestras, cursos e oficinas de capacitação da mão-de-obra	6	60	3	30	30
Palestras de divulgação das linhas de créditos disponíveis	9	90	5	50	70

Fonte: Dados da pesquisa.

As ações que tiveram maior participação foram: reuniões (100%); almoço empresarial (90%); palestras sobre linhas de crédito com os bancos (70%) e Semana da Moda (65%) (Tabela 1).

Segundo o representante da ACIUBÁ e responsável pela coordenação do projeto do APL em 2007, a ação que mobilizou maior número de confeccionistas foi a Semana da Moda e sua avaliação pôde ser confirmada na análise documental da listagem do evento em 2007.

Houve ainda alto índice envolvimento dos empresários nas reuniões e nos almoços empresariais. Essas duas ações são as que acontecem com maior frequência (no caso das reuniões ocorrem de 15 em 15 dias), por isso, a probabilidade de o empresário ter participado de uma reunião ou de um almoço é alta. Contudo, o que se observa nas listas de presença é que o número de participantes das reuniões, salvo as primeiras, encontra-se na faixa de 15-20 pessoas.

Ressalta-se também que ações como: Programa de Qualidade Total (QT); visitas técnicas (CETIQT); organização do processo produtivo; palestras e cursos de efficientização energética e palestras de sensibilização das empresas para questões ambientais tiveram baixos índices de adesão. A baixa adesão dos empresários às ações voltadas para melhoria da gestão empresarial representa um ponto crítico no desenvolvimento do setor de confecções, visto que, em 2005, dados do diagnóstico já apontavam a necessidade de investimentos na área de gestão e operação. De acordo com esse documento, é comum no APL *“as fábricas não terem acesso às tecnologias de gestão existentes, forçando-as a trabalhar em certo grau de amadorismo”* (SENAI, 2005, p.30).

Foram questionados ainda os motivos pelos quais os empresários priorizam algumas ações em detrimento a outras. Entre os integrantes do grupo A, foram identificadas duas categorias de resposta: motivos de presença (*“informação”, “interação”, “aprendizado”, “fortalecimento do grupo”*); e motivos de ausência (*“falta de tempo e de conhecimento”, “não atende ao meu negócio”*).

No grupo B, também foram identificadas duas categorias de resposta: motivos de presença (*“aprender”, “melhorias”, “novidades”*); e motivos de ausência (*“não me acrescenta”, “não me satisfaz”, “inadequações no horário das ações”*).

As falas dos participantes, destacadas abaixo, ilustram as categorias acima:

“Foi a necessidade. Eu tinha três funcionários, quando eu me vi com 30 funcionários e sem saber liderar, eu vi que tinha necessidade de aprender”
(Entrevistada 2 A).

“Eu, no caso, queria participar de todas, mas por motivos aqui do trabalho (falta de tempo) eu ainda participo pouco. Outras ações exigem estudo e eu não tenho”
(Entrevistado 4 A).

“Desconhecimento das ações que são realizadas. Quando eu fico sabendo eu vou. A não ser a capacitação da mão de obra porque foi num período que a confecção estava com uma produção elevada, não tinha como parar ninguém para ir”
(Entrevistado 3 B)

“... a gente ia lá, ouvia as coisas e ficava naquilo mesmo, não saía do lugar” (Entrevistado 1 B).

“Algumas não atendem o meu negócio, igual modelagem é mais voltado pra vestuário de gente, eu faço de cama” (Entrevistado 9 A).

Entre os motivos da baixa adesão dos participantes às ações do APL, está a visão distorcida que o empresário tem do arranjo, conforme mencionado anteriormente. Além de limitarem as ações do APL à central de compras, alguns empresários julgam como “enrolação”, “perda de tempo”, pois almejam resultados financeiros imediatos. Além disso, a tomada de decisão em conjunto demanda tempo e tolerância e isso desagradava a alguns empresários. Entre as falas que demonstram esse tipo de visão, destacam-se:

“Simplesmente eu participei de algumas reuniões e os resultados pra mim não foi satisfatório, aí eu desisti. (...) Não participo mais porque eu tenho outras coisas que são mais importantes pra mim. Pra mim não teve resultados não. Por que o que era almejado era consegui a compras em conjunto, não foi realizado. Eu queria que as coisas se resolvessem. Às vezes eu perdia duas horas de uma reunião que eu esperava que as coisas fossem resolver e não mudava nada”. (Entrevistado 2B)

“A gente ficou três meses pra definir uma coisa (mecânico) que em uma ou duas reuniões definiria. Pra chegar a um acordo, tem que entrar bom senso. Tem coisa que poderíamos decidir mais rápido”. (Entrevistado 8 A)

Em análise comparativa dos resultados referentes ao Plano de Ação, constatou-se conhecimento parcial dos dois grupos de empresários (Quadro 1), tanto no grupo de empresários mais ativos quanto naquele menos participante. Em ambos os grupos, os empresários tinham conhecimento dos objetivos finais do APL, mas desconheciam as ações e metas.

Quanto aos meios de divulgação, considerando a função das reuniões, não houve diferenças significativas entre os dois grupos empresariais analisados.

Os empresários do grupo A participaram de forma mais intensa na maioria das ações do arranjo, visando ao cumprimento das propostas, em comparação aos do grupo B. No entanto, embora os empresários tenham demonstrado, na diagnose inicial, interesse em ações de cunho gerencial, a adesão a estas ações não foi significativa em nenhum dos grupos, o que prejudica a evolução das confecções, fato observado na controladoria das empresas. A forma amadora como controlam suas finanças – e que fora evidenciada no diagnóstico – também foi observada na pesquisa.

Na avaliação dos motivos de adesão às propostas do APL, os resultados mostraram que os empresários de ambos os grupos mencionaram elementos comuns, como o interesse em receber novas informações e em “aprender”. No entanto, os empresários do grupo A

demonstraram maior sentimento de grupo (“*interação*”, “*fortalecimento do grupo e do setor de confecção*”) em comparação aos do grupo B. Por outro lado, os confeccionistas do grupo B citaram como motivos pela escolha de algumas ações em detrimento a outras o surgimento de melhorias nas confecções, reafirmando o posicionamento imediatista já demonstrado pelo grupo em seus objetivos de inserção no APL.

Quadro 1: Relacionamento dos confeccionistas com o APL de Confeccões de Ubá e microrregião: visões dos grupos A e B (2008)

Caractere	Grupo A	Grupo B
Conhecimento do Plano de Ação ou Mudanças	50% dos entrevistados afirmaram conhecer o Plano de Mudanças, enquanto os demais relataram ter conhecimento de apenas algumas metas e ações do APL. Dos que conheciam: 70% ligaram o APL aos seus objetivos finais do APL, 25% citaram apenas algumas de ações passadas e outras atuais e 5% afirmaram conhecer as metas, mas não souberam citá-las.	20% afirmaram ter conhecimento do Plano de Mudanças, 10% conheciam algumas ações e 70% desconheciam ou não se recordavam mais. Os que afirmaram conhecer remeteram-se, principalmente, aos objetivos finais do APL.
Meio de divulgação	100% atribuíram a função às Reuniões do APL	100% atribuíram a função às Reuniões do APL
Adesão às propostas do APL	Neste quesito, 80% dos entrevistados participaram de exposições do setor; 70% no ASAS; 90% na Semana da Moda; 60% em palestras e cursos de Gestão Empresarial; 70% em visitas do consultor do Sebrae (da área de gestão) na confecção; 70% em cursos oferecidos pela ACIUBA; 40% no QT; 100% Encontro empresarial e em Reuniões do APL; 40% em visitas técnicas; 40% na organização do processo produtivo; 20% em ações de eficiência energética, 40% ações ambientais; 60% em capacitação da mão-de-obra e 90% em palestras de ações voltadas ao crédito.	Neste quesito, 40% dos entrevistados participaram de feiras e exposições do setor; 50% no ASAS; 40% na Semana da Moda; 40% em palestras e cursos de Gestão Empresarial; 30% em visitas do consultor do Sebrae (da área de gestão) na confecção; 40% em cursos oferecidos pela ACIUBA; 0% no QT; 80% Encontro empresarial; 100% em Reuniões do APL; 20% em visitas técnicas; 10% na organização do processo produtivo; 30% em ações de eficiência energética, 20% ações ambientais; 30% em capacitação da mão-de-obra e 50% em palestras de ações voltadas ao crédito.
Motivos de adesão às propostas	Os motivos de presença (<i>“informação”, “interação”, “aprendizado”, “fortalecimento do grupo”</i>) e motivos de ausência (<i>“falta de tempo”, “não atende ao meu negócio”</i>)	motivos de presença (<i>“aprender”, “melhorias”, “novidades”</i>); motivos de ausência (<i>“não me acrescenta”, “não me satisfaz”, “inadequações no horário das ações”</i>).

Fonte: Dados da pesquisa.

4.3.2. Resultados das metas quantitativas do APL: percepções dos grupos A e B

As metas contidas na repactuação do Acordo de Resultados do Projeto APL de Confeccões de Ubá e Região – aumento de 14% no volume de peças vendidas e de 8% no número de pessoas ocupadas na cadeia produtiva; e ampliação de 10% no número de clientes

ativos (dezembro de 2005 a dezembro de 2007) – foram discutidas, separadamente, visando obter tanto uma análise quantitativa como qualitativa das metas do APL, considerando as percepções dos grupos (A e B) de empresários pesquisados.

4.3.2.1. Aumento do volume de peças produzidas

Na avaliação desta primeira meta, buscou-se investigar junto aos entrevistados a existência de aumento no volume produzido no período de 2005 a 2007 e de desenvolvimento de novos produtos ou diversificação da produção.

Os dados obtidos revelaram que a maioria das empresas (85%) aumentou suas produções, enquanto 5% delas mantiveram-se estabilizadas e 10% tiveram queda nas vendas. No entanto, a quantificação do volume de peças produzidas não foi possível em algumas empresas, pois, segundo os próprios confeccionistas, os dados não eram quantificados, sobretudo, os de produção do ano de 2005.

Segundo os confeccionistas, não havia planejamento rigoroso da produção ou controle do número de peças produzidas e vendidas por mês ou ano. Em alguns casos, não havia como obter a análise comparativa dos dados porque o controle da produção só passou a ser realizado a partir de 2005, como pode ser verificado nas falas abaixo:

“Eu não sei te falar quantas eram produzidas, porque eu não tinha um computador antes e não fazia controle. Começamos a fazer esse controle a partir de 2005 antes não tinha nada para fazer um controle, era tudo no olhômetro mesmo” (Entrevistada 2 A).

“Sim, aumentou. Eu não sei te dizer o quanto, mas a cada ano que passa eu sinto que tem aumentado” (Entrevistado 3 A).

“Sim. A firma produzia muito pouco, por que era só minha esposa que movimentava a firma, depois que eu passei a trabalhar com ela, aumentou bem, mas números eu não tenho” (Entrevistado 4 A).

“Aumentou muito. Aumentei o número de fornecedores e de vendedores, por isso que eu sei que aumentei as vendas” (Entrevistado 5 B).

Dos entrevistados, 25% não sabiam estimar o aumento obtido; 35% estimaram em percentuais aproximados à evolução da produção e 40% dos empresários sabiam expressar em números a quantidade que produziram em 2005 e em 2007.

Esse fato confirma as colocações do representante da ACIUBA e gestor do APL (2007). Segundo ele, devido à forma amadora como trabalham, muitos empresários não sabem ao certo quanto produzem ou faturam. Alguns sabem, mas de forma imprecisa. Outros, até sabem de forma precisa, mas ocultam ou distorcem as informações.

Os dados encontrados nesta pesquisa assemelham-se aos dados fornecidos pelo diagnóstico inicial do APL, uma vez que, segundo dados dessa análise preliminar (2005), 39% dos entrevistados alegaram apresentar quantificação de resultados de desempenho financeiro e isso está diretamente ligado a outro dado apresentado pelas empresas deste APL: o baixo investimento em planejamento estratégico.

Conforme ressalta o SENAI (2005, p.33), *“a prática de um planejamento formal não é comum no setor, ficando estes planos relegados ao conhecimento do próprio empresário e, de tal forma, implícitos nas tomadas de decisões, sem, contudo, serem avaliados quanto a sua efetividade e cumprimento das metas”*.

Ainda, segundo o Senai (2005, p.47), *“os empresário têm uma noção do quanto precisam faturar para saldarem seus compromissos, porém, não atuam de forma pró-ativa nos problemas que ocorrem no dia-a-dia da empresa (queda da produtividade, baixa nas vendas, retrabalhos, etc.)”*.

Na comparação entre os dois grupos, o número de empresas que apresentavam quantificação numérica da produção no grupo A (50%) era superior ao daquelas que o faziam no grupo B (30%). No Gráfico 5 estão ilustradas as diferenças percentuais entre os dois grupos.

Sobre a diversificação da produção, 45% dos empresários afirmaram ter aumentado a produção e que, desse total, 33,34% ampliaram seu público alvo, 33,33% introduziram novos tecidos e 33,33% inseriram nova linha na produção, por exemplo, a empresa que produzia *lingerie* passou a produzir também a linha *fitness*.

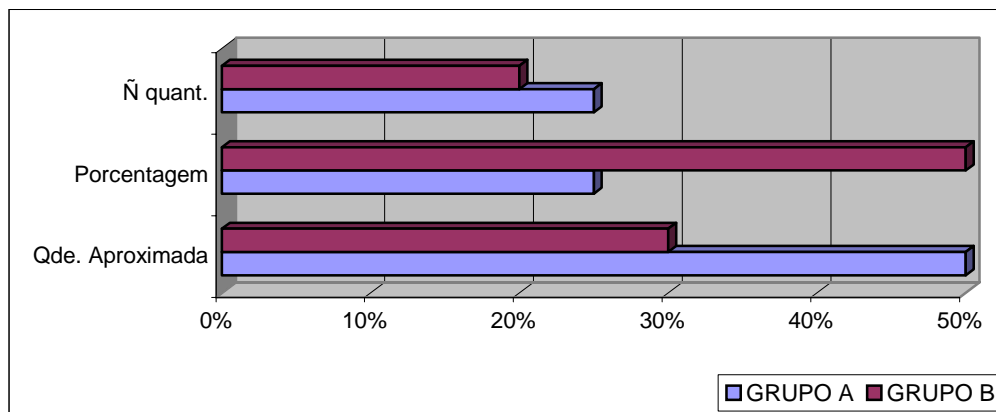


GRÁFICO 5: Quantificação da produção nos grupos A e B do APL de Confecção de Ubá e Microrregião, 2008.

FONTE: Dados da pesquisa.

4.3.2.2. Empregos gerados

No que se refere à segunda meta, “aumentar em 8% o número de pessoas ocupadas na cadeia produtiva”, a maioria das empresas investigadas (80%) apresentou aumento, 10% mantiveram o mesmo número e 10% reduziram o número de funcionários no período estudado (2005-2007).

No grupo A, apenas uma empresa manteve o número de funcionários, enquanto as demais geraram, em conjunto, 104 novos empregos. O crescimento do número de funcionários das confecções do grupo A apresentou grande variação, no entanto, 95% dos empresários deste agrupamento superaram a meta proposta pelo plano de ação.

No grupo B, 70% asseguraram ter aumentado o seu quadro de empregados; 20% afirmaram ter percebido queda e 10% afirmou não ter gerado novos empregos. No total, essas empresas geraram 92 novos empregos.

O crescimento do número de funcionários das confecções do grupo B também apresentou grande variação. No entanto, em todas as empresas onde houve crescimento, esse desenvolvimento foi superior à média proposta pelo Plano de Ação. Além disso, as duas empresas, que obtiveram queda, tiveram regressão de 60,0 e 66,5%, respectivamente, no seu quadro de funcionários nos anos avaliados.

Tabela 2: Taxa de crescimento do número de funcionários nos grupos A e B do APL de Confeccões de Ubá e Microrregião (2005-2007)

Taxa de crescimento	GRUPO A		GRUPO B	
	(N.º)	(%)	(N.º)	(%)
Até 30%	3	30	0	0
30 -100%	2	23,33	5	53,33
100 - 200%	2	23,33	0	23,33
200 – 300%	1	11,67	1	11,67
Mais de 300%	1	11,67	1	11,67

Fonte: Dados da pesquisa.

Assim, conforme os dados apresentados por ambos dos grupos, de modo geral, as empresas superaram as metas do APL para a geração de empregos.

4.3.2.3. Clientes ativos

Com relação à terceira e última meta do APL, “ampliar em 10% o número de clientes ativos”, as empresas investigadas revelaram que: 85% aumentaram o número de clientes; 10% afirmaram ter queda no número de clientes e 5% perceberam estabilidade¹⁰. As falas abaixo ilustram as situações destacadas.

“Eu tinha em torno de 600 a 700 clientes. Hoje eu tenho quase 2000” (Entrevistado 1A).

“Na verdade a gente vai é trocando. Uns clientes vão ficando ruins, ai a gente vai trocando” (Entrevistado 2 B)

Investigou-se, ainda, sobre distribuição da produção/localização dos novos clientes. Sobre este aspecto, 65% dos entrevistados afirmaram ter conquistado novos clientes nas mesmas regiões onde já atuavam, 30% disseram ter expandido as regiões e ampliado o número de clientes onde já estavam inseridos anteriormente e apenas 5% afirmaram ter expandindo novas regiões.

¹⁰ Rotatividade de clientes, e não a existência de novos clientes

4.3.3. Rede de negócios: clientes e fornecedores

Investigou-se junto aos entrevistados se eles tinham percebido alguma alteração nas relações com seus fornecedores e clientes no período de 2005 a 2007.

No grupo A, 70% dos entrevistados perceberem alterações, tanto nas relações com os clientes quanto com os fornecedores. Entre as mudanças percebidas junto aos fornecedores, destacaram: mudança de postura e na visão que o empresário tem do fornecedor; aumento do poder de negociação; e melhoria da relação de confiança empresa/fornecedor, como pode ser verificado nas falas a seguir:

“Mudou, eles percebem que a gente está se unindo. Estamos nos agrupado juntamente com os parceiros. Então, eles começam a tratar a gente de uma forma diferente por que sabem que a gente está agindo em conjunto e não separadamente. Sabe que a gente está em contato um com outro e comenta certas coisas” (Entrevistado 1A).

“Antigamente eu não exigia do fornecedor, ele que impunha as condições dele. Hoje não, hoje eu já faço pesquisa de preço. Antes, o que chegava aqui e falava que tava com o preço bom, eu já tava comprando. Hoje, eu já tenho essa abertura de questionar preço, qualidade, aviamentos. Antes o que pintava aqui a gente tava comprando (Entrevistada 2A).

“Mudou, por exemplo, antes eu via o fornecedor como apenas fornecedor, hoje eu vejo como parceiros. Mudou a forma de relacionamento com eles, a gente busca trazê-los mais pra dentro da empresa. Ver o que ele pode estar fazendo pra gente, pra gente ter qualidade no que eu produzo, e eles também têm que ter na matéria prima. Mudou também o poder de negociação, porque quando você integra o APL eles têm vêm com outros olhos. Pensam que você pertence a um grupo, estruturado, mais organizado, troca informação entre o grupo” (Entrevistado 6 A).

“Sim, mudou, por que como aumentou a produção, agora eu compro mais e o meu poder de negociar é maior, então melhorou” (Entrevistado 4A).

“Teve. Antes a gente só ficava trabalhando e acabava comprando do que primeiro que passava. Além de ter a facilidade da internet, a gente está a par de todos os preços dos fornecedores, do prazo de entrega. A firma para me vender hoje ela tem que andar afiadinha também, porque a gente está mais informado disso” (Entrevistada 2A).

Como mudanças percebidas junto aos clientes, perceberam investimentos na imagem da empresa e criação de canais de comunicação com o cliente.

“Porque quando o cliente percebe que você participa de feiras, expõe, muda o conceito do produto na cabeça do cliente, eles já te vêem como uma firma que participa de feiras, de desfiles, te dão mais valor. Passa a pensar de outra forma com relação a sua empresa” (Entrevistado 1A).

“... a gente só vendia antes, não dava atenção, não fazia pós venda, era vendeu e pronto, agora a gente já tem essa preocupação. Já entramos em contato com cliente pra saber se ele vendeu bem, se ta satisfeito com o nosso produto” (Entrevistada 2A).

“... até um veículo que você entrega as peças, um vendedor com boa aparência, o cliente vê você de outra forma” (Entrevistado 4A).

“... a gente tenta mostrar pro cliente a nossa boa imagem. Hoje eu sou uma empresa que tem certificado de qualidade” (Entrevistado 5A).

“Ele passou a ter mais acesso as minhas mercadorias, eu criei um site e quero fazer um catálogo bonito com as minhas peças. Eu também melhorei a meu atendimento com o cliente” (Entrevistado 8 A).

“Hoje eu seleciono os clientes pra quem vou vender” (Entrevistado 9 A)

Verificou-se, ainda, que os confeccionistas do grupo A correlacionavam estas mudanças ao APL. Para 70% dos entrevistados, a contribuição do APL foi fundamental para que estas mudanças ocorressem. Para 30% dos entrevistados, o APL contribuiu de forma menos significativa ou colaborou em parte (*também ajuda; ele sozinho não, mas ajudou*).

No grupo B, 50% dos entrevistados perceberam alterações, tanto relacionadas aos clientes quanto aos fornecedores, no período de 2005 a 2007.

Junto aos fornecedores, as mudanças percebidas foram a queda nos preços dos produtos; o aumento do poder de negociação e a melhoria da relação de confiança empresa/fornecedor. As falas abaixo ilustram essas categorias:

“Pra mim está melhor com relação aos fornecedores eles têm melhorado os preços” (Entrevistado 2B)

“... a gente ganha mais confiança à medida que a firma vai crescendo. A gente paga tudo em dia também” (Entrevistado 4B).

Como mudanças percebidas junto aos clientes, relataram: receio em lidar com o cliente e criação de canais de comunicação com o cliente.

“Eu melhorei umas coisas no setor de cobrança, sobre atendimento, como tratar um cliente” (Entrevistada 5 B).

“No mercado como está hoje, se você não investir no bom atendimento do cliente você dança” (Entrevistado 10 B).

“O mercado está complicado, porque ao aumentar o número de clientes, aumenta o número de problemas que a gente tem, a gente tem que ficar administrando isso. A dificuldade tá no mercado, pessoas que pagavam bem param de pagar porque estão em dificuldade. O que a gente tem que fazer é ver bem se o cliente tem potencial para continuar comprando a sua roupa e na medida do possível ir trocando os clientes de vão dando problema” (Entrevistado 6B).

“Hoje me julgo com mais medo do que eu tinha antes, não tem negócio nenhum bom. Todo serviço novo que chega à minha porta eu pego ele muito desconfiada, infelizmente. Eu acho que ele já passou por outros lugares, deu problema em outros lugares e acabou aqui. Como nos últimos anos eu tive prejuízos razoáveis, hoje eu não me alegro quando chega um cliente novo aqui” (Entrevistada 9B).

Investigou-se, também, se os empresários do grupo B correlacionavam essas mudanças à inserção de sua empresa no APL. Para 60% dos entrevistados, a contribuição do APL não teve nenhuma significância nessas mudanças, que foram atribuídas a outros fatores, como investimento na qualidade do produto e na equipe de vendas, crescimento natural da empresa, entre outros. Para 30% dos entrevistados, o APL contribuiu de forma indireta ou “em partes”. Somente 10% dos entrevistados perceberam mudanças significativas.

A respeito do relacionamento com os fornecedores, o diagnóstico do APL apontava, em 2005, que os fornecedores representavam uma importante fonte de informações para as empresas, pois eram responsáveis por encaminhar as tendências e novas tecnologias de materiais às confecções (SENAI, 2005).

Tem-se ainda que a qualidade é o fator determinante para inserção e manutenção de qualquer organização produtiva no mercado. Assim, o sucesso de uma confecção está condicionado à qualidade de seus produtos e de seu atendimento. Neste sentido, as confecções do APL devem investir mais em processo gerenciais e estratégicos da qualidade, que englobem a seleção de matéria-prima e de seus fornecedores, buscando sempre melhorar o relacionamento com esses fornecedores.

De acordo com os dados do diagnóstico, apenas 25% das empresas investigadas utilizavam algum tipo de pesquisa para conhecer os clientes e 24% afirmavam fazer pesquisas para avaliar o grau de satisfação do seu consumidor. Com relação à divulgação dos produtos e da imagem da empresa, do total de empresas que afirmaram fazer divulgação da marca, 26% dos entrevistados asseguraram que realizam a divulgação dos produtos e 19% afirmavam fazê-la para a imagem da marca (SENAI, 2005).

Ainda segundo o diagnóstico, o contato direto com o cliente era realizado por meio dos representantes comerciais, na grande maioria das empresas. O representante comercial é o responsável por trazer informações referentes à satisfação dos clientes, resultados do lançamento de produtos, preços, qualidade, etc. Dessa forma, não é comum a prática de elaborar pesquisas de satisfação junto aos clientes. Contudo, quando ocorre, os dados não são trabalhados de maneira eficaz, o que evidencia uma perda considerável de informações que poderiam nortear as tomadas de decisão dos empresários (SENAI, 2005).

Se o cliente é o motivo principal da existência das empresas, é preciso que as confecções busquem cada vez mais criar canais de comunicação que as ajudem a identificar as necessidades e os desejos desse cliente, bem como meios de mensurar sua satisfação com os produtos adquiridos. Em muitas empresas do APL, principalmente as do grupo B, a

preocupação em investir no relacionamento com cliente ainda é pequena, revelando uma falha em seu planejamento.

4.3.4. Melhorias nas confecções pós-inserção no APL: visões dos grupos A e B

Foi questionado aos membros do grupo A e do grupo B se acreditavam que a inserção no APL teria contribuído para a melhoria de sua confecção e, em caso afirmativo, quais seriam essas melhorias.

4.3.4.1. Melhorias após a inserção no APL, segunda a concepção do grupo A

Dentre os entrevistados do grupo A, 90% narraram melhorias em suas confecções após a inserção de sua empresa no APL, ou seja, dos dez entrevistados, apenas um não narrou melhorias direta na confecção (Tabela 3).

As categorias citadas pelo grupo A convergem-se com as concepções de Teran e Miranda (2007) a respeito das atividades comuns aos APL's da cadeia produtiva têxtil brasileira. Segundo esses autores, as empresas são estimuladas a praticar a cooperação nos projetos voltados ao processo produtivo (compra de insumos e máquinas, treinamento pessoal, financiamento, seguro, organizações de feiras, etc.) enquanto desenvolvem estratégias isoladas de competição nas áreas do produto, acesso a mercados internos, etc.

Esse fato também é destacado por La Rovere e Carvalho (2005). Na visão desses autores, a cooperação entre as empresas é fundamental para a superação dos limites ao desempenho competitivo relacionados ao tamanho dessas empresas. Entre esses limites, os mais comuns são o uso de máquinas obsoletas, a administração inadequada e as dificuldades de comercialização dos produtos em novos mercados.

Tabela 3: Concepção do grupo de empresários A com relação às melhorias na confecção após inserção no APL de Confeccões de Ubá e Microrregião, 2008

Melhorias	GRUPO A	
	(N.º)	(%)
• Estrutural (organização do <i>layout</i> ; investimento em maquinário, etc.)	3	30
• Acesso a linhas de crédito	2	20
• Qualidade dos produtos	1	10
• Seleção e recrutamento de Recursos Humanos	2	20
• Organização e controle das finanças	1	10
• Prestação de serviço (lavanderia, fornecedores, representantes, etc.).	1	10
• Capacitação	3	30

Fonte: Dados da pesquisa.

Outra grande vantagem da interação das firmas para os empreendimentos, fortemente destacada pelos integrantes do grupo A, é a troca de informação e o aprendizado interativo. No entanto, segundo o SENAI (2005), essa prática só era executada por 39% das empresas diagnósticas em 2005, e 68% dos entrevistados afirmaram não ter nenhum vínculo com seus concorrentes (FIGURA 6).

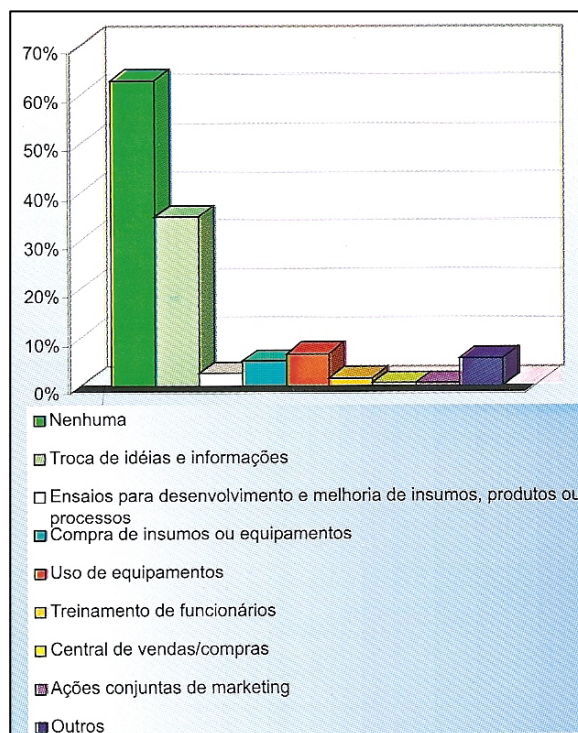


FIGURA 6: Relacionamento dos empresários com seus concorrentes do APL de Confeção de Ubá e Microrregião, 2005.

FONTE: SENAI (2005).

As falas abaixo ilustram uma situação inversa à encontrada no diagnóstico realizado pelo SENAI, em 2005, uma vez que evidencia a troca de informações entre os integrantes do grupo A.

“... lá a gente troca idéias, apesar de ter muita gente que ainda não se abre com medo da concorrência, mas a gente aprende, ajuda muito. Vamos trocando conhecimento entre a gente isso ajuda muito” (Entrevistada 2 A)

“... antes eu vivia aqui na confecção, no meu mundinho, eu nunca fui de buscar coisas fora, viajar pra pegar novidades. Era só mesmo eu, com a minha inteligência e a minha vontade de trabalhar. Eu vivia muito fechada, era só eu ali, eu aprendi muitas coisas” (Entrevistada 3 A)

“... lá, em matéria de ajuda, de dinheiro, não tem. É cada um na sua. A ajuda lá é orientando, é mais ajuda verbal, troca de informações” (Entrevistado 4 A).

“... a gente vai vendo confecções que são mais estruturadas, e eles comentam certas coisas e a gente vai procurando fazer igual” (Entrevistado 5 A)

“Teve coisas que eu trabalhei 2 ou 3 anos fazendo aquilo com uma dificuldade danada, depois eu achei um processo muito mais fácil e virou muito mais fácil. Então, foi um trabalho errado por falta de informação. O APL facilita muito acesso a essas informações” (entrevistado 7 A).

Na visão de Suzigan *et al.* (2006), assim como de Lastres e Cassiolato (2005), a interação de empresas cooperadas num APL tende a resultar em conhecimento tácito, formas

de aprendizagens cooperativas e, conseqüentemente, processos inovadores. Os conhecimentos que não estão codificados, mas que estão implícitos e incorporados em indivíduos, organizações e até regiões, como destacado nas falas acima e em outras passagens no capítulo, são conhecidos como conhecimento tácito¹¹.

Esses autores enfatizam ainda que esse tipo de conhecimento não pode ser codificado ou transmitido à distância; é difundido por meio de contato pessoal, mobilidade de trabalhadores, qualificação da força de trabalho, existência de fornecedores especializados, confiança mútua e vocabulários específicos, que somente as proximidades geográfica e cultural proporcionam. Daí, a vantagem de configurações produtivas geograficamente concentradas.

Além disso, a proximidade geográfica facilita a transmissão de novos conhecimentos que se caracterizam como complexos, de natureza tácita e específicos a certas atividades e sistemas de produção e inovação. A capacitação inovativa gerada pela interação das empresas possibilita a introdução de novos produtos, processos, métodos e formatos organizacionais (LASTRES e CASSIOLATO, 2003; SUZIGAN *et al.*, 2005).

4.3.4.2 Melhorias após a inserção no APL, segundo a concepção do grupo B

Entre os entrevistados do grupo B, apenas um percebeu influência negativa do APL em seu empreendimento.

“... eu não soube filtrar as informações que eu recebi. No meu caso, o APL me fez desviar um pouco do que eu já produzia. Eu sempre trabalhei com roupa popular e tinha um giro muito bom. Quando eu entrei no APL eles falavam muito de criação de uma marca forte, de valor agregado. A confecção produzir para ganhar mais dinheiro no produto e menos na produção. Ai foi quando eu perdi muito dinheiro, eu comecei a mexer com modinha em jeans, coisa que eu não sabia fazer e quase fali. Porque é um mercado muito concorrido e você tem que ter um trabalho de divulgação da marca, coisa que eu não tinha experiência e estava despreparada. Hoje eu estou voltando a mexer com o que eu sei trabalhar que é roupa popular, estou começando do zero praticamente (Entrevistada 3B).

O restante do grupo de empresários se dividiu: 50% dos demais empresários não percebeu diretamente o impacto do APL em seu negócio e 40% observaram melhorias em suas confecções. As falas abaixo são de representantes do grupo B, que se mostravam insatisfeitos com o desempenho do APL em suas empresas.

¹¹ Conhecimento que apresenta forte especificidade local e que decorre da proximidade territorial e/ou de identidades culturais, sociais e empresariais (LASTRES e CASSIOLATO, 2003).

“Não, eu não fiz nenhuma ação, nenhuma teve melhoria na minha confecção por que não implantei nada do que eu aprendi lá” (Entrevista 9B).

“Não. Não tive nenhum resultado que me melhorasse algo, por isso eu parei” (Entrevistado 3B).

“Não,estou precisando melhorar mais. Eu queria participar mais. Pra mim, nada, de repente pra Ubá tão trabalhando mais” (Entrevistado 4B).

Os 40% que perceberam melhorias diretas nas confecções citaram as seguintes categorias de respostas apresentadas na Tabela 4.

Tabela 4: Concepção do grupo de empresários B com relação às melhorias na confecção após inserção no APL de Confecções de Ubá e microrregião, 2008.

Melhorias	GRUPO B	
	(N.º)	(%)
• Estrutural (organização do <i>layout</i> ; investimento em maquinário, etc.)	2	20
• Acesso a linhas de crédito	2	20
• Capacitação	2	20
• Eficiência energética	1	10

Fonte: Dados da pesquisa.

A troca de informação e o aprendizado interativo também foram mencionados como vantagens por alguns participantes do grupo B, como demonstrado a seguir.

“A confecção melhorou muito, não só a minha, mas eu acredito que as confecções de Ubá melhoraram muito. Quer dizer, o APL deu uma gama de condições para o pessoal melhorar. A pessoa empolgada passa a multiplicar os interesses, a querer dividir, ela se empenha mais. Um aprende com outro, com os erros e os acertos” (Entrevistado 6B).

“Em alguns setores sim. A troca de informações no APL é boa” (Entrevistada 8 B).

O Gráfico 6 mostra as visões dos empresários de ambos os grupos sobre a presença de melhorias nas empresas:

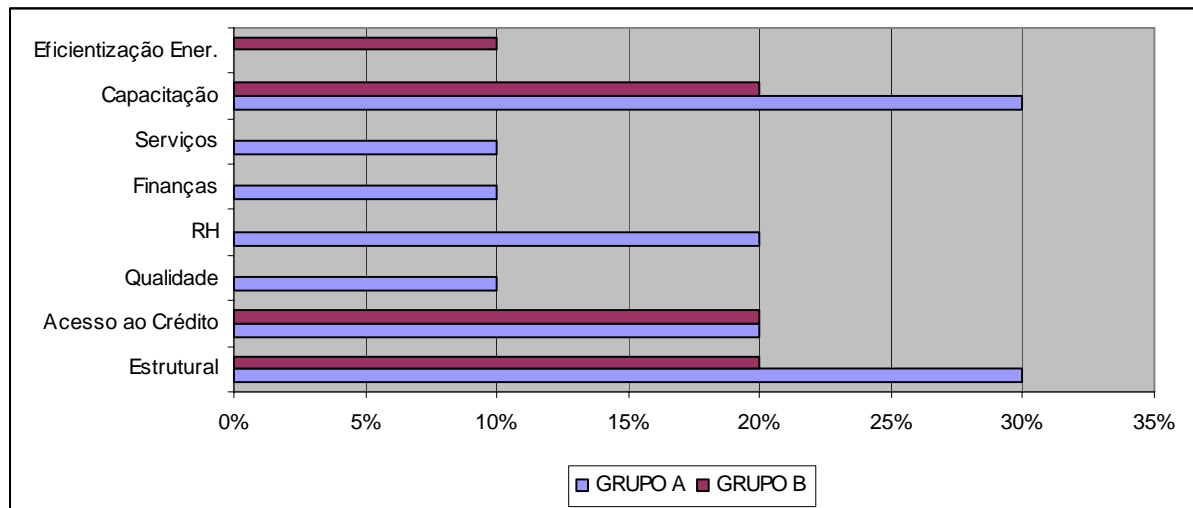


GRÁFICO 6: Categorias de melhorias na confecção na percepção dos grupos de empresários A e B do APL de Confeção de Ubá e Microrregião, 2008.

FONTE: Dados da pesquisa.

Segundo o SENAI (2005), os empresários destacaram cinco principais pontos de interesse que gostariam de compartilhar com outras empresas: cursos de capacitação e treinamento (80%); participação em feiras e eventos do setor (60%); criação de central de compras (45%); serviços de desenvolvimento para a empresa (50%) e divulgação de marcas regionais (50%).

Visando atender às necessidades citadas anteriormente, o grupo gestor do APL adotou, nos primeiros três anos de projeto, ações neste sentido. No entanto, a adesão pelos empresários em algumas ações foi muito pequena, sobretudo pelos empresários do grupo B. Um exemplo disso é o pouco interesse demonstrado pelos empresários entrevistados com relação a: palestras de gestão (50%); cursos e oficinas de capacitação da mão-de-obra aos cursos (45%), visitas técnicas (30%); organização do processo produtivo (25%) palestras e cursos de efficientização energética (25%), entre outros.

Se as ações do APL pautaram-se nas carências, expectativas e necessidades do empresariado, quais os motivos para a pouca adesão a estas ações? O gestor do APL afirmou desconhecer a razão. Nas entrevistas, alguns empresários afirmaram conflito de horários e “falta de tempo”. Dessa forma, nota-se principal entrave para o sucesso dos APL’s a dificuldade de se estabelecer laços de cooperação e confiança entre concorrentes de um mesmo setor, conforme mencionado anteriormente.

Para quebrar essa barreira, são necessárias muitas mudanças, pois as empresas do APL precisam adotar comportamentos mais empreendedores, o que implica quebras de paradigmas e transformações radicais nas relações internas em cada organização. Neste

sentindo, conforme Souza-Neto (2008), é preciso cooperar para competir e o tema principal e a palavra são: coopetição (cooperação + competição).

Com a exposição dos dados, evidenciou-se também que o APL teve influência positiva nas confecções que o integram, sobretudo nas confecções do grupo A, pelo seu maior envolvimento nas ações e propostas do arranjo.

Com os dados apresentados, nota-se que os empresários que participam mais ativamente do APL (grupo A) perceberam mais impactos em sua confecção que aqueles que participaram de forma esporádica ou que deixaram de participar (grupo B), pois, nas confecções do grupo A, os empresários alcançaram mais mudanças positivas, como no número de empregos gerados, no relacionamento com os fornecedores/clientes e nas melhorias na confecção.

O Quadro 2 resume e apresenta as principais diferenças/semelhanças encontradas na relação entre o APL e a confecção, nos grupos A e B. A análise comparativa das metas do APL, na percepção dos empresários, comprova que, em alguns casos, não houve diferença significativa entre os grupos estudados, evidenciando pontos comuns aos dois grupos, como: aumento no volume de peças produzidas, no volume de empregos gerados, na conquista de novos clientes e na melhoria do relacionamento da empresa com sua rede de negócios; o que indica que a participação não é determinante para o alcance dessas metas.

Por outro lado, a meta diferenciadora entre os dois grupos pesquisados está associada às melhorias nas confecções, visto que os empresários do grupo A perceberam mais melhorias em suas empresas que os do grupo B. Assim, foi evidenciada a necessidade de investimentos para mobilização e maior envolvimento no APL pelo segundo grupo.

Quadro 2: Análise comparativa da percepção dos empresários dos grupos A e B quanto às metas do APL de Confeccões de Ubá e Microrregião, 2008

Caractere	Grupo A	Grupo B
Volume de peças produzidas	50% dos empresários quantificam com números as peças produzidas; 25% conhecem um percentual aproximado do volume de peças produzidas e vendidas e 25% não sabem quanto produzem ou vendem	30% quantificam numericamente as peças produzidas; 50% conhecem um percentual aproximado do volume de peças produzidas e vendidas e 20% não sabem quanto produz ou vende
Empregos gerados	95% geraram novos empregos e superaram a meta proposta pelo plano de ação (aumento de 8%) e 5% não perceberam alterações no número de empregados. Total de empregos gerados entre os anos de estudo: 104	70% asseguraram ter aumentado o seu quadro de empregados, superando a meta proposta pelo plano de ação (aumento de 8%); 20% perceberam queda e 10% não geraram novos empregos. Total de empregos gerados entre os anos de estudo: 92
Novos clientes	100% aumentaram o número de clientes ativos	70% notaram aumento; 20% afirmaram ter queda e 10% citaram a estabilidade (rotatividade de clientes, e não a existência de novos clientes)
Relacionamento com a rede de negócios (cliente e fornecedores)	70% dos entrevistados perceberem alterações relacionadas tanto aos clientes quanto aos fornecedores. Para 70% dos entrevistados, a contribuição do APL foi fundamental para que estas mudanças ocorressem e 30% disseram que APL contribuiu de forma menos significativa ou colaborou “em partes”	50% dos entrevistados perceberem alterações relacionadas tanto aos clientes quanto aos fornecedores. Para 60% dos entrevistados, o APL não teve nenhuma significância nestas alterações; 30% disseram que o APL contribuiu de forma indireta e 10% disseram que o APL teve significância nestas mudanças
Melhorias nas confeccões	90% narraram melhorias diretas nas confeccões e 10% não perceberam melhorias. Entre os que perceberam melhorias, 30% narraram melhorias de cunho estrutural, 20% no acesso a linhas de crédito; 10% na qualidade dos produtos, 20% nos recursos humanos; 10% nas finanças; 10% na prestação de serviço; e 30% na capacitação dos funcionários	40% observaram melhorias em suas confeccões; 10% citaram influência negativa do APL em sua confecção, 50% não perceberam alterações. Entre os que perceberam melhorias, 20% narraram melhorias de cunho estrutural; 20% no acesso a linhas de crédito, 20% na capacitação e 10% na eficiência energética.

Fonte: Dados da pesquisa.

4.4. Caracterização pessoal e familiar dos confeccionistas investigados

Na análise do perfil socioeconômico dos entrevistados e na caracterização de suas famílias (Apêndice 4), realizou-se discussão dos dados da pesquisa de campo com os dados do PNAD 2007, publicada pelo IBGE em 2008.

4.4.1. Perfil pessoal do confeccionista

Quanto à faixa etária, houve predomínio de entrevistados de 41 a 50 anos (Tabela 5), sobretudo do sexo masculino (55%). Embora as atividades da costura e produção do vestuário sejam atividades correlacionadas ao universo feminino, a administração das empresas, na maioria delas, eram geridas por indivíduos do sexo masculino.

Os dados fornecidos permitem afirmar ainda que a maioria dos sujeitos entrevistados (45%) possui 12 anos de estudo, ou seja, concluíram o ensino médio, superando a média nacional, que, segundo o IBGE (2007), é de 7,3 anos de estudo¹².

Na classificação quanto ao estado civil, 75% dos entrevistados são casados e 15%, separados. Comparativamente ao grupo B, o grupo A mostrou-se mais homogêneo quanto à faixa etária, concentrando-se, principalmente, na faixa dos 41 aos 50 anos. Nesse primeiro grupo, apesar de o nível de escolaridade predominante ser o ensino médio, também foram encontrados dois entrevistados com curso superior completo, o que não ocorreu no grupo B. No entanto, com relação ao sexo e estado civil, os dois grupos foram semelhantes.

¹² Somente considerando o conjunto da população brasileira de 15 anos de idade ou mais.

Tabela 5: Perfil sociocultural dos entrevistados

Características dos entrevistados	GRUPO A		GRUPO B	
	(N.º)	(%)	(N.º)	(%)
Faixa etária				
De 20 a 30 anos	1	10	2	20
De 31 a 40 anos	1	10	2	20
De 41 a 50 anos	7	70	4	40
De 51 a 60 anos	1	10	1	10
Mais de 61 anos	0	0	1	10
Sexo				
Masculino	6	60	5	50
Feminino	4	40	5	50
Escolaridade				
Ensino fundamental incompleto	1	10	0	0
Ensino fundamental completo	1	10	3	30
Ensino médio incompleto	0	0	0	0
Ensino médio completo	6	60	7	70
Nível superior incompleto	0	0	0	0
Nível superior completo	1	10	0	0
Pós-graduação	1	10	0	0
Estado civil				
Solteiro (a)*	1	10	0	0
Casado (a)	7	70	8	80
Viúvo (a)*	0	0	0	0
Separado, divorciado (a)*	1	10	2	20
(*Sozinho)				
União estável	1	10	0	0

Fonte: Dados da pesquisa.

4.4.2. Perfil familiar do confeccionista

A caracterização das famílias (Tabela 6) possibilita discutir as variáveis relativas ao tipo de família, ciclo de vida familiar, número de pessoas por domicílio e número de filhos, além da renda familiar mensal.

Tabela 6: Caracterização das famílias dos entrevistados

Características das famílias	GRUPO A		GRUPO B	
	(N.º)	(%)	(N.º)	(%)
Tipo de família				
Nuclear	7	70	5	50
Extensa	0	0	1	10
Reconstruída	1	10	0	0
Casal sem filhos	1	10	1	10
Monoparental	1	10	2	20
Unipessoal	0	0	1	10
Ciclo familiar				
Formação	3	30	2	20
Intermediária	3	30	2	20
Dispersão	4	40	6	60
Número de pessoas por domicílio				
1 a 2	0	0	1	10
2 a 4	8	80	8	80
5 a 7	2	20	10	10
8 a 10				
Renda mensal				
De 3 a 5 salários (R\$ 1.380 a 2.300)	2	20	0	0
De 5 a 10 salários (R\$ 2.300 a 4.600)	3	30	6	60
De 10 a 15 salários (R\$ 4.600 a 6.900)	3	30	3	30
Mais de 15 salários (mais de R\$ 6900)	2	20	1	10
Número de filhos				
Nenhum	1	10	1	10
1 a 2	6	60	7	70
2 a 4	3	30	2	20

Fonte: Dados da pesquisa.

Na avaliação do arranjo familiar e da chefia da família, na maioria das famílias investigadas (60%), a família é do tipo nuclear, com chefia masculina. No entanto, observou-se a existência de famílias monoparentais, chefiadas por mulheres, e de casal sem filhos. De acordo com os dados da PNAD 2007, o número de pessoas que coabitam o mesmo domicílio e estão unidas por laços de consanguinidade no Brasil equivale a 48,9% do tipo casal com filhos. Entretanto, destaca-se um declínio desse modelo de organização familiar e a inserção de novos arranjos sob chefia feminina.

Quanto ao ciclo de vida das famílias, a fase de maior frequência entre os entrevistados foi a de dispersão (50%), ou seja, todos os filhos com idade superior a 16 anos. Já na PNAD de 2007, a maioria das famílias brasileiras encontra-se no ciclo de formação. Do total de

famílias pesquisadas em 2007, onde houve presença de filhos, 50,5% pertenciam ao ciclo de formação; 15,5%, ao ciclo de dispersão de vida familiar (IBGE, 2008).

A média de pessoas por domicílio na pesquisa foi de 3,7 pessoas/domicílio, com desvio-padrão de 1,215. Em 80% dos casos estudados, existem menos de quatro pessoas por domicílio. O número de moradores por domicílio nas famílias pesquisadas foi maior que a média nacional, pois, segundo a PNAD 2007, o número médio de moradores por domicílio foi de 3,4 pessoas em 2007, como resultado da queda da fecundidade e redução do tamanho médio das famílias.

A taxa de fecundidade total dos participantes, no entanto, foi menor que a média nacional, pois a média de filhos nas famílias investigadas foi de 1,9 filho/família, com desvio-padrão de 0,967906.

Segundo os dados da pesquisa, a renda mensal familiar média dos entrevistados é de R\$ 5.450,00, variando de R\$ 1.500,00 a R\$ 11.4000,00. Dos entrevistados, 45% apresentaram renda mensal de 5 a 10 salários mínimos, ou seja, de R\$ 2.300,00 a R\$ 4.600,00, enquanto 35% tinham renda familiar superior a 15 salários mínimos, ou seja, mais de R\$ 6.900,00. No Brasil, o rendimento médio real dos domicílios¹³ particulares permanentes foi de R\$ 1.796,00 em 2007, enquanto, na Região Sudeste, esse rendimento foi de 2.086,00 (IBGE, 2008).

Comparativamente, os sujeitos do grupo A foram mais homogêneos quanto à tipologia familiar, concentrando-se, sobretudo, no modelo nuclear. Os grupos apresentaram diferenças quanto ao ciclo familiar e quanto à renda média mensal da família. O grupo B foi mais homogêneo que o grupo A quanto ao ciclo de vida familiar, agrupando maior número de entrevistados no ciclo de dispersão (60%). Quanto à renda, o grupo A apresentou maior heterogeneidade, enquanto o B reuniu maior número de entrevistados (60%) na faixa de 5 a 10 salários/mês. No entanto, os grupos também apresentaram resultados comuns quanto ao número de sujeitos por domicílio e ao número de filhos.

Os dados desta pesquisa confirmaram parcialmente as transformações pela qual a família vem passando, destacadas por Bordieu (1993), Prado (1983) e Goldani (2002).

Dada a diversidade de arranjos familiares encontrados, é possível perceber que não existe família, mas sim famílias, conforme destacou Bordieu (1993). No entanto, nas famílias entrevistadas, o modelo nuclear com chefia masculina é o predominante, refutando a premissa colocada por Prado (1983) de que “*em sociedades modernas, a família nuclear já é uma*

¹³ É a média da soma dos rendimentos mensais dos moradores do domicílio, excluindo pensionista, empregado doméstico ou parente do empregado doméstico e descontada a inflação.

experiência minoritária em relação aos casais que vivem juntos sem serem casados, as famílias monoparentais, aos casais que vivem separados”.

Os padrões de renda e escolaridade foram superiores à média nacional, enquanto o tamanho de família, o número de filhos e o tipo de arranjo se assemelharam ao comportamento da população brasileira.

4.5. O APL e sua correlação com a unidade doméstica: análise comparativa dos grupos A e B

A seguir será apresentada a análise da interação entre as duas interfaces enfatizadas neste estudo: família e APL. Além disso, considerando que os APL's têm como objetivo final a melhoria da qualidade de vida da família, foram analisados ainda aspectos que correlacionam qualidade de vida e o APL.

4.5.1. Produção doméstica na unidade doméstica dos confeccionistas

A produção doméstica envolve a transformação de insumos em produtos finais mediante aplicação da força de trabalho. Nas unidades domésticas dos entrevistados, em ambos dos grupos, somente a alimentação é produzida dentro de casa. Os artigos de vestuário, limpeza e demais produtos utilizados pela família são providos por instituições externas, mediante atividade de consumo.

Conforme destacado por Marques e Cebotarev (1994), as funções da economia familiar estão diretamente ligadas ao poder aquisitivo da família e à situação econômica da sociedade. Se o poder aquisitivo da família diminui, consequências imediatas ocorrem, como ativação da produção doméstica e modificação no padrão do consumo. Também é verdade que, se o poder aquisitivo da família aumenta, as atividades de produção domésticas diminuem, como observado nas famílias pesquisadas.

Como responsável pela produção, em 80% das unidades domésticas do grupo A, há funcionária (empregada doméstica) responsável pela produção da alimentação. Nos 20% restantes, a produção é de responsabilidade de uma mulher da família (mãe ou esposa). No grupo B, 50% dos entrevistados afirmaram que produção dos alimentos é realizada pela empregada doméstica e os outros 50% mencionaram que a produção é de responsabilidade de uma mulher da família (mãe ou esposa).

Verificou-se ainda se os entrevistados haviam percebido alterações no padrão de produção doméstica após o ano de 2005 e quais os motivos que levaram a essas alterações. Em resposta, 50% dos entrevistados do grupo A e 90% do grupo B responderam não ter notado alteração no padrão de produção doméstico.

Os 50% restantes do grupo A que afirmaram ter percebido alguma alteração na produção e citaram os seguintes motivos: participação mais intensa do trabalho da mulher na confecção e organização da confecção. As falas abaixo ilustram esses motivos:

“Quando a minha confecção era menor e dentro de casa, a minha mulher tinha empregada, mas fazia alguma coisa ainda, um lanche, um bolo, agora não dá mais tempo” (Entrevistado 4 A).

“A confecção da gente vai crescendo e foi tendo a necessidade de contratar uma empregada porque minha mulher não dava mais conta de fazer o trabalho de casa e me ajudar aqui na confecção” (Entrevistado 5 A).

“Antes a gente almoçava fora porque não tinha tempo pra ir em casa. Hoje, eu contratei uma funcionária pra poder fazer o almoço. Então mudou por que agora produz em casa” (Entrevistado 6 A).

“Quando a minha confecção era menor e dentro de casa, a minha mãe não tinha empregada, aí ela era que fazia. Ela teve que contratar quando nos mudamos” (Entrevistado 7A).

Nota-se que, em nenhum dos casos, houve menção da correlação direta entre as alterações na produção doméstica e o APL. Contudo, como fatores causais, foram citados o crescimento da empresa e a organização do padrão produtivo, o que, indiretamente, pode estar correlacionado ao APL.

Um exemplo dessa inferência é o caso do sexto entrevistado do grupo A. A análise do conteúdo de sua entrevista permite inferir que o crescimento e a organização do processo produtivo de sua confecção foram correlacionados, anteriormente, ao APL. Entretanto, nesta questão, o empresário não fez correlação direta com o APL, mas mencionou a organização da confecção como fator causal das mudanças em seu sistema de produção familiar. Conclui-se, então, que indiretamente o APL influenciou na mudança no seu padrão alimentar.

Destaca-se ainda que, em todos os casos, a produção doméstica é tarefa de uma mulher, que pode ser membro da família ou mão-de-obra contratada. Esse resultado confirma observações de Bruschini e Ridenti (1994) sobre o trabalho doméstico. Segundo esses autores, a produção doméstica tem sido afetada por diversos fatores, entre eles, a inserção da mulher no mercado de trabalho, que ocasionou a redistribuição das atividades domésticas de produção e a contratação de mão-de-obra externa, que geralmente é feminina.

4.5.2. Gestão do tempo e convívio com os membros da família

Como o tempo é um dos recursos mais importantes na administração dos recursos da família, julgou-se relevante conhecer como os empresários alocam este recurso. Questionou-se aos entrevistados sobre a ocorrência de alterações depois de 2005 no tempo que passam no trabalho e no tempo que passam com a família.

Dos integrantes do grupo A, 60% disseram que passaram a permanecer menos tempo no trabalho depois de 2005; 30% responderam que o tempo de permanência na empresa passou a ser maior depois de 2005 e 10% não observaram alterações. As frases abaixo demonstram algumas respostas obtidas:

“Bem menor. Hoje eu chego aqui as 8 e saio às 17:20. Antes eu chegava aqui as 6 ou 7 horas da manhã e saía as 22 horas. Não tinha horário pra nada” (Entrevistado 1A).

“Menor. Antes eu não saía daqui pra nada, agora eu vou pelo menos às reuniões”. (Entrevistada 3 A).

“Menor, a gente começa a enxergar as coisas de outra forma. Dedicção não significa que você tem que estar o tempo todo lá. Pode ser que você está de fora, mas gerenciando” (Entrevistado 9 A).

Maior. Por que eu tive que me dedicar mais, né? Antes eu era mais relaxado com a minha confecção, agora eu me dedico mais. Também porque aumentou a produção, agora a gente fica mais tempo aqui (Entrevistado 5 A).

De acordo com os resultados, para 60% dos entrevistados do grupo A, o tempo que passam com a família aumentou depois de 2005. Entre os motivos para esse aumento do tempo de convívio familiar, foram citadas: a organização do tempo de trabalho, a descentralização das decisões dentro da empresa, a inserção de membros da família dentro da confecção e a desvinculação do espaço produtivo e doméstico. As falas abaixo exemplificam algumas dessas justificativas:

“...antes eu tinha tempo pra minha família das 22 as 6 horas da manhã. E nessa hora está todo mundo dormindo. Hoje não, sábado não funciona a confecção e durante a semana a gente tem tempo pra conversar, pra assistir uma novela, um futebol, pra sair” (Entrevistado 1 A).

“...agora eu tiro uma hora pra almoçar e não quero que me chamem. Antes eu não tinha nem horário de almoço, era 10 ou 15 min. pra almoçar. Cinco e meia da manhã eu estava na fábrica e não tinha hora para parar. Agora eu estou tentando diminuir um pouco, já faço hora de almoço, porque a gente chega um ponto na vida que se a gente não parar a gente adoce, morre. Você pode levar a firma até falência se você ficar muito estressado. (...) Quando eu era “pequeno” tinha que fazer de tudo. Conta pra pagar e precisando de trabalhar muito. Hoje eu to mais estabilizado, já tenho um emprego, meu negócio” (Entrevistado 8 A).

“... eu ia trabalhando. Eu trabalhava até uma hora da manhã e depois levantava às cinco horas por que era dentro da minha casa, e se eu perdia o sono eu já ia trabalhar. Era sábado, domingo eu ia costurar” (Entrevistado 2A).

“Antes, quando eu não trabalhava na confecção, eu fazia mais coisas pra mim, hoje em dia eu não faço mais, e também passo mais tempo aqui na confecção com a minha mulher, né?”(Entrevistado 5A).

“Hoje, a confecção teve organização de tempo, eu contratei uma funcionária pra poder fazer o almoço, e a gente (ele e a esposa) poder tirar um horário fixo pra almoçar. Antes a gente não tinha esse tempo, almoçava na rua, e depois já ia fazer o serviço de banco e de lá já ia pra outros locais. Agora com o QT, eu organizei a minha confecção pra ter meu momento de refeição e de descanso” (Entrevistado 6 A).

Os 40% restantes do grupo A afirmaram passar menos tempo com a família depois de 2005 (20%) e 20% afirmaram não ter percebido alteração no tempo de convívio familiar. As justificativas para redução do tempo com os familiares pautaram-se no aumento na produção e na frequência às ações do APL.

No grupo B, 60% dos entrevistados afirmaram passar mais tempo no trabalho, enquanto 30% afirmaram não ter percebido alteração. Entre os motivos dessas alterações, foram relatadas: queda na produção; exigências trazidas pelo mercado e pela reestruturação do negócio, entre outros. As passagens abaixo exemplificam algumas destas situações:

“... eu fazia muito “cerão”, agora, com essa crise, também deu uma diminuída” (Entrevistada 4B).

“Fico mais aqui, mesmo tendo menos trabalho. Eu tenho que ficar aqui e atender/conhecer esse novo cliente, dar assistência aos clientes que eu já tenho e saber por que o meu cliente foi embora. Preciso ficar aqui muito mais atenta do que eu ficava antes” (Entrevistada 9B).

“... eu dedico muito mais ao trabalho porque é como se estivesse começando de novo” (Entrevistada 3 B).

Com relação ao tempo de convívio com a família, 80% dos entrevistados do grupo B afirmaram não ter percebido alteração e 20% citaram redução do tempo que passam com os familiares. Os empresários citaram como motivos para a manutenção do tempo de convivência familiar: a coexistência do espaço de trabalho e moradia e a presença de membros da família dentro da confecção. As falas abaixo apresentam algumas justificativas mencionadas pelos entrevistados:

“Estou sempre com eles porque a confecção é anexa a minha casa” (Entrevistada 3B).

“... em 2005 eu já tinha uma situação mais estável. Já foi diferente um dia, mas, em 2005, já estava mais estabilizado. Eu já tinha a vida que eu tinha hoje” (Entrevistado 6 B).

“Igual. Todo mundo da minha família trabalha comigo, praticamente” (Entrevistada 5 B).

“Igual, minha filha trabalha aqui” (Entrevistado, 1B).

“Menor, bem menos, vejo minha filha somente na hora do almoço e a noite” (Entrevistada 8B).

Questionou-se ainda aos empresários se haviam percebido alguma alteração na administração do tempo de convívio com os membros da família após a inserção de sua confecção no APL. No grupo A, a maioria dos confeccionistas (80%) percebeu impactos. No entanto, 62,5% relataram redução do conflito familiar e 37,5% notaram inserção de conflito familiar. Para todo o grupo, as alterações decorreram da participação de um dos membros da família no APL.

Os que afirmaram ter reduzido o conflito familiar mencionaram os seguintes motivos:

- a) Organização da confecção e conseqüente redução do estresse e aumento do tempo de convivência familiar:

“Faz com a gente que se organize, e que sobre mais tempo para você viver outras coisas” (Entrevistado 1 A).

“Por que antes eu misturava muito a confecção com a minha vida pessoal, sofria muito por que não conseguia perder esse vínculo. (...) Eu achava que o melhor lugar pra trabalhar era dentro de casa, e não é. Tudo isso foi resultado das conversas da gente lá no APL (Entrevistada 2 A).

“A partir do momento que você passa a ter condições de se organizar, você consegue dedicar mais tempo pras outras áreas da sua vida” (Entrevistado 6 A).

- b) Motivação dos membros da família para o trabalho na confecção:

“... Meus filhos não gostavam de trabalhar na confecção, só a mais velha. E no que eu profissionalizei a confecção, comecei a participar do APL todos eles estão comigo, eu sustento a minha família e dei emprego pra família dos meus filhos. A confecção virou um negocio da família. Envolveu mais meus filhos, eu e meu marido começamos a participar mais das reuniões e tudo que eu aprendo lá eu repasso pra eles, a gente conversa sobre as coisas que são comentadas lá. Eles viram que era um bom negocio” (Entrevistada 2 A).

- c) Maiores investimentos em lazer:

“(..) eu tirei muita base por base uns colegas meus que tem uma empresa quase igual a minha, ou até menor, e tinha uma vida muito melhor que a minha. Sabia separar hora pro lazer, eu nunca soube separar essas horas e eu fui vendo que eles tinham. Sexta feira a noite eles batiam “pelada”, fazia sauna no clube, ia ao clube, viajava, eu não ia em nada” (Entrevistado 8A).

Já a inserção de conflito familiar deu-se, principalmente, por:

- a) Diferenças ideológicas:

“... inicialmente minha mãe achava que era uma bobagem, perda de tempo e isso deu alguns conflitos. Hoje, com alguns benefícios que eu tenho trazido pelo APL, ela vê que não é perda de tempo assim. Mas, no início, eu bati muito o pé, porque minha mãe não queria” (Entrevistada 7 A).

“Sim, minha esposa não concorda muito com minha participação, ela acha perda de tempo e já tivemos algumas brigas por causa disso” (Entrevistado 10 A).

b) Redução do tempo de convivência com os membros da família:

“A minha esposa não gostava que eu ia nas reuniões. Às vezes, a gente tinha algum compromisso e eu optava pelas reuniões. Mas fomos conversando e no fim deu certo” (Entrevistado 9A).

“...as reuniões puxam um pouco de tempo. Minha filha também reclama um pouco, ela até fala:

_ Reunião de novo pai?! ” (Entrevistado 10 A).

No grupo B, 90% dos entrevistados afirmaram que o APL não interferiu no convívio com os membros da família. Os 10% restante afirmaram que o convívio familiar foi alterado pela inserção de membros da família no APL.

“... necessidade de trazer minha filha, que é casada e se formou em administração, para trabalhar com a gente por que eu e minha esposa já não damos mais conta. A gente precisava um reforço e eu queria mais pessoas da minha família para que a empresa tenha sucessores (Entrevistado 6B).

Sobre a gestão do tempo, Ques (1988) afirma que o custo de se obter maiores rendas monetárias (dedicando mais horas ao desenvolvimento de uma atividade produtiva no mercado) está na redução das outras atividades não diretamente remuneradas: ler, passear, ficar com a família, etc.

Essa situação foi observada por meio da comparação dos dados dos grupos A e B. No grupo A, houve maior investimento em cursos de gestão estratégica e de qualidade, reduziu-se a necessidade da presença do empresário na confecção, em decorrência dos processos de organização produtiva e da descentralização das decisões gerenciais. Dessa forma, com a redução no tempo de trabalho, esses empresários tiveram mais tempo para outras atividades não-profissionais.

Entre empresários do grupo A, o convívio familiar foi alterado pela inserção de um dos membros da unidade doméstica no APL. No entanto, essas alterações não foram percebidas da mesma forma pelos entrevistados do grupo B.

4.5.3. Renda familiar, orçamento doméstico e construção de reservas financeiras

Neste tópico, apresenta-se o resultado da investigação sobre o padrão de distribuição de renda familiar e a existência de mudanças na renda das famílias depois de 2005.

O grupo A apresentou três padrões de resposta: a) 40% dos entrevistados afirmaram que a renda permaneceu inalterada e, deste total, 50% (ou dois entrevistados) afirmaram que, embora a renda seja a mesma, conseguiram desvincular o capital da família do capital da empresa, notando certa alteração no padrão de renda familiar; b) 50% notaram aumento e c) 10% perceberam redução da renda familiar.

Já os integrantes do grupo B notaram aumento (60%); 30%, decréscimo da renda familiar; e 10% afirmaram que a renda permaneceu inalterada.

Os depoimentos a seguir ilustram essas situações encontradas nos grupos A e B:

“Eu percebi uma redução por causa da concorrência que aumentou muito. Hoje eu vendo mais e ganho menos” (Entrevistada 3A).

“Eu acho que eu passei a organizar melhor, saber o que eu ganhei e o que eu perdia. Antes eu trabalhava e dando pra pagar as contas tava tudo bom. Não tinha uma noção se eu tava tendo lucro ou prejuízo. Hoje eu sei o tanto que eu to ganhando.” (Entrevistado 8A).

“Antes o meu dinheiro e o dinheiro da confecção era tudo misturado. Se precisava comprar uma coisa eu tirava do meu bolso e comprava” (Entrevistado 1 A).

“... aumentou bastante, expandi meu negócio, aumentou minhas vendas, né?” (Entrevistada 5B).

Para conhecer a forma como as famílias pesquisadas gastavam sua renda, elaborou-se um “Jogo de cartões” (ver Apêndice 5).

O jogo consiste em ordenar, de forma decrescente cartões que continham as opções de gasto familiar. No total eram dez cartões contendo: **supermercado**; **alimentação** (feira; padaria; açougue; lanches fora de casa e outros); **habitação** (aluguel/prestação; água; luz; gás; telefone; condomínio; reparos; imposto e outros); **educação** (mensalidade; material escolar; merenda; uniformes; transporte escolar e livros/jornais); **saúde** (médico, dentista, remédios, exame, hospital, ginástica, plano de saúde e outros); **vestuário** (sapatos, roupas, acessórios e outros); **transportes** (tarifas (ônibus); combustível; manutenção e outros); **serviços** (empregada doméstica; lavadeira; faxineira; cabeleireira e outros); **lazer** (passeios; férias; cinema; bar; outros); e **crédito pessoal** ou **prestações** (cartão de crédito; crediário; cobertura de cheque especial e outros).

As respostas obtidas com os cartões revelaram que a prioridade dos gastos das famílias é com alimentação (40%), pois este item foi o mais mencionado pelos entrevistados;

seguido pelo item educação (30%). Segundo os entrevistados, a educação revela-se com um gasto de destaque nas famílias com filhos em idade escolar ou cursando graduação, sobretudo os que se deslocaram ou passaram a morar em outra cidade para estudar.

De modo geral, nas famílias pesquisadas, os gastos decrescem na seguinte ordem: alimentação e educação; supermercado; habitação; saúde; vestuário; serviço; lazer; crédito pessoal e transportes. Segundo a Pesquisa de Orçamento Familiar - POF (2002-2003), a maioria das famílias brasileiras concentra seus gastos especialmente em habitação, alimentação, transporte, saúde e vestuário.

Os gastos com habitação ocuparam o primeiro posto no consumo das famílias brasileiras, segundo a POF (2002-2003). No entanto, na pesquisa realizada com o grupo de confeccionistas do APL de Ubá, os gastos com habitação não tiveram a mesma representatividade, ocupando o terceiro lugar, já que a maioria dos entrevistados possuía casa própria.

A habitação apareceu como principal responsável pelos gastos familiares na análise das POF's, uma vez que o ramo da habitação tem baixa capacidade de aumento da oferta. Havendo mais procura por moradia em determinado local, o preço dos aluguéis acaba elevado (DINIZ *et al.*, 2007).

A alimentação foi o segundo maior gasto das famílias brasileiras e um dos maiores nesta pesquisa. Embora venham apresentando declínio desde os anos 80, os gastos com alimentação correspondem a um percentual bastante elevado da renda, principalmente das famílias de baixa renda. Nesse contexto, as políticas públicas redutoras do preço dos alimentos ainda têm grande potencial para melhorar o bem-estar da população, principalmente das famílias mais pobres, nas quais o dispêndio com alimentos é superior a 40% do total dos gastos de consumo (DINIZ *et al.*, 2007).

No entanto, as grandes diferenças entre os dados desta pesquisa e os apresentados na POF (2003-2003) estão relacionadas aos itens educação e transporte. Enquanto as famílias brasileiras têm altos gastos com o transporte, este item apareceu em último lugar nesta pesquisa. Contudo, quando os dados são contextualizados, entendem-se essas diferenças em ambos os itens (transporte e educação). As cidades pesquisadas são de pequeno porte e exigem, portanto, menor custo com deslocamento. Já nas POF's são englobadas as metrópoles e as grandes cidades, onde o custo com o deslocamento é maior.

Bertasso *et al.* (2007) pontuaram que os gastos com educação encontram-se sensivelmente ligados à renda *per capita* familiar, em razão da baixa qualidade do ensino

público de 1º e 2º grau e da perversa distribuição de renda no País, que obrigam muitos jovens a deixar de estudar para trabalhar como forma de complementar a renda familiar.

A composição dos gastos educacionais, por sua vez, parece associar-se mais ao padrão etário das famílias. Assim, enquanto as famílias ricas, que possuem crianças e/ou adolescentes, gastam mais com os cursos regulares, as pobres gastam com os outros cursos ou outros itens de educação (que envolvem o material escolar). Por outro lado, as famílias ricas e jovens que não possuem crianças e/ou adolescentes destinam parte do seu orçamento para outros cursos, gastos que provavelmente refletem a atualização profissional dos adultos (BERTASSO *et al.*, 2007).

4.5.3.1. Alterações no padrão de distribuição de gastos familiares e APL: percepções dos grupos A e B

Ainda sobre a distribuição orçamentária, questionou-se aos grupos, sobre a existência de mudanças no padrão de distribuição dos gastos familiares após 2005 e se essas mudanças correlacionavam-se com o APL.

Entre os integrantes do grupo A, 60% dos entrevistados afirmaram ter percebido alterações na distribuição dos gastos familiares. No entanto, desse total, 50% afirmou que essas alterações se devem à participação de sua confecção no APL:

“... à medida que você aumenta sua renda, você gasta mais com outras coisas, elas mudam de posição, por exemplo, viagens. Antes a confecção era pequena, não tinha tempo nem dinheiro. Carro a gente só tinha um, agora temos dois, e essas mudanças no consumo dependem da melhoria da confecção” (Entrevistada 2 A).

“Passei a gastar com os cursos do APL, e também depois que eu passei a fazer parte do APL, eu vi o quanto que a educação me faz falta. Dar estudo para o meu filho eu sempre quis, mas eu passei a ver que é mais importante ainda” (Entrevistada 3 A).

“Mudou, mas não foi por causa do APL, mas por que minha filha parou de estudar” (Entrevistado 4 A).

“Não. Eu ainda não mudei, mas eu quero colocar o lazer lá pra frente” (Entrevistado 8 A).

“A ordem é a mesma, mas aumentaram os gastos” (Entrevistado 9 A).

“Eu fui crescendo aos poucos, então essa questão do tempo, eu continuei com a fábrica e abri duas lojas, então meu tempo pra lazer diminuiu um pouco. Mas nada muito grande. Tem a ver com o APL de forma muito indireta” (Entrevistado 10 A).

Dos integrantes do grupo B, 40% afirmaram ter percebido alterações na distribuição dos gastos familiares. No entanto, nenhum dos entrevistados correlacionou essas mudanças ao APL. As falas abaixo comprovam essa afirmação:

“Só aumentou o gasto com a alimentação, por que antes era minha filha que cozinhava, e ficava mais barato” (Entrevistado 1 B).

“Reduziu os gastos com escola, porque minha filha gastava com escola particular e agora estuda na federal. Não foi por causa do APL” (Entrevistado 2 B).

“Mudou sim, eu tenho uso mais consciente do dinheiro, viajo menos hoje, cortei nos gastos supérfluos” (Entrevistada 8 B)

“Sim, a grana ficou curta, cortei muita coisa” (Entrevistada 9 B).

Pode-se afirmar, então, que participação da confecção no APL interferiu no padrão de distribuição dos gastos familiares apenas do grupo A, não ocasionando alterações no grupo B.

O último item avaliado foi a constituição de reservas financeiras familiares. No grupo A, 60% dos entrevistados afirmaram fazer algum tipo de poupança e, entre os motivos citados para este tipo de investimento, destacaram a segurança da família, a aquisição de bens de maior valor e a previdência privada.

Questionou-se ainda se aos entrevistados se perceberam algum aumento no valor poupado depois do ano de 2005. A maioria dos entrevistados (80%) afirmou ter percebido aumento na construção de reservas, enquanto os 20% restantes relataram que os valores não sofreram alteração. Em nenhum dos casos, houve correlação direta entre o APL e o valor poupado.

No grupo B, 30% dos entrevistados afirmaram fazer algum tipo de poupança e destacaram como motivos para este tipo de investimento a tranquilidade, a segurança da família e a aposentaria privada. Nenhum entrevistado desse grupo relatou alteração nos valores poupados depois de 2005 e, em nenhum dos casos do grupo B, houve correlação direta entre o APL e o valor poupado.

4.5.4. Consumo familiar

O consumo dentro da unidade doméstica consiste na utilização de bens e serviços diretamente para satisfazer desejos e necessidades. Neste sentido, buscou-se investigar as principais relações de consumo familiar depois da inserção do “negócio da família” no APL, ou seja, depois de 2005. Os resultados obtidos na investigação junto aos grupos A e B são resumidos nas Tabelas 7 e 8.

Tabela 7: Consumo nas unidades domésticas do grupo A do APL de Confeccões de Ubá e Microrregião, 2008

Consumo	Aumentou	Motivos citados	Reduziu	Motivos citados	Inalterado
Energia Elétrica	30%	Consumo de eletrodomésticos	20%	Aumento da consciência ecológica e aplicação do aprendizado do curso de eficiência energética	50%
Água					100%
Outros serviços	50%	Escola particular; babá, empregada e motorista para viagens da família	10%	Demissão da empregada doméstica	40%
Cursos	100%	Cursos do APL e de inglês			
Consumo de automóveis e tecnologias (carro, computador, celular, DVD, etc.)	90%	Aquisições de: Computador, DVD, SKY, automóveis, celulares (aumento de renda)			10%
Lazer	60%	Aumento de renda e de tempo disponível (organização do processo produtivo e descentralização das decisões na confecção)			40%
Consumo de bens superiores	70%	Consumo de: produtos de marcas conceituadas, aquisição de eletrodomésticos do ponta, alimentos mais caros.			30%

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 8: Consumo nas unidades domésticas do grupo B do APL de Confeccões de Ubá e Microrregião, 2008

Consumo de	Aumentou	Motivos citados	Reduziu	Motivos citados	Inalterado
Energia elétrica	20%	Aumento na infraestrutura da casa, mudança de domicílio	20%	Instalação de aquecedor solar e queda da produção (mesmo padrão de energia do domicílio e da confecção)	60%
Água	10%	Aumento na infraestrutura da casa			90%
Serviços	50%	Escola particular, empregada, babá, plano de saúde e faxineira			50%
Cursos	60%	Cursos do APL e inglês (filhos)			40%
Consumo de automóveis e tecnologias (carro, computadores, celulares, DVD, etc.)	100%	Aquisições de: computador e notebook, DVD, automóveis, celulares (aumento de renda, aproveitamento de plano de celular)			
Lazer	20%	Aumento de renda	20%	Maior necessidade de presença do empresário na confecção; queda na renda	60%
Consumo de bens maiores	30%				70%

Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme dados apresentados nas tabelas, os itens que mais obtiveram percentual de aumento de consumo foi o de eletrodomésticos e tecnologias, totalizando 95% da amostra da pesquisa. Em quase todas as famílias, houve aquisição de eletrodomésticos e bens tecnológicos.

De forma gradativa, a renda das famílias brasileiras vem crescendo. Um dos reflexos desse aumento da renda do trabalhador é o acesso aos bens de consumo. As famílias brasileiras têm consumido, cada vez mais, inovações da tecnologia, que passaram a fazer parte de seu cotidiano. Conforme relatados por Bertasso e colaboradores (2007), esse fato já vem sendo observado desde 1996, quando os gastos com eletroeletrônicos pelos 50% mais pobres da população vinham apresentando crescimento nas POF's desse ano.

Quanto ao padrão alimentar, tanto no grupo A como no B, apenas 40% dos entrevistados perceberam alguma alteração depois de 2005. Os entrevistados que afirmaram ter havido alguma mudança nos alimentos consumidos citaram as seguintes modificações: busca de equilíbrio alimentar, mudanças no ciclo familiar, acesso a alimentos de maior valor e/ou de marcas de melhor qualidade percebida e transferência da alimentação doméstica para unidade de alimentação e nutrição ou vice-versa.

As falas abaixo ilustram alguns desses motivos:

“Sim, antes eu comia pior porque comia na rua” (Entrevistado 6A).

“Algumas coisas. Mudamos de marca para marcas melhores” (Entrevistado 9A).

“Mudou, por que comecei a almoçar fora” (Entrevistado 1B).

“Mudou pra melhor, minha irmã formou em nutrição lá em Viçosa e ela foi a responsável pela melhoria na nossa alimentação” (Entrevistada 4 B).

“Minha renda aumentou e meus filhos se casaram. Mudou alguma coisinha. (...) vieram os netos, a gente costuma comprar alguma coisinha e ter na geladeira pra eles” (Entrevistado 8B).

4.5.4.1. Consumo familiar e APL: percepções dos grupos A e B

De acordo com o modelo sistêmico de consumo familiar, proposto por Mcgregor *et. al.* (1987) citado por Loreto (2007), existem fatores internos e externos que influenciam na tomada de decisão familiar com relação ao consumo. Entre os fatores externos, destaca-se o grupo de referência.

Questionou-se aos entrevistados se haviam percebido algum tipo de correlação entre o padrão de consumo familiar e a participação no APL. No grupo A, 40% dos entrevistados associaram ao APL, mesmo que de forma indireta, as mudanças do padrão de consumo familiar ocorridas depois de 2005. As falas abaixo ilustram essa situação:

“Desde que começou até hoje eu procuro me informar para levar coisas boas para o pessoal, a exigir mais dos amigos que participam, dos parceiros” (Entrevistado 1A).

“De certa forma, né!? Tudo se deu a partir da hora que entrei no APL, a gente abriu a mente e cresceu” (Entrevistado 8 A)

“Minha firma me dá mais retorno hoje, e eu tenho condições de comprar. Como eu acho que o APL veio somar nesse bolo, eu acho que sim” (Entrevistado 10 A).

Além disso, percebeu-se, nas falas de entrevistas do grupo A influência do APL no padrão de comportamento de consumo familiar funcionado como grupo de referência. Entre as influências, destacam-se:

“... eu tirei muita base por base uns colegas meus. (...) sabia separar hora pro lazer, eu nunca soube separar essas horas e eu fui vendo que eles tinham. (...) eu não ia em nada”(Entrevistado 8A).

Mudou, mas não foi por causa do APL, e sim pela necessidade de ter uma alimentação melhor. Mas, o APL abriu minha cabeça pra muita coisa, e uma coisa leva a outra.

No grupo B, 20% dos empresários investigados associaram as mudanças do padrão de consumo familiar ocorridas depois de 2005 ao APL, mesmo que de forma indireta. As falas abaixo ilustram essa situação:

“De certa forma sim. Eu saí do meu foco, e isso causou queda na minha renda, até eu me reestruturar novamente” (Entrevistado 3 A)

“Minha empresa foi crescendo e a vida vai melhorando. Se o APL, de alguma forma, veio para somar no meu crescimento, então é porque de alguma forma ele contribuiu sim. Foi mesmo caso do banco ACIUCRED, que teve uma importância fundamental na minha vida. Era um banco que eu tinha um crédito imediato, se eu precisava de um dinheiro hoje, eu tinha o dinheiro sem burocracia. Esse banco facilitou muito a minha vida e me deu condição de crescer” (Entrevistado 6 B).

4.5.5. Qualidade de vida na família

Questionou-se junto aos participantes sobre o seu entendimento do conceito de qualidade de vida e sobre os impactos do APL na qualidade de vida de suas família. As respostas obtidas foram analisadas segundo as três categorias apontadas por Allardt (1995) *apud* Herculano (1998), o qual afirma que a qualidade de vida está atrelada a três esferas: **ser**, **ter** e **amar**.

Na amostra pesquisada, sobre a definição do termo “qualidade de vida”, detectaram-se duas diferentes formas de percepção: a) empresários que associavam a qualidade de vida a uma só esfera (**ter** ou **ser** ou **amar**) e os que conjugavam duas esferas (**ter** e **ser** ou **ter** e **amar** ou **amar** e **ser**).

Isoladamente, a esfera que recebeu maior número de menções foi a do **ter**, citada por 65% dos entrevistados, enquanto 20% remeteram-se apenas ao **ter**, e os demais 45% fizeram conjugações ora com **amar** ora com **ser**.

A esfera do **ter** esteve correlacionada aos termos: “boa condição de vida”; “boa situação e estabilidade financeira”; “carro”; “moradia e casa”; “alimentação”; “plano de

saúde e saúde”; “sustentar a família”; “ganhar dinheiro”; “conforto”; “dar uma boa educação para os filhos”.

As esferas do **ser** e **amar** foram citadas em porcentagens semelhantes entre si, de 45% e 40%, respectivamente. No entanto, 20% dos entrevistados associaram a qualidade de vida exclusivamente ao **ser**, enquanto apenas 10% o fizeram com o **amar**. Os termos correlacionados ao **ser** foram: *“ter um tempo para lazer”; “pausa no trabalho” e “boa convivência com as pessoas e com a natureza”*. Já a esfera **amar** foi correlacionada pelos entrevistados a: *“amizade”; “estar bem com a família”; “tranquilidade”; “respeito”; “fazer o que gosta”*.

Em nenhum dos casos analisados, os entrevistados citaram as três esferas, ou seja, nenhum empresário correlacionou a qualidade de vida ao **ter**, **ser** e **amar**, conjuntamente. A Figura 7 mostra a distribuição percentual das menções de cada esfera.

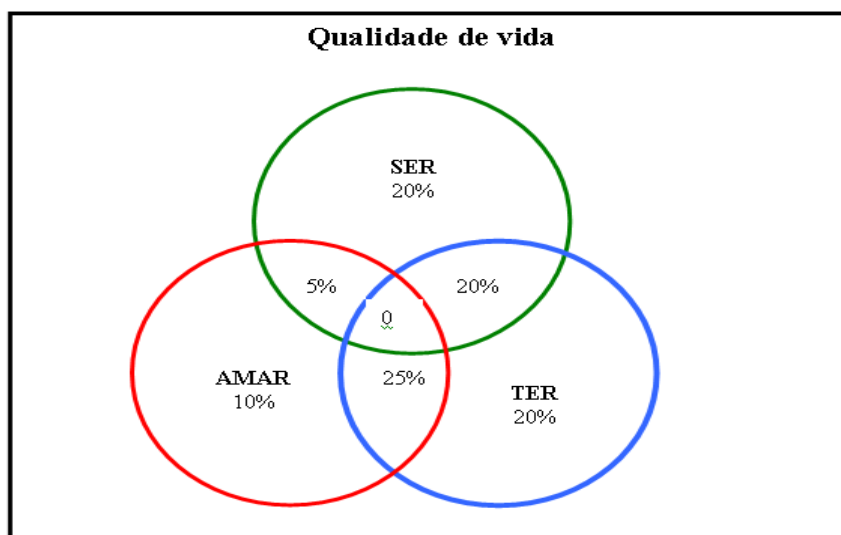


FIGURA 7: Diagrama da qualidade de vida segundo as famílias do APL de Confeccões de Ubá e Microrregião, 2008.

Fonte: Dados da pesquisa.

Na análise das entrevistas, foram detectadas correlações entre o **ter** e o **ser** ou **ter** e o **amar**, uma vez que os entrevistados citavam o ter com vistas a atingir uma das duas outras esferas. Com podemos perceber nas falas abaixo:

“Qualidade de vida para mim é o seu bem estar, é a situação financeira, é a convivência com as outras pessoas” (Entrevistado 2 A).

“Qualidade de vida é a pessoa viver bem com a família. Porque o ser humano na verdade, ele nunca está satisfeito com que ele tem, se ele tem uma casa, ele quer ter 10. Então qualidade de vida é a pessoa ter certa regalia, um carro para andar, não ter tanta dívida” (Entrevistado 4 A).

“Qualidade de vida é a pessoa viver bem, com você, com a família. Onde você possa ter uma vida tranqüila com a família, viajar, aproveitar a vida, o seu tempo” (Entrevistado 6 A).

“Qualidade de vida é tudo, é convivência familiar, amizade, alimentação, preocupação com o corpo, cuidar da saúde.” (Entrevistada 4 B).

A análise do conteúdo permite inferir que o **ter** simboliza, nos casos acima, mecanismo de se atingir o amor da família, a tranquilidade no lar e melhor convivência na sociedade. Ou seja, as palavras-chave que se remetiam ao **ter**, nestes casos, estavam associadas às palavras que direcionam aos outros dois verbos (**ser** e **amar**).

Conforme Marques e Cebotarev (1994), em ocasião de desemprego, desajuste econômico, ou falta de recursos capazes de subsidiar o **ter**, a qualidade de vida seria afetada, neste caso de forma negativa. Do mesmo modo, melhores condições do sistema financeiro, aumento da renda familiar e dos recursos disponíveis à família afetam a qualidade de vida, mas de forma positiva.

De forma isolada, os empresários do grupo A citaram com maior frequência os verbos **ser** e **amar** quando comparados aos do grupo B. Dessa forma, para os confeccionistas do primeiro grupo, a qualidade de vida esteve associada a: **ter** (10%); **amar** (10%); **ser** (30%); **ter/ser** (10%); **ter/amar** (30%) e **ser/amar** (10%). Por outro lado, os entrevistados do grupo B associaram a qualidade de vida a: **ter** (30%); **amar** (10%); **ser** (10%); **ter/ser** (30%); **ter/amar** (20%).

Neste sentido, o verbo **ter** foi mencionado por 50% dos empresários do grupo A e por 80% dos empresários do grupo B. O conceito de qualidade de vida ajuda a entender a falta de entusiasmo e participação dos confeccionistas do segundo grupamento com o APL, visto que seu conceito de qualidade de vida está atrelado ao de possuir. Logo, buscavam resultados financeiros mais imediatos, enquanto os do grupo A, que associaram de forma mais significativa a qualidade de vida aos verbos **ser** e **amar** demonstraram mais sentimento de grupo e envolvimento com o APL, o que justifica sua participação mais intensa no arranjo.

4.5.5.1. O APL e a qualidade de vida: percepções dos grupos A e B

No grupo A, quando se questionou sobre a correlação entre o APL e a qualidade de vida da família, obteve-se 80% de SIM, ou seja, 8 dos 10 entrevistados acreditavam que o APL mudou a qualidade de vida da família.

A análise do Conteúdo revelou que as mudanças estavam associadas a: organização do tempo (“*passa a delegar tarefas*”, “*vê que não é só trabalhar*”, “*separa um tempo para ficar com a família*”; “*a pessoa tem que ter sua hora de lazer*”); incorporação de conhecimentos (“*o que eu aprendo lá coloco em prática na minha vida*”; “*... fora do assunto da confecção a gente fala de varias coisas, então a gente vai vendo uma coisa aqui e ali e muda a cabeça da gente*”; “*muitas coisas que você aprende no APL você leva para o seu convívio*”) e organização das finanças (“*...nós misturávamos dinheiro da família com dívida da empresa. Hoje não*”).

As entrevistas revelaram ainda a relação íntima e sistêmica entre as esferas do trabalho e vida familiar, no sentido de a tranquilidade no trabalho refletir no bem-estar e na qualidade de vida das famílias. A falas falas abaixo comprovam essa correlação:

“ ... ele acaba influenciando, porque você coloca atitudes que você ouve em palestras. Ai, no seu dia a dia, você vai incorporando aos poucos. E isso interfere na minha qualidade de vida. Porque, igual o mecânico que foi uma conquista do APL. Ele é bom porque ele te gera menos stress no dia a dia, e isso reflete na qualidade de vida da sua família. Então de onde vem esse bem estar e essa tranqüilidade com relação ao mecânico? Foi do APL” (Entrevistado 10 A).

“ A pessoa tem que ter horas de lazer. Acho que isso ajuda até na administração da sua empresa, por que você não fica tão estressado e com isso evita brigas no seu trabalho, com funcionário, com a família” (Entrevistado 8 A).

Entre os 20% restantes do grupo A, um dos participantes ressaltou:

“Não, eu consegui ter minha casa e minha qualidade de vida melhorou muito depois que eu separei a confecção da casa, mas eu sempre sonhei com isso, desde que eu comecei com a confecção que eu luto por isso. Não foi por causa do APL. (Entrevistada 3 A)”.

No grupo B, 70% dos entrevistados não perceberam mudanças na qualidade de vida familiar após a inserção de sua confecção no APL. Os 30% restantes relataram correlação entre o APL e a qualidade de vida da família. Deste último grupo de opinião, destaca-se:

“... se você melhora a sua empresa, o seu conhecimento, melhora um conjunto de coisas de tudo um pouco ao seu redor. Você, automaticamente, melhora a qualidade de vida familiar. Então, quem entrar no APL e tirar o proveito de tudo, ele melhora sim a qualidade de vida familiar. Obviamente, quem é contrário a essas ações, vê tudo como dificuldade, não vai mudar em nada. Depende, da forma que ele se envolveu e do êxito que ele obteve, se ele se empenhou e conseguiu melhorar a confecção, lógico que isso vai refletir na qualidade de vida da sua família (Entrevistado 6B).

“De certa forma, por que se melhora aqui na confecção, melhora em tudo pra mim” (Entrevistado 1B).

Os dados apresentados neste tópico revelam a diferença de percepções com respeito à relação entre o APL e a qualidade de vida. Os dois grupos se opuseram, quase que completamente, com relação à percepção de impactos na qualidade de vida familiar após a inserção da confecção no APL, pois, enquanto no grupo A, 80% notaram a presença de impactos, no segundo, 70 verificaram ausência de impacto.

Conforme visto anteriormente, o conceito de qualidade de vida dos empresários do segundo grupo esteve atrelado, prioritariamente, ao verbo **ter**. Além disso, quando questionados sobre os motivos que os levaram a integrar o APL, seus anseios estavam voltados para a busca de crédito, informações e formação de central de compras.

No entanto, de forma geral, a integração em arranjos produtivos não confere às empresas desenvolvimento econômico imediato. Pelo contrário, exige muito envolvimento, confiança e participação, conseqüentemente, as melhorias nos negócios se dão de forma gradativa e lenta. Neste sentido, os empresários do segundo grupo observaram pequenos impactos na qualidade de vida de suas famílias, pois, para eles, a qualidade de vida é conquistada, sobretudo, pela compra de bens materiais.

Conforme ilustrado no Quadro 3, que apresenta a comparação das principais diferenças/semelhanças da correlação entre o APL estudado e as famílias dos dois grupos investigados, o grau de participação do empresário no arranjo interferiu em sua percepção sobre os reflexos que o APL trouxe para a família.

Pelo exposto no quadro abaixo, os integrantes do grupo A, após a inserção de sua empresa no APL, perceberam reflexos na produção, no tempo no trabalho e com os membros da família, na renda, na distribuição orçamentária e na qualidade de vida familiar. Em todos esses itens, a porcentagem de entrevistados que responsabilizaram o APL como coautor dessas mudanças foi significativa.

Como apresentado no Quadro 4, os empresários do grupo B perceberam poucas alterações nas variáveis analisadas. Logo, a correlação entre o APL e as mudanças foi quase inexistente.

Quadro 3 - Análise Comparativa da relação entre as famílias e o APL de Confeccões de Ubá e Microrregião, 2008

Caracteres	Grupo A	Grupo B
Produção doméstica	50% afirmaram ter percebido alguma alteração na produção. O APL teve correlação indireta, uma vez que proporcionou participação mais intensa do trabalho da mulher na confecção e organização da confecção	90% responderam não ter notado nenhuma alteração no padrão de produção doméstico
Tempo no trabalho	60% dos empresários permanecem menos tempo no trabalho depois de 2005. Os motivos destacados foram organização da confecção, descentralização das decisões dentro da empresa e desvinculação do espaço produtivo e doméstico.	60% dos entrevistados afirmaram passar mais tempo no trabalho, enquanto 30% afirmaram não ter percebido alteração. Motivos: queda na produção; exigências trazidas pelo mercado e pela reestruturação do negócio, crescimento da confecção, entre outros.
Tempo com a família	60% dos entrevistados afirmaram que o tempo que eles passam com a família, depois de 2005, aumentou. Motivos: organização do tempo de trabalho, descentralização das decisões dentro da empresa, inserção de membros da família dentro da confecção, desvinculação do espaço produtivo e doméstico.	80% dos entrevistados afirmaram não ter percebido alteração. Motivos: coexistência do espaço de trabalho e moradia e presença de membros da família dentro da confecção.
Convívio familiar	80% perceberam impactos no convívio familiar. Destes, 62% relataram redução do conflito familiar e 37, 5% notaram a inserção de conflito familiar. Em ambos os casos, as alterações se deram devido a participação de um dos membros da família no APL.	90% dos entrevistados afirmaram que o APL não tem interferido no convívio com os membros da família.
Renda familiar	50% notaram aumento de renda; para 40% dos entrevistados, a renda permaneceu inalterada, sendo destes, 50% afirmaram que, embora a renda seja a mesma, conseguiram desvincular o capital da família com o capital da empresa, notando certa alteração no padrão de renda familiar	60% notaram aumento e 30% que perceberam redução da renda familiar
Distribuição orçamentária	60% perceberam alterações na distribuição dos gastos familiares. Deste total, 50% afirmaram que estas alterações se devem a	40% perceberam alterações na distribuição dos gastos familiares. No entanto,

		participação de sua confecção no APL	nenhum dos entrevistados correlacionou tais mudanças ao APL
Consumo		40% associaram ao APL, mesmo que de forma indireta, às mudanças do padrão de consumo familiar	20% dos empresários investigados associaram ao APL, mesmo que de forma indireta, às mudanças do padrão de consumo familiar
Qualidade de vida	de	80% acreditavam que o APL mudou a qualidade de vida da família	70% dos entrevistados não perceberam mudanças na qualidade de vida familiar após a inserção de sua confecção no APL

Fonte: Dados da pesquisa.

CAPÍTULO VI – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste capítulo, são apresentadas as principais conclusões, limitações e recomendações da pesquisa.

Os dados encontrados na pesquisa permitem inferir que o APL tem surtido efeito nas confecções e nas famílias dos entrevistados, sobretudo, em casos de alto grau de participação no APL. No entanto, grande parte dos empresários do setor de confecções de microrregião de Ubá não participa do arranjo, comprovando que o APL não tem se mostrado atrativo para esses empresários.

No relacionamento dos empresários com o arranjo, há baixos índices de capital social e dificuldade no compartilhamento de informações confidenciais. A falta de informações precisas sobre o faturamento e a rede de negócios nas confecções limitam as decisões pelos gestores do arranjo, pois, é a partir dessas informações que são projetadas ações do APL (planejamento de capacitação e demais atividades do arranjo) e realizadas as avaliações finais dos projetos estruturadores (Plano de Ação).

Como reflexos do APL nas confecções, o grau de participação do empresário no APL está diretamente relacionado ao número de melhorias presente na confecção. Evidentemente, à medida que os empresários investem em capacitação gerencial, estrutural e pessoal, observam melhorias em seus empreendimentos. Neste caso, o APL funciona como mediador entre as instituições que ofertam o conhecimento (SEBRAE, SENAI, consultores, etc.) e os empresários que demandam esses serviços, favorecendo o desenvolvimento das empresas.

Os integrantes do grupo A, em comparação aos do grupo B, percebem maior correlação entre o arranjo e sua unidade familiar. De forma geral, o APL tem sido responsável por mudanças na qualidade de vida familiar, no convívio com os membros da unidade doméstica nos tempos destinados ao trabalho e à família, na produção doméstica, na distribuição dos gastos e no consumo familiar.

Considerando esses resultados, confirma-se a hipótese do estudo, uma vez que o grau de participação no APL esteve diretamente correlacionado à percepção de seus efeitos, tanto no trabalho (confeção) como na esfera familiar dos entrevistados.

No entanto, tendo em vista o pequeno grupo de confecções pesquisadas (20 de 213 empresas), decorrente da baixa adesão das empresas ao APL, e o recorte temporal da pesquisa, que se limitou aos primeiros três anos do processo de implantação do APL (2005-2007), alguns dados são incipientes e deverão ser investigados posteriormente.

Recomenda-se que:

- O grupo de liderança e os responsáveis pelo APL aprimorem seus mecanismos de registro das ações do arranjo, criando atas e listas de presença para todas as atividades efetivadas;
- Esses mesmos responsáveis pesquisem e programem meios de sensibilização dos demais empresários, no sentido de ampliar a participação destes últimos no arranjo; promover o fortalecimento do APL e ampliar o conhecimento dos confeccionistas sobre o Plano de Ação (ou Plano de Mudanças);
- Seja elaborada uma forma de avaliação das ações e metas do APL, com adoção de metodologia consistente e que forneça resultados que direcionarão as futuras ações do arranjo. Também é relevante que o grupo gestor do APL invista em ações que ampliem e melhorem os níveis de capital social do arranjo, priorizando ações pautadas na cultura da cooperação;
- Os empresários que compõem o APL percebam a importância da quantificação dos resultados das ações, rompendo barreiras que impedem a efetivação dos mecanismos de avaliação do projeto;
- As ações estratégicas, com foco na gestão e controladoria das confecções, sejam aprimoradas por meio da criação de *software* personalizado para o grupo do APL ou com ações pontuais (consultores, cursos) em cada empresa;
- As formas de divulgação do arranjo sejam aperfeiçoadas, visto que atualmente (2009) o *site* do APL não se encontra disponível ao acesso dos internautas;
- Realizem-se mais pesquisas científicas sobre este APL, de forma a ampliar o recorte temporal da pesquisa, e contemplar todos os aspectos da Economia Familiar, incluindo a tomada de decisão da família.

REFERÊNCIAS

- ALBAGLI, S. Globalização e espacialidade: o novo papel do local. In: **Globalização e inovação localizada: experiências de sistemas locais no Mercosul**. REDESIST/IE/UFRJ: Rio de Janeiro. 1999. p. 181-198.
- AMORIM, M. A.; IPIRANGA, A. S. R.; MOREIRA, M. V. C. A. Construção de uma Metodologia de Atuação nos Arranjos Produtivos Locais (APL) no Estado do Ceará: um enfoque na formação e fortalecimento do capital social e da governança. **Revista Interações**, Campo Grande, v. 6, n. 9, p. 25-34, 2004.
- ALVES, R. P.; ARRAZOLA, L. S. D. Toritama: um arranjo produtivo local. In: JORNADA DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO, 2007, 7. **Anais ...**. Recife-PE. CIC/ANAIS. Setembro 2007.
- AMARAL FILHO, J. A Endogeneização no Desenvolvimento Econômico Regional e Local. In: **Planejamento e Políticas Públicas**. IPEA. v.5, p. 261-285. 2002.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO (ABIT). 2008: **Desafios continuam para a indústria**. Disponível em: <http://www.abit.org.br/site/noticia_detalhe.asp?controle=2&id_menu=20&idioma=PT&id_noticia=620>. Acesso em 05 de jan. de 2009.
- ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE UBÁ - ACIUBÁ. **Acordo de Resultados do Projeto APL de Confeções de Ubá e Região**. SEBRAE/ACIUBA: Ubá/MG. 2005.
- _____. **Repactuação do acordo de resultados do projeto APL de confeções de Ubá e região**. SEBRAE/ACIUBA: Ubá/MG. 2006.
- _____. **Aditivo ao Acordo de Resultados do Projeto do APL de Confeções de Ubá**. SEBRAE/ACIUBA: Ubá/MG. 2007.
- _____. **Repactuação do acordo de resultados do projeto APL de confeções de Ubá e região**. SEBRAE/ACIUBA: Ubá/MG. 2005.
- BARBOSA, L. C. Arranjos produtivos locais: uma estratégia de política industrial. Prefácio. In: SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO E PEQUENAS EMPRESAS -

SEBRAE. **Metodologia de desenvolvimento de arranjos produtivos locais, versão 2.0.** CAPORALI, R.;VOLKER, P. (org.). Projeto Promos/SEBRAE/BID. 2004.

▪ BERTASSO, B.; SILVEIRA, F. G.; MAGALHÃES, L. C. G. de. Tipologia socioeconômica das famílias das grandes regiões urbanas brasileiras e seu perfil de gastos. In: SILVEIRA, F. G. *et al.* **Gasto e consumo das famílias brasileiras contemporâneas**, v. 1. Brasília: Ipea, 2007.

▪ BOTT, E. **Família e rede social**. Rio de Janeiro: Francisco Alves. 1976.

▪ BOURDIEU, P. “*A propôs de la famille comme catégorie réalisée*”. *Actes de la Recherche en Siences Sociales. Paris: Maison das Sciences sociales.* SANTANI, A. C. (trad.) **A propósito da família como categoria realizada**. 3 ed. 1993.

▪ BORIN, E. C. P. **O Sebrae e os Arranjos Produtivos Locais: o caso de Nova Friburgo/RJ**. 2006. 247p. Tese (Doutorado em Planejamento Urbano e Regional). Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2006.

▪ BRUSCHINI, C. E RIDENTI, S. Trabalho domiciliar: uma tarefa para toda a família. In: I SIMPÓSIO DE ECONOMIA FAMILIAR. **Anais ...** . Viçosa: UFV/Imprensa Universitária. 1994. p.187-215.

▪ CAMARA, M. R. G.; SOUZA, L. G. A. e OLIVEIRA, M. A. O corredor da moda do Norte-Noroeste do Paraná à luz dos arranjos produtivos locais. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**. Curitiba. n.110, p.33-68, jan./jun. 2006.

▪ CAMPOS, A. C., CALLEFI, P., SOUZA, J. B. L. A teoria de desenvolvimento endógeno como forma de organização industrial. **Acta Scientiarum Human and Social Sciences**. v. 27, n. 2, p. 163-170, 2005.

▪ CASTRO, P. V. Maslow não conheceu a sociedade de consumo e isso faz toda a diferença. **Revista Ciência Hoje**. Julho de 2008.

▪ CASTRO, S. D.; BRITO, L. **Dinâmica produtiva da indústria de confecções de vestuário em Goiás**. SEPLAN – Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento do Estado de Goiás-MT. 2004.

▪ CARVALHO, L. S. P. Estratégias de redes de negócios: como os aglomerados favorecem o desempenho nas exportações. In: SEMEAD – SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 4. **Anais ...** . Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade - FEA-USP. Agosto de 2006.

▪ CARVALHO, M. C. B. O lugar da família na política social. In: _____. **A família contemporânea em debate**. 4 ed. São Paulo: EDUC. 2002. p. 15-22.

▪ CASAROTTO, R. M. **Redes de empresas na indústria da construção civil: definição de funções e atividades de cooperação**, 2002. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção). EPS-UFSC, Florianópolis, 2002.

- CROCCO, M. A. **Metodologia de identificação de arranjos produtivos locais potenciais**. Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar, 2003.
- CUNHA, C. L. **Desenvolvimento de programas de resposta rápida no setor de vestuário: estudo de um caso brasileiro**. 2006. 128 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. 2006.
- DINIZ, B. P. C.; SILVEIRA, F. G.; BERTASSO, B. F.; MAGALHÃES, L. C. G.; SERVO, L. M. S. As pesquisas de orçamentos familiares no Brasil. In: SILVEIRA, F. G. *et al.* **Gasto e consumo das famílias brasileiras contemporâneas**. v.2. Brasília: Ipea, 2007.
- DULTRA, M. P. M., CRUZ, U. A.; SOUZA, V. R. Arranjos produtivos locais como política de desenvolvimento econômico e social. **Revista Científico**, ano 7, vol. 1. p. 5-12. novembro de 2009.
- FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE MINAS GERAIS (FIEMG). **O Vestuário em Minas Gerais**. Disponível em: <<http://www.fiemg.org.br/Default.aspx?tabid=598>>. Acesso em 10 de jan. de 2009.
- FERREIRA, A. S. M. Arranjos Produtivos Locais – uma abordagem socioeconômica no estado da Bahia. **Bahia Análise & Dados Salvador**. v. 13, n. 3, p. 635-640, dez. 2003.
- FLEURY, A. C. C.; NAKANO, D. N.; GARCIA, R. C. Uma análise da cadeia têxtil brasileira à luz da formação de cadeias globais de produção. In: **Globalização da economia têxtil e de confecção brasileira: empresários, governo e academia unidos pelo futuro do setor**. Rio de Janeiro: SENAI/CETIQ, 2007.
- FRANCO, L. P. B. **Análise do conteúdo**. 2 ed. Brasília – DF: Líber Livro. 2007.
- GARCIA, R. **Vantagens competitivas de empresas em aglomerações industriais: um estudo aplicado à indústria brasileira de calçados e sua inserção nas cadeias produtivas Globais**. Tese (Doutorado em Economia), 2001. Campinas, UNICAMP-IE.
- GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1989.
- GOLDANI, A. M. Família, gênero e políticas: famílias brasileiras nos anos 90 e seus desafios como fator de proteção. **Revista Brasileira de Estudos de População**, v.19, n.1, P.29-48. jan./jun. 2002
- GOMES, M. C. T. Família na contemporaneidade: novos paradigmas. In: SECRETARIA MUNICIPAL ADJUNTA DE DIREITOS DE CIDADANIA DA PREFEITURA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE. **O trabalho intersetorial e os direitos a cidadania: experiências comentadas**. Belo Horizonte: Prefeitura de Belo Horizonte. 2006.
- HADDAD, P. R. **Texto de Referência da Palestra Sobre Cultura Local e Associativismo**. In: SEMINÁRIO DO BNDES SOBRE ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS. Belo Horizonte. Setembro 2004.
- HERCULANO, S. C. Qualidade de Vida e seus indicadores. **Revista Ambiente e Sociedade**, Campinas, UNICAMP/NEPAM, ano 1, n. 2, p. 77 – 99, 1998.

- IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidade de Ubá**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em 10 de jul. 2009.
- _____. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios (PNAD): síntese de indicadores** 2007. n. 23. Rio de Janeiro: IBGE, 2008.
- _____. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios (PNAD): comentário sobre a PNAD 2008**. Rio de Janeiro: IBGE, 2009.
- _____. **Pnad 2008: Mercado de trabalho avança, rendimento mantém-se em alta, e mais domicílios têm computador com acesso à Internet**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1455&id_pagina=1>. Acesso em 10 de out. 2009.
- _____. **Pesquisa de orçamentos familiares (POF) 2002-2003: Aquisição alimentar domiciliar per capita: Brasil e Grandes Regiões**. Rio de Janeiro, 2004.
- LASTRES, H. M. M.; CASSIOLATO, J. E. LEMOS, C. *et al.* Globalização e inovação localizada. In: **Globalização e inovação localizada: _____**. 1999. p. 39-71.
- LASTRES, H. M. M., J. E. CASSIOLATO. **GASPIL: Glossário de Arranjos e Sistemas Produtivos e Inovativos Locais**. Oitava Revisão. Rede de Pesquisa em Sistema e Arranjos Produtivos e Inovativos Locais – REDESIST. Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro: Rio do Janeiro. Dezembro, 2005.
- LA ROVERE, R. L.; CARVALHO, R. L. Cooperação entre pequenas empresas e desenvolvimento local. In: CONFERENCIA DE INVESTIGACIÓN EN "ENTREPRENEURSHIP" EN LATINO AMÉRICA – CIELA, 4, 2005. **Anais ...** . Universidad Icesi. Colombia. 2005.
- LORETO, M. D. S. **Teoria geral de sistemas e abordagem sistêmica**. DED/UFV-MG. 2007.
- MARQUES, N. A. C.; CEBOTAREV, E. Economia e Economia Familiar. In: I Simpósio Nacional de Economia Familiar, 1996, Viçosa/MG. **Anais ...**. Uma olhada sobre a família nos anos 90. Viçosa/MG : UFV, 1996.
- MARTELETO, R. M.; SILVA, A. B. O. Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local. **Ciência da Informação**, v. 33, n. 3, p.41-49, set./dez. 2004.
- MARTINELLI, D. P. Desenvolvimento local e o papel das pequenas e médias empresas: experiências brasileiras e canadenses. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL DE DESENVOLVIMENTO LOCAL: O DESENVOLVIMENTO LOCAL NA PERSPECTIVA DO DESENVOLVIMENTO HUMANO, 2003, 1.. In: **Anais ...** . Campo Grande: Universidade Católica Dom Bosco. Novembro de 2003.

- MOUTINHO, L. M. G.; Renato CAMPOS, R. **A co-evolução de empresas e instituições em arranjos produtivos locais:** políticas públicas e sustentabilidade. *Revista Econômica do Nordeste*, v. 38, p. 244-258, 2007.
- NEVES, J. L. Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. **Caderno de pesquisa em administração**. v. 1, n. 3. 5 p.1996.
- OLIVEIRA, Z. L. C. Assim caminha a família brasileira: indicações do quadro empírico. In: I SIMPÓSIO DE ECONOMIA FAMILIAR. **Anais ...**. Viçosa: UFV/Imprensa Universitária. 1994. p.9-23.
- OLIVEIRA, M. F., TORKOMIAN, A. L. V. Aglomerações produtivas e internacionalização de pequenas empresas. **Revista Centro de Ciências Administrativa:** Fortaleza, v. 11, n. 1, p. 93-102, ago. 2005.
- PEIXOTO, F. J. M. **O local e os sistemas de inovações em países subdesenvolvidos:** o caso do Arranjo Produtivo de Moda Praia de Cabo Frio/RJ. 2005, 135 f. Dissertação (Mestrado em Economia da Indústria e da Tecnologia). Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ.2005.
- PORTER, M. E. **Vantagem competitiva das nações**. Campus: Rio Janeiro. 1989.
- PRADO, D. **O que é família**. 3 ed. São Paulo: Brasiliense. 1983.
- QUES, J. T. O fator tempo. In: **Enciclopédia prática de economia:** questões da teoria econômica. São Paulo: Nova Cultural. 1988.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Metodologia de desenvolvimento de arranjos produtivos locais**, Versão 2.0. Projeto Promos/SEBRAE/BID. CAPORALI, R. e VOLKER, P. (org.). 2004.
- _____. **Critérios de classificação de empresas - ME - EPP** Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/ideais/default.asp?vcdtexto=4154&%5E%5E>>. Acesso em 20 de setembro de 2009.
- _____. **Metodologia Geor**. Disponível em: <http://www.sebraemg.com.br/Geral/VisualizadorConteudo.aspx?cod_conteudo=1302&cod_areaconteudo=461&cod_pasta=518&navegacao=SETORES_EM_FOCO/Desenvolvendo_Setores/TIRE_SUAS_DÚVIDAS/Quais+são+os+4+pilares+da+GEOR?>>. Acesso em 20 de setembro de 2009.
- SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL DE MINAS GERAIS – SENAI - **Diagnóstico do setor de confecção do APL de Ubá e região**. Ubá: SENAI/MG. maio de 2005.
- SILVA, M. R. F. Prefácio. In: SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL. SENAI/MG. **Diagnóstico do setor de confecção do APL de Ubá e região**. Ubá:, maio de 2005.

- SOUZA-NETO, B. Empreendedorismo e Redes de Cooperação. **Caderno VII Educação Empreendedora**. São João del Rei: Editora da UFSJ, 2008. v. 1000. 40 p.
- SOUZA, S. D. C., ARICA, J. Uma análise comparativa entre sistemas de inovação e o diamante de Porter na abordagem de arranjos produtivos locais. **Produção**, v. 16, n. 1, p. 80-7, Jan./Abr. 2006.
- SUZIGAN, W.; FURTADO, J.; GARCIA, R. C.; SAMPAIO, S. E. K. Inovação e Conhecimento: indicadores regionalizados e aplicação a São Paulo. **Revista de Economia Contemporânea** . Rio de Janeiro , v. 10 , n. 2 , p. 323 – 356. 2006.
- SUZIGAN, W.; CERRON, A. P. M.; DIEGUES JR, A. C;. Localização, inovação e aglomeração o papel das instituições de apoio às empresas no Estado de São Paulo. **São Paulo em Perspectiva**, v. 19, n. 2, p. 86-100, 2005.
- SUZIGAN, W.; GARCIA, R. C.; FURTADO, J. Estruturas de governança em arranjos ou sistemas locais de produção . **Gestão & Produção** . São Carlos , v. 14 , n. 2, p. 425 – 439. 2007.
- TEIXEIRA, K. M. D. **A administração de recursos na família: Quem? Como? Por quê? Para quê?** Viçosa: ed. UFV, 2005.
- TEIXEIRA, R. B., NASCIMENTO FILHO, R. S. A consolidação dos arranjos produtivos locais como mecanismos de desenvolvimento sustentável e inclusão social. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO (ENEGEP), 27. **Anais...** . ABEPRO - Associação Brasileira de Engenharia de Produção: Foz Iguazu/PR. 09 a 11 de outubro de 2007.
- TERAN, L. G. T.; MIRANDA, J. M S. Competitividade da cadeia de valor têxtil e de confecção brasileira. In: **Globalização da economia têxtil e de confecção brasileira: empresários, governo e academia unidos pelo futuro do setor**. Rio de Janeiro: SENAI/CETIQ, 2007, p. 147-247.
- VÁZQUEZ-BARQUERO, A. Desarrollo Endógeno y Globalización. **Eure**, diciembre, año/vol. 26, n. 079. Pontífica Universidad Católica de Chile. 2000.
- YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- WAKER, K.E. e WOODS, M.E. **Time use: A measure of household production of family goods and services**. 1976.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – CARTA DE APRESENTAÇÃO DA PESQUISA



UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA DOMÉSTICA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO

Objetivo da pesquisa: Investigar se ocorreram mudanças na economia familiar dos empresários de confecção após a participação de sua empresa no APL. A pesquisa busca entender se existe uma relação positiva entre a participação no APL e os impactos na família; levantar as ações de maior adesão do APL; e ainda investigar os motivos da não-participação de alguns confeccionistas, visando assim contribuir com o fortalecimento deste arranjo.

Observação: A pesquisa não está vinculada a nenhuma instituição organizadora do APL, tendo vínculo exclusivo ao Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica da UFV. Neste sentido, assumimos o compromisso de utilizar os dados fornecidos abaixo, única e exclusivamente, para fins científicos. A identidade dos entrevistados será resguardada e o nome dos confeccionistas serão substituídos pelo número da entrevista, protegendo, assim, a sua privacidade, da sua organização e da sua família.

Atenciosamente

Débora Pires Teixeira (pesquisadora)

**APÊNDICE 2 - ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA COM O
RESPONSÁVEL (2005) DA ACIUBA (ETAPA 1)**



UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES.
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA DOMÉSTICA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO

Dados de controle

Questionário n. _____ Data: _____
Local: _____
Hora inicial: _____ Hora final: _____
Nome do entrevistado: _____
Função do entrevistado: _____
Nome da Instituição: _____
Endereço: _____

1. Como nasceu a idéia do APL de Confecção de Ubá e sua microrregião?
2. A partir de quais necessidades se deu esse surgimento?
Em qual situação?
3. Quais foram as etapas percorridas para a efetivação deste APL?
4. Quais instituições estavam envolvidas neste processo?

**APÊNDICE 3 - ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA COM O
RESPONSÁVEL (2007) DA ACIUBA (ETAPA 1)**



UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA DOMÉSTICA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO

Dados de controle

Questionário n. _____ Data: _____
Local: _____
Hora inicial: _____ Hora final: _____
Nome do entrevistado: _____
Função do entrevistado: _____
Nome da instituição: _____
Endereço: _____

1. Das metas propostas pelo projeto inicial do APL, qual foi o nível de consecução ou a porcentagem média atingida pelas confecções do APL, de:

- a) aumentar em 14% o volume de peças vendidas de dezembro/2005 até dezembro/2007
- b) aumentar em 8% o número de pessoas ocupadas na cadeia produtiva, de dezembro/2005 até dezembro/2007
- c) ampliar em 10% o número de clientes ativos de dezembro/2005 até dezembro/2007

2. Você julga o nível atingido satisfatório. Por quê?

3. Destas ações propostas pelo projeto inicial do APL, quais tiveram maior adesão dos participantes do APL? Obs: Ordenar por ordem de participação.

- a) Participação em feiras e exposições _____
- b) Feira das Confecções de Ubá e Região e Semana da Moda _____
- c) Palestras de Gestão empresarial _____
- d) Cursos de Gestão Empresarial _____
- e) Programa de Qualidade Total _____

- f) Central de Compras _____
- g) Encontro empresarial (almoço empresarial) _____
- h) Reuniões do APL _____
- i) Visitas técnicas _____

4. Com relação à questão acima, a que fatores você atribui a opção dos confeccionistas por determinadas propostas em detrimento das outras?

5. No projeto de Repactuação do APL construído em 2005, estavam previstas mais algumas propostas de ação para o período de 2005-2007. Destas, o que foi feito no sentido de viabilizar:

- a) Desenvolvimento de Programa de Exportação
- b) Sensibilização das empresas para questões ambientais
- c) Fortalecimento da Cooperação e Articulação interna.
- d) Desenvolvimento da Marca e Imagem do APL
- e) Pesquisas de Avaliação
- f) Organização do processo produtivo
- g) Eficientização energética
- h) Prospecção de Mercado Interno
- i) Capacitação da mão-de-obra
- j) Lay-Out, 5 S
- l) Divulgação das linhas de créditos disponíveis
- m) Assessoria ao crédito

6. Qual impacto de cada uma destas ações a nível individual (de cada empresa) e em nível da concretização e fortalecimento do APL?

- a) Desenvolvimento de Programa de Exportação
- b) Sensibilização das empresas para questões ambientais
- c) Fortalecimento da Cooperação e Articulação interna.
- d) Desenvolvimento da Marca e Imagem do APL
- e) Pesquisas de Avaliação
- f) Organização do processo produtivo
- g) Eficientização energética
- h) Prospecção de Mercado Interno

- i) Capacitação da mão-de-obra
- j) Lay-Out, 5 S
- l) Divulgação das linhas de créditos disponíveis
- m) Assessoria ao crédito

7. Sobre a adesão, frequência e participação nas ações, você acredita que são satisfatórias e suficientes para a concretização e fortalecimento do APL? Por quê?

8. Você acredita que a inserção no APL tem contribuído para melhoria das confecções e de forma indireta para a melhoria da qualidade de vida das famílias dos empresários envolvidos? Por quê?

9. Você acredita que a inserção dos confeccionistas nos primeiros três anos de projeto do APL de Confecção foi capaz de produzir algum efeito sobre a renda da família dos empresários envolvidos? Por quê?

10. Você acredita que tais alterações se dão de maneira diferenciada para confeccionistas que tem maior participação no APL, com relação aos confeccionistas que não participaram ativamente das mesmas propostas? Por quê?

APÊNDICE 4 - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM OS EMPRESÁRIOS (ETAPA 2)



UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA DOMÉSTICA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO

Dados de controle

Entrevista nº. _____ Data: _____

Hora inicial: _____

Função do Entrevistado na Confeccção: _____

Posição do Entrevistado na Família: _____

1) Perfil Sócio Econômico¹⁴

(1)	(2)	(3)	(4)	(6)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
Nome	Sexo (ver anexo)	Idade	Estado Civil (ver anexo)	Escola- ridade (ver anexo)	Ocupação principal	Renda (R\$) (ver anexo)	Contribui nas despesas familiar?	Dependente?	Trabalha na confeccção

2) Há quantos anos você possui esta confeccção?

3) Você tem sócio? Quantos? Quem são eles?

4) Qual o número de empregados?

5) A confeccção funciona no mesmo espaço da residência? () Sim () Não. Onde? Especificar

6) Há quanto tempo você é associado à APL?

7) Por que você optou por participar do APL?

¹⁴ Ver suplemento da questão 1 no final da entrevista.

8) Você conhece as metas e propostas da APL? Qual (is)? Como ficou sabendo?

9) Você participa das ações do APL? Não () Sim (). Quais destas você participou mais?

(Ver suplemento desta questão no final da entrevista)

10) Por que você optou por participar destas ações?

11) Depois de 2005, sua confecção conseguiu aumentar o volume de peças vendidas? Quantas eram produzidas (aproximadamente)? E agora? Houve alguma diversificação na produção? Sim ou Não? Como?

12) Depois de 2005 sua confecção aumentou o número empregados? () Não () Sim.
Quantos eram em 2005? _____ E quantas são hoje? Como?

13) Depois de 2005, sua confecção conseguiu ampliar o número de clientes ativos? () Não () Sim.

14) Mudou algo no contato com os fornecedores e com seus clientes?

15) As alterações citadas se devem a sua participação no APL?

16) Você acredita que a inserção no APL tem contribuído para melhoria da sua confecção? () Não () Sim. No caso de positivo, quais foram estas melhorias?

17) Para você o que é qualidade de vida? O APL tem interferido qualidade de vida da sua família? Se sim, em que sentido?

18) Depois de 2005, o tempo que você permanece no trabalho tem sido maior ou menor?

19) O tempo que você passa com sua família é o mesmo do que você passava em 2005? () Não () Sim. Explique sua resposta.

20) A sua participação no APL mudou algo no convívio com os outros membros da sua família? () Sim () Não? Quais foram essas mudanças?

21) Na sua casa é produzido algum destes itens?

1. Alimentação

2. Vestuário

3. Produtos de limpeza

4. Outros: _____

22) Se sim, quem produz?

23) Depois 2005 ocorreu alguma mudança na produção dos bens produzidos? Não () Sim () Qual (ais)? Por quê?

24) Depois de 2005, você percebeu alguma alteração em sua renda mensal? Não () Sim () Positiva ou negativamente? Por quê?

25) Destes cartões, com que a sua família gasta mais? (Ordenar por ordem crescente dos gastos) **(Ver cartões: ANEXO 5)**

26) Houve alguma mudança na distribuição destes itens depois de 2005? (Ex: passou a destinar mais recursos com educação, com cursos profissionalizantes, com alimentação, etc.).

Não () Sim () Quais? Essas mudanças têm a ver com a sua participação no APL?

27) Sua família faz algum tipo de poupança? Não () Sim () Com que finalidade? Este valor é maior ou menor do que você poupava antes de 2005? Se sim, você acredita que tais mudanças nos valores poupados se devem a sua participação no APL?

28) Depois de 2005, o consumo de energia elétrica mudou? Não () Sim () Para mais ou menos? Por quê?

29) Depois de 2005, o consumo de água mudou? Não () Sim () Para mais ou menos? Por quê?

30) Depois de 2005, você contratou algum destes serviços?

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| () Empregada doméstica | () Lavadeira/passadeira |
| () Faxineira | () Plano de saúde |
| () Babá | () Motorista |
| () Escolas ou creches | () Outros. _____ |

31) Depois de 2005, você fez algum investimento na área educacional (inglês, informáticas, capacitação entre outros)? Não () Sim ()

32) Depois 2005 você adquiriu algum destes bens: computadores, DVD's, TV's, celulares, automóveis, etc.? Não () Sim () Quais?

33) Depois de 2005, o consumo de alimentos industrializados mudou?

Para mais () Para menos () Permaneceu igual ()

34) Depois de 2005, o consumo de alimentos de maior valor (Ex: carne de primeira) mudou?

Para mais () Para menos () Permaneceu igual ()

35) Depois de 2005, os investimentos em lazer (clubes, viagens, etc.) mudaram?

Para mais () Para menos () Permaneceu igual ()

36) De forma geral, depois 2005 sua família passou a consumir algum (ns) bem (ns) de qualidade superior aos que consumiam antes deste ano? Não () Sim () Quais?

37) Se você respondeu sim a umas das questões (entre 29 a 36), você acredita que estas mudanças no consumo da família foram em função da inserção no APL? Explicar.

38) Você acredita que sua participação no APL é suficiente para o fortalecimento deste?

39) Você gostaria de participar mais ativamente das reuniões e ações do APL? Sim ()

Não () Por que não o faz?

40) O que você gostaria que fosse feito para que você pudesse participar de forma mais ativa?

Nome do entrevistado: _____

Nome da Confeção: _____

Hora final: _____

QUESTÃO 1

Coluna (2): 1. F 2. M

Coluna (4):

1. Solteiro(a)
2. Casado(a) /União estável
3. Separado(a)
- 5 divorciado 4. Viúvo(a)

Coluna (5):

1. Sem instrução
2. 1º Grau incompleto
3. 1º Grau Completo
4. Ensino médio incompleto
5. Ensino médio completo
6. Nível superior incompleto
7. Nível superior completo
- 8 Pós Graduação

QUESTÃO 9

- a. Feiras e exposições do setor
- b. Feira das Confecções de Ubá e Região (ASAS) e Semana da Moda
- c. Palestras e cursos de Gestão empresarial
- d. Visita do consultor do Sebrae (da área de gestão) em sua confecção
- e. Cursos oferecidos pela ACIUBA (Líder do Futuro, Oratória, Excelência no atendimento ao consumidor, etc.)
- f. Programa de Qualidade Total
- g. Encontro empresarial (almoço)
- h. Reuniões do APL
- i. Visitas técnicas (CETIQT)
- j. Organização do processo produtivo
- k. Palestras e cursos de efficientização energética
- l. Palestras de sensibilização das empresas para questões ambientais
- m. Palestras, cursos e oficinas de capacitação da mão-de-obra
- n. Palestras de divulgação das linhas de créditos disponíveis

QUESTÃO 26 (CONTEÚDO DOS CARTÕES)

- () Supermercado
- () Alimentação (Feira; Padaria; Açougue; Lanches fora de casa e Outros)
- () Habitação (Aluguel/Prestação; Água; Luz; Gás; Telefone; Condomínio; Reparos; Imposto e Outros)
- () Educação (Mensalidade; Material Escolar; Merenda; Uniformes; Transporte Escolar e Livros/Jornais)
- () Saúde (Médico, Dentista, Remédios, Exame, Hospital, Ginástica, Plano de Saúde e outros)
- () Vestuário (Sapatos, Roupas, Acessórios e Outros)
- () Transportes (Tarifas (ônibus); Combustível; Manutenção e Outros)
- () Serviços (Empregada doméstica; Lavadeira; Faxineira; Cabeleireira e Outros)
- () Lazer (Passeios; Férias; Cinema; Bar; Outros)
- () Prestação (Cartão de Crédito; Crediário; Cobertura de cheque especial e Outros)

APÊNDICE 5 – CARTÕES DO JOGO ORÇAMENTÁRIO

<p>ALIMENTAÇÃO</p> 	<p>SUPERMERCADO</p> 	<p>HABITAÇÃO</p> 
<p>SAÚDE</p> 	<p>VESTUÁRIO</p> 	<p>EDUCAÇÃO</p> 
<p>TRANSPORTE</p> 	<p>SERVIÇOS</p> 	<p>LAZER</p> 
<p>CRÉDITO (prestações)</p> 		