



2BIC

Boletim Baiano de
Inteligência Competitiva

SEBRAE

INDÚSTRIA DE CONFECÇÕES na Bahia

MAIO | 2017



FOTOGRAFIA DO BRASIL

Faturamento da cadeia têxtil e de confecções

R\$ **53,6**^{bi}
2014

QUEDA DE
26,7%

R\$ **39,3**^{bi}
2015

TRABALHADORES(2015)

1,5
milhão
EMPREGADOS
DIRETOS

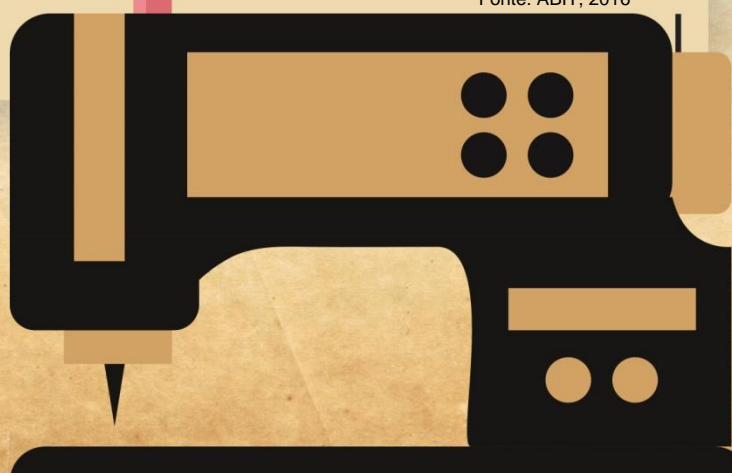


6,5
milhão
EMPREGADOS
INDIRETOS E
EFEITO RENDA



75%
MÃO DE OBRA
FEMININA

Fonte: ABIT, 2016



PONTOS FORTES

- Alta qualidade dos produtos;
- Preços competitivos;
- Setor/segmento tradicionais na economia baiana;
- Clientes fiéis;
- Setor com alto nível de empregabilidade.

PONTOS FRACOS

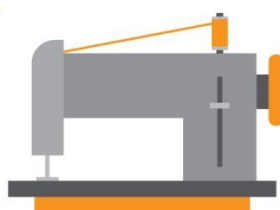
- Profissionais desqualificados;
- Alta rotatividade de colaboradores;
- Dificuldade para trabalhar com revendedores;
- Baixa automatização de processos;
- Pouco investimento em marketing.

OPORTUNIDADES

- Inovações tecnológicas para o setor/segmento;
- Competitividade no mercado internacional, devido a desvalorização do real.

AMEAÇAS

- Crise financeira, que impacta nos preços, aumentando a inflação e gerando inadimplência;
- Altos impostos e dificuldade na obtenção de incentivos, como financiamentos e créditos;
- Produtos importados da China, com preços menores que os nacionais;
- Falta de fornecedores na região, o que acarreta falta de matéria-prima;
- Dificuldade de encontrar matéria-prima importada;
- Instabilidade política;
- Mudanças climáticas bruscas impactam na produção do algodão, linho, dentre outros.





GARGALOS NO SEGMENTO

- Articulação precária entre os elos da cadeia produtiva. Um dos motivos é que muitas empresas situadas no Nordeste do país possuem suas origens na região Sul, mantendo essa articulação e ligações comerciais.
- Pouco abastecimento de matéria-prima para o Estado. O vínculo com o Sul ou a dependência de compra de matéria-prima dessa região faz com que chegue com dias de atraso, impactando na produtividade das indústrias.
- Desaquecimento do setor devido a instabilidade econômica.
- Com a valorização do dólar em relação ao real, o preço da matéria-prima aumenta e, consequentemente, o preço do produto final.



FATORES DE SUCESSO

- Diferenciar o produto é essencial para conquistar os clientes. Há muitos produtos sem qualidade e acabamento no mercado, com preços muito baixos, mas há clientes que procuram qualidade e estarão dispostos a pagar mais por isso;
- Fazer promoções e marketing de indicação também funciona para ganhar novos clientes;
- Investimento em mão-de-obra, pois há dificuldade de encontrar profissionais qualificados no setor;
- Estar sempre atento ao que o cliente demanda é essencial para se manter no mercado. O setor de vestuário, por exemplo, muda muito de uma estação para a outra. É preciso seguir as tendências para acompanhar o mercado;
- Criar uma boa logística com fornecedores. Há dificuldade de fornecedores nas regiões e, muitas vezes, a empresa fica dependente de diversos fatores para conseguir algum tipo de matéria-prima específica.



AÇÕES RECOMENDADAS

CLIENTES



O aumento na segmentação de clientes pode trazer mercados interessantes para o seu negócio. Um exemplo é o aumento da população com sobrepeso ou obesa no Brasil, que tem gerado oportunidades para o mercado de moda *plus size*. Além disso, a busca por uma vida mais saudável tem movimentado o mercado de moda *fitness*, que engloba a confecção de peças com informação de moda, voltadas ao público adepto de exercícios e atividades físicas;

EXPORTAÇÃO



A desvalorização da moeda brasileira, nesses últimos anos, abriu oportunidade para que os produtos nacionais se tornassem mais competitivos no mercado externo;

CO-BRANDING



O *co-branding* pode ser entendido como a ação conjunta de diferentes marcas para promover um produto ou serviço. A associação entre mais de uma marca aumenta a visibilidade dos produtos e serviços e pode servir para expandir a atuação do negócio, aproximar a marca do consumidor e retê-lo a longo prazo;

INOVAÇÃO



Empresários podem pensar em processos inovadores dentro dos seus negócios, visando à implantação de novas soluções ou novos produtos nesse mercado.



[ACESSE O ESTUDO COMPLETO](#)

SEBRAE

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia

2BIC

Boletim Baiano de
Inteligência Competitiva

UNIDADE DE ACESSO A MERCADOS DO SEBRAE/BA

Diretor Superintendente: Adhvan Novais Furtado
Gerente: José Nilo Meira
Gestora do 2BIC: Alessandra Giovana Ferreira da Silva de Oliveira Borges
Empresa Pesquisadora: Knowtec Ltda
Designer Gráfico: Suzana Salgado
Imagens e Ilustrações: www.freepik.com

Entre em contato com o Sebrae/BA: **0800 570 0800**
2bic@ba.sebrae.com.br