

RELATÓRIO INDÚSTRIA DE BRINQUEDOS

AGOSTO 2011



RELATÓRIO

INDÚSTRIA DE

BRINQUEDOS

Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial - ABDI

Mauro Borges Lemos

Presidente

Maria Luisa Campos Machado Leal

Diretora

Clayton Campanhola

Diretor

Rogério Dias de Araújo

Coordenador

Supervisão

Maria Luisa Campos Machado Leal

Equipe Técnica**Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial - ABDI**

Rogério Dias de Araújo – *Coordenador de Inteligência Competitiva*

Carlos Henrique de Mello Silva – *Técnico*

Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas - IE/Unicamp

Cláudio Schuller Maciel

Diretor

Núcleo de Economia Industrial e Tecnologia - NEIT/IE-Unicamp

Fernando Sarti – *Coordenador do Projeto ABDI/NEIT-IE-UNICAMP*

Célio Hiratuka – *Coordenador do Projeto ABDI/NEIT-IE-UNICAMP*

Relatório de Acompanhamento Setorial: Indústria de Brinquedos

Carlos Etulain – *Autor*

Adriana Marques da Cunha – *Autor*

Marcelo Loural – *Autor*

Célio Hiratuka – *Autor*

Revisão

Noel Arantes

Projeto gráfico e Diagramação do miolo

Marina Proni

SUMÁRIO

Introdução	7
1. Caracterização da Indústria Mundial de Brinquedos	8
2. A Indústria Brasileira de Brinquedos: caracterização e desempenho	13
2.1 Cadeia produtiva de brinquedos	13
2.2 Estrutura e concentração	15
2.3 Evolução recente da produção, do valor agregado e das vendas	17
2.3.1 <i>Produção e Valor Agregado</i>	17
2.3.2 <i>Mercado e Vendas</i>	18
2.4 Evolução recente do emprego, salário e escolaridade	23
2.5 Comércio externo brasileiro de brinquedos	26
3. Principais desafios competitivos para a indústria brasileira de brinquedos	29
Referências Bibliográficas	31

1. CARACTERIZAÇÃO DA INDÚSTRIA MUNDIAL DE BRINQUEDOS

Uma das características da indústria mundial de brinquedos é a concentração da produção na região asiática, sob a liderança da China. O país asiático é responsável por mais de 70% da produção mundial de brinquedos. Outros importantes países produtores se localizam na Europa, liderados por França, Alemanha, Itália e Espanha. Outra característica da indústria de brinquedos é a concentração geográfica da produção em determinadas regiões dentro dos principais países produtores. Um importante exemplo se encontra na indústria europeia de brinquedos (Tabela 1). Por sua vez, a indústria de brinquedos norte-americana, que historicamente se concentrava na cidade de Nova Iorque, então conhecida como a capital da manufatura norte-americana de brinquedos, deslocou-se para outras cidades e estados. Mesmo assim, metade das fabricantes de brinquedos norte-americanas encontra-se em dez estados, sendo que 36% de todas as empresas e 42% de todo o emprego no setor de brinquedos estão concentrados em apenas cinco estados (Califórnia, Nova Iorque, Pensilvânia, Ohio e Illinois) (*International Trade Administration*, 2009).

A indústria mundial de brinquedos também pode ser caracterizada pela existência de uma estrutura heterogênea, com predomínio quantitativo de pequenas e médias empresas (PME), que convivem com grandes empresas internacionalizadas. Na Europa, aproximadamente 80% do setor de brinquedos é composto por pequenas e médias empresas com menos de 50 empregados (TIE, 2011). Ao mesmo tempo, as duas maiores empresas de brinquedos norte-americanas (Mattel e Hasbro) lideram a comercialização das principais marcas mundiais (American Girl, Barbie, Fisher Price, Hot Wheels e Matchbox da Mattel e Milton Bradley, Parker Brothers, Playschool e Wizards of the Coast da Hasbro, dentre outras). As empresas líderes norte-americanas combinam a manutenção de operações domésticas de maior valor agregado, como Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), *design* de produtos e *marketing*, com produção internacional em grande escala (ITA, 2009). Elas também suportam uma rede independente de inventores e projetistas de brinquedos que vendem seus conceitos para grandes empresas. Portanto, a indústria mundial

Tabela 1 – Europa: Principais Países e Regiões Produtoras de Brinquedos (2010)

Países	Regiões
França	Franche-Comté, Jura, Rhône-Alpes
Alemanha	Bavaria, Baden-Württemberg
Itália	Lombardia, Piemonte, Marche, Veneto
Espanha	Valência, Catalunha, Alicante
Irlanda	Waterford
Dinamarca	Billund
Rep. Tcheca	South Bohemia, Brno
Polônia	Silesia
Reino Unido	North West, East Midlands, Kent, Thames Valley

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da *Toy Industries of Europe* (TIE, 2011).

de brinquedos, apesar da presença de grande quantidade de pequenas e médias empresas, encontra-se efetivamente controlada por um conjunto reduzido de grandes empresas internacionalizadas, que procederam à externalização da produção em larga escala para outros países, principalmente asiáticos. No entanto, as baixas barreiras à entrada, aliadas à ampla possibilidade de segmentação (por faixa etária, material, nível de renda, objetivos do produto) permitem a existência de um conjunto amplo de produtores pequenos, muitas vezes produzindo com técnicas artesanais.

Outra característica da indústria mundial de brinquedos é a concentração da atividade exportadora em poucos países, seguindo a ante-

riormente destacada concentração da produção mundial. Em 2009, as exportações mundiais de brinquedos atingiram um total de US\$ 57,9 bilhões, incluindo os grupos de “artigos para jogos de salão, incluídos os jogos com motor ou outro mecanismo” (código sistema harmonizado 9504) e de “triciclos, patinetes, brinquedos semelhantes de rodas; bonecos; outros brinquedos” (código sistema harmonizado 9503) (Tabela 2). A China liderou as exportações, com 27,0% de participação no primeiro grupo e 36,6% no segundo, seguida por Hong-Kong (com 21,1% e 19,4%, respectivamente) e Alemanha (com 13,2% e 7,1%, respectivamente) (Tabela 3). Em 2010, a China manteve a liderança no fornecimento de brinquedos para a União Europeia, sendo responsável

Tabela 2 – Exportações Mundiais de Brinquedos (2007-2009) (em milhões de dólares)

Descrição do grupo	2007	2008	2009
Triciclos, patinetes, brinquedos semelhantes de rodas; bonecos e outros brinquedos ⁽¹⁾	22.814,4	23.623,1	21.254,7
Artigos para jogos de salão, incluídos os jogos com motor ou outro mecanismo ⁽²⁾	34.433,2	45.698,2	36.646,2
Total	57.247,6	69.321,3	57.900,9

(1) Produtos incluídos no código 9503.

(2) Produtos incluídos no código 9504.

Fonte: *International Trade Center (ITC)*, 2010.

Tabela 3 – Ranking dos Principais Países Exportadores de Brinquedos (2009)

Ranking	Artigos para jogos de salão, incluídos os jogos com motor ou outro mecanismo			Triciclos, patinetes, brinquedos semelhantes de rodas; bonecos e outros brinquedos		
	Exportadores	Valor (US\$ milhões)	Participação (%)	Exportadores	Valor (US\$ milhões)	Participação (%)
	Mundo	36.646,2	100,0	Mundo	21.254,7	100,0
1	China	9.878,7	27,0	China	7.783,6	36,6
2	Hong-Kong	7.729,5	21,1	Hong-kong	4.133,3	19,4
3	Alemanha	4.832,5	13,2	Alemanha	1.514,7	7,1
4	EUA	4.183,8	11,4	Rep. Tcheca	1.013,8	4,8
5	Holanda	2.106,6	5,7	EUA	637,8	3,0
6	Japão	1.696,2	4,6	Bélgica	601,9	2,8
7	México	1.130,9	3,1	Holanda	581,2	2,7
8	Reino Unido	718,9	2,0	França	457,8	2,2
9	Áustria	622,4	1,7	Reino Unido	433,1	2,0
10	Canadá	359,8	1,0	México	394,8	1,9

Fonte: *International Trade Center (ITC)*, 2010.

Tabela 4 – Mercado Mundial de Brinquedos - demanda por país e gasto em brinquedo por criança (2008-2009)

Ranking		País	Mercado de brinquedos (US\$ milhões)	Participação dos países (%)	Gasto/criança (US\$)	População de crianças (milhões)
2008	2009		2008	2008	2008	2008
1	1	EUA	21.650,8	27,7	281	61,6
2	2	Japão	5.823,6	7,5	286	17,4
3	5	China	4.527,1	5,8	17	267,4
4	3	Reino Unido	4.127,6	5,3	348	10,3
5	4	França	3.985,7	5,1	293	11,9
6	6	Alemanha	3.189,4	4,1	223	11,4
7	7	Brasil	2.091,9	2,7	38	52,9
8	9	Índia	1.939,6	2,5	5	361,4
9	12	México	1.794,9	2,3	53	32,6
10	10	Itália	1.703,2	2,2	185	7,9

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da *Toy Industry Association* (TIA), 2009.

pela significativa parcela de 86,2% das importações totais do grupo europeu, seguida de longe por Hong Kong (4,1%) (TIE, 2011). Os EUA e a União Europeia absorvem boa parte da produção chinesa, mas em consequência da crise financeira de 2008 e do baixo desempenho econômico desses países nos últimos anos, a América Latina tem se destacado pelo crescimento de sua participação nas importações de brinquedos, notadamente de produtos chineses.

A concentração dos mercados consumidores, com destaque para a participação dos Estados Unidos, também pode ser assinalada como uma característica da indústria mundial de brinquedos. No entanto, cabe notar o potencial de crescimento dos mercados consumidores de brinquedos dos países emergentes.

A produção mundial de brinquedos destina-se especialmente aos Estados Unidos, seguidos de longe pelo Japão e pelos países da União Europeia, além de alguns países emergentes como Brasil e Índia. Em 2008 e 2009, os EUA lideraram o mercado mundial de brinquedos, seguidos pelo Japão (respectivamente com 27,7% e 7,5% do mercado mundial em 2008) (Tabela 4). Em 2008, a China ocupava a terceira posição (5,8%) no ranking dos principais países compradores de brinquedos, seguida pelo Reino Unido (5,3%), França (5,1%) e Alemanha (4,1%), mas passou para o 5º lugar em 2009, sendo ultrapassada pelo

Reino Unido e pela França. O Brasil manteve-se na 7ª posição como um dos principais mercados consumidores mundiais no biênio 2008-2009. Em 2010, os cinco maiores mercados consumidores europeus (França, Alemanha, Itália, Espanha e Reino Unido) concentraram grande parte das compras de brinquedos (73%) considerando o universo do mercado europeu (TIE, 2011).

Comparando-se a população de crianças em cada um dos países apresentados na tabela com a participação do país no gasto global de brinquedos, destaca-se o Reino Unido, que efetivou o maior gasto em brinquedo por criança (US\$ 348,00) a partir de uma população de 10,3 milhões de crianças em 2008, representando apenas 5,3% do mercado global de brinquedos em 2008. Países com altos níveis de população de crianças, como China, Índia e Brasil, apresentam níveis visivelmente baixos de gasto em brinquedo por criança e, para o caso de Brasil e Índia, reduzida participação no mercado global. Em contrapartida, estes países têm experimentado crescimento de participação no mercado global, enquanto os de maior peso no mercado mundial de brinquedos têm diminuído sua participação, embora mantendo a liderança.

Os dados do mercado internacional de brinquedos mostram a escassa participação no gasto em brinquedo por criança de países que detêm, ao mesmo tempo, os maiores volumes de popu-

lação de criança e que apresentaram em 2008 e 2009 os melhores desempenhos em termos de crescimento do PIB e da renda. O crescimento do PIB e da renda em países como Brasil, China e Índia tende a afetar positivamente o mercado de brinquedos, pois são produtos de elasticidade-renda positiva. Portanto, assim como ocorreu na China, estima-se uma ampliação do mercado de brinquedos nos demais países emergentes, que apresentam grande potencial de crescimento.

Considerando a liderança norte-americana no mercado consumidor mundial de brinquedos, cabe detalhar o comportamento de sua produção e de seu consumo aparente, bem como de suas exportações e importações, notadamente provenientes da China. Observa-se a persistência de elevados déficits comerciais decorrentes das significativas importações, principalmente de produtos chineses, levando a um crescente peso das compras externas sobre o consumo aparente de brinquedos nos Estados Unidos (Tabela 5). Nos anos 2000, as importações de brinquedos atenderam à grande parte do consumo aparente americano. Especialmente as importações provenientes da China mantiveram expressiva participação no consumo aparente de brinquedos dos Estados Unidos em período recente, confirmando a importância do país asiático como grande produtor e exportador de brinquedos, tornando-se o principal fornecedor de seu maior mercado consumidor mundial.

A indústria de brinquedos também pode ser caracterizada pela forte sazonalidade da demanda e das vendas e pelo predomínio de determina-

dos canais de distribuição, sobretudo as lojas especializadas. A sazonalidade caracteriza-se pela ocorrência de situações que se repetem em séries ou intervalos de tempo com repercussão no consumo e na produção. A sequência pode ser provocada pela existência das estações do ano, tal como é o caso da agricultura, ou por eventos relacionados ao calendário de datas festivas, como é o caso da indústria de brinquedo. Cabe lembrar que, no caso específico dos brinquedos, os consumidores realizam grande parte de suas compras durante o período do Natal (novembro e dezembro). Por exemplo, na Europa, por volta de 60% das compras de brinquedos são realizadas no período natalino (TIE, 2011). As vendas de brinquedos são realizadas principalmente a partir de lojas especializadas, seguidas por supermercados/hipermercados e, de forma menos importante, por outros tipos de varejistas/canais de distribuição, como lojas de departamentos e vendas *online/internet*. Em 2010, as lojas especializadas em brinquedos foram responsáveis por mais de um terço das vendas nos principais mercados europeus (39,5% na média do grupo de países formado pela França, Espanha, Alemanha, Itália e Reino Unido), seguidas pelos supermercados/hipermercados (27,6% na média do grupo acima citado) (TIE, 2011).

Um dos principais fatores de competitividade da indústria de brinquedos é a capacidade de inovação e de introdução de novos produtos que consigam satisfazer as necessidades e os desejos dos consumidores. Isto leva a indústria a destinar grande parte de seus investimentos à

Tabela 5 – Estados Unidos: evolução da produção, do comércio externo e do consumo aparente de brinquedos(1) (2003-2008)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Produção (US\$ milhões)	3.297,3	3.180,4	3.284,0	3.431,1	3.194,9	-
Exportação (US\$ milhões)	862,8	880,5	1.070,2	1.325,2	1.983,0	1.554,1
Importação (US\$ milhões)	14.173,9	14.244,1	16.243,6	16.972,0	21.769,0	22.820,3
Importação da China (US\$ milhões)	11.660,6	12.053,7	13.439,8	14.592,8	19.446,7	20.677,9
Consumo Aparente ⁽²⁾ (US\$ milhões)	16.608,4	16.544,0	18.457,5	19.077,9	22.980,8	-
Importação/Consumo Aparente (%)	85,3	86,1	88,0	89,0	94,7	-
Importação da China/Consumo Aparente (%)	70,2	72,9	72,8	76,5	84,6	-

(1) Brinquedos incluídos no código NAICS 339931 (bonecas/bonecos e suas partes) e 339932 (jogos e brinquedos mecânicos e não mecânicos).

(2) Consumo aparente = produção + importação - exportação.

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da *International Trade Administration* (ITA), 2009.

análise de mercado, às atividades de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) e à proteção da propriedade intelectual. Na Europa, aproximadamente 60% dos brinquedos negociados anualmente são produtos novos, recentemente desenvolvidos e lançados no mercado (TIE, 2011).

Outro importante fator de competitividade está relacionado à existência de legislação adequada à segurança dos produtos da indústria de brinquedos, especialmente porque são destinados ao mais vulnerável público infantil. Nesse contexto, destaca-se o desenvolvimento da *Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) Toy Safety Initiative* (2009), com participação de vários países produtores e consumidores de brinquedos, especialmente os países do continente americano (EUA, Canadá, México) e os países asiáticos (China, Tailândia, Vietnã, Indonésia), cujo objetivo declarado é aprimorar o alinhamento dos padrões internacionais de segurança dos brinquedos e reduzir barreiras técnicas ao comércio internacional de brinquedos (APEC, 2009). A União Europeia também lançou recentemente a *Toy Safety Directive* (julho/2011), que fortalece as diretrizes europeias sobre segurança de brinquedos, garantindo níveis mais elevados de proteção ao consumidor infantil (TIE, 2011). Por sua vez, os Estados Unidos haviam aprovado o *Consumer Product Safety Improvement Act* (2008), que inclui importantes diretrizes de segurança que devem ser seguidas pelos produtos da indústria de brinquedos norte-americana (ITA, 2009). No caso brasileiro, destaca-se a criação da Norma Brasileira de Fabricação e Segurança de Brinquedos durante os anos 1990 (NBR 11.786/98), com o objetivo de garantir a qualidade dos produtos nacionais e importados comercializados no país.

2. A INDÚSTRIA BRASILEIRA DE BRINQUEDOS: CARACTERIZAÇÃO E DESEMPENHO

2.1 Cadeia produtiva de brinquedos

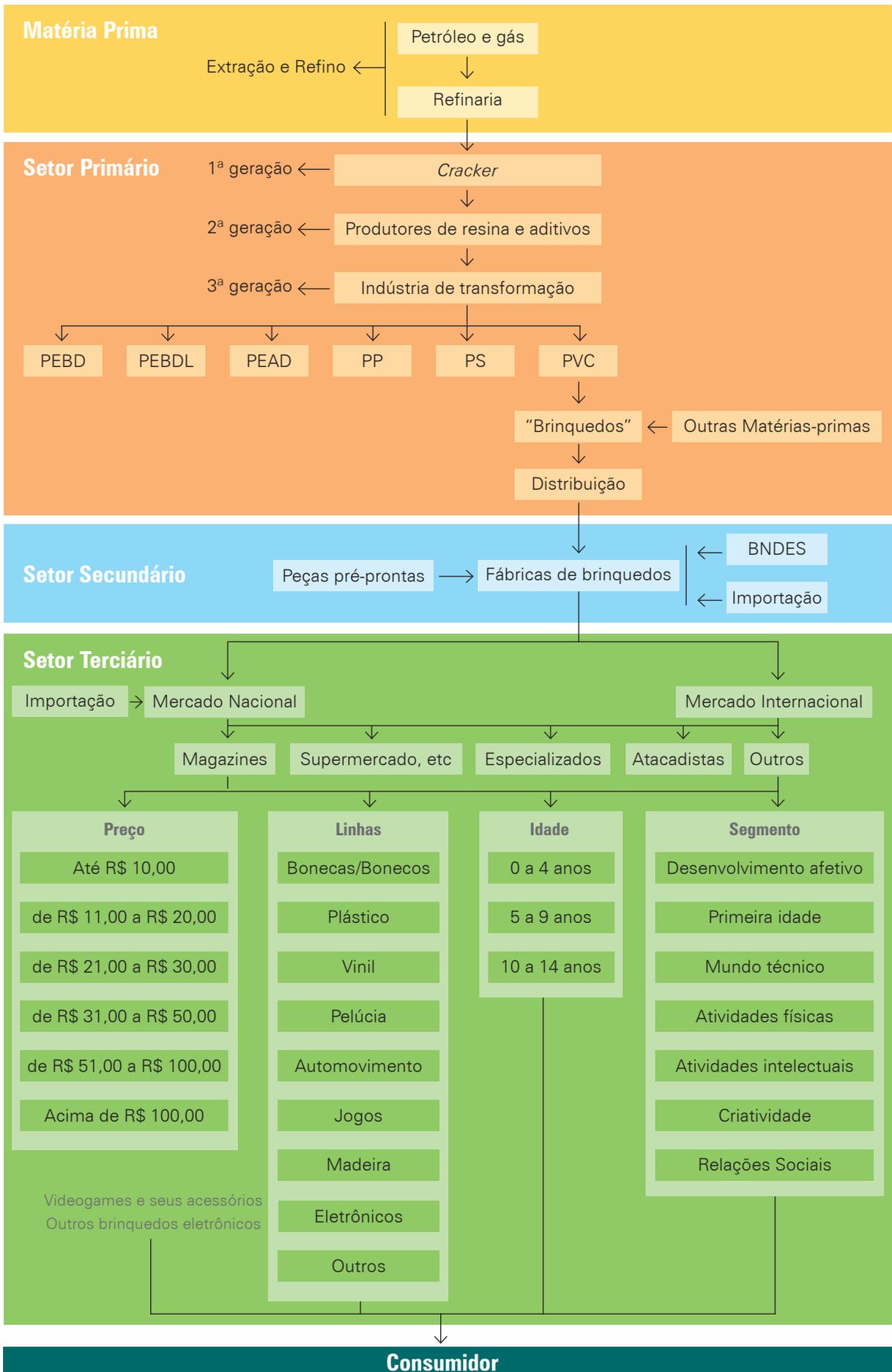
A indústria brasileira de brinquedos corresponde, em sua maior parte, a um dos desdobramentos da cadeia de produtos transformados plásticos que, por sua vez, constitui a chamada 3ª geração da cadeia petroquímica (Figura 1). Essa indústria engloba um conjunto de empresas que tanto fabricam brinquedos (com utilização de componentes e materiais importados) como distribuem produtos importados no mercado brasileiro.

O elo da indústria que precede a fabricação de brinquedos, a chamada indústria de transformados plásticos, responde por cerca de 4% do consumo de petróleo (praticamente metade da participação das duas gerações petroquímicas). Nele são fabricados produtos e artefatos diversos, empregando diferentes processos de produção conforme o tipo de produto pretendido – tais como processos de extrusão (para produção de chapas, perfis, placas e tubos, como de PVC e poliestireno), injeção (para obtenção de utensílios plásticos como tampas, caixas, bacias, calotas e pára-choques), sopro (para obtenção de peças ocas, como frascos, garrafas e bolsas),

extrusão de filmes (filmes PEBD para saco plástico) e rafia (para produção de tecidos e sacos). Os produtos da indústria de transformados plásticos têm ampla gama de aplicações, que correspondem à variedade de usos permitidos pelos plásticos. São predominantemente empregados na produção de embalagens (43% do consumo total de resinas), de materiais para construção civil, de autopeças para a indústria automobilística, de utilidades domésticas, de produtos da área médica e das indústrias eletrônica e de informática. São utilizados em brinquedos aproximadamente 1% do total produzido pela indústria brasileira de transformados plásticos (ABIPLAST, 2008).

O setor de brinquedos propriamente dito é um dos elos que dá continuidade à indústria de transformação do plástico. A fabricação de brinquedos no Brasil também utiliza vários insumos importados. Os brinquedos produzidos são distribuídos no mercado nacional através de magazines, supermercados, lojas especializadas, atacadistas e outros. Uma parte da produção brasileira é destinada ao mercado externo, com predomínio de mercados de países de América Latina e, em menor medida, da África e da União Europeia.

Figura 1 – Cadeia Produtiva de Brinquedos no Brasil



Vale destacar que é possível identificar outras formas de apresentação da cadeia produtiva que envolve a predominância de outros matérias, como por exemplo brinquedos de madeira ou de tecidos. Além disso, mais recentemente a utilização de plástico na cadeia de brinquedos tem se somado a incorporação de componentes eletrônicos, o que tem permitido também o avanço da indústria asiática, dado a capacidade destes países de produzirem partes, peças e componentes eletrônicos a baixo custo.

2.2 Estrutura e concentração

A indústria brasileira de brinquedos reproduz internamente uma das características existentes no plano mundial: a composição heterogênea de sua estrutura, marcada pela convivência entre um conjunto muito reduzido de grandes empresas, que concentram parcela relevante da produção e do emprego, e um número elevado de micro e pequenas empresas.

Em 2009, a indústria brasileira de brinquedos incluía um total de 888 empresas que fabricam brinquedos e jogos recreativos (Tabela 6). Este número de empresas representou somente 0,21% do total da indústria de transformação brasileira nesse ano (CEMPRE/IBGE). Houve aumento do número de empresas incluídas na indústria brasileira de brinquedos ao longo da segunda metade dos anos 2000, principalmente no biênio

2008-2009. Evidencia-se a predominância quantitativa das micro e pequenas empresas quando se observa a distribuição percentual das empresas por número de empregados ao longo do período analisado: o número de estabelecimentos com menos de dez (10) funcionários representou 72,7% do total em 2006 e 72,1% em 2009.

A indústria brasileira de brinquedos é marcada pela concentração do emprego e da produção em um número reduzido de grandes empresas. Os estabelecimentos com mais de 250 empregados concentraram 30,3% do emprego total em 2006 e 31,4% em 2009 (Tabela 6). Os dados mais recentes de concentração econômica mostram que as doze maiores empresas do setor de brinquedos responderam por 32,0% do pessoal ocupado em 2006 e 31,4% em 2009 (Tabela 7).

Segundo a Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos (ABRINQ), dentre as principais empresas do setor brasileiro de brinquedos estão a *Líder Brinquedos*, localizada em Mauá, São Paulo, e a *Grow*, em São Bernardo, São Paulo. Cada uma possui em torno de 900 funcionários. A lista das empresas líderes brasileiras inclui também Elka, Bandeirantes, Estrela, Homeplay, Cotiplás, Xalingo, Magic Toys, Gulliver e Toyster. Quase todas as empresas de capital fechado, exceto a Estrela. Para enfrentar a crescente concorrência na indústria mundial de brinquedos, principalmente de empresas asiáticas, algumas das principais fabricantes brasileiras iniciaram

Tabela 6 – Indústria Brasileira de Brinquedos e Jogos Recreativos: distribuição do número de empresas e de empregados por faixa de tamanho medido pelo número de empregados (2006-2009)

	2006	2007	2008	2009
Número de Empresas	818	802	855	888
0 a 9	72,7%	72,4%	71,2%	72,1%
10 a 49	20,2%	19,7%	20,9%	20,5%
50 a 249	5,7%	6,6%	6,7%	6,1%
250 e mais	1,3%	1,2%	1,2%	1,4%
Números de Empregados	14.442	15.451	15.503	16.866
0 a 9	11,7%	11,7%	11,7%	11,5%
10 a 49	23,9%	20,9%	22,8%	22,9%
50 a 249	34,1%	36,4%	38,5%	34,2%
250 e mais	30,3%	30,9%	27,0%	31,4%

Fonte: Elaboração própria com base em dados do Cadastro Central de Empresas (CEMPRE)/IBGE.

Tabela 7 – Indústria Brasileira de Brinquedos e Jogos Recreativos:
grau de concentração econômica (2006 e 2009) (em %)

Concentração	2006	2009
CR4	15,5	15,6
CR8	24,4	24,3
CR12	32,0	31,4

Nota: CR4: concentração do Pessoal Ocupado (PO) nas 4 maiores empresas; CR8: concentração do PO nas 8 maiores empresas; CR12: concentração do PO nas 12 maiores empresas.

Fonte: Elaboração própria com base em dados do Cadastro Central de Empresas (CEMPRE)/IBGE.

negociações recentemente (2010) no sentido da formação de uma grande empresa multinacional, com participação minoritária de empresas estrangeiras (SALLOWICZ, 2010), revelando a predisposição à fusão de empresas e à reafirmação da concentração da estrutura de oferta de brinquedos no Brasil.

Portanto, os dados revelam, por um lado, a persistência da atomização da indústria brasileira de brinquedos, com o predomínio quantitativo de micro e pequenas empresas, o que dificulta o enfrentamento de uma concorrência internacional cada vez mais intensa, principalmente por parte dos fabricantes chineses. No entanto, por outro lado, um número reduzido de grandes empresas detém o controle da produção e do emprego no setor brasileiro de brinquedos, as quais tendem a fortalecer a concentração da oferta em futuro pró-

ximo ao executarem planos de aquisição e fusão, assim como tendem a contribuir para a introdução de inovações tecnológicas a partir de parcerias com empresas/associações estrangeiras.

Outra característica da indústria brasileira de brinquedos é a concentração geográfica de suas principais empresas e fábricas, especialmente na região Sudeste, especificamente no Estado de São Paulo (Figura 2), também reproduzindo internamente uma característica presente no nível internacional. A proximidade com o mercado consumidor tem grande influência no mapa de distribuição das unidades produtivas de brinquedos no país, que se concentram principalmente nos estados com maiores vendas, com destaque para São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Paraná, que juntos são responsáveis por aproximadamente 60% das vendas nacionais (ABRINQ, 2010).

Figura 2 – Mapa de Distribuição de Fábricas de Brinquedos no Brasil



Fonte: Elaboração própria com base em dados das empresas cadastradas no site <http://www.ilocal.com.br/>

2.3 Evolução Recente da Produção, do Valor Agregado e das

2.3.1. Produção e Valor Agregado

A indústria brasileira de brinquedos pode ser caracterizada por sua crescente capacidade de agregação de valor sobre sua própria produção, mas por sua inexpressiva participação na produção e no valor agregado pela indústria de transformação brasileira. Isto pode ser observado pela análise do desempenho do setor em termos do Valor Bruto da Produção (VBP), do Valor da Transformação Industrial (VTI), uma aproximação do valor adicionado, bem como da participação do valor agregado pelo setor em sua produção (VTI/VBP) e da participação das diversas variáveis citadas no conjunto da indústria de transformação brasileira.

No período 2007-2009, houve crescimento do VBP e do VTI da indústria brasileira de brinquedos

(Pesquisa Industrial Anual (PIA)/IBGE)¹. Os dados revelam que o VBP da indústria de brinquedos aumentou de R\$ 1 bilhão em 2007 para R\$ 1,1 bilhão em 2009 (crescimento de 10,8% – Tabela 8). Por sua vez, o VTI aumentou de forma mais vigorosa: de R\$ 520 milhões em 2007 para R\$ 635 milhões em 2009 (crescimento de 22,1% – Tabela 8). Portanto, o peso do valor agregado (VTI) no valor da produção (VBP) do setor de brinquedos apresentou elevação: de 51,7% em 2007 para 56,9% em 2009, atingindo um nível relativa-

¹ A PIA/IBGE considera todos os estabelecimentos com mais de quatro funcionários e os classifica segundo a origem principal do faturamento. O Cadastro Central de Empresas (CEMPRE/IBGE) considera todas as empresas que se autodeclararam pertencentes ao setor. Alguns dados fornecidos pelo CEMPRE contrastam com aqueles fornecidos pela PIA. Existem certamente divergências metodológicas entre as duas bases de dados que devem ser destacadas quando utilizadas em conjunto.

Tabela 8 – Indústria Brasileira de Brinquedos:
indicadores selecionados de desempenho (2007-2009)

	2007	2008	2009	Var. % 2009/2007
Indústria de Brinquedos				
Número de empresas (unidades)	462	338	338	(26,8) ↓
Pessoal Ocupado (PO) em 31/12 (número de pessoas)	14.909	14.839	14.298	(4,1) ↓
Total de salários (R\$ mil)	154.864	188.409	197.228	27,4 ↑
Valor Bruto da Produção Industrial (VBP) (R\$ mil)	1.006.622	1.118.983	1.115.429	10,8 ↑
Valor da Transformação Industrial (VTI) (R\$ mil)	520.434	582.861	635.235	22,1 ↑
Participação do valor agregado na produção VTI / VBP (%)	51,7	52,1	56,9	10,2 ↑
Produtividade VBP/PO (R\$/empregado)	6.751,8	7.540,8	7.801,3	15,5 ↑
Participação na Indústria de Transformação				
Número de empresas (%)	0,30	0,21	0,20	(33,0) ↓
Pessoal Ocupado (PO) (%)	0,21	0,20	0,19	(9,5) ↓
Total de Salários (%)	0,12	0,13	0,12	0,0
Valor Bruto da Produção Industrial (%)	0,07	0,07	0,07	0,0
Valor da Transformação Industrial (%)	0,09	0,09	0,09	0,0

(1) Dados com base na CNAE (2.0) 32.4.

Fonte: Elaboração própria a partir de dados PIA/IBGE.

mente elevado. Considerando o aumento do VBP e a redução do Pessoal Ocupado (PO) no setor de brinquedos no período analisado (-4,1% – Tabela 8), constatou-se uma elevação da produtividade do trabalho, medida pela relação entre VBP e PO (15,5%), entre os anos-limite do período analisado. Por sua vez, houve também aumento dos salários totais (27,4% – Tabela 8). Portanto, percebe-se ganho de eficiência produtiva, medida pela relação VBP/PO, no setor brasileiro de brinquedos em período recente.

Observando o comportamento anual da participação do valor da produção e do valor agregado pelo setor de brinquedos nos totais registrados pela indústria de transformação brasileira, confirmou-se a sua estagnação em níveis muito modestos em ambos os casos no período analisado. Este movimento evidencia que o setor de brinquedos tem mantido uma inexpressiva participação no valor da produção e no valor adicionado pela indústria de transformação. Esta conclusão também se aplica ao peso do pessoal ocupado e dos salários pagos pela indústria de brinquedos brasileira.

2.3.2. Mercado e Vendas

O Brasil pode ser considerado um dos principais mercados consumidores mundiais de brinquedos, como ressaltado anteriormente (Tabela 4). O mercado brasileiro de brinquedos é atendido por produtores nacionais, mas com peso significativo de produtos importados, principalmente chineses. Nesse mercado, convivem empresas dedicadas à fabricação doméstica de brinquedos, que também fazem operações de comercialização de produtos importados, com empresas que se dedicam exclusivamente à produção nacional ou que somente realizam a comercialização de produtos importados. A cotação do dólar em relação ao real tem recentemente impulsionado as

vendas de brinquedos importados no Brasil.

A evolução do faturamento da indústria brasileira de brinquedos foi positiva ao longo dos últimos anos. Na década de 1990, o faturamento cresceu a uma taxa média anual de 8,6%. Entre 1995 e 2000, o faturamento cresceu aproximadamente 50% (BNDES, 2001: 1). Com a abertura comercial e o câmbio favorável, as importações brasileiras de brinquedos apresentaram elevação significativa a partir de meados da década de 1990, sobretudo de produtos oriundos de países asiáticos, o que gerou efeitos negativos sobre o parque industrial nacional. Ademais das importações oficiais, o mercado brasileiro absorvia o contrabando de brinquedos sem controle nem certificação. O setor esteve igualmente exposto à prática ilegal de subfaturamento na quantidade, ou no valor, dos produtos importados legalmente pelo Brasil (BNDES, 2001). Portanto, as vendas de produtos importados provavelmente contribuíram para a elevação do faturamento da indústria brasileira de brinquedos no período analisado.

Considerando o acirramento da entrada de produtos importados, a indústria brasileira de brinquedos conseguiu a aprovação pelo governo, em julho de 1996, da salvaguarda permitida pela Organização Mundial do Comércio (OMC), que aumentou as alíquotas de importações de 20% em 1995 para 70% em 1996². Em 1999, a salvaguarda sobre brinquedos estrangeiros foi estendida até o ano de 2003, mas prevendo reduções gradativas das sobretaxas, que atingiram níveis um pouco superiores a 30% nos primeiros anos da década de 2000. As alíquotas, portanto, seguiram trajetória declinante desde o pico em 1996 até voltarem a níveis mais baixos em meados da

² As alíquotas de importações citadas incluem a Tarifa Externa Comum (TEC) do Mercosul e a sobretaxa de salvaguarda.

Tabela 9 – Evolução do Faturamento da Indústria Brasileira de Brinquedos (2006-2010) (em R\$ milhões)

	2006	2007	2008	2009	2010 ⁽¹⁾
Produção Nacional	856,0	867,0	963,0	1.441,8	1.528,3
Importações	822,0	1.367,0	1.547,6	1.269,0	1.471,7
Total	1.678,0	2.234,0	2.510,6	2.710,8	3.000,0

(1) Estimativa.
Fonte: ABRINQ, 2010.

década de 2000 (BNDES, 2001: 4). As sobretaxas sobre importações brasileiras de brinquedos conseguiram diminuir a entrada de produtos provenientes de vários países, beneficiando a indústria nacional, principalmente na segunda metade dos anos 1990. A criação da Norma Brasileira de Fabricação e Segurança de Brinquedos (NBR 11786/92), que objetiva garantir a qualidade dos produtos nacionais e importados comercializados no país, também favoreceu a indústria brasileira de brinquedos.

Os dados mais recentes (período 2006-2010) confirmam o aumento do faturamento da indústria brasileira de brinquedos (Tabela 9). Porém, a maior parcela do faturamento total, no biênio 2007-2008, antes da eclosão da crise mundial, decorreu sobretudo das importações. O faturamento da produção nacional voltou a superar o das importações no biênio 2009-2010, indicando que a produção doméstica tem provavelmente conseguido aproveitar a sustentação da demanda brasileira por brinquedos no período mais recente pós-crise.

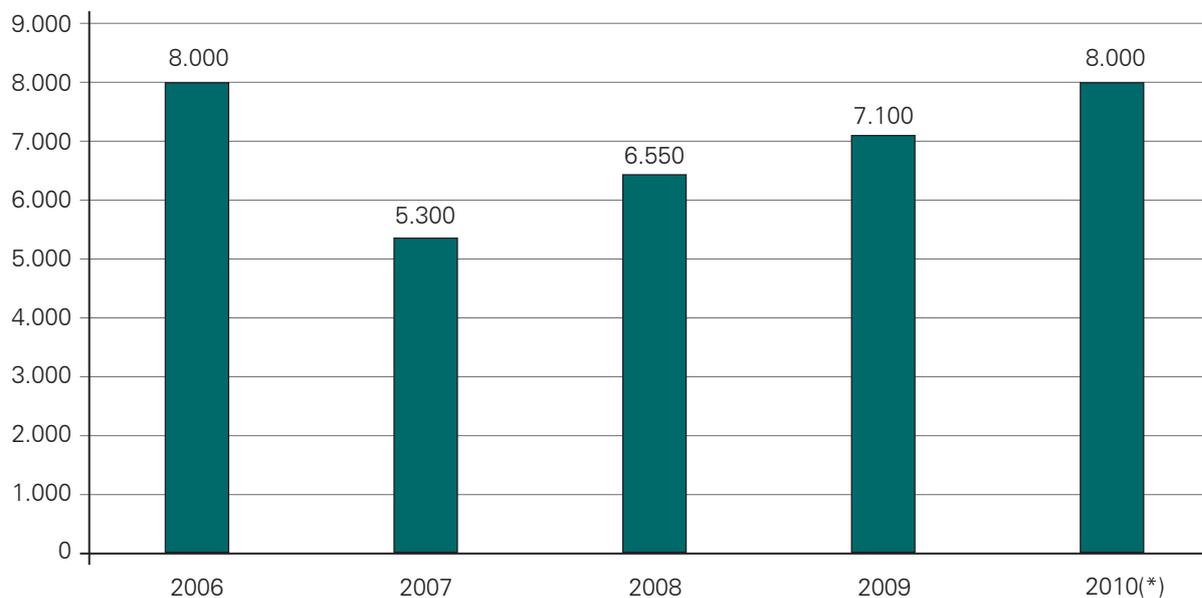
Uma das características do mercado brasileiro de brinquedos é seu grande potencial de crescimento uma vez que está sujeito ao dinamismo do aumento da população brasileira e das faixas etárias mais jovens da pirâmide populacional. Como boa parte das crianças brasileiras ainda não tem acesso a esse mercado devido à restrição na renda de suas famílias, destaca-se a possibilidade de ampliação do mercado mediante o acesso induzido pela distribuição de renda e pelo aumento do emprego. Estima-se que, aproximadamente, 20 milhões de crianças brasileiras não têm acesso à compra de brinquedos, portanto, a melhoria na distribuição de renda certamente possibilitaria o crescimento da demanda de brinquedos. Além do mais, o mercado de brinquedos conta, em geral, com um consumidor diferenciado, as crianças, que conseguem exercer um importante papel indutor das decisões de compra de suas famílias.

Outra característica do mercado brasileiro de brinquedos é a sazonalidade das vendas, que se concentram em certos momentos do ano, como no período natalino, reproduzindo uma característica presente na indústria mundial de brinquedos. A sazonalidade cria um fluxo variável de produção e de contratação de emprego e fornecedores ao longo do ano. No primeiro semestre, as empresas do setor buscam aumentar a produção para disponibilizar estoques de pro-

duto que serão vendidos no segundo semestre de cada ano, quando a demanda se movimenta em torno dos brinquedos, presente preferido pelo público infantil no Dia das Crianças (12 de outubro) e no Natal (25 de dezembro). De acordo com os dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED/MTE), os índices de admissão no setor de fabricação de brinquedos e jogos recreativos geralmente aumentam nos seis primeiros meses do ano, com ápices no mês de junho. O acompanhamento dos dados mensais de vendas de brinquedos no mercado brasileiro ao longo das décadas de 1990 e 2000, realizado pela ABRINQ (2010), mostra claramente os picos de vendas concentrados nos meses de setembro a novembro e as situações de baixa demanda de janeiro a julho. Em média, de acordo com a instituição, vendem-se 71% da produção de brinquedos no segundo semestre de cada ano.

Percebe-se que este movimento sazonal provoca um forte comportamento de antecipação da demanda de recursos produtivos (trabalhadores, matéria-prima e componentes) e financeiros por parte das empresas no momento em que se registram os níveis mais baixos de vendas. Do ponto de vista das empresas do território nacional, um volume considerável de capital de giro é disputado especialmente no primeiro semestre de cada ano para conseguir efetivar o programa de importação e de aumento da produção interna. Atualmente, isto constitui uma das principais causas do aumento de custo da produção de brinquedos no Brasil e é a razão que tem estimulado as empresas brasileiras a buscar melhorias de produtividade para reduzir os custos de insumos. Os empresários do setor também têm pleiteado menores tarifas na importação de matéria-prima utilizada como insumo na produção doméstica de brinquedos para contribuir com as estratégias de gestão de custos que visam preços mais competitivos dos produtos nacionais.

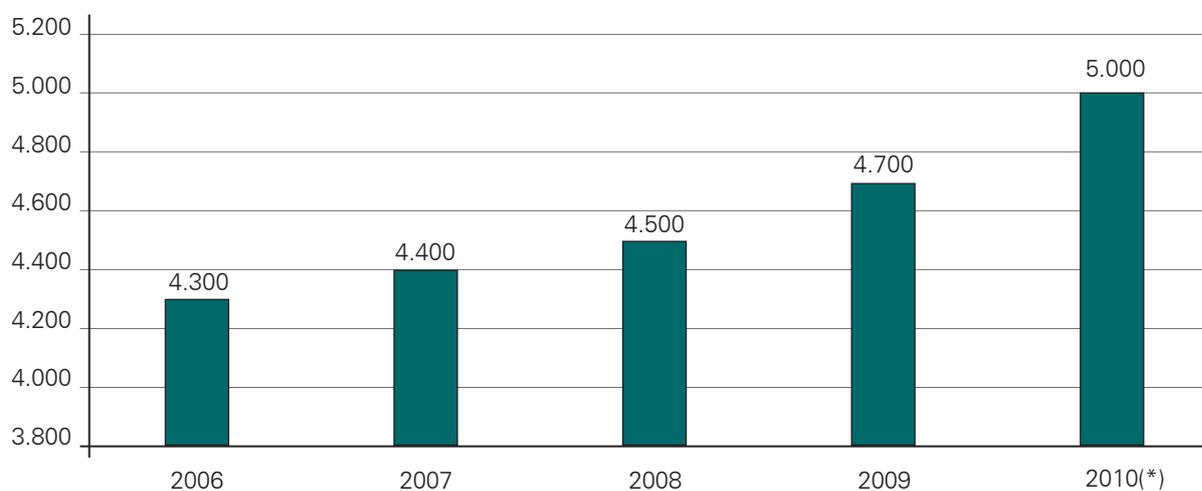
Em geral, o crescimento das vendas está associado à criação e ao lançamento de novos produtos e à reformulação de produtos tradicionais com novos desenhos e novos materiais. No Brasil, foram criados 8 mil produtos em 2006 e 2,7 mil produtos em 2007, quando se registrou uma evidente queda com relação ao ano anterior (Gráfico 1). A partir de 2008, retomou-se a trajetória de crescimento da criação de brinquedos no Brasil, que atingiu novamente o patamar de meados da década (8 mil produtos) em 2010.

Gráfico 1 - Brasil: Evolução do Número de Brinquedos Criados (2006-2010)

(*) dado estimado.
Fonte: ABRINQ, 2010.

Ao mesmo tempo, observou-se um crescimento da variedade de brinquedos vendidos no mercado brasileiro, mesmo no ano em que se verificou a queda da criação de brinquedos no Brasil (2007) (Gráfico 2). Nota-se que a diversidade de produtos no mercado brasileiro depende

muito mais dos importados do que dos produtos elaborados no país. A indústria brasileira poderia ser beneficiada pela diversificação da produção nacional para atender ao elevado ritmo de crescimento do mercado interno.

Gráfico 2 - Brasil: Evolução da Variedade de Brinquedos (2006-2010)

(*) dado estimado.
Fonte: ABRINQ, 2010.

Tabela 10 – Vendas por Linhas de Brinquedos (2007-2009) (em %)

Linhas de produtos	2007	2008	2009
Linha de bonecas e bonecos	19,5	20,8	17,8
Linha de plásticos	32,1	35,6	31,4
Linha de vinil	5,6	7,4	5,1
Linha de pelúcia	5,1	5,5	4,2
Linha de automovimento	5,6	4,9	4,9
Linha de jogos	7,1	7,8	8,8
Linha de madeira	7,1	8,5	9,7
Linha de eletrônicos	0,7	0,2	0,2
Outros	12,6	8,5	16,3
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: ABRINQ, 2010.

A evolução das vendas de brinquedos no mercado brasileiro pode ser analisada com base em diferentes critérios, como, por exemplo, por linhas de produtos, por segmentos e por canais de vendas.

No período 2007-2009, as principais linhas de brinquedos vendidos foram a de plásticos e a de bonecas e bonecos em geral (Tabela 10). A linha de produtos plásticos representou um pouco mais de 30% das vendas de brinquedos no período analisado. As linhas de vinil, de pelúcia, de automovimento, de jogos e de madeira mantiveram parcelas semelhantes do mercado brasileiro no mesmo período. As linhas de jogos e de madeira apresentaram participações crescentes. A linha

de eletrônicos manteve pequeno e decrescente peso nas vendas totais.

A evolução das vendas de brinquedos no mercado brasileiro, quando analisada por segmentos, se assemelha àquela das vendas mundiais, com destaque para a participação dos brinquedos dos segmentos “desenvolvimento afetivo”, “relações sociais” e “atividades físicas” no período 2006-2010 (Tabela 11). Por sua vez, a participação das vendas de brinquedos do segmento “mundo técnico” cresceu de 5,0% em 2006 para 14,0% em 2010, enquanto a participação do segmento “primeira idade” decresceu de 16,0% em 2006 para 5,0% em 2010.

A comparação com o comportamento das

Tabela 11 – Vendas por Segmentos (2007-2009) (em %)

Segmentos	2006	2007	2008	2009	2010⁽¹⁾
Desenvolvimento afetivo	23,0	26,1	32,7	27,1	30,0
Primeira idade	16,0	11,8	4,4	5,4	5,0
Mundo técnico	5,0	6,5	11,7	14,7	14,0
Atividades físicas	17,0	10,0	16,2	13,6	15,0
Atividades intelectuais	14,0	16,2	10,8	10,6	10,0
Criatividade	11,0	12,1	12,1	12,8	11,0
Relações sociais	14,0	17,2	12,1	15,8	15,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

(1) Estimativa.

Fonte: ABRINQ, 2010.

vendas de brinquedos em outros mercados é dificultada pelas diferenças na denominação dos tipos de segmento. Porém, considerando dados de vendas no mercado norte-americano, entre 2008 e 2009, destacou-se o crescimento do peso dos segmentos de kits de construção (*building sets*) com 23% e do segmento de artes e ofícios (*arts & crafts*) com 7%, ambos próximos dos segmentos de “desenvolvimento afetivo” e de “relações sociais” do mercado brasileiro, que também apresentaram participação elevada nas vendas no mesmo período (*Toy Industry Association*, 2009). Os produtos eletrônicos para jovens (*youth electronics*) perderam participação no mercado norte-americano, diferentemente do que aconteceu com este tipo de segmento no mercado brasileiro.

Os principais canais de distribuição de brinquedos no Brasil são as lojas especializadas, os atacadistas e os magazines (Tabela 12). O maior canal de vendas é o canal especializado que consolidou 41,3% das vendas em 2009, seguido dos atacadistas (23,3%) e dos magazines (19,6%). Somente os atacadistas reduziram sua participação nas vendas de brinquedos no mercado brasileiro, enquanto canais especializados e magazines aumentaram seu peso nas vendas totais no período analisado (2007-2009).

Um novo canal de distribuição tem despojado como uma alternativa de intermediação de vendas, o comércio eletrônico (*e-commerce*), chamado também de “hipermediação”, denominação da divulgação e da venda de produtos através da internet, utilizando a rede de computadores como canal de distribuição e de apoio logístico. Nesse caso, o pedido de compra é feito e registrado no site e automaticamente transferido para o centro de distribuição. No centro de distribuição, um

operador recebe a informação em seu coletor de dados, conectado à rede, junto do endereço correspondente do produto no armazém. Feita a separação do item, o mesmo operador dirige o pedido para a expedição, monta a embalagem e a encaminha para a frota de pequenas cargas, que, por sua vez, faz a entrega nos dias seguintes à realização do pedido. Este canal não representa atualmente parcela importante das vendas totais de brinquedos no Brasil. Persiste a importância do contato físico com o brinquedo na hora da escolha, o qual pesa em favor das lojas especializadas e dos magazines. Observa-se, entretanto, que empresas do setor o apontam como um canal promissor de vendas e de distribuição.

Os canais de distribuição têm papel fundamental nas estratégias de vendas das empresas de brinquedos. O sucesso de vendas de brinquedos depende da habilidade das empresas para operar em vários locais diferentes e criar a possibilidade de oferecer brinquedos com a mesma rapidez com que são feitos os lançamentos. Portanto, a distribuição está diretamente envolvida com o sucesso do negócio e faz parte do chamado composto de marketing, em referência à combinação adequada que as empresas devem encontrar entre as etapas de escolha e definição do produto, de adequação do seu preço de mercado, da promoção e da disponibilização de seus pontos de venda. No caso do setor de brinquedos, a disponibilidade de canais adequados de distribuição cria vantagens competitivas através de ganhos em eficiência, reduzindo tempos de deslocamento e de entrega. Da seleção dos canais de distribuição dependerá o êxito da estratégia de *marketing* da empresa.

A melhor técnica para definir os canais de distribuição consiste em identificar os clientes

Tabela 12 – Vendas por Canais (2007-2009) (em %)

Canais de Vendas	2007	2008	2009
Magazines	18,0	20,3	19,6
Autoserviço (supermercados, etc)	15,1	15,9	14,4
Especializados	41,0	38,8	41,3
Atacadistas	24,7	24,5	23,3
Outros	1,2	0,5	1,1
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: ABRINQ, 2010.

possíveis de cada distribuidor e contatá-los diretamente para recolher a sua impressão sobre os produtos e o mercado. As empresas deste setor podem ainda recorrer aos serviços de consultores comerciais e às suas organizações comerciais e empresariais em busca de informações sobre canais de distribuição. Neste âmbito, a empresa deve obter informações confiáveis sobre a reputação do intermediário junto a bancos e clientes e sobre a sua experiência com produtos idênticos, avaliando também a qualidade dos seus vendedores e a sua capacidade financeira e ainda, as vantagens logísticas que oferece (dimensão, localização, existência de armazém, capacidade de fornecer serviço pós-venda, etc.), o nível de conhecimento sobre as técnicas de promoção do mercado, o número e tipo de canais de escoamento cobertos.

A movimentação física das mercadorias e o seu armazenamento em locais convenientes é outro aspecto a considerar quando se analisam os canais de distribuição dos produtos do setor. Este fluxo inclui aspectos ligados ao transporte, armazenagem e constituição de estoques. No caso da logística de distribuição devem ser

avaliadas as relações comerciais, a eficiência e a qualidade dos serviços prestados, uma vez que os problemas de logística relacionados com o transporte e o armazenamento podem originar falta de cumprimento de prazos de entrega estabelecidos, alterações do produto e perdas de clientes. Portanto, o fluxo de produtos e serviços dentro do arranjo da cadeia de suprimento e de distribuição e venda é estratégico para o desempenho das empresas do setor, uma vez que a logística de distribuição de brinquedos e o interesse por atender e, na medida do possível, superar as expectativas dos clientes são pontos fundamentais para reforçar a fidelização das marcas.

2.4. Evolução recente do emprego, salário e escolaridade

A indústria de brinquedos é composta por empresas um pouco menores que a média da indústria brasileira (em 2010, as empresas do setor de brinquedos empregavam, em média, 20,8 funcionários, enquanto a indústria total empregava 24 trabalhadores) e tem apresentado dinamismo semelhante ao do total da indústria em termos

Tabela 13 - Indústria de Transformação e Indústria de Brinquedos:
Pessoal ocupado, massa salarial e salário médio (1996, 2009 e 2010)

	1996	2009	2010	Var % 2010/1996	Var % 2010/2009
Indústria de Transformação					
Pessoal ocupado em 31/12	4.755.735	6.932.127	7.517.123	58,1	8,4
Massa salarial (R\$ mil de 2010)	6.089.787	10.438.059	11.799.464	93,8	13,0
Salário médio mensal (R\$ de 2010)	1.281	1.506	1.570	22,6	4,3
Indústria de Brinquedos					
Pessoal ocupado em 31/12	8.284	11.866	12.884	55,5	8,6
Massa salarial (R\$ mil de 2010)	8.888	11.985	14.189	59,6	18,4
Salário médio mensal (R\$ de 2010)	1.073	1.010	1.101	2,6	9,0
Participação na Indústria de Transformação					
Pessoal ocupado em 31/12 (%)	0,17	0,17	0,17	-	-
Massa salarial (%)	0,15	0,11	0,12	-	-

Nota: Dados 1996 com base na CNAE 1.0 (cód. 36943) e dados 2009-2010 com base na CNAE 2.0 (cód. 324).
Fonte: Elaboração própria a partir de dados da RAIS/MTE.

de geração de empregos nos últimos anos. Contudo, o nível de salários no setor de brinquedos é menor que a média, assim como o volume de empregados com ensino superior.

Nos anos 1996, 2009 e 2010, a participação do setor de brinquedos no total da indústria em relação ao número de ocupados medido pelos dados da RAIS se manteve em 0,17% (Tabela 13), confirmando a manutenção de uma baixa representatividade já identificada tanto através dos dados do Cadastro Central de Empresas quanto da Pesquisa Industrial Anual. Em termos de volume de emprego, o setor em questão passou de 8.284 empregados formais em 1996 para 12.884³ em 2010, caracterizando um crescimento de 55,5%, muito próximo do crescimento de 58% do total da indústria de transformação. O aumento do emprego no setor e no total da indústria também foi muito próximo em 2010 comparativamente ao ano imediatamente anterior (8,5%). Esse comportamento semelhante se reflete na manutenção da participação do emprego na indústria de brinquedos no emprego total da indústria de transformação nos anos analisados.

Quanto à evolução das massas salariais, o incremento real apresentado pela indústria de brinquedos entre 1996 e 2010 foi significativamente menor que a média da indústria de transformação (pouco menos de 60% contra quase 94%). Desse modo, a massa salarial do setor de brinquedos perdeu participação no total da indústria, caindo de 0,15% para 0,12%. No entanto, comparando 2010 ao ano imediatamente anterior, observa-se um aumento maior no setor de brinquedos em relação à média (18,4% contra pouco mais de 13%). Esse resultado, aliado ao crescimento semelhante em termos de geração de empregos, indica a contratação de trabalhadores com salários relativamente mais altos no setor de brinquedos em 2010.

A análise da evolução dos salários médios corrobora essa hipótese, uma vez que houve um aumento de 9% na remuneração média mensal no setor de brinquedos entre 2009 e 2010 contra um incremento de pouco mais de 4% na média da indústria brasileira. Contudo, os salários na in-

dústria de brinquedos continuam menores que a média da indústria (R\$ 1.100 contra R\$ 1.570 em 2010) e permaneceram praticamente estagnados entre 1996 e 2009, resultando em um tímido crescimento de 2,6% entre 1996 e 2010 contra 22,6% do total da indústria. Portanto, apesar do desempenho positivo em 2010, os salários no setor permaneceram estagnados por mais de dez anos e continuam abaixo da média, o que se reflete também na queda da participação de sua massa salarial sobre o total da indústria.

Portanto, o setor de brinquedos tem mantido um ritmo de expansão do emprego semelhante à média da indústria brasileira, o que mantém constante sua participação no total. Entretanto, o nível de salários e seu crescimento são significativamente menores que a média, apesar do desempenho positivo no último ano analisado, o que se reflete na queda da participação da massa salarial do setor no total da indústria.

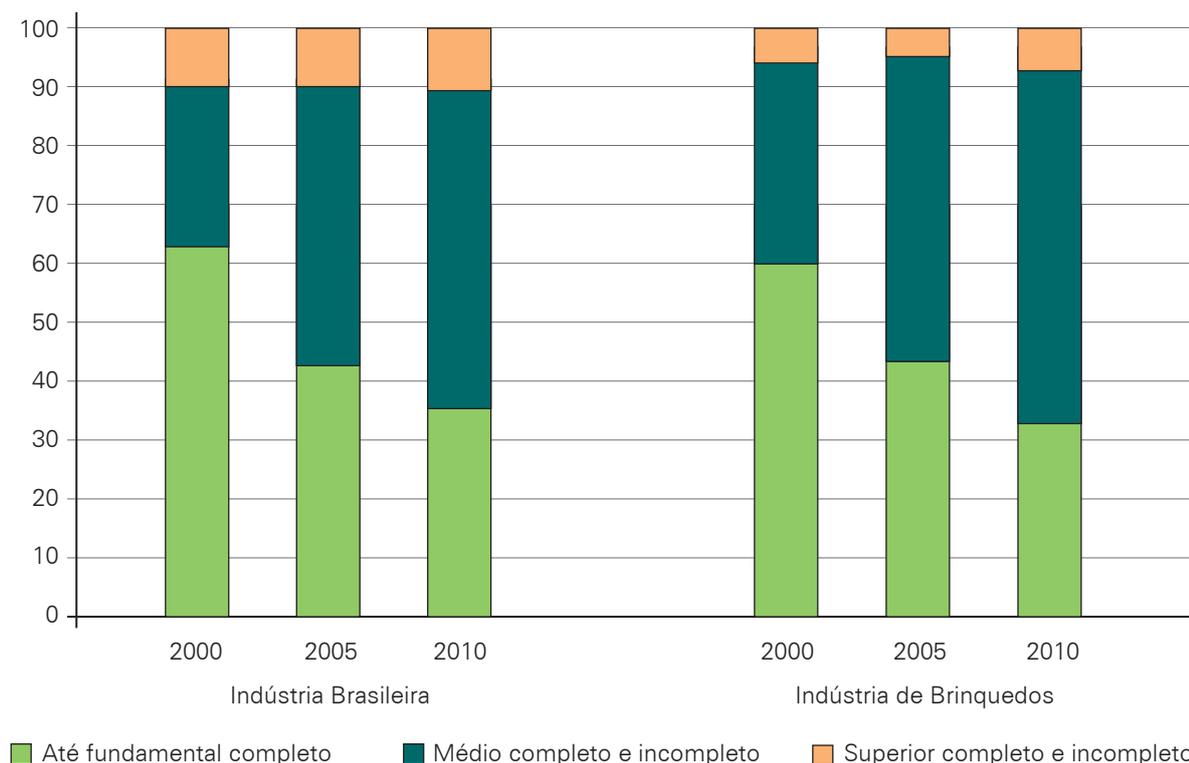
Um dos fatores que pode ajudar a explicar o nível mais baixo dos rendimentos do setor é o grau de instrução dos trabalhadores. Percebe-se que, entre 2000 e 2010, a proporção de trabalhadores com até ensino fundamental completo, tanto para o setor de brinquedos quanto para o total da indústria, mostrou tendência de queda, passando de cerca de 60% para perto de 30% (Gráfico 3). Nos dois casos, essa redução se refletiu no aumento da proporção dos trabalhadores com ensino médio (completo ou incompleto). Porém, no setor de brinquedos praticamente não houve incremento de trabalhadores com ensino superior (completo ou incompleto), enquanto no total da indústria este grupo mostrou um aumento, ainda que tímido. Essa baixa demanda por trabalhadores com ensino superior apresentada pelo setor de brinquedos é, portanto, um fator que contribui para explicar os níveis salariais mais baixos em relação à média.

Feita a análise estrutural do emprego e dos salários no setor de brinquedos, faz-se necessária também uma abordagem do período recente. Na Tabela 2, observa-se a criação de vagas de emprego formal no setor de brinquedos e no total da indústria de transformação no primeiro semestre de 2011 comparativamente a igual período dos dois anos anteriores, com base em dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED/MTE).

Observa-se que no primeiro semestre de 2009, auge da crise econômica mundial, a indústria bra-

3 Comparando com os dados da PIA/IBGE, nota-se que os dados de emprego da PIA são superiores, mesmo a PIA considerando apenas empresas com mais de 4 empregados. Deduz-se que a diferença está relacionada ao nível de informalidade no setor, já que a RAIS capta apenas o emprego formal.

Gráfico 3 - Participação de Emprego por Grau de Instrução: Indústria Brasileira x Indústria de Brinquedos (2000, 2005 e 2010) (%)



Nota: Dados 1996 com base na CNAE 1.0 (cód. 36943) e dados 2009-10 com base na CNAE 2.0 (cód. 324)
 Fonte: Elaboração própria a partir de dados da RAIS/MTE.

Tabela 14 – Indústria de Transformação e Indústria de Brinquedos: evolução da criação de emprego formal no primeiro semestre (2009-2011)

	Criação de vagas (jan/jun)			Var % em relação ao estoque do ano anterior		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011
Indústria de Transformação	(143.274)	375.631	232.954	(2,1)	5,4	3,1
Indústria de Brinquedos	1.158	2.223	2.173	10,3	18,7	16,9

Nota: Dados com base na CNAE 2.0 (código 324);
 Fonte: Elaboração própria a partir de dados do CAGED/MTE

sileira apresentou uma perda de 143 mil postos de trabalho, ou 2% em relação ao estoque de 2008 (Tabela 15). No setor de brinquedos, contudo, houve aumento de 10%, ou 1.158 postos de trabalho, frente ao estoque de 2008, apesar da crise. Nos primeiros seis meses de 2010 e 2011, a indústria de brinquedos também se mostrou mais dinâmica que o total da indústria em termos de geração de empregos, crescendo 18,7% no primeiro semestre de 2010 e 16,9% em igual período de 2011 contra um incremento de 5,4% e 3,1% do

total da indústria. Cruzando essa informação com a Tabela 1, que mostrou a dinâmica de geração de empregos muito semelhante entre a indústria de brinquedos e a indústria de transformação, pode-se inferir que o setor de brinquedos apresenta um comportamento sazonal de desaceleração da geração de empregos no segundo semestre. Isso se deve à concentração da produção no primeiro semestre de cada ano para viabilizar as vendas entre outubro e dezembro, em virtude do dia das crianças e do Natal.

Tabela 15 - Indústria de Transformação e Indústria de Brinquedos: evolução da massa salarial e dos salários médios no primeiro semestre – admitidos e desligados (2010 e 2011)

	Massa salarial dos admitidos (R\$ milhões)		Massa salarial dos desligados (R\$ milhões)		Salário médio dos admitidos (R\$)		Salário médio dos desligados (R\$)	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Indústria de Transformação	1.685	1.825	1.514	1.756	872	915	973	997
Indústria de Brinquedos	3,80	4,19	2,29	2,84	759	770	820	870

Nota: Dados com base na CNAE 2.0 (código 324).

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do CAGED/MTE

Analisando o comportamento dos salários, observa-se que, tanto no setor de brinquedos quanto no total da indústria, aparece a tendência à demissão de trabalhadores com salários mais elevados para a contratação de trabalhadores com menores remunerações. Nos dois casos, tanto salários dos admitidos quanto dos desligados aumentaram no primeiro semestre de 2011 em relação ao mesmo período de 2010, resultando em incrementos nas massas salariais de admitidos e desligados no setor em questão, bem como no total da indústria. Nota-se que no setor de brinquedos os salários médios de admitidos e desligados são menores do que os salários da média da indústria de transformação, o que confirma os dados estruturais, que mostraram um nível mais baixo de salários no setor.

Percebe-se, então, que a dinâmica de geração de empregos no setor de brinquedos é mais forte no primeiro semestre e que, apesar do incremento dos salários em 2010, não há indícios claros apontando para a redução do hiato das remunerações do setor em relação à média da indústria de transformação.

2.5. Comércio externo brasileiro de brinquedos

O que marca os dados de comércio exterior brasileiro no setor de brinquedos é o déficit comercial, que vem mostrando tendência de crescimento no período analisado, com exceção do ano de 2009, em razão dos efeitos da crise internacional. Esse resultado é decorrência do aumento das importações, ao passo que as exportações apresentaram tendência de queda. Em 2010, o déficit comercial do setor atingiu US\$ 332 milhões.

De modo semelhante aos Estados Unidos e Europa, a origem das importações brasileiras de brinquedo está concentrada na China. Como pode ser observado através da Tabela 17, cerca de 84% das importações brasileiras de brinquedos são provenientes da China. Além disso, nota-se a forte presença de outros países asiáticos, como Indonésia e Malásia entre as principais origens de importações brasileiras.

Quanto ao destino das exportações, os produtos associados ao código 9503, destinam-se principalmente aos países da América Latina, com destaque para o Paraguai (34,1% do total em 2010), seguido por Argentina e Bolívia. Já os produtos associados a código 9504, destinam-se principalmente aos Estados Unidos e México.

A maior parte dos brinquedos importados que chega ao Brasil não é controlada diretamente. De acordo com a Receita Federal, 20% de toda a carga desembarcada no país passa por algum tipo de controle, o que não está abaixo da média dos demais países. A fiscalização de todos os brinquedos que ingressam ao mercado brasileiro tem de ser ágil para evitar paralisar as trocas comerciais e comprometer o funcionamento das empresas que dependem da importação de componentes para montar suas mercadorias. Especialistas em comércio exterior garantem que apenas 3% de todos os importados são controlados rigorosamente - o que inclui a checagem de documentos e conteúdo. Outros 6% se submetem a verificação exclusiva de documentação. Para melhorar o controle, a ABRINQ firmou uma parceria com a Receita Federal em 2006. Antes desta parceria, apenas 10% dos brinquedos eram conferidos, desde então, o controle de importados ficou mais rigoroso no Brasil, especialmente após o forte crescimento de importados chineses a partir de 2007.

Tabela 16 – Comércio Exterior de Brinquedos no Brasil.
Em US\$ mil. (1997 a 2010)

Exportação	2007	2008	2009	2010
Triciclos, patinetes, brinquedos semelhantes de rodas; bonecos e outros brinquedos ⁽¹⁾	14.727	10.792	7.900	7.136
Artigos para jogos de salão, incluídos os jogos com motor ou outro mecanismo ⁽²⁾	10.719	11.284	11.018	13.179
Total	25.446	22.076	18.918	20.315
Importação				
Triciclos, patinetes, brinquedos semelhantes de rodas; bonecos e outros brinquedos ⁽¹⁾	236.944	285.887	231.900	313.222
Artigos para jogos de salão, incluídos os jogos com motor ou outro mecanismo ⁽²⁾	17.584	24.557	25.240	39.438
Total	254.528	310.444	257.140	352.660
Saldo Comercial				
Triciclos, patinetes, brinquedos semelhantes de rodas; bonecos e outros brinquedos ⁽¹⁾	-222.217	-275.095	-224.000	-306.086
Artigos para jogos de salão, incluídos os jogos com motor ou outro mecanismo ⁽²⁾	-6.865	-13.273	-14.222	-26.259
Total	-229.082	-288.368	-238.222	-332.345

(1) Produtos incluídos no código 9503.

(2) Produtos incluídos no código 9504.

Fonte: TradeMap/International Trade Center (ITC), 2010.

Tabela 17 – Origem das Importações Brasileiras de Brinquedo.
Em US\$ mil. (1997 a 2010)

Triciclos, patinetes, brinquedos semelhantes de rodas; bonecos; outros brinquedos (9503)						Artigos para jogos de salão, incluídos os jogos com motor ou outro mecanismo (9504)					
Origem	2007	2008	2009	2010	Part. Rel. 2010 (%)	Destino	2007	2008	2009	2010	Part. Rel. 2010 (%)
China	192.126	235.627	203.627	262.123	83,7	China	13.221	19.356	17.883	33.255	84,3
Indonésia	7.486	9.688	6.267	12.531	4,0	EUA	1.530	1.694	1.818	3.178	8,1
Malásia	10.394	12.079	4.559	8.086	2,6	Hong Kong	1.498	2.055	3.688	1.230	3,1
Hong Kong	11.312	13.612	7.486	7.149	2,3	Japão	471	760	35	637	1,6
Vietnam	5.346	1.695	102	6.686	2,1	Coréia do Norte	-	-	-	260	0,7
Dinamarca	1.966	2.206	2.414	4.306	1,4	Reino Unido	89	6	-	219	0,6
Tailândia	2.659	2.762	744	2.471	0,8	Taipei	146	157	40	174	0,4
Taipei	283	1.960	684	1.658	0,5	Hungria	-	-	-	118	0,3
EUA	765	939	1.790	1.616	0,5	França	1	1	1.383	112	0,3
México	845	256	417	1.478	0,5	Itália	5	5	9	61	0,2
Mundo	236.944	285.887	231.900	313.222	100,0	Mundo	17.584	24.557	25.240	39.438	100,0

Fonte: TradeMap/International Trade Center (ITC), 2010.

Tabela 18 – Destino das Exportações Brasileiras de Brinquedo.
Em US\$ mil. (1997 a 2010)

Triciclos, patinetes, brinquedos semelhantes de rodas; bonecos; outros brinquedos (9503)						Artigos para jogos de salão, incluídos os jogos com motor ou outro mecanismo (9504)					
Origem	2007	2008	2009	2010	Part. Rel. 2010 (%)	Destino	2007	2008	2009	2010	Part. Rel. 2010 (%)
Paraguai	2.405	2.950	2.871	4.492	34,1	Estados Unidos	8.930	5.022	3.124	2.656	37,2
Argentina	2.629	2.518	2.045	2.786	21,1	México	1.197	1.600	2.140	2.380	33,4
Bolívia	569	705	1.124	1.360	10,3	França	198	28	139	330	4,6
México	877	744	810	1.114	8,5	Reino Unido	127	226	246	218	3,1
Chile	597	686	1.072	972	7,4	Argentina	923	511	179	215	3,0
Uruguai	399	606	531	617	4,7	Espanha	707	651	101	171	2,4
Angola	857	872	853	577	4,4	Paraguai	113	147	82	143	2,0
Peru	83	13	3	357	2,7	Panamá	17	46	5	134	1,9
Italia	153	95	93	107	0,8	Áustria	-	-	-	120	1,7
Finlandia	-	-	-	102	0,8	Peru	173	59	45	109	1,5
Mundo	10.719	11.284	11.018	13.179	100,0	Mundo	14.727	10.792	7.900	7.136	100,0

Fonte: TradeMap/International Trade Center (ITC), 2010.

Os brinquedos importados que são vetados no mercado brasileiro, por exemplo, podem facilmente voltar ao país através de operações ilegais. Segundo o INMETRO, um carregamento de produtos chineses que não é aprovado no Brasil deveria ser destruído ou voltar ao seu país de origem. Entretanto, o navio pode descarregar o lote no Uruguai, ou na Argentina, e entrar no Paraguai. Lá se inicia o processo de comercialização para revender no Brasil. É uma via informal aliada à busca de oportunidades do pequeno comércio que se oferece como uma saída para aqueles que estão desempregados e para os que não têm possibilidade de retornar ou mesmo de ingressar ao mercado de trabalho formal.

Outro aspecto do controle estatal no Brasil tem a ver com o subfaturamento das compras de importados, uma estratégia ilegal e prática típica na importação de brinquedos. 1,9% das apreensões da Receita Federal em 2008 correspondem a brinquedos receptados sem declaração (Conselho Nacional de Combate a Pirataria, maio de 2009). A incidência do subfaturamento da importação de brinquedos no Brasil foi enfrentada por parte do fisco com elevação do preço por kg importado de

US\$/kg 4,40 para 8,0 em 2009, o preço médio de importação de brinquedo no mercado internacional, entretanto ainda é superior, atingindo o valor de US\$/kg 10,00 em 2009 (ABRINQ).

3. PRINCIPAIS DESAFIOS COMPETITIVOS PARA A INDÚSTRIA DE BRINQUEDOS BRASILEIRA

A indústria brasileira de brinquedos, assim como a indústria de vários outros países, tem enfrentado uma competição bastante acirrada por parte dos países asiáticos, em especial a China, que responde pela grande maioria do volume importado pelo Brasil. Não apenas o custo de mão-de-obra está por trás da competitividade chinesa, mas também a escala de produção, uma vez que responde por grande parte da oferta mundial. Além disso, a incorporação de componentes eletrônicos também tem tido condições bastante favoráveis de implementação no continente asiático.

Apesar do aumento da competição, os dados da estrutura industrial tem mostrado que o setor tem conseguido manter sua importância relativa (que, deve-se ressaltar, é bastante pequena) em termos de valor adicionado e empregos gerados. No entanto para conseguir continuar com essa posição e elevar sua capacidade de competição para aproveitar o aumento do gasto médio com brinquedos que deve ocorrer em virtude da elevação da renda da população, é importante que a produtividade do setor aumente. Para as maiores empresas do setor, o porte relativo pequeno em relação às empresas mundiais cria desvantagens de escala, pois tem que incorrer em maiores custos fixos unitários, principalmente nas áreas de comercialização, marketing e propaganda. Além disso, é necessário aumentar os esforços no lançamento de novos produtos e elevar os investimentos em inovação de produtos e materiais.

As estratégias do setor devem identificar os mecanismos possíveis da inovação, especialmente porque o setor de fabricação de brinquedos apresenta uma força inovadora introduzida pela indústria de transformados plásticos em constante desenvolvimento de novos materiais e processos de fabricação e outra centrada na inovação de produtos, próprio deste setor. A inovação atrai a demanda mediante a variedade de lançamentos que caracterizam este mercado local e globalmente. Reforços nas capacitações em termos de *design*

de novos produtos é crucial para elevar o nível e a qualidade dos produtos.

No entanto, no curto e médio prazo, as políticas mais importantes no setor podem estar associadas à fiscalização e certificação associadas à segurança na utilização dos produtos. No mundo, as empresas têm enfrentado as quedas de segmentos específicos com estratégias de diversificação de produtos e com o estímulo ao aumento da idade de consumo de brinquedos. Especialmente, a luta pela implementação de maiores controles de qualidade e pela institucionalização de normas de segurança dos brinquedos podem funcionar como barreiras à produção mais descuidada, o que significa muitas vezes concorrência desleal para uma produção ajustada à legislação e ao ambiente social.

No caso brasileiro, destaca-se a criação da Norma Brasileira de Fabricação e Segurança de Brinquedos durante os anos 1990 (NBR 11.786/98), com o objetivo de garantir a qualidade dos produtos nacionais e importados comercializados no país. A certificação de brinquedos, no Brasil, tornou-se compulsória a partir da criação da norma, que desde então exigiu o certificado fornecido pelo Instituto Brasileiro de Qualificação e Certificação (IQB) (selo na embalagem do produto). O controle e a certificação de qualidade resultam em benefício para os fabricantes no país, pois indica que os fabricantes seguem as normas obrigatórias de segurança, respeitando o consumidor final. Também a Portaria n.º 321 de 29/10/2009 estabeleceu a certificação como um diferencial competitivo, que torna o produto mais atraente e confiável para o consumidor, sendo um fator predominante na escolha de produtos para compra. Atualmente, a Portaria INMETRO/MDIC número 377 de 28/09/2010 mantém a certificação compulsória dos brinquedos no âmbito do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade - SBAC, estabelecendo que deva ser feita de acordo com o Regulamento Técnico Mercosul sobre segurança de brinquedos, de 08

de outubro de 2004.

Garantir que os requisitos e normas de segurança acompanhem as últimas tendências no sector dos brinquedos é crucial. O mercado interno para os brinquedos na União Europeia, por exemplo, tem contribuído de forma positiva para o desenvolvimento do setor e para a proteção do consumidor, ao harmonizar as características de segurança dos brinquedos em toda a região. Essa regulamentação relativa ao setor de brinquedos veio reforçar as disposições sobre a aplicação e novos requisitos de segurança, garantindo que as crianças sejam beneficiadas por elevados níveis institucionais de proteção com vista a reduzir os acidentes relacionados com brinquedos e alcançar benefícios de saúde a longo-prazo.

Os recalls de produtos em grande escala são um sintoma de problemas de qualidade dos brinquedos que tem forçado a institucionalização de regras no setor. Os países ocidentais elevaram seus parâmetros de exigência nesse quesito nos últimos anos. Para enfrentar a situação, a China lançou campanhas especiais para melhorar a qualidade dos brinquedos e proibiu empresas sem condições de atender essas exigências de fazer exportações.

Outro alerta são os casos de brinquedos chineses que causaram problemas de saúde devido ao uso de substâncias tóxicas como o chumbo. Uma fábrica e planta produtora de uma importante marca mundial instalada na China foi obrigada em 2007 a recolher brinquedos suspeitos de terem sido tingidos com uma pintura à base de chumbo, muito perigosa se ingerida. O recall abrangeu 967 mil brinquedos em varias partes do mundo. Desde os primeiros casos envolvendo parceiros chineses, no Brasil, as empresas multinacionais colocaram funcionários na China para monitorar a produção de bens e a compra de matérias-primas. Por sua vez, a regulamentação estabelece que para trazer esses produtos ao Brasil, as empresas teriam de apresentar o selo de garantia do Inmetro (Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial) a partir de testes feitos em laboratórios autorizados e reconhecidos pelo INMETRO.

Finalmente vale destacar também que a questão da defesa comercial também é bastante importante neste mercado, face aos casos registrados de subfaturamento e circunvenção. A elevação no rigor da fiscalização é um elemento extremamente importante para garantir condições de competição justa para os produtores nacionais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, J. E. P. et al. (2001). **A Indústria de Brinquedos no Brasil**. Informe Setorial BNDES. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/setorial/is16brin.pdf>. Acesso em: 06-10-2011.

APEC Toy Safety Initiative – Regulator Dialogue on Toy Safety Report. http://www.toyassociation.org/AM/PDFs/Safety/APECMeting/Regulator_dialogue.pdf>. Acesso em: 06-10-2011.

Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos (ABRINQ) (2010). **Estatísticas do Setor de Brinquedos**. Disponível em: <<http://www.abrinq.com.br/Default.aspx?abrId=14>>. Acesso em: 8-12-2010.

Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos (ABRINQ) (2010). **Dados do Mundo dos Brinquedos**.

Associação Brasileira da Indústria do Plástico (ABIPLAST). Estatísticas.

Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) (2001). A Indústria de Brinquedos no Brasil. **Informe Setorial**. Rio de Janeiro, maio de 2001.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Pesquisa Industrial Anual (PIA) - Empresa**.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Pesquisa Industrial Anual (PIA) - Produto**.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Cadastro Central de Empresas (CEMPRE)**.

International Trade Administration (ITA) (2009). Toy Report 2009. U.S Department of Commerce Industry Report. Dolls, Toys, Games and Children's Vehicles. NAICS Code 33993. <http://www.ita.doc.gov/td/ocg/toyoutlook_09.pdf>. Acesso em: 06/10/2011.

International Trade Center (ITC). Nações Unidas, 2010.

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC). **Programa para Fortalecer a Competitividade**. Programa Setor de Brinquedos: implementação e gerenciamento. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1249480582.pdf>. Acesso em: 2/11/2010.

Ministério do Trabalho e do Emprego (MTE). **Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED)**.

SALLOWICZ, M. (2010). Fabricantes de brinquedos querem criar gigante do setor. **Folha Online**. 07 de abril de 2010. <<http://www.denuncio.com.br/noticias/fabricantes-de-brinquedos-querem-criar-gigante-do-setor/3249/>>. Acesso em: 06-10-2011.

SORGATTO KUYVEN, P. (2004). **Proposta de um método para a análise de demanda: aplicação numa indústria de brinquedos**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Toy Industries of Europe (TIE) (2011). Facts and Figures 2010. <http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/toys/files/factsheets/tie_facts_and_figures_2010_en.pdf>. Acesso em: 06/10/2011.

Toy Industry Association (TIA). **Global Toy Market** (2008, 2009 e 2010). Disponível em: <<http://www.toyassociation.org>>. Acesso em: 06-10-2011.

Instituto Nacional de Metrologia (INMETRO). NBR 11786/98. Norma Brasileira para Segurança de Brinquedos. <<http://www.inmetro.gov.br/consumidor/produtos/brinquedos2.asp#normas>>. Acesso em: 06-10-2011.

