

Análise da competitividade e inovação no setor têxtil e de vestuário de Santa Catarina

Fernanda Latrônico da Silva (UFSC) fernanda.latronico@posgrad.ufsc.br

Diego Hernando Florez Ayala (UFSC) dhoflorez@gmail.com;

Carolina Silvestri Candido Rocha (UFSC) carolinescandido@gmail.com

Álvaro Guillermo Rojas Lezana (UFSC) lezana@deps.ufsc.br

Resumo:

Atualmente, o Brasil está investindo em competitividade e inovação no setor têxtil a partir do *design* de moda para diferenciar os produtos e ganhar o mercado externo. Apesar do esforço do setor, a participação das exportações de produtos têxteis e de confecções perdeu força ao longo dos anos, além das importações, que cresceram expressivamente. Neste contexto, o artigo tem como objetivo realizar uma análise da indústria têxtil e de vestuário de Santa Catarina, especificamente do *design* de moda, para verificar em qual estágio se encontra a inovação e a competitividade neste setor. Para tanto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica e documental. Observou-se que apesar da queda das exportações, o setor ainda é forte e competitivo. Entretanto, para que o setor seja mais competitivo é preciso direcionar os seus esforços na diferenciação de produtos por meio da inovação, P&D e *design*. Além disso, verificou-se que missão do *design* de moda é antecipar e compartilhar tendências e comportamentos de consumo, promover a inovação e fortalecer as indústrias têxteis e de vestuário catarinenses.

Palavras-chave: setor têxtil; *design* de moda; competitividade; inovação.

Analysis of the competitiveness and innovation in the textile and clothing sector of Santa Catarina

Abstract:

Currently, Brazil is investing in competitiveness and innovation in the textile sector from the fashion design to differentiate the products and win the external market. Despite the efforts of the sector, the share of exports of textile and clothing products has lost strength over the years, in addition to imports, which have grown significantly. In this context, the article aims to perform an analysis of the textile and clothing industry in Santa Catarina, specifically fashion design, to verify at what stage innovation and competitiveness in this sector are found. For this, a bibliographical and documentary research was carried out. It was observed that despite the fall in exports, the sector is still strong and competitive. However for the industry to be more competitive, it is necessary to focus its efforts on product differentiation through innovation, R & D and design. In addition, it was verified that the mission of fashion design is to anticipate and share consumer trends and behaviors, promote innovation and strengthen Santa Catarina's textile and clothing industries.

Keywords: textile sector; fashion design; competitiveness; innovation.

1. Introdução

O arranjo têxtil e de vestuário de Santa Catarina concentra-se especificamente na região do Vale do Itajaí e abrange diversos municípios. De acordo com Lins (2000), as extensões do

tecido produtivo são observadas no Alto Vale do Itajaí em direção ao Norte e também um pouco ao Sul. Atualmente, a indústria têxtil de Santa Catarina é composta por 1.900 estabelecimentos e 57.418 empregados e a de vestuário por 7.953 indústrias com 108.825 funcionários (FIESC, 2015).

Com o intuito de diferenciar os seus produtos e serviços, as empresas buscam direcionar os seus recursos financeiros em inovações tecnológicas. Os cenários para a inovações atendam alguns critérios como: qualidade, sustentabilidade, preocupação social e cultural (MANZINI; VEZZOLI, 2011). Assim, muitas empresas estão investindo em *design* para obter vantagens competitivas. Entretanto, para que a empresa alcance o retorno planejado é importante incorporar o *design* como uma ferramenta estratégica. Magalhães (1994) afirma que o *design* deve ser integrado no planejamento estratégico da empresa.

Além das estratégias adotadas, o *design* agrega valor ao produto por procurar diminuir a quantidade de insumos, reduzir a matéria-prima, otimizar os processos de produção e melhorar a qualidade dos produtos. De acordo com Borja de Mozota (2004) o processo de *design* envolve o conhecimento, aquisição, combinação, transformação e incorporação. O processo criativo deve ser aplicado internamente em tecnologias e métodos de produção e, externamente, na satisfação dos clientes.

No âmbito da gestão de *design* de moda, o seu desenvolvimento requer um processo integrado, multidisciplinar e transversal de várias atividades de *design* (BORJA DE MOZOTA, 2004). Hoje, observa-se que empresas que investem em *design* criam valor ao consumidor, o que refletem em ganhos de competitividade e satisfação dos clientes. Entretanto, apesar do esforço do setor, a participação das exportações de produtos têxteis e de confecções realizadas por Santa Catarina perderam força ao longo dos anos, além das importações, que cresceram expressivamente (FIESC, 2015).

Nesse contexto, o objetivo desse artigo é realizar uma análise da indústria têxtil e de vestuário de Santa Catarina, especificamente do *design* de moda, para verificar em qual estágio se encontra a inovação e a competitividade neste setor.

2. Referencial Teórico

O desenvolvimento da Indústria têxtil e de vestuário em Santa Catarina O surgimento da indústria têxtil no Estado de Santa Catarina ocorreu em 1880, em Blumenau, Joinville e Brusque (PRIM *et al.*, 2014). A partir desta época houve um surto de investimento e criação

de novas fábricas, inicialmente voltadas para seus respectivos mercados regionais, como a Comercial Gebrüder Hering e a Roeder, Karsten & Hadlich, em Blumenau; a Döhler, em Joinville; e a fábrica de Carlos Renaux, em Brusque. (LIMA; SANSON, 2008).

Atualmente, a indústria têxtil e de vestuário possui uma participação de 17,74% na indústria catarinense considerando o valor da transformação industrial (FIESC, 2015). O peso da indústria têxtil é de 6,91% e do vestuário 10,83% (FIESC, 2015). O segmento têxtil e vestuário se destaca nacionalmente, tendo uma representatividade de 20,04% e 22,27% respectivamente (FIESC, 2015). O Estado é considerado o segundo polo têxtil e do vestuário do Brasil – onde está estabelecida a maior empresa brasileira fabricante de camisetas de malha e segunda maior empresa do mundo. Também é o maior produtor de linhas para crochê e fitas elásticas da América Latina e destaca-se na produção de artigos de cama, mesa e banho (FIESC, 2015).

Atualmente, o Brasil está investindo na competitividade e inovação no setor têxtil a partir do *design* de moda para diferenciar os produtos e ganhar mercado externo. Gimeno (2000) afirma que o mundo do *design* com o foco em moda se conscientizou do principal elemento condicionante da competitividade: o seu caráter estratégico.

Okada e Belim (2014) afirmam que são nos processos e nos materiais relacionados à fabricação de produtos que aparecem as mudanças ou inovações na área de *design* de moda. Assim, as empresas incorporaram comportamentos mais ofensivos almejando as atualizações tecnológicas e alinhando-se com as tendências internacionais de competitividade nas atividades correspondentes, onde a nova conjuntura são os avanços em moda e *design* (LINS 2000). Niinimäki e Hassi (2011) afirmam que a principal mudança na indústria têxtil e do vestuário quando incorporam a sustentabilidade é no que se refere ao design de produto ou *ecodesign*.

Hoje, observa-se que as empresas estão buscando inovações tecnológicas com o foco no *design* dos produtos, assim como modernizações gerenciais. Um exemplo é o Santa Catarina Moda e Cultura (SCMC), que busca reunir teoria e prática explorando novas perspectivas em termos de marca, *design* e inovação. A proposta consiste em trazer para empresários, diretores e gestores das empresas participantes do projeto um conteúdo pautado em atividades que visam explorar e incentivar a reflexão e desenvolvimento dos processos de inovação dentro do ambiente industrial.

3. Procedimentos Metodológicos

Esta pesquisa possui natureza teórica em relação ao tema abordado. Quanto aos seus procedimentos técnicos, enquadra-se como um estudo bibliográfico e documental. Do ponto de vista dos objetivos, classifica-se como exploratória e descritiva, pois buscou coletar e analisar informações específicas e características do que está sendo estudado (GIL, 2005). A Figura 1, a seguir, apresenta os procedimentos metodológicos.

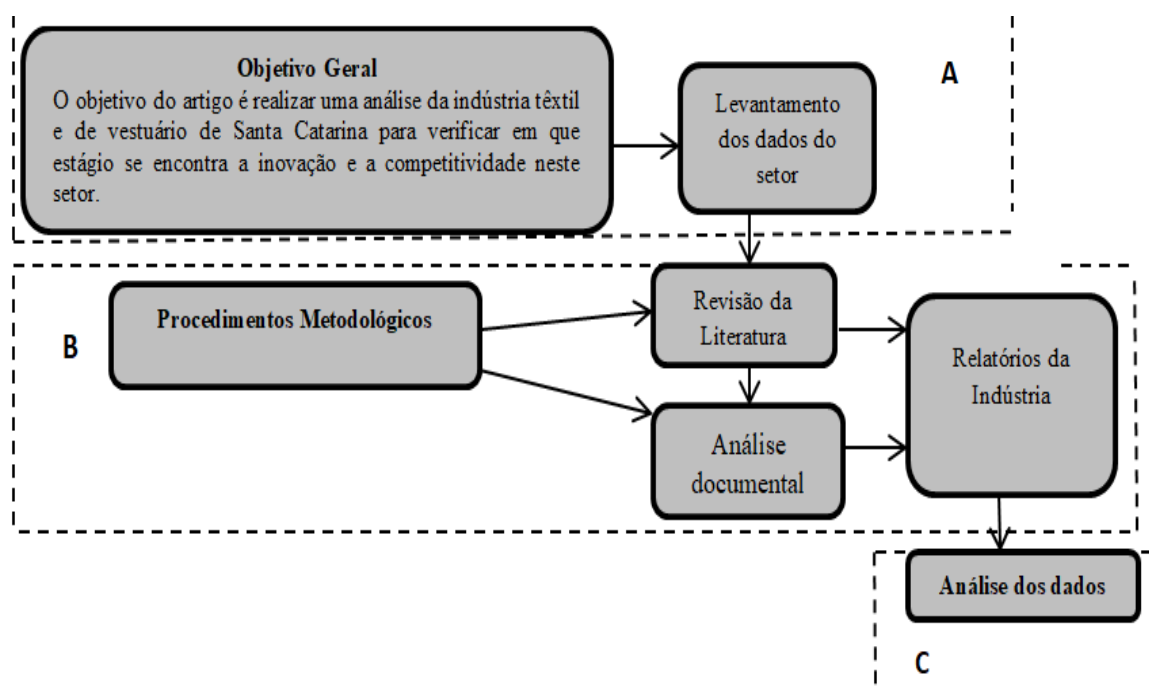


Figura 1- Procedimentos Metodológicos

Fonte: Elaborado pelos autores, 2017.

A) Objetivo: esta pesquisa tem como pergunta “Qual o estágio de competitividade e inovação em que se encontra o setor têxtil e de vestuário de Santa Catarina” Espera-se que estas informações estejam divulgadas nos relatórios da indústria e comércio de Santa Catarina.

B) Revisão da Literatura Estruturada: i) **Revisão bibliográfica:** foi realizada a busca de literaturas especializadas na área para fazer a elaboração do referencial teórico e para analisar os resultados; ii) **Análise documental:** nesta etapa foi realizada a análise de conteúdo dos relatórios (BARDIN, 2011). Foram realizadas pesquisas secundárias no Relatório têxtil e de vestuário da FIESC e no Relatório Anual do BNDS. Conforme Gupta et al. (2006), muitas vezes não é possível a coleta de dados no estudo de campo devido aos custos ou ao tempo,

entre outras restrições, assim, esta abordagem envolve a compilação de dados a partir de fontes de informação existentes.

C) Tabulação e análise dos dados: os dados coletados por meio informes financeiros ou relatórios (TURRIONI; MELLO, 2013) foram tabulados e realizados análises estatística descritivas.

4. Resultados e Discussões

Neste capítulo será apresentado os resultados da análise da competitividade e inovação do *design* de moda em Santa Catarina por meio da avaliação das exportações e importações do setor têxtil e de vestuário, do crescimento do setor no que diz respeito ao número de estabelecimentos criados e das macro tendências em inovação do setor.

4.1 Avaliação das exportações e importações do setor têxtil em Santa Catarina

Investimentos em *design*, qualidade e valor agregado são pontos chaves para a projeção e fortalecimento da moda brasileira no mercado (BNDS, 2014). Este é um dos principais caminhos para que a cadeia produtiva possa enfrentar a concorrência com produtos importados no Brasil. Com base nos dados da Confederação Nacional da Indústria, 228 empresas estabelecidas em Santa Catarina realizaram exportações de produtos do setor têxtil e de confecção em 2008. Entretanto, verifica-se no Gráfico 1, a seguir, que houve uma queda do nível de exportações ao longo dos anos.

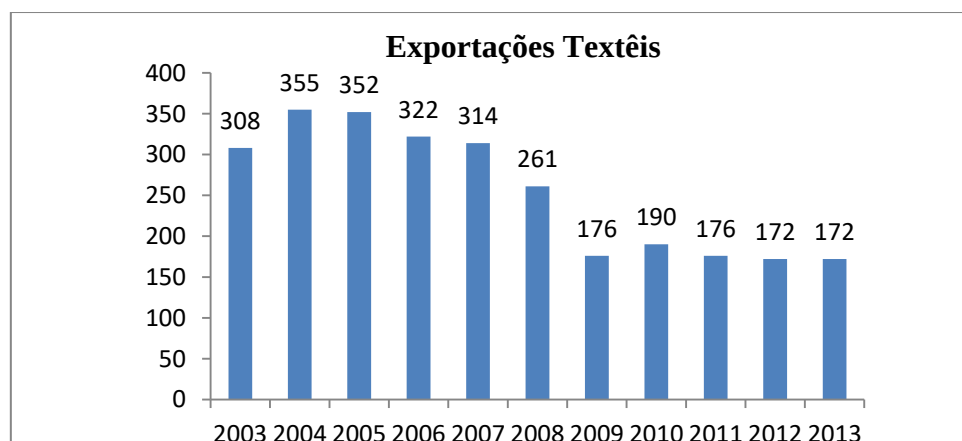


Gráfico 1- Exportações Têxteis

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos relatórios da FIESC, 2015.

Observa-se que a participação das exportações de produtos têxteis e de vestuário realizadas em Santa Catarina perdeu força ao longo dos anos, com 44% de decréscimo em relação ao

ano de 2003. Assim, no ano de 2003, a participação representava 18% das exportações do Brasil, e no ano 2013 apenas 7%. Apesar disso, o setor ainda é considerado um grande exportador e vendeu para o exterior, em 2013, US\$ 174 milhões, sendo 7,4% do total exportado pelo Brasil. Os principais produtos exportados são fitas de fibras sintéticas, roupas de toucador/cozinha, de tecidos atalhados de algodão, tecido e feltro e camisetas "T-SHIRTS".

Além disso, as importações cresceram expressivamente nos últimos dez anos, de 5% em 2003 para 32% em 2013, com tendência a elevar o crescimento, conforme mostra o Gráfico 2, a seguir.

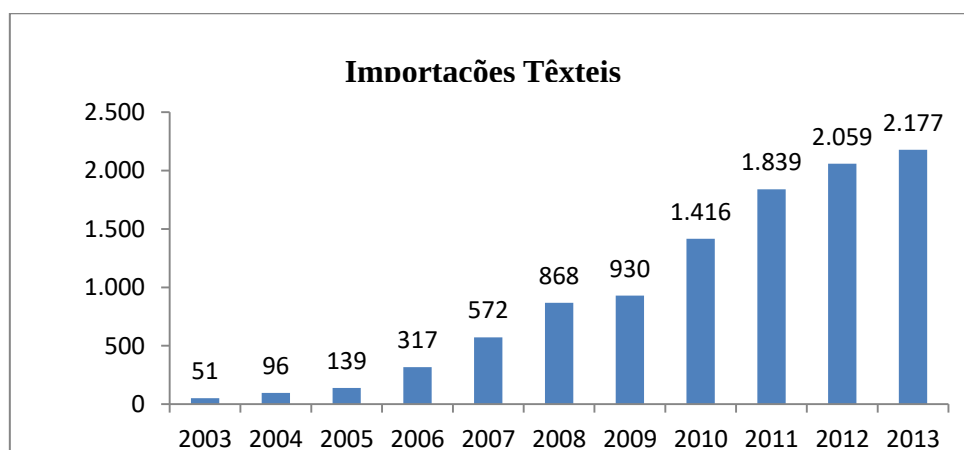


Gráfico 2: Importações Têxteis

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos relatórios da FIESC, 2015.

O movimento crescente do setor sugere uma perda de competitividade e de espaço por parte da indústria têxtil e de vestuário. Fazendo a análise do cenário mundial, é importante observar a ascensão da China, que detém 30% do mercado mundial do setor contra 0,9% do Brasil. Contudo, esse crescimento chinês promoveu a criação de novos mecanismos de defesa das indústrias nacionais e locais, tais como: aumento das tarifas para importação, adoção de barreiras não tarifárias (medidas trabalhistas e ambientais) e ações anti-dumping (BNDS, 2009). Surgiram outras iniciativas como acordos comerciais bilaterais que procuram garantir parcerias estratégicas (BNDS, 2009).

4.2 Crescimento do setor têxtil e de vestuário em Santa Catarina

O Setor têxtil e Vestuário são os setores que, somados, cresceram mais em Santa Catarina. O setor de vestuário e acessórios criou 1.271 estabelecimentos, representado 28% do crescimento em relação ao ano de 2006, e o setor têxtil com um crescimento o 23%, conforme mostra o Gráfico 3 a seguir.

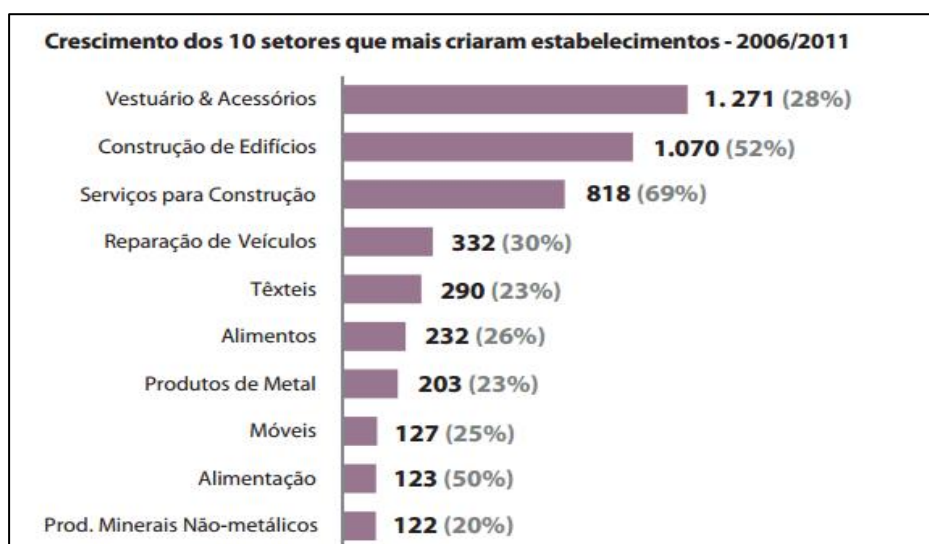


Gráfico 3- Crescimento do setor têxtil em Santa Catarina

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos relatórios da FIESC, 2015.

Observa-se que o setor de vestuário se destaca em Santa Catarina, no que se refere ao total de estabelecimentos criados, mesmo apesar das dificuldades enfrentadas. Isso mostra que o setor continua crescendo e que estudos quanto às estratégias, estruturas e relações mantidas pelas empresas do setor em relação à importância da inovação está sendo colocado em prática.

4.3 Estratégia Setorial

Com o objetivo de sinalizar caminhos para a construção de um futuro promissor para o setor têxtil e de vestuário em Santa Catarina, representantes da academia, indústria, governo e terceiro setor participaram de um Painel de Especialistas, realizado no ano de 2014 em Blumenau. Durante o Painel de Especialistas foram apresentados estudos preparatórios do setor para os aspectos socioeconômico, tendências tecnológicas e de mercado.

No estudo socioeconômico, identificaram a cadeia do setor Têxtil & Confecção atuando de forma integrada e altamente competitiva, alinhada ao mercado consumidor de forma ampla, conforme apresenta a Figura 2, a seguir.



Figura 2- Cadeia de valor no Brasil.

Fonte: Industrial Performance Center – MIT; estudo de Jorge Arbach apresentado na FGV – SP – FIESC, 2015.

Na Figura acima, observa-se que o Brasil, com relação aos países desenvolvidos no setor têxtil e confecções desde 1970 até 2000, têm mantido suas funções com foco expressivo em matérias primas. Para que o setor Têxtil e de Confecção sejam mais competitivos em Santa Catarina é preciso direcionar os seus esforços na diferenciação de produtos (inovação, pesquisa e desenvolvimento, e *design*) e na liderança em custos (*branding*, *marketing* e distribuição, e suporte à pós-venda). Neste sentido, os centros de *design* são o fator diferencial para gerar mais competitividade no setor têxtil, assim como gerar também conhecimento e inovação.

Dentro da cadeia de valor, as macrotendências estão voltadas para gerar mais inovação, conforme apresenta o Gráfico 4, a seguir.

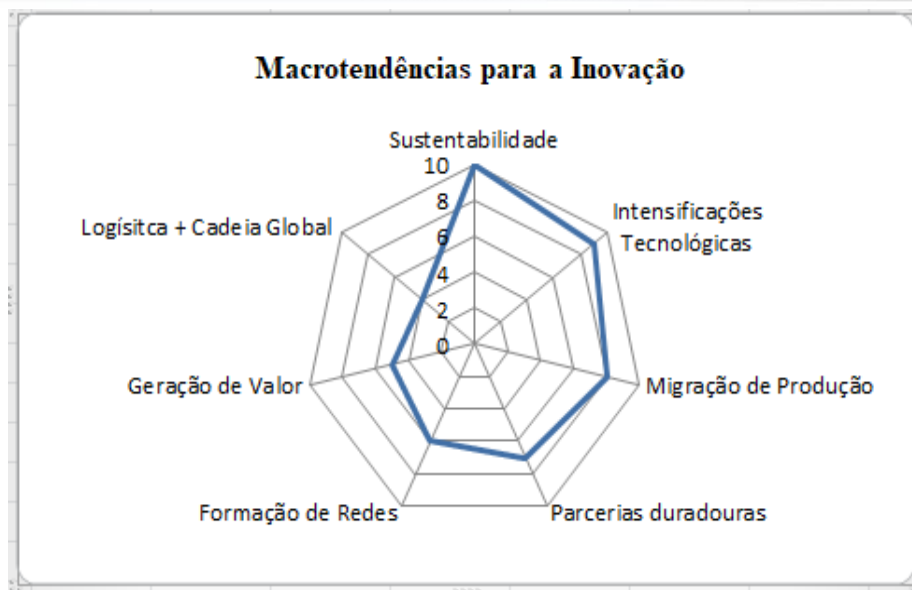


Gráfico 4- Macrotendências voltadas para a Inovação

Fonte: Elaborado pelos autores, 2017.

O Gráfico 4 apresenta as principais macrotendência para a inovação. Destaca-se a sustentabilidade e a intensificações tecnológicas, como precursores desta mudança. Abaixo as especificações das macrotendências (FIESC, 2017).

- Sustentabilidade: Produtos e matérias mais amigáveis com ambiente, bioprocessos, racionalização do uso energia e água.
- Intensificação Tecnológica: Investimento em design de produto, produtos inteligentes e fibras de alto desempenho e naturais.
- Migração de Produção: Efeito Ásia, para Brasil, migração da produção para outras regiões do Brasil.
- Aprimoramento de Recursos Humanos: Empregados com maior formação profissional, mestres e doutores.
- Parcerias Duradouras: Alianças estratégicas universidades, institutos de pesquisa e empresas.
- Internacionalização e Formação de Rede P, D & I: Geração de conhecimento atravessando fronteiras.
- Apropriação de Valores Intangíveis: Patrimônio imaterial como gerador de rendas e marketing territorial como referência de qualidade.
- Logística + Cadeia Global: A rapidez da entrega de pedidos.

As tendências do setor estão voltadas também para a melhoria das matérias-primas, processos e produtos, tais quais:

- Matérias primas: as “superfibras”, aramida, poliacetal, flúor, boro, têm uma resistência e módulo que excedem largamente as fibras sintéticas convencionais, os nanotubos de carbono e os corantes químicos fluorocrômicos.
- Processos: Encapsulamento e liberação de produtos ativos, processos biotecnológicos: aplicação de enzimas, tecidos 3D e estruturas híbridas.
- Produtos: tecidos técnicos e inteligentes de fibra de carbono, microfibras, kevlar, etc.

Diante deste contexto, as tendências e macrotendências especificadas acima devem ser o foco dos centros de *design* de moda para que, no futuro, se tornem uma referência nacional na elaboração de produtos e processos inovadores, sustentáveis e com alta eficiência tecnológica. As empresas que adotam as estratégias desenvolvidas nos centros de *design* geram maior competitividade e procuram diferenciar ao máximo seus produtos, possuindo rapidez de resposta aos sinais do mercado, além de incentivar a criatividade e inovação de produtos. Assim, incorporação da sustentabilidade, a concepção do *design* de produto, a qualidade e a comercialização serão os fatores de sucesso.

5. Considerações Finais

Observou-se com o estudo que o *design* se tornou um instrumento primordial para conquistar novos clientes e diferenciar os produtos. Dessa forma, o evento Santa Catarina Moda e Cultura (SCMC) busca a projeção do Estado como referência de moda e *design* em nível nacional. O objetivo do SCMC é fortalecer e aumentar a competitividade das empresas e dos profissionais envolvidos por meio da inovação e união da cadeia produtiva têxtil e de vestuário de Santa Catarina.

Observou-se também que o setor têxtil e de vestuário diminuiu o número de exportações e aumentou as importações ao longo dos anos, o que significou uma perda de competitividade no mercado de uma forma geral. Entretanto, o setor ainda é considerado um forte exportador e vendeu ao exterior, em 2013, US\$ 174 milhões, o que representou 7,4% do total exportado pelo Brasil. Isso se deve às empresas que estão buscando o fortalecimento regional e às novas estratégias competitivas para conseguir se diferenciar nesse mercado altamente competitivo.

Verificou-se que a missão do *design* de moda é antecipar e compartilhar tendências e promover a inovação de forma sustentável. Entretanto, para que isso se mantenha, instituições

de ensino de todas as regiões do estado devem estar envolvidas para capacitar os profissionais que irão atuar nas empresas, garantindo um crescimento sustentável. Além disso, também foram identificadas algumas macrotendências e tendências do setor têxtil e de confecção para serem direcionadas no futuro com o intuito de tornar as empresas do setor mais inovadoras, sustentáveis e altamente tecnológicas.

Como sugestões de pesquisas futuras, podem ser realizados estudos em outros polos nacionais ou internacionais para comparar as iniciativas do setor em relação à inovação.

Referências

AAKER, D. A.; KUMAR, V.; DAY, G. *Pesquisa de Marketing*. São Paulo, Atlas, 2001.

BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*/Laurence Bardin; Tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições: 2011.

BNDES. *Setorial*, Rio de Janeiro, n. 29, p. 159-202, mar. 2009.

BNDES. *O setor de cama, mesa e banho no Brasil*. Relato setorial, Florianópolis, 2014.

BORJA DE MOZOTA, B. *Design management: using design to build brand value and corporate innovation*. New York: Allworth, 2005.

CASAROTTO FILHO, N. E.; PIRES, L. H.: *Redes de pequenas e médias empresas e*

desenvolvimento local. Estratégias para a conquista da competitividade global com base na experiência Italiana. Atlas, 1999.

COLLIS, J.; HUSSEY, R. *Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação* – 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

FIESC. *Federação das Industrias do Estado de Santa Catarina*. Disponível em: < <http://www.fiescnet.com.br/>>. Acesso em: 09 de setembro de 2017.

GIMENO, J. M. I. *La Gestión del Diseño en la Empresa*. Madrid: McGraw Hill, 2000.

GUPTA, P. *A New Process Management Model*. Quality Progress, n. 39, v. 7, p. 45-52, 2006.

LASTRES, H. M. M.; CASSIOLATO, J. E.; MACIEL, M. L. (Orgs.) *Pequena empresa:*

cooperação e desenvolvimento local. Rio de Janeiro: Relume Dumará: UFRJ, Instituto de Economia, 2003.

LIMA, J. D.; SANSON, J. R. *O surto de industrialização do setor têxtil a partir de 1880: Blumenau e Brasil*. Revista de História Econômica & Economia Regional Aplicada, v. 3, n.5, 2008.

LINS, H. N. *Clusters Industriais, Competitividade e Desenvolvimento Regional: da Experiência à Necessidade de Promoção, Estudos econômicos*. São Paulo, v. 30, n. 2, p.233-265, 2000.

MAGALHAES, C. F. *Design estratégico: integração e ação do design industrial dentro das empresas*. Dissertação de Mestrado, Rio de Janeiro, RJ, 1994.

MANZINI, E.; VEZZOLI, C. *Desenvolvimento de Produtos sustentáveis: Os requisitos ambientais dos produtos industriais*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2011.

NIINIMAKI, K.; HASSI, L. *Emerging design strategies in sustainable production and consumption of textiles and clothing*. Journal of Cleaner Production, Elsevier, p. 1876-1883, 2011.

OKADA, R. A, BERLIM, L. *Iniciação - Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística* Edição Temática em Sustentabilidade Vol. 4 no 1 - Maio de 2014, São Paulo: Centro Universitário Senac.

PRIM, A. L.; FAVERO, J. D.; AMAL, M. *Um estudo comparativo entre clusters do segmento de Confecção na região de Blumenau/SC e rio do sul/SC*, anais, SIMPOI 2014.



VIII CONGRESSO BRASILEIRO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

Ponta Grossa, PR, Brasil, 05 a 07 de dezembro de 2018

PDIC 2022. *Programa de Desenvolvimento Industrial Catarinense Rotas Estratégicas Setoriais: Têxtil & Confecção.* FIESC, 2014.

SANTOS, G. A. G; DINIZ, E. J.; BARBOSA, E. K. *Aglomerações, arranjos produtivos locais e vantagens competitivas locais.* Revista do BNDES, v. 11, n. 22, p. 151-179, 2004.

TURRIONI, J. B.; MELLO, H. P. *Metodologia de pesquisa em Engenharia de Produção - Estratégias, Métodos e Técnicas para Condução de Pesquisas Quantitativas e Qualitativas,* UIFEI, 2011.