

CONFECÇÕES DE JEANS EM SANTA CATARINA

MANUFACTURE OF SANTA CATARINA IN JEANS

SANTOS, Vanessa dos. (Especialização em Gestão da Produção do Vestuário – UNISUL)

Resumo

O presente artigo pretende analisar as confecções de jeans catarinense, analisando algumas marcas, a fim de conhecer a gestão da produção nestas empresas. Ainda assim, busca-se apresentar o contexto histórico que as empresas do ramo do vestuário surgiram, bem como explicar a cultura de Santa Catarina de modo geral.

Palavras-chave: Cultura Catarinense; Jeans; Produção.

Abstract

This article seeks to examine the clothing of jeans Santa Catarina, analyzing some brands in order to meet production management in these companies. Still, it seeks to present the historical context that companies in the garment industry emerged, as well as explain the culture of Santa Catarina in general.

Keywords: Culture of Santa Catarina; Jeans; Production.

O mercado atual, cada vez mais dinâmico e competitivo, está exigindo muito das organizações, e conseqüentemente proporcionando aos clientes maiores opções de escolha, cabendo as empresas se adequarem as necessidades dos mesmos, atendendo as suas expectativas, e ainda, ter um diferencial frente aos concorrentes, para que a partir daí, possam ganhar mercado.

Neste sentido, busca-se analisar as empresas de confecções de Santa Catarina no segmento jeanswear de modo geral, buscando contextualizar o surgimento dessas empresas no cenário catarinense. Além disso, foram analisadas duas empresas do estado, sendo elas, Arauto Jeans e City Blue Jeans, enfatizando quais os processos utilizados pelas empresas para a administração de sua produção.

Desta forma, para atingir o objetivo, foram realizadas entrevistas com os gestores das empresas e também pesquisa a autores e *sites* catarinenses, para melhor compreensão do contexto histórico do artigo jeans, que é fonte de emprego e renda para a economia de Santa Catarina que está em crescimento, com marcas relevantes que conquistam visibilidade nacional e internacional.

1. Cultura Catarinense

Analisando seu potencial econômico, tem destaque no setor produtivo catarinense, na região Norte, as indústrias do complexo metal-mecânico e eletrônico, na região Oeste, a indústria agro alimentar, na região Sul as indústrias de cerâmica, plástica, têxtil e vestuário, este último forte também no Vale do Itajaí.

Desta forma, segundo dados do *site* de Santa Catarina o polo têxtil e vestuário catarinense, é o que detém maior concentração de indústrias do setor na América Latina (8.321), sendo que o segmento exporta acima de US\$ 260 milhões (3,2% do volume estadual) e além disso é um dos setores industriais que mais emprega, aproximadamente 155 mil pessoas. Percebe-se, portanto, que o setor do vestuário exerce preponderante papel na economia catarinense.

Neste sentido, cada região catarinense na área do vestuário tem uma aptidão específica. Na região do Vale do Itajaí, segundo Romero et al(1994), concentra-se o maior pólo de malharia de Santa Catarina. Isto se deve ao fato de que as primeiras unidades fabris têxteis catarinenses localizaram-se nesta região, em fins do século XIX, criadas por iniciativas de artesões e operários de origem européia que emigraram em grande quantidade da Alemanha, em conseqüência das crises econômicas e transformações políticas institucionais. Estes imigrantes eram de origem urbana e com formação operária, comercial, industrial e intelectual, o que contribuiu para a criação das empresas nesta região (BOSSLE,1988).

No sul de Santa Catarina segundo Fernandes et al (2011), não é muito diferente, a indústria do vestuário ocupa lugar de destaque, concentrando-se significativamente na região de Criciúma, com o jeans. No contexto histórico, pode-se afirmar que este pólo se estabeleceu após o declínio do setor carbonífero, entre os anos 60 e 70, onde a entrada de máquinas dispensou a força de trabalho feminina e a diminuição dos empregos masculinos e com isso, como havia muitas costureiras, profissão esta passada de mãe para filha, muitos começaram a produzir

suas marcas para revender em toda região, além disso, as facções que atendiam etiquetas de São Paulo, Porto Alegre e Blumenau, desenvolveram sua própria marca, o que provocou o surgimento de shoppings específicos direto de fábrica. Possuindo efeito de expansão, a indústria do vestuário, ainda, impulsionou o surgimento das lavanderias, bordados, serigrafias, lojas de aviamentos, máquinas e equipamentos.

Com isso, destaca-se na região sul de Santa Catarina, um pólo de jeanswear, com marcas bastante importantes como: Damyller, Collci, City Blue, Lança Perfume, Tharog, Dopping, entre outras e também algumas marcas com foco regional como Arauto jeans, Awe Jeans, entre outras.

Neste sentido, como se pode perceber, existem vários pólos regionais que são especializados em alguns segmentos em específico, mas isso nada impede que nestes mesmos pólos existam outros segmentos fortes também..

2. Eterno Jeans

Desde quando foi inserido no mercado, o jeans, tornou-se uma peça chave no guarda roupa de qualquer pessoa, qualquer estilo, qualquer ocasião. A história desde artigo tão indispensável, de acordo com Cordeiro e Hoffmann (2012), surgiu no século XIX, em 1853, na época da febre do ouro das minas da zona oeste dos Estados Unidos, diante das queixas dos mineradores, que eram obrigados a substituir freqüentemente suas roupas devido ao desgaste. Assim, um jovem comerciante alemão, chamado Levy Strauss teve a idéia de criar uma calça mais resistente para o trabalho nas minas de ouro.

Os primeiros jeans foram confeccionados com uma tela grossa utilizada em toldos para cobrir carroças. Logo a “tela” de lona foi substituída por uma sarja de algodão. O nome desse tecido ficou conhecido como denim. A partir de então, cada vez mais os trabalhadores aderiram ao jeans para exercer suas tarefas mais árduas e de exigência física.

Em 1872, os bolsos das calças dos mineradores começavam a cair, e o então fabricante de capas para eqüinos, Jacob Davis propôs uma solução: unir os bolsos às calças com o mesmo tipo de rebite de metal que se utilizava nas correias dos cavalos. A partir daí, os dois se juntaram em uma próspera sociedade na produção das calças de denim.

Aos poucos, as calças jeans foram sendo aprimoradas, adicionando botões de metal, etiqueta de couro presa ao cós da calça, os bolsos traseiros e a fim de tornar a calça mais atraente, propôs-se a cor índigo, este nome deve-se a planta indiana chamada índigo, a qual continha um corante em sua raiz de coloração azul para o tingimento do denim. O primeiro lote de calças tinha como código o número 501, que nomeou o clássico e mais famoso modelo da Levi's

O jeans começou a se popularizar na década de 30, quando, usado pelos cowboys norte-americanos. Na década de 40, os cowboys do asfalto montavam suas motos trajando o jeans. No período da década de 50, que o jeans se transformou em símbolo de rebeldia, sendo usado por grandes personalidades do rock. Mas foi na década de 70, que Calvin Klein causou polêmica ao utilizar o jeans pela primeira vez em um desfile de moda. A partir daí o jeans conquistou o mundo e hoje é usado por pessoas de todas as idades e em todos os estilos.

Atualmente, o processo industrial de fabricação do jeans, utiliza principalmente na composição do tecido, o fio de algodão, poliéster e *lycra*. O processo é de tecido plano e baseado na construção dos fios, que vão compor o tecido. De acordo com Sabino (2006), depois que o trabalho dos fios é feito, eles vão finalmente virar tecido e esse denim, é colocado em rolos com mais de 70 metros de comprimento, e posteriormente serão utilizados como matéria-prima para a confecção de roupas em jeans. Segundo, Cavalcante e Figueiredo (2010, p.130):

Uma das classificações do denim é pelo peso, que é indicado em Onças/jarda² (1Oz/jd² = 33,91 g/m²). Os pesos comerciais mais comuns são 14,5 Oz/jd² (mais pesado), 12Oz/jd² e 9 Oz/jd² (mais leve).

Ainda, de acordo com Cavalcante e Figueiredo(2010), o consumo mundial do jeans está acima de 3 bilhões de metros lineares por ano, tendo como principais mercado, países como Estados Unidos, Europa e Japão, representando juntos mais de 65% do consumo mundial. O Brasil é um dos principais produtores desse tipo de tecido do mundo, com uma capacidade instalada de produção acima de 600 milhões de metros lineares por ano. O consumo de jeans no Brasil, a cada ano tem crescido e conquistado maior mercado e mais adeptos.

3. Produção de Jeans em SC

Em Santa Catarina, a produção do jeans destaca-se, principalmente, na cidade de Rio do Sul, região do alto vale do Itajaí, sendo considerada a capital

catarinense do jeans. Na região sul do estado, a produção de jeans está concentrada na região de Criciúma, representando o terceiro pólo de jeans do Brasil, que detém 2.759 estabelecimentos comerciais, ocupando 18% da mão de obra empregada diretamente.

Neste sentido, pode-se destacar que a maioria das empresas catarinenses iniciaram suas atividades com base empírica, ou seja, sem estudos formais de viabilidade técnica e econômica, para certificar-se do retorno do investimento num determinado período de tempo. Na maioria das vezes, os recursos financeiros escassos foram investidos com iniciativa dos proprietários, para experimentar o negócio sem formalizar, no início, os registros das atividades do empreendimento.

Os dados de Lins(2000) revelam que na região de Santa Catarina, existe predomínio de micro ou pequenos negócios voltados para a confecção do vestuário com família na liderança do empreendimento. Percebeu-se que os empresários possuem desejo de crescer, porém, as barreiras de mercado, principalmente no que diz respeito a expansão de vendas e aumento da capacidade produtiva, são de difícil resolução.

Neste sentido, foram pesquisadas e analisadas duas empresas do ramo de jeans, sendo elas, a City Blue jeans e Arauto jeans localizadas na região do estado de Santa Catarina, duas marcas com características distintas, mas que a cada ano vem conquistando espaço no mercado.

A empresa City Blue está consolidada no mercado há 30 anos, sendo que há 6 anos atua no mercado nacional, uma empresa familiar de Tubará(SC), que conta com todos os membros da família até hoje em sua estrutura além de mais de 100 funcionários dentre gerentes capacitados que vêm mudando a “cara” da marca e estrutura da empresa, que busca o jeans como sua principal atividade, embora tenha crescido significativamente no setor de malha que hoje chega quase a 50% de suas vendas. A City Blue produz mais de 150,000 (cento e cinquenta mil) peças de jeans anual, sendo que 15% está destinado ao mercado catarinense. Mercado este que não é considerado potencial para a empresa, destacando-se mais ao Norte e Nordeste do país.

A empresa Arauto Jeans tem sua sede localizada na cidade de Gravatal - SC, e está no mercado há 6 anos. Uma empresa recente, que tem seu foco regional, trabalhando com lojas próprias situadas em Termas do Gravatal – SC e também em

Tubarão. A empresa tem como o jeans seu principal produto, mas também confecciona peças em camisaria e malharia. A cada ano tem conquistado mercado por apresentar uma modelagem com cintura média a alta, do jeans tradicional ao mais arrojado, proporcionando mais de oitenta modelos por coleção, buscando a qualidade e o conforto em todas as peças confeccionadas, aliadas ao preço mais acessível. Atualmente a empresa produz aproximadamente 50.000 (cinquenta mil) peças anuais, que são comercializadas em lojas em Santa Catarina.

4. Administração da Produção

A administração da produção assume uma posição de destaque em uma organização, já que esta se bem realizada visa otimizar a utilização dos recursos disponíveis a fim de oferecer produtos que visam a plena satisfação dos clientes, com maior produtividade.

Em uma indústria, a administração da produção é eficaz, quando há um bom projeto do produto, definido segundo Arnold (1999, p. 416): “O projeto do produto é responsável pela criação de um conjunto de especificações que a produção pode utilizar na fabricação do produto.” Com isso, para o desenvolvimento de um produto de moda, é necessário, todas as especificações referente ao produto e seus processos, além da lista de materiais a serem utilizados.

Nas indústrias de jeans pesquisadas, há o estilista, responsável pela criação do produto, o modelista responsável por dar forma ao produto, fazendo a modelagem de forma que fique confortável para o consumidor, além do pilotista, que irá confeccionar a peça piloto que servirá de base para a produção, onde serão definidos a sequência de operações, o tempo padrão, além da lista de materiais necessárias para confecção do produto. Na empresa Arauto jeans, há o acúmulo das funções em duas pessoas, já na City Blue jeans, existe uma equipe de 9 pessoas, responsáveis por essas funções.

Além disso, o arranjo físico também é fator importante para o desenrolar mais facilitado de todo o fluxo produtivo. Neste sentido, Moreira (2004, p.258), apresenta:

Planejar o arranjo físico de uma certa instalação significa tomar decisões sobre a forma como serão dispostos, nessa instalação, os centros de trabalho que aí devem permanecer. Pode-se conceituar como centro de trabalho a qualquer coisa que ocupe espaço: um departamento, uma sala, uma pessoa ou grupo de pessoas, máquinas, equipamentos, bancadas e estações de trabalho, etc.

Desta forma, a finalidade básica do arranjo físico é facilitar o movimento do trabalho, de modo a aumentar a eficácia geral da produção. A este propósito Slack et al (2006, p. 161) afirma: “Mudanças relativamente pequenas na localização de uma máquina numa fábrica ou dos bens em um supermercado, ou a mudança de salas em um centro esportivo podem afetar no fluxo de materiais e pessoas através da operação.”

Neste sentido, na Arauto jeans, recentemente foi implantado um novo layout de produção que foi desenvolvido com base no fluxograma das operações padrão do desenvolvimento de uma peça, colocando a disposição das máquinas e equipamentos de acordo com as fases de produção de uma calça jeans, conforme demonstrado a seguir:

a) Preparação: Consiste em passar acabamento(overloque), em todas as partes miúdas que compõe a calça, tais como: vista simples, vista dupla, espelho, revel, barra do bolso relógio, barra do bolso traseiro, fazer passantes, além de posteriormente fazer todo o procedimento da frente da calça, tais como, pregar o zíper na vista, pregar espelho no forro, unir todas as partes que compõem a frente, realizando os pespontos necessários, fechar o forro do bolso, e também, fazer a união das duas frentes. Na parte do traseiro da peça, é necessário, unir a pala a peça e posteriormente, unir as duas partes do traseiro, pregar o bolso traseiro, após realizar a passadoria.

b) Montagem: A fase de montagem, consiste em unir a frente com o traseiro, realizando os pespontos necessários, pregando o cós a peça.

c) Acabamento: Nesta fase, é a final onde realiza-se o acabamento da ponta do cós, coloca-se etiqueta interna, faz-se a bainha, traveta os passantes e demais partes para melhor fixação e faz-se o caseado, para posteriormente enviar a lavanderia. Após recebido da lavanderia, é colocado os aviamentos necessários, além de etiquetas e embalagem, para posteriormente vender aos clientes.

Desta forma, cada fase de costura apresenta máquinas específicas para realização das mesmas, e com isso a empresa reestruturou todo o seu layout através deste estudo realizado. Na empresa City Blue os processos de preparação, montagem e acabamento também funcionam dessa mesma forma, porém a mercadoria depois de embalada, é armazenada numa expedição, para assim separar os pedidos e mandar para os clientes que se encontram pelo Brasil todo.

Outro ponto também muito importante para uma boa administração da produção, é o planejamento, programação e controle de produção. Neste sentido, Slack et al (2006, p.230) apresenta:

O propósito do planejamento e controle é garantir que a produção ocorra eficazmente e produza produtos e serviços como deve. Isto requer que os recursos produtivos estejam disponíveis:

- na quantidade adequada;
- no momento adequado; e
- no nível de qualidade adequado.

Desta forma, nas empresas pesquisadas há características distintas em relação ao planejamento e a programação da produção. Na empresa Arauto jeans, como trabalha com vendas nas lojas próprias a pronta entrega, não há uma programação por pedidos de clientes, mas sim é realizado uma previsão de vendas, com base em anos anteriores, e realiza-se um planejamento, do que se pretende fabricar. Deste modo, cada modelo da coleção é produzido na mesma quantidade, e a partir das vendas das lojas, dependendo da aceitação do produto se produz novamente. Portanto, não se tem que cumprir prazos de entrega, mas se faz um planejamento e a partir da reação do mercado os modelos são produzidos. O controle de produção é realizado por intermédio de um software, que fornece relatórios de controle, por grupo de produtos, modelos, enfim, fornece informações que servirão de base para tomada de decisões. Já na empresa City Blue jeans, a programação da produção é realizada com base nas vendas dos representantes externos, e a partir dos pedidos dos clientes, realiza-se a produção dos produtos, enfatizando para que o prazo de entrega seja cumprido com eficiência.

Desta forma, pode-se observar que as empresas catarinenses estão aos poucos se estruturando, buscando melhores métodos e alternativas de produção, visando o aumento da produtividade, porém priorizando sempre a qualidade, que é fator relevante, visto que, as marcas aqui existentes, se promoveram em virtude a este fato. Com isso, pode-se afirmar que o mercado catarinense de jeans, está se aperfeiçoando, e cada vez estão conquistando maior espaço no mercado.

Referências Bibliográficas

ARNOLD, Tony J. R. **Administração de Materiais**. São Paulo. Atlas 1999.

BOSSLE, O.P. **História da industrialização catarinense: das origens à integração no desenvolvimento brasileiro**. Florianópolis: FIESC, 1988.

LINS, Hoyêdo Nunes. **Reestruturação industrial em Santa Catarina: pequenas e médias empresas têxteis e vestuaristas catarinenses perante os desafios dos anos 90**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2000. 304p.

SABINO, Marco. **Dicionário da moda**. São Paulo: Campus, 2006.

SLACK, Nigel, et al. **Administração da produção**. São Paulo. Atlas, 2006.
MOREIRA, Daniel A. **Administração da Produção e Operações**. São Paulo. Pioneira, 2004.

Internet:

CORDEIRO, Manuela Casali & HOFFMANN, Jaqueline de Freitas. **História do Jeans**. 2012. Disponível em:
<<http://www.portaisdamoda.com.br/noticiaInt~id~17825~n~a+historia+do+jeans.htm>>
Acesso em 20 de maio de 2012.

FERNANDES, Gabriela Costa, et al. **Sindicato dos Trabalhadores nas Indústrias do Vestuário e Calçados de Criciúma e Região**. 2011. Disponível em:
<<http://periodicos.unesc.net/index.php/amicus/article/view/580/567>>
Acesso em: 21 de maio de 2012.

FIGUEIREDO, Giselle Campos & CAVALCANTE, Ana Luisa Boavista Lustosa. **Calça**

Jeans - Produtividade e Possibilidades Sustentáveis. 2010. Disponível em:

<<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/download/7727/6860>>
Acesso em: 22 de maio de 2012.

ROMERO, Luiz Lauro, et al. **Área de Operações Industriais: Malharias**. 1994.
Disponível em:
<http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/relato/malha.pdf>
Acesso em: 22 de maio de 2012.

SILVEIRA, Icléia & BAGGIO, Giovana. **Análise da formação dos profissionais do setor de modelagem do vestuário da região do Vale do Itajaí – SC e o software mais utilizado neste setor.** 2009. Disponível em:

<http://www.ceart.udesc.br/revista_dapesquisa/volume4/numero1/moda/analisedaformacao.pdf>

Acesso em: 21 de maio de 2012.

Santa Catarina – Brasil – Oportunidades & Negócios. Disponível em:

<<http://www.santacatarinabrasil.com.br/pt/polos-economicos/>>

Acesso em: 21 de maio de 2012.