

SANTA CATARINA EM DADOS: DIAGNÓSTICO DO ELO CONFECÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA DA MODA

Santa Catarina in profile: analysis of the garment industry production chain

Rech, Sandra Regina; Dra; UDESC, sandrereginaRech@gmail.com¹

Maciel, Dulce Maria Holanda; Dra; UDESC, dulceholanda@gmail.com²

Grupo de Pesquisa UDESC/CNPq Design de Moda & Tecnologia³

Resumo

Este artigo, de natureza básica e exploratória, é a primeira etapa de uma pesquisa sobre a competitividade no setor catarinense de confecção. Objetiva apresentar um sucinto panorama, esboçando uma análise do setor de confecção de Santa Catarina e formatação de um instrumento de apoio à tomada de decisão.

Palavras Chave: Confecção; Competitividade; Santa Catarina; Diagnóstico.

Abstract

This article, of basic and exploratory nature, is the first step of a research on competitiveness in Santa Catarina's clothing industry. It aims to present a brief overview, outlining an analysis of the manufacturing sector of Santa Catarina and developing a tool to support the decision engineering.

Key Words: Garment; Competitiveness; Santa Catarina; Analysis.

¹ Doutorado (2006) em Engenharia da Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina. Docente da Universidade do Estado de Santa Catarina - Departamento de Moda e líder do GP Design de Moda & Tecnologia (UDESC/CNPq). Coordena o projeto de pesquisa FPLab - Futuro do Presente (www.futurodopresente.ceart.udesc.br).

² Doutorado em Engenharia de Produção com ênfase em Gestão de Design, Ergonomia e Meio Ambiente, pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC (2007). Possui mais de 15 anos de atuação em diversas empresas com ênfase no diagnóstico e definição da atuação de estratégias de gestão nas empresas.

³ Trabalho resultante de pesquisa realizada pelo Grupo de Pesquisa Design de Moda & Tecnologia/CNPq/Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC.

Introdução

O incremento econômico espacialmente equilibrado tem sido fator determinante para análise de potencialidades regionais e desenvolvimento de uma visão estratégica de futuro para a economia de Santa Catarina. O estado apresentou, nestas últimas décadas, um crescimento expressivo em relação à sua consolidação econômica, baseado na integração competitiva de uma economia que se destaca pela diversificação, sustentada pelo espírito empreendedor, condições sociais e institucionais de alta qualidade e valorização do capital humano.

O presente artigo é a primeira parte de uma pesquisa sobre a competitividade no setor de confecção de Santa Catarina, caracterizando-se como uma pesquisa de natureza básica e exploratória. Tem por objetivo apresentar um resumido panorama, delineando um diagnóstico do setor catarinense de confecção e configurando-se como um instrumento de apoio à tomada de decisão. O trabalho possibilita antecipar oportunidades e definir potencialidades, para o desenvolvimento de ações afirmativas para o fortalecimento e crescimento da atividade, que serão desenvolvidas na segunda etapa da pesquisa. Igualmente, o trabalho atualiza os estudos, finalizados em 2006, com a defesa da tese de doutoramento na área da Engenharia de Produção, dentro da linha de pesquisa Inteligência Organizacional.

O texto está dividido em duas seções, além da introdução e das considerações finais. Na primeira parte, o artigo delimita a temática e o setor pesquisado, apresentando o atual contexto da cadeia produtiva da moda no Brasil. Em seguida, o texto aponta alguns dados econômicos e industriais importantes para o elo confecção de Santa Catarina.

Cadeia produtiva da moda e o elo confecção no Brasil

A cadeia produtiva da moda, composta por várias fases produtivas inter-relacionadas, compreende os setores têxtil e de confecção, e é uma das principais pilas da industrialização em muitos países pobres ou em desenvolvimento, considerando o baixo custo inicial para cada unidade de

produção.

Os dados gerais do setor referentes ao ano de 2010, e atualizados em 2011, indicam que há 30 mil empresas em atividade no Brasil, que geraram um faturamento de US\$ 60,5 bilhões para a cadeia têxtil e de confecção. Os dados levantados apontam o país como o quarto maior parque produtivo de confecção e o quinto maior produtor têxtil do mundo. Esses números são alcançados com o trabalho dos 1,7 milhões de empregados, representando 16,4% dos empregos formais do país. O setor também apresenta outros números de destaque em 2010, como os investimentos que chegaram à US\$ 2 bilhões e ser o segundo setor que mais gera o primeiro emprego no país (KROEFF; TEIXEIRA, 2012, p. 3135).

Nas últimas décadas, houve acirramento da competitividade mundial, tendo em vista o crescimento exponencial dos produtos asiáticos no comércio internacional, em particular da China. O incentivo fundamental para o deslocamento de parcela significativa da produção de artigos têxteis e de confecção dos países desenvolvidos para países emergentes da Ásia é a busca por redução de custos de produção, principalmente, relacionados à mão de obra. “Os avanços dos países emergentes em termos econômicos são inquestionáveis. O forte crescimento de Brasil, Rússia, Índia e, sobretudo, China (BRICs) na última década permitiu que ganhassem espaço nas mesas de decisões sobre os destinos da economia mundial” (CNI, 2013, p. 12).

Neste contexto, apesar do consumo mundial exacerbado de têxteis e confeccionados, o Brasil perdeu competitividade e mercado no comércio global do setor, declinando de 0,7%, em 1997, para 0,3%, em 2007 (COSTA; ROCHA, 2009). O país, no que tange ao comércio mundial e considerando apenas o segmento vestuário, ocupa a 69ª posição entre os países exportadores e a 51ª entre os maiores importadores (RODRIGUES; RIAL, 2009). De acordo com recente relatório do IEMI – Instituto de Estudos (2014), que tem como objetivo dimensionar a evolução da oferta e demanda dos produtos da cadeia têxtil e de vestuário, entre 2009 e 2013, houve um recuo de 1,9% ao ano e as exportações caíram 7,4% em valores em dólares. Contudo, no mesmo período, as importações cresceram 32,7% ao ano. O aumento das importações e a queda das exportações resultaram no aumento do déficit do setor nos últimos anos. Em 2013, os produtos importados provinham, especialmente, da China, com 62% dos valores totais; de Bangladesh, com 7,7%; e da Índia, com 6,1%.

As empresas utilizam a terceirização como estratégia na busca de uma gestão racional que seja capaz de lidar eficazmente com uma variedade de produtos e ofertas, estilos e canais de distribuição, obtendo a redução de custos, viabilizando economicamente o negócio e procurando ainda atender à satisfação dos clientes (FERNANDES, 2011, p. 14).

Igualmente, para essas empresas, existe a possibilidade de concentração de seus próprios recursos em seu *core business*⁴. Isso implica na necessidade de criação de novos sistemas produtivos, distintos dos modelos centralizados na fragmentação de esforços e na total despreocupação em atingir melhores níveis de eficiência e eficácia. Neste sentido, as empresas dos países desenvolvidos norteiam sua produção na direção das fases com maior valor agregado da cadeia, como design, organização da produção e marketing, competindo pela diferenciação de produtos e pela absorção de nichos específicos de mercado. Esse comportamento acompanha uma tendência de busca dos consumidores por roupas com marcas e significados particulares, e não, exclusivamente, preços baixos. Logo, há um incremento substancial da importância dos desejos e limites financeiros do consumidor final como guia básico da estratégia competitiva de mercado (COSTA, ROCHA, 2009).

Avaliando a cadeia produtiva da moda, verifica-se que existe uma estreita conexão entre o tamanho da empresa e a sua capacidade produtiva, comprovado pelos melhores índices de inovação, de tecnologia, de produtividade e de desempenho comercial das indústrias de grande porte, com marcas estabelecidas no mercado (FIRJAM; FERRAZ, 2011). Assim, é fundamental o estudo da cadeia produtiva, visando o desenvolvimento de estratégias competitivas diferenciadas para a sobrevivência das empresas do setor, pautadas no emprego da inovação tecnológica como uma ferramenta interessante para inserção no mercado mundial.

Consoante Gomes (2002), a indústria de confecção é conceituada como conjunto de empresas que transformam tecido, a partir de fibras naturais, artificiais ou sintéticas, em peças do vestuário feminino, masculino e infantil; e, cama, mesa e banho; e decorativos (figura 1). É o último setor da cadeia produtiva da moda e abrange a criação, o enfiado, o corte, a costura e o beneficiamento do produto de moda (FIRJAM; FERRAZ, 2011). Constituída por

⁴ *Core business* é um termo inglês que significa a parte central de um negócio ou de uma área de negócios, e que é geralmente definido em função da estratégia dessa empresa para o mercado. Este termo é utilizado habitualmente para definir qual o ponto forte e estratégico da atuação de uma determinada empresa (WIKIPÉDIA, 2014).

micro e pequenas empresas que difundem o domínio do setor, caracteriza-se como um tipo de indústria fragmentado, concentrando um aglomerado de unidades produtivas que abrange desde o trabalho domiciliar, com características artesanais, até grandes e modernas indústrias com milhares de trabalhadores (LIMA, 2004). Favorece a um mercado consumidor imensamente dividido, que compreende desde produtos estandardizados até a produção customizada, sendo que a heterogeneidade é uma das características da cadeia produtiva da moda intensificadas na indústria de confecção.

Figura 1. Da Criação à produção: planejamento do processo produtivo da confecção



Fonte: AUDACES (2014).

Santos (2001, p. 49) assevera que “há uma fragilidade de barreiras à entrada, [e] não existe obstáculo que dificulte o acesso a novas concorrências, tanto em relação à tecnologia quanto ao valor do investimento”. O *know-how* produtivo é largamente difundido e de simples controle, considerando que não há necessidade de consideráveis investimentos de capital e os custos de produção são mais baixos do que os da tecelagem (RECH, 2002). Além disso,

as confecções ainda apresentam gargalos produtivos como baixos investimentos em modernização tecnológica, sendo que a informalidade continua a prejudicar a eficiente produtiva, reduzindo o tamanho das empresas e a capacidade de investimento (COSTA; ROCHA, 2009).

A tendência à flexibilização dos processos de produção nos artigos que envolvem moda e design incentivou a permanência dos pequenos produtores, que podiam atuar como subcontratados de empresas maiores, na fabricação de pequenos lotes, ou realizando apenas serviços específicos, como costura ou bordados, que envolvem grande participação de mão-de-obra (FIRJAM; FERRAZ, 2011, p.28).

A confecção é a responsável direta pela “comunicação de alterações nos padrões de consumo para os outros elos da cadeia”, uma vez que é o segmento que responde às preferências dos consumidores no que tange a tipos de tecidos, cores e formas, exigindo flexibilidade produtiva para a adequação das companhias às novas tendências de moda (IEL, 2000, p. 129).

De maneira simplificada, as fases de produção da confecção são as seguintes: (a) criação de moda / *design*; (b) modelagem (c) corte; (d) costura; (e) acabamento; (f) mercado consumidor. Em termos tecnológicos, este elo da cadeia produtiva da moda foi o que apresentou grandes avanços tecnológicos, em termos de automação industrial, especialmente, nas fases de criação dos modelos e na execução do corte dos tecidos, diminuindo o tempo do processo de produção e no desperdício de tecido; agilidade do processo criativo e produtivo, e, por conseguinte, a diminuição de custo (FEGHALI, 2001). A redução do ciclo de tempo envolvido na geração, produção e distribuição de produtos é capital para a competitividade das empresas. No que tange à tecnologia organizacional, observa-se a adoção de técnicas que visam o aumento da produtividade, e, por conseguinte, aumento da capacidade flexiva, possibilitando rapidez às modificações das tendências de moda e nos gostos dos consumidores.

Na conjuntura brasileira, as empresas têm a seguinte equação a ser resolvida: de um lado, enfrentar as dificuldades tributárias e de acesso a financiamentos, questões de ordem trabalhista, problemas logísticos e de infraestrutura precária, conjugado ao envelhecimento do parque fabril nacional; e, de outro lado, atender de forma adequada às exigências impostas pelos consumidores, fornecedores e concorrentes (COSTA; ROCHA, 2009, p. 199).

Lupatini (2004, p.32) expõe que as descrições tradicionais da cadeia produtiva da moda revelam-se minguadas e não promulgam novos e influentes conexões e enredamentos. “Cada vez mais [a] direção [da cadeia produtiva da moda], [a] ordem, está sendo subvertida no seu sentido e na sua importância”. As funções imateriais estão influenciando e ditando as relações da cadeia, isto quer dizer que, com a incorporação destas funções o conceito de *jusante* foi estendido a *montante* (funções materiais). “São as empresas de [confeção de moda] que concentram cada vez mais as funções de *marketing*, atividades financeiras, *design*, canais de distribuição, que ditam o ritmo e a configuração da cadeia”.

O setor de confecção catarinense

Uma característica da cadeia produtiva da moda, no Brasil, é a existência de polos regionais de produção, sendo que os principais são: (a) São Paulo – centro intelectual e financeiro da indústria, varejo de luxo, lojas atacadistas e segmento têxtil; (b) Santa Catarina – setores têxtil e confecções; (c) Ceará – ramo do algodão e denim; (e) Rio de Janeiro – moda íntima, malharia e *lingerie*. O processo de deslocamento inter-regional das grandes empresas iniciou na década de 1990 e foi motivado pela procura de mão de obra mais barata e pelos incentivos fiscais e creditícios oferecidos pelos estados. Ou seja, a “desconcentração industrial ocorreu com mais intensidade nas etapas intensivas em mão de obra e com baixa utilização de tecnologia. As etapas de concepção e planejamento estratégico da cadeia continuam concentradas no Sudeste, com destaque para São Paulo” (FERNANDES, 2011, p. 22-23). A economia industrial catarinense distingue-se pelo agrupamento de diversos polos: (a) no sul do estado – polos cerâmico, de carvão e de plásticos descartáveis; (b) no oeste – polo alimentar; (c) no vale do Itajaí – polos têxtil, de cristal e de *software*; (d) no norte do estado, pólo eletro-metal-mecânico; (e) no planalto – pólo madeireiro; e, (f) na capital – pólo tecnológico (figura 2).

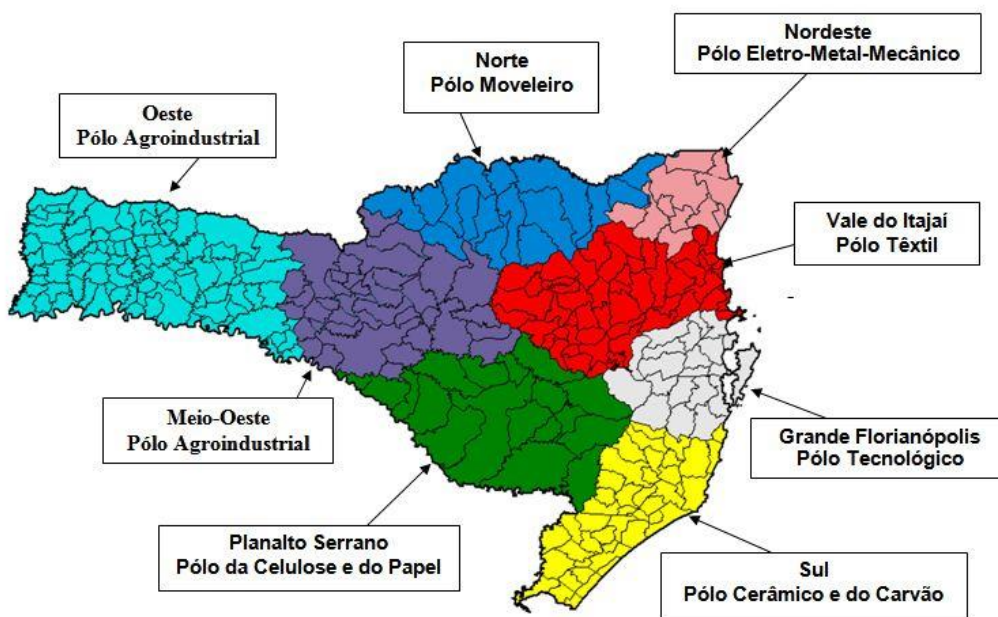
Ao mesmo tempo em que a indústria de Santa Catarina é diversificada, ela se apresenta especializada regionalmente, com forte adensamento das cadeias produtivas. Isso é fator de aumento

da competitividade da indústria, e justifica sua forte presença internacional (FIESC, 2010, p. 16).

Conforme dados da FIESC (2014), em 2011, o segmento têxtil se destacava nacionalmente, representando 20,04% sobre igual setor do Brasil e o do vestuário 22,27%. Gazzoni (2014) ratifica que Santa Catarina é o segundo maior polo têxtil do país, sendo que o primeiro é São Paulo. “Poderá ser o primeiro dentro de cinco anos se continuar crescendo acima da média obtida por São Paulo, que é o líder, diz Sérgio Pires, presidente da Câmara de Desenvolvimento da Indústria da Moda da FIESC” (MARQUES, 2014, p. 13). O setor têxtil catarinense teve seu início na cidade de Blumenau, município da região do Vale do Itajaí. “De acordo com o recorte regional definido pelo SEBRAE/SC, a maior concentração destas empresas está localizada nas coordenadorias regionais do Vale do Itajaí, Foz do Itajaí e Norte”, somando 78,3% das empresas e 68,8% dos empregos do setor catarinense (SEBRAE, 2010, p. 9).

Uma análise do Instituto de Estudos e Marketing Industrial (IEMI), de São Paulo, concluiu que de 2008 a 2012 o segmento que envolve têxteis e confecções cresceu 14,7% no Brasil em número de empresas, com expansão de 0,2% no total de empregos. No mesmo período, o segmento em Santa Catarina cresceu 18%, com 4,7 mil empresas, e 5,4% nos empregos, que hoje totalizam 197 mil postos de trabalho (MARQUES, 2014, p. 13).

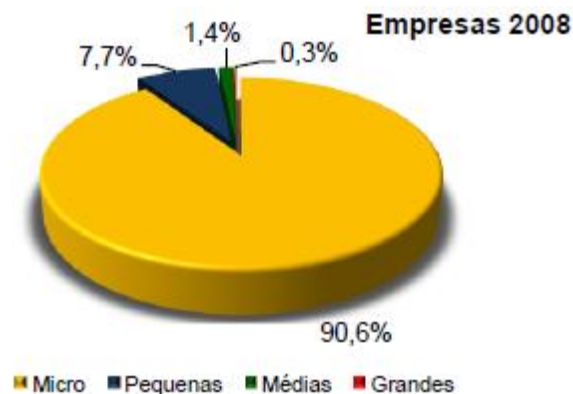
Figura 1. Divisões regionais por setores industriais do estado de Santa Catarina



Fonte: RAMPINELLI *et al.* (2013, p. 02).

O estado apresentou, nos últimos anos, um crescimento significativo em relação a sua estabilização econômica, pautado pela consistência competitiva e econômica, sublinhado pela diversificação, sustentado pelo empreendedorismo, pelas condições sociais e institucionais de boa qualidade e pelo reconhecimento do capital humano (SEBRAE, 2010). De acordo com dados da Diretoria de Relações Industriais e Institucionais, da Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina – FIESC (2014), atualmente, aproximadamente 9.853 empresas formais atuam no setor têxtil e de confecção catarinense, responsáveis por 166.243 empregos com carteira assinada e impulsionam a economia do Estado, concentrando, inclusive, as empresas líderes na produção de artigos de manufaturados de têxtil lar. O setor tem como característica o predomínio de negócios de micro e pequeno porte (gráfico 1), ao lado de grandes empresas líderes representando, respectivamente, 90,6% e 7,7% dos estabelecimentos de confecção do estado (SEBRAE, 2010).

Gráfico 1. Porte das empresas do setor têxtil e de confecções de Santa Catarina



Fonte: SEBRAE (2010, p. 9).

Em 2013, o segmento têxtil foi o que apresentou uma maior contribuição para as exportações do setor, US\$ 174 milhões, sendo 7,4% do total exportado pelo Brasil (FIESC, 2014).

Na análise dos últimos 5 anos, o segmento têxtil tem ampliado sua representatividade no montante das exportações do setor, passando de uma participação de 31,3% em 2005, para 53,2% em 2009. Registra-se também neste período, uma evolução de cerca de 12 vezes no montante de importações de produtos do segmento de confecção (SEBRAE, 2010, p. 17-18).

Em 2009, os parceiros comerciais de Santa Catarina foram o México (24,5%), a Argentina (21,1%) e o Paraguai (9,2%) no quesito exportação (SEBRAE, 2010). “Com relação ao segmento de confecções, em 2009, a Argentina, Paraguai e Uruguai, foram responsáveis pela absorção de 45,1% do valor das exportações de confecções de Santa Catarina” (SEBRAE, 2010, p. 18). Quanto às importações de confeccionados, a China alargou em cerca de 7.000% o valor de suas exportações para o estado e é o principal país de origem das importações, o equivalente a 74% do valor comercializado em Santa Catarina.

O momento é oportuno para que o Brasil alcance mais rapidamente os países desenvolvidos, cujas economias crescem pouco e onde há restrições econômicas que limitam a capacidade de apoiar a inovação. A China reconhece a importância da inovação e redirecionou seus esforços para essa área. Sua política econômica deixa de ser apenas voltada para a industrialização do país, mas para gerar novas tecnologias, inovar. A China é um dos países que mais depositam patentes e o número de centros independentes de pesquisa e desenvolvimento de multinacionais no país passou de 107, em 2004, para 1.100, em 2010. (CNI, 2013 p. 13-14).

“Nossa economia não tem os baixos custos das economias asiáticas, nem o elevado grau de conhecimento das economias desenvolvidas” (CNI, 2013, p. 16). Assim, para assumir um posto significativo nas Cadeias Globais, percebe-se que o Brasil tem um desafio: identificar nichos específicos e incentivar a indústria brasileira a desenvolver fases de maior valor adicionado e de magnitude tecnológica.

Considerações finais

O segmento das confecções se distingue como o elo dinâmico da cadeia produtiva da moda e como forma de impulsionar a sua competitividade faz-se imperativa ações focalizadas neste segmento. No setor de confecções, especialmente de vestuário, se encontra a maior parcela de empresas da cadeia produtiva, sobretudo micro e pequenos negócios, constituindo-se em potente gerador de emprego e renda, com expressiva capilaridade produtiva.

Diante do contexto atual da indústria da moda, pode-se afirmar que a análise do setor catarinense aponta alguns dados importantes e possíveis

ações que precisam ser tomadas. Assim sendo, o artigo configurou-se como um instrumento de apoio à tomada de decisão, definindo potencialidade e oportunidades, para a formatação de ações afirmativas visando o fortalecimento e crescimento da atividade, trabalho que será desenvolvido na segunda etapa da pesquisa.

Alguns índices assinalam ameaças, mas igualmente oportunidades para a indústria brasileira. O país pode e deve aspirar uma indústria competitiva internacionalmente, contudo, é necessário o aumento dos níveis de produtividade e eficiência, por meio de estratégias de diferenciação de produtos e obtenção de novos nichos de mercado, concebendo produtos com maior valor agregado, combatendo práticas desleais de comércio e agindo nos fatores chave de competitividade.

Referências

AUDACES. **Da Criação à Produção**: planejando o processo produtivo na confecção. Disponível em: <<http://www.audaces.com/br/Desenvolvimento/Falando-de-Desenvolvimento/2012/12/24/da-criacao-a-producao-planejando-o-processo-produtivo-na-confeccao>>. Acesso em: 14 maio 2014.

CNI. Confederação Nacional da Indústria. **Mapa Estratégico da Indústria 2013-2022**. Brasília: CNI, 2013.

COSTA, A. C. R. da; ROCHA, E. R. P. da. **Panorama da Cadeia Produtiva Têxtil e de Confecções e a Questão da Inovação**. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 29, p.159-202, mar. 2009.

FEGHALI, M.K.; DWYER, D. **As Engrenagens da Moda**. Rio de Janeiro: SENAC, 2001.

FERNANDES, M. A. O Impacto do *Outsourcing* na Performance das Organizações: da Teoria à Realidade - um estudo em empresas de confecção da região metropolitana de Fortaleza, Ceará, Brasil. 2011. **(Tese de Doutorado)** – Programa de Pós-Graduação em Economia – Universidade de Coimbra. Coimbra, Portugal: Universidade de Coimbra, 2011.

FIRJAM, A. de A.; FERRAZ, F. T. Uma Breve Análise acerca do Segmento Industrial Têxtil e de Confecção Brasileiro pós década de 80 e a Competitividade do Setor no Mercado de Juiz de Fora, MG. **Redige**, Rio de Janeiro/RJ, v. 2, n. 3, p.23-41, dez. 2011.

FIESC. Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina. **Desenvolvimento SC**: uma visão da indústria. Florianópolis: FIESC, 2010.

_____. **Santa Catarina em Dados** - Unidade de Política Econômica e Industrial. Florianópolis: FIESC, 2013.

_____. **Desempenho da Indústria Catarinense**. Florianópolis: FIESC, 2014.

GAZZONI, M. Fábricas ficam menores e mais especializadas. **O Estadão**. São Paulo/SP, 12 ago. 2013. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,fabricas-ficam-menores-e-mais-especializadas,1063087,0.htm>>. Acesso em: 13 maio 2014.

GOMES, M.de L.B. Um modelo de Nivelamento da Produção à Demanda para a Indústria de Confecções do Vestuário Segundo os Novos Paradigmas da Melhoria de Fluxos de Processos **(Tese de Doutorado)**. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, SC: UFSC, 2002.

IEL, CNA e SEBRAE. **Análise da Eficiência Econômica e da Competitividade da Cadeia Têxtil Brasileira**. IEL, CNA e SEBRAE – Brasília, D.F.: IEL, 2000.

IEMI. Instituto de Estudos e Marketing Industrial. **Novo estudo do IEMI mostra a evolução do mercado de vestuário nos últimos cinco anos**. 2014. Disponível em: <<http://www.iemi.com.br/press-release-novo-estudo-do-iemi-mostra-a-evolucao-do-mercado-de-vestuario-nos-ultimos-cinco-anos/>>. Acesso em: 14 maio 2014.

LIMA, J.C. *Self-manageable work in production cooperatives: the revisited paradigm*. **Revista Brasileira de Ciência Social**, Out. 2004, vol. 19, nº 56. p. 45-62.

KROEFF, S. M. T.; TEIXEIRA, F. G. Contexto Industrial Têxtil Brasileiro e as Prospecções para a Pesquisa Científica. In: 1o. Cimode - 1o. Congresso Internacional de Moda e Design, 2012, Guimarães/Portugal. **(Anais...)** Guimarães/Portugal: ABPEM, 2012.

LUPATINI, M. P. As Transformações Produtivas na Indústria Têxtil-Vestuário e seus Impactos sobre a Distribuição Territorial da Produção e a Divisão do Trabalho Industrial **(Dissertação de Mestrado)**. Instituto de Economia – Universidade Estadual de Campinas. Campinas, SP: IE – UNICAMP, 2004.

MARQUES, F. O Banho de Loja da Indústria Têxtil. **Indústria & Competitividade**, Florianópolis/SC, v. 03, n. 03, p.12-19, mar. 2014.

RAMPINELLI, M. M.; RODRIGUES, I. N.; MIGUEL, P. A. C.. Uma Análise do Perfil, Crescimento Econômico e Importância da Indústria Metal Mecânica Catarinense. In: XXXIII ENEGEP - Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 2013, Salvador/BA. **(Anais...)** Salvador/BA: ABEPRO, 2013.

RODRIGUES, A. C.; RIAL, E. P. R. **Panorama da Cadeia Produtiva Têxtil e de Confecções e a Questão da Inovação**. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 29, 2009.

SANTOS, M.A.B. dos. Análise do Resultado Financeiro Operacional de Micro e Pequenas Empresas: um estudo de caso das indústrias do vestuário do município de Campo Grande/MS **(Dissertação de Mestrado)**. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, SC: UFSC, 2001.

SEBRAE. **Santa Catarina em Números: têxtil e confecção**. Florianópolis: SEBRAE, 2010.

RECH, S.R. **Moda: por um fio de qualidade**. Florianópolis: UDESC, 2002.

WIKIPEDIA. **Core Business**. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Core_business>. Acesso em: 14 maio 2014.