

INOVAÇÃO NAS EMPRESAS DO VESTUÁRIO DA REGIÃO SUL – SETORES DE CRIAÇÃO, MODELAGEM E CORTE

Innovation in business attire of the south - sectors of creation, modeling and Cut

ANGLERI, Sabrina Alves; Graduanda; UDESC, anglerisabrina@yahoo.com.br
SILVEIRA; Icléia; Dra.; UDESC, icleiasilveira@gmail.com

Resumo

O objetivo da pesquisa foi identificar as inovações tecnológicas introduzidas nas empresas do vestuário da Região da Grande Florianópolis. Optou-se pela pesquisa quantitativa e exploratória com pesquisa de campo, tendo como amostra de 43 empresas (micro, pequenas e médias) do vestuário. Os dados mostram que as inovações concentram-se na diferenciação do produto e nas tecnologias dos setores de criação, modelagem e corte.

Palavras-chave: inovação; vestuário; tecnologia.

Abstract

The research objective was to identify technological innovations in garment enterprises in the Greater Florianópolis Region. We opted for the quantitative and exploratory research with field survey, with a sample of 43 firms (micro, small and medium) clothing. The data show that innovations are focused on product differentiation and the creation of technology sectors, modeling and cutting.

Keywords: innovation; clothing; technology

1. Introdução

As empresas do vestuário buscam com a inovação dos produtos ou dos processos melhorar seu desempenho competitivo no mercado da moda. A inovação pode ocorrer com a mudança total nos produtos ou nos processos industriais, ou com pequenas alterações que possam diferenciar o produto dos seus concorrentes. A competitividade do setor é dependente da estratégia de diferenciação ou moda, com investimentos em marca, concepção de produto, qualidade e canais de distribuição e comercialização. A rapidez com que a empresa lança sua coleção de vestuário em resposta aos sinais de mercado é uma forma de se antecipar aos concorrentes e aumentar a participação neste mercado. O uso de tecnologias agiliza e pode dar qualidade aos processos. É importante que a empresa do vestuário esteja atenta ao que está acontecendo

em termos de inovações voltados ao setor. Buscar informações de cada acontecimento com a expectativa de poder dispor de novas ideias a serem aplicadas aos produtos ou aos processos. No setor de vestuário há empresas que procuram diferenciar ao máximo seus produtos, com maior valor agregado, baseados em *fashion design*, feitos a partir de pequenos lotes, com auxílio das tecnologias implantadas nos setores de criação, modelagem e corte.

Nesse sentido, o objetivo da pesquisa foi Identificar as inovações tecnológicas introduzidas nas empresas do vestuário Região da Grande Florianópolis. Foi aplicada a pesquisa quantitativa e exploratória, necessária na busca do conhecimento no âmbito das empresas do vestuário. Para a amostra foram selecionadas 43 empresas (micro, pequenas e médias) do vestuário da região da Grande Florianópolis, cadastradas no CIESC (Centro Das Indústrias Do Estado de Santa Catarina) (FIESC, 2013). A pesquisa de campo foi organizada com as seguintes etapas: a) Identificação e localização das fontes de pesquisa e obtenção dos materiais; b) Leitura exploratória e interpretativa para organizar a fundamentação teórica; c) Consulta no terminal de pesquisa do Guia Web SC para a seleção das empresas do vestuário de acordo com os critérios do SEBRAE (2005), que divide as empresas em pequeno, médio e grande porte, baseado no número de funcionários; d) Elaboração do questionário para cumprir as etapas da pesquisa de campo; e) Coleta de dados - pesquisa de campo; f) Tratamento estatístico das informações; g) Análise e interpretação dos dados. Para a fundamentação teórica buscou-se conhecer o contexto das empresas de confecção da Região da Grande Florianópolis.

A contribuição desta pesquisa na área acadêmica está voltada as informações sobre as inovações tecnológicas disponíveis no mercado, pois as empresas do vestuário precisam se adaptar as condições de imprevisibilidade introduzidas pela rápida transformação econômica e tecnológica, visando à inovação de seus produtos e processos, especializando-se em atividades que agregam maior valor, como moda e design.

2. Contexto das Empresas de Confeção Catarinenses

A indústria catarinense apresenta uma grande diversificação, seja em termos setoriais, seja em sua distribuição espacial. Ao contrário dos demais estados da Federação as atividades industriais de Santa Catarina, talvez pela forma como se deu a colonização (por povoamento e não por exploração) e pela imigração de povos com tradição manufatureira (como os alemães e italianos), é bastante disseminada em vários setores e pelas regiões do Estado.

A indústria têxtil e de confecção tem papel fundamental na economia do Brasil e de Santa Catarina. Embora apresente dispersão geográfica, as unidades produtivas desse ramo concentram-se em regiões definidas como pólos têxteis e/ou de confecção. Segundo o Instituto Euvaldo Lodi (IEL, 2010), os principais segmentos da cadeia produtiva da moda do estado catarinense ocupam o primeiro lugar, dentre as unidades da Federação, em volume de produção e em faturamento gerados pelas confecções. Situam-se, sobretudo, no Vale e Alto Vale do Itajaí, no sul e norte do Estado, por exemplo, as cidades de Brusque, Blumenau, Rio do Sul, Criciúma, Florianópolis, Jaraguá do Sul e Joinville, respectivamente.

2.1 Região da Grande Florianópolis

A Região da Grande Florianópolis é formada pelos municípios: Águas Mornas, Angelina, Anitápolis, Antônio Carlos, Biguaçu, Florianópolis, Governador Celso Ramos Palhoça, Rancho Queimado, Santo Amaro da Imperatriz, São Bonifácio, São José e São Pedro de Alcântara. Esta região apresenta uma grande diversidade, seja por sua geografia, clima ou mesmo pelos aspectos inerentes a sua colonização. É nos municípios litorâneos com destaque para Florianópolis, São José, Palhoça e Biguaçu que se concentram maior número de habitantes. O litoral teve sua colonização fundamentada em grande parte pelos açorianos, contudo, esta região metropolitana vem perdendo, com o passar do tempo, um pouco desta identidade devido à grande afluxo de pessoas de outros estados e regiões devido à atratividade imposta por suas características naturais e pela qualidade de vida.

O município de Florianópolis tem as principais atividades econômicas nos setores de comércio e serviços, estes, sobretudo nas áreas de administração pública, turismo e educação (Secretaria do Estado de Santa Catarina, 2010). As empresas do vestuário se ajustam perfeitamente às características ambientais desta região, por apresentar baixíssimo impacto ambiental. Além de ser, um dos pilares de sustentação da economia em razão de seu número, abrangência e capacidade de geração de empregos. Devido a alguns incentivos por parte dos órgãos públicos, há uma maior presença de empresas de vestuário nos municípios de Biguaçu, São José e Palhoça.

A Região da Grande Florianópolis embora não se destaque como grande produtora do vestuário caracteriza-se pela presença de um total de 71 empresas, conforme informações obtidas no portal da CIESC (2013), sendo 44 micro empresas, 24 empresas de pequeno porte e 03 médias empresas que estão distribuídas na região conforme mostra a Figura 1. Nenhuma empresa de grande porte foi identificada na região de estudo.

Figura 1 – Empresas da Região da Grande Florianópolis,

Empresas Catarinenses	Região da Grande Florianópolis
MICRO-EMPRESAS	44
PEQUENO PORTE	24
MÉDIO PORTE	03
GRANDE PORTE	0
TOTAL	71

Fonte- Base de Dados – CIESC (2013).

Os dados CIESC (2014) revelam que na região da Grande Florianópolis existe o predomínio de micro ou pequenos negócios voltados para a confecção do vestuário com a família na liderança do empreendimento. Lins (2000) constatou que o elo da confecção catarinense e da Grande Florianópolis é formado por confecções de micro e pequeno porte, e em sua maioria, muitas na informalidade, o que gera uma cultura amadora de planejamento e controle nas pequenas empresas. Concluiu em sua pesquisa que 45% dos empresários de empresas extintas não dispunham de experiência anterior direta no ramo. Essa condição não representa uma falha, pois sempre há muitos novos empresários começando pela primeira vez um negócio, mas indica à

importância e a necessidade de apoio gerencial prévio a abertura de um novo empreendimento.

Constatou-se com a pesquisa que grande parte das micro e pequenas empresas são familiares e o principal dirigente ou administrador é o proprietário. O poder e o processo de tomada de decisões estão comumente concentrados nesta pessoa do empreendedor, que exerce, desta forma, um papel relevante no processo de formulação de estratégias da empresa.

As decisões nessas empresas normalmente são tomadas com base na intuição e experiência do dirigente. Essas características típicas demonstram em parte por que muitas empresas de pequeno porte encerram suas atividades antes de completar um ano de vida. Dessa forma, o dirigente da pequena empresa precisa se conscientizar que o gerenciamento das informações, das inovações tecnológicas e da capacitação para seu uso aumenta a possibilidade de sobrevivência e sucesso no negócio.

3. Inovações

Inovar não privilégio só das grandes empresas,mas todas as empresas podem inovar - basta pôr em prática ideias e métodosdiferentes, que resultem em novos produtos e processos inovadores. Claro que determinadas inovações custam caro, porém se a empresa não inovar pode perder espaço no mercado competitivo.

A definição de inovação foi proposta pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e a Comissão Européia (CE), nas linhas de orientação para a recolha e interpretação de dados de inovação (MANUAL DE OSLO, 2005, p.55), e diz o seguinte:

A inovação é a implementação de um produto (bem ou serviço), processo ou método de marketing novo ou significativamente melhorado ou um novo método organizacional em práticas de negócio, local de trabalho ou relações externas.

Conforme Drucker (2005) são três os tipos de inovação:

Inovação de produto - Consiste em modificações nos atributos do produto, com mudança na forma como ele é percebido pelos consumidores.

Inovação de processo - Trata de mudanças no processo de produção do produto ou serviço. Não gera necessariamente impacto no produto final, mas produz benefícios no processo de produção, geralmente com aumentos de produtividade e redução de custos.

Inovação de modelo de negócio - Considera mudanças no modelo de negócios, ou seja, na forma como o produto ou serviço é oferecido ao mercado. Não implica necessariamente em mudanças no produto ou mesmo no processo com que ele é produzido, mas sim na forma como que ele é levado ao mercado.

3.1 Inovações Tecnológicas no Setor do Vestuário

De um modo geral verifica-se em algumas etapas do processo produtivo certas inovações tecnológicas, porém, no todo, o padrão de trabalho associado ao setor ainda guarda características artesanais, em que a qualidade do produto está ligada à habilidade do trabalhador. A inovação tecnológica se faz presente com maior intensidade nos processos de criação do produto, na modelagem e no corte.

No setor de criação verificou-se uma série de *softwares* usados pelo setor de criação para o desenho do produto, como o CorelDRAW®, o Adobe Photoshop® e o Illustrator®.

No setor de modelagem, todas as etapas do desenvolvimento da modelagem do vestuário podem ser feita com o uso de sistemas computadorizados. Foi nos setores de criação, modelagem e corte que a tecnologia mais avançou, especificamente com o sistema *CAD/CAM* – Projeto Assistido por Computador e Manufatura Assistida por Computador, traduzidos do inglês *Computer Aided Design* e *Computer Aided Manufacturing*.

As siglas *CAD/CAM* tratam, na verdade, de duas tecnologias distintas, que podem interagir junto a sistemas de automação da produção, como o *CAM* (*Computer Aided Manufacturing* – Manufatura Assistida por Computador), que utiliza computadores e equipamentos de controle numérico nos processos de produção. Todos os projetos produzidos pelo *CAD* podem ser transformados em um programa que será executado pelo *CAM*, ou seja, o *CAD* analisa o

programa e demonstra na tela do computador o novo produto e o CAM, através de máquinas computadorizadas com controle numérico, executa a sua fabricação (SILVEIRA, 2003).

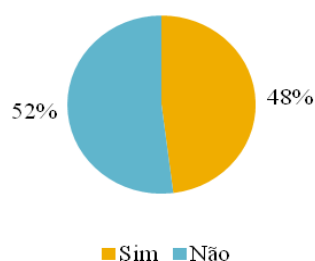
O uso desta tecnologia permite a simulação de combinações de peças do vestuário formando inúmeros modelos, com a vantagem de manterem-se tudo organizado, evitando a estocagem de moldes de papel. De posse das larguras corretas dos tecidos a serem cortados, pode-se encaixar as diferentes grades e modelos seguindo o planejamento dos pedidos dos clientes. Todo esse trabalho permanecerá armazenado. Surgindo a necessidade da repetição para o corte, basta “*plottar*” novamente, não tendo mais que se refazer o encaixe dos moldes. No entanto, o acesso a esse avanço tecnológico se restringe a poucas empresas devido ao elevado custo.

Quanto à pesquisa de campo, esta foi realizada junto à micro, pequenas e médias empresas de vestuário da região da grande Florianópolis. De um total de 43 (quarenta três) empresas obteve-se 36 (trinta e seis) respondentes, ou seja, 83,70% (oitenta e três e setenta por cento). Todas as pequenas e médias empresas responderam ao questionário e, dentro das microempresas 7 (sete) delas não foi possível estabelecer contato telefônico ou por e-mail.

A utilização de sistemas computadorizados na Região da Grande Florianópolis é modesta, 48% (GRAFICO 1). Isto se justifica pelo predomínio das micro empresas como atividade econômica complementar da família, com pouca visão empreendedora para o crescimento dos negócios.

Gráfico 01 - Sistema CAD nas Empresas da Região da Grande Florianópolis.

O Setor de Modelagem utiliza o Sistema CAD para executar a modelagem do vestuário?



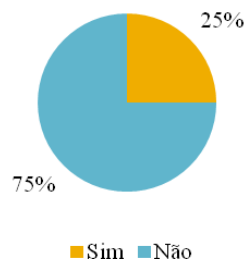
Fonte: Resultados da Pesquisa de Campo, 2013.

Quanto aos setores de costura e acabamento, estes obtiveram alguns avanços tecnológicos em nível de máquinas, equipamentos e dispositivos automáticos em operações padronizadas com resultados localizados, porém há uma predominância de máquinas de costura que mantêm, basicamente, a mesma concepção dos primeiros modelos utilizados, marginalizados das melhorias relacionadas à microeletrônica.

Apenas 25% das micro empresas desta região possuem sistema CAD (GRAFICO, 2). Mesmo tendo nesta região uma empresa de tecnologia que produz um *software* com as mesmas funções dos importados e com preço mais acessível. Entende-se que a cultura empresarial não esteja totalmente aberta as novas tecnologias, ocorrendo ainda um certa resistência ou consideram o preço alto para os padrões da empresa.

Gráfico 02 – Sistema CAD nas Micro Empresas da Região da Grande Florianópolis.

O Setor de Modelagem utiliza o Sistema CAD para executar a modelagem do vestuário?

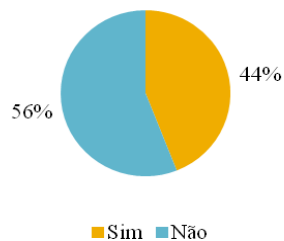


Fonte: Resultados da Pesquisa de Campo, 2013.

Constatou-se que 56 % das pequenas empresas (GRAFICO 3) não usam sistemas computadorizados. Neste caso, as modelistas realizam este trabalho em um processo manual.

Gráfico 3 – Sistema CAD nas Pequenas Empresas da Grande Florianópolis.

O Setor de Modelagem utiliza o Sistema CAD para executar a modelagem do vestuário?



Fonte: Resultados da Pesquisa de Campo, 2013.

Os resultados da pesquisa de campo mostram que nesta região predominam as micros e pequenas empresas. Algumas empresas possuem modelistas com formação técnica ou universitária. Em alguns casos a modelagem é desenvolvida pelos próprios empresários, por uma costureira que demonstre habilidade na realização deste trabalho ou é terceirizada.

5. Conclusão

A pesquisa realizada na Região da Grande Florianópolis, mostra que predominam micro e pequenas empresas de confecção, com a família na liderança do empreendimento. Embora a economia da região não dependa exclusivamente deste setor, estas empresas são fundamentais para promover o crescimento econômico, criar empregos e melhorar as condições de vida da população.

Grande parte das empresas é dependente de seu proprietário, que envolvem-se em todos os setores da organização, além de executar várias atividades operacionais como: criação, modelagem, visita a clientes, controles diversos, recebimentos, compras, entregas, dentre outras.

Constatou-se que as empresas do vestuário desta região estão investindo na inovação de produtos mais personalizados, produzidos em pequenos lotes. São agregados a estes produtos trabalhos artesanais, bordados, rendas, entre outros. A inovação também ocorreu nos processos industriais, com o aumento da qualidade e da produtividade. Com a implantação dos sistemas computadorizadas, principalmente com a precisão e qualidade no setor de modelagem. O sistema pode funcionar como parte de um processo de atualização tecnológica visando à valorização da empresa no mercado.

De um modo geral, as empresas desta região investem pouco capital em tecnologias de ponta, atendem mercados locais ou regionais, porém com grande mobilidade operacional e com respostas rápidas em um mercado de mudanças constantes.

Portanto, a inovação seja nos produtos, nos processos ou nas práticas do mercado é a chave para ajudar a empresa a crescer e a expandir-se num ambiente em rápida mudança.

6. Referências

DRUCKER, Peter Ferdinand. Desafios Gerenciais para o século XXI. São Paulo: Pioneira, 2005

FIESC. Santa Catarina em Dados. Unidade de Acompanhamento Econômico Industrial. Florianópolis: FIESC, 2008.

IEL- Instituto EuvaldoLodi de Santa Catarina <<http://www.ielsc.org.br/web/>> Acesso em 10 de Agosto de 2013

LINS, H. N.. Reestruturação industrial em Santa Catarina: pequenas e médias indústrias têxteis e vestuaristas catarinenses perante os desafios dos anos 90. Florianópolis: Ed. UFSC, 2000.

SILVEIRA, Icléia. Análise da Implantação do Sistema CAD na Indústria do Vestuário. In: Modapalavra. Florianópolis: ed. Insular, 2003.