

ANÁLISE DA INDÚSTRIA TÊXTIL DA REGIÃO DO COREDE RIO DA VÁRZEA RS

Analysis of the textile industry of the COREDE Varse'as River Region RS

Israel, Maria Aparecida de Oliveira; Mestre; Universidade de Passo Fundo, mariaaparecida@upf.br¹

Hobolt, Rosânia; Mestre; Universidade de Passo Fundo, rosania@upf.br.²

Resumo:

Esse artigo relata uma análise obtida por um mapeamento quantitativo das indústrias têxteis da região do COREDE DO RIO DA VÁRZEA, cidade de Sarandi RS, identificando os pontos de excelência, bem como pontos frágeis nas empresas analisadas.

Palavras chaves: Indústria. Análise. Têxteis

Abstract:

This paper reports an analysis obtained by a quantitative mapping the textiles industries of the Corede from Varsea's River, in Sarandy city RS, identifying the points of excellence and fragile points in the analyzed companies.

Keywords: industry; analysis; textiles.

¹ Graduação em Tecnologia da Confeção Têxtil (Universidade de Passo Fundo). Especialista em Marketing de Moda (Senac-Passo Fundo). Mestre em História – História da Modelagem (Universidade de Passo Fundo). Professora do CST em Design de Moda Universidade de Passo Fundo.

² Graduação em Ciências Econômicas (Universidade Regional de Blumenau). Especialista em Gestão de Recursos Humanos (Universidade de Passo Fundo). Mestre em Educação (Universidade de Passo Fundo). Professora do CST em Design de Moda da Universidade de Passo Fundo.

Introdução

O município de Sarandi RS, apresenta 33 indústrias cadastradas na ACISAR (Associação Comercial e Industrial de Sarandi) que atuam em diversos segmentos da indústria têxtil demonstrando vocação e visão empreendedora. De acordo com apontamentos de empresários e representantes da ACISAR, o setor tem apresentado significativa redução no número de empresas atuantes, gerando uma redução nos lucros e déficit na produção local, segundo eles, isso se deve aos seguintes fatores: falta de capacitação nas áreas de gestão, criação e produção; desatualização do parque tecnológico na maioria das empresas; falta de profissionais especializados na área e ausência de planejamento estratégico. Diante dessas informações e com conhecimento atualizado In loco da realidade em que essas empresas encontram-se, pretende-se elaborar um plano de ação que cause impacto tanto no processo produtivo e tecnológico e que resulte, uma significativa melhora no produto final, colaborando para ampliação de mercado.

Com esses aspectos, o estudo realizado é fundamentado na cultura projetual, proveniente do design e que, poderá colaborar de forma expressiva, dando base no desenvolvimento de ações que originarão a melhoria no setor produtivo. Com base em Fialho; Arbex ; Krammer(2008,p.6) o design é a ciência capaz de criar ou mostrar uma boa ideia agregado a uma necessidade por parte de um consumidor ou mercado, gerando um produto ou serviço.

Evoluindo para um pensamento empresarial, as indústrias locais possuem uma identidade cultural e uma conexão, mesmo que frágil, de articulação, interação, cooperação e aprendizagem mútua e com outros sujeitos locais e institucionais (ALBAGLI;BRITO,2002).Dessa forma, a promoção de ações que englobam várias indústrias é de total importância para o desenvolvimento geral do setor, no segmento têxtil.

Nesse contexto foi realizado um mapeamento através de análise quantitativa, observando pontos de excelência e pontos frágeis da indústria têxtil da região de abrangência do COREDE do Rio da Várzea buscando ofertar capacitação através de cursos direcionados às necessidades apontadas; prospectar a indústria têxtil de Sarandi e região no sentido de divulgar melhor seus produtos, proporcionando um direcionamento adequado

no mercado; incentivar o desenvolvimento técnico e acesso a novas tecnologias.

Metodologia

O diagnóstico foi realizado através de entrevista guiada por questionário estruturado previamente, contendo perguntas específicas que apontassem a realidade industrial nas seguintes dimensões: recursos humanos, processo criativo, construção, gestão da produção e de mercado.

Para se iniciar uma pesquisa, Asti Vera (1979), protege a ideia que o propulsor para um estudo é o problema pois sem ele não há razão de realizar a pesquisa. Em Ander – Egg (1978), há um enfoque perceptivo estruturado de pesquisa aliada ao conhecimento, na qual a classifica como um procedimento. Este procedimento consistia em um sistema que pudesse ser controlado, avaliado, mas que acima de tudo expusesse novos dados e informações, não se limitando a nenhum tipo específico de conhecimento. Aplicada as ciências sociais, Marconi; Lakatos (2002), definem pesquisa como ferramenta principal para a resolução de dificuldades coletivas. Pois, Selltiz et al (1965) aceita que o significado e consideração à aplicação dos métodos é que realmente poderia ocasionar resultados nem sempre aceitáveis mas com certeza legítimos.

Pesquisa quantitativa e grupo focal

Nesse tipo de enfoque, os pesquisadores procuram demonstrar as relações de atrelamento funcional entre mutáveis para discutirem o porquê dos fatos. Eles buscam apontar os elementos que constituem o objeto de estudo, constituindo a estrutura e o desenvolvimento das afinidades entre os elementos. Seus elementos dizem respeito à metrificacão (medidas, comparação/padrão/metro) e o enfoque é experimental, hipotético-dedutivo e constituem uma averiguação.

Este estudo aliou-se a técnica de grupo focal para corroborar seu resultado. A organização do grupo início em agosto de 2014, com encontros durante os workshops oferecidos pelo projeto, de empresários e colaboradores

das indústrias pertencentes ao COREDE do Rio da Várzea, algumas pertencentes a ACISAR (Associação Comercial e Industrial de Sarandi). Nestes encontros, as perguntas eram direcionadas e coordenadas por professores participantes do projeto e docentes da Universidade de Passo Fundo. Decidiu-se pela utilização da técnica de grupo focal para coleta de dados, pela possibilidade de reunir pessoas com características comuns. Esta técnica permite ao investigador constatar como as pessoas ponderam uma experiência, ideia ou um evento, como determinam um problema e quais opiniões, sentimentos e significados encontram-se associados a esse problema. Citando May (2004, p. 15) “[...]o grupo focal é um grupo de discussão informal e de tamanho reduzido, com o propósito de obter informações de caráter qualitativo em profundidade”. Barbour (2009, p. 54) explica que os grupos focais geram um excelente papel ao adaptar ponderações dos métodos, em vez dos resultados.

ABORDAGEM OPERACIONAL

Questionário - O enfoque da coleta de dados se deu através de um questionário composto de 5 dimensões e cada uma (com exceção de recursos humanos) com 3 a 6 questões abertas com o sentido de obter informações sobre às práticas produtivas de cada empresa, foram aplicadas em 20. As questões deste instrumento estão relacionadas no apêndice A. As questões apresentadas e seus resultados foram os seguintes:

Dimensão Recursos Humanos - O item aborda o número de colaboradores das 28 empresas que responderam ao questionário, conforme Tabela 1.

Tabela 1- Dimensão Recursos Humanos

	Até 10	De 10 - 20	De 20 - 30	30 ou mais
Número de Funcionários	35%	30%	10%	25%

Dimensão processo criativo - aborda desenvolvimento do processo de criação e como ocorre a pesquisa e elaboração do produto para o mercado consumidor, 28 empresas responderam (Tabela 2).

Tabela 2-Dimensão processo criativo

Questões:	Sim	Não	Manual	Digital
Pesquisa em site especializado	20%	80%		
Desenvolvimento de croqui			90%	10%
Possui profissional com formação na área	35%	65%		

A análise desse setor permite visualizar que as empresas encontram-se em processo primário de desenvolvimento de produtos de moda. As tecnologias disponíveis auxiliam no desenho de moda e permitem perfeita adequação às tendências de mercado em silhuetas, texturas e estampas, nesse caso o desenho manual não é apropriado para a indústria por não apresentar as orientativa adequada a confecção. Pesquisas de tendências devem ter abordagem direta e indicativa por segmento, ao realizar pesquisas diretamente em sites de busca, as imagens tornam-se errôneas e muitas vezes deturpadas, sendo necessária análise de profissional com formação nessa área. Essa forma de criação industrial, já não satisfaz à realidade contemporânea, pois os prazos têm sido menores, em razão do desenvolvimento tecnológico; do acesso fácil à informação; e da abertura do mercado brasileiro às importações. A ausência de profissionais qualificados no processo criativo, corrobora a falta de atenção às questões relatadas anteriormente.

Dimensão construção- Foca nos métodos usados para desenvolver o processo construtivo do vestuário bem como, o gerenciamento da qualidade, 28 empresas responderam (Tabela 3).

Tabela 3-Dimensão construção.

Questões	Sim	Não	Manual	Digital	Linha	célula	Amostra	Controle 100%
Desenvolvimento da modelagem			75%	25%				
Planejamento de risco e corte			50%	50%				
Sistema de corte			80%	20%				
Processo de confecção					40%	60%		
Controle de qualidade							25%	75%
Profissional qualificado em controle de qualidade		100%						

Nesse item, ocorre um balanceamento nas práticas de construção do vestuário, 75% traçam os moldes manualmente e 50% utilizam métodos computadorizados para risco e corte, isso ocorre devido aos custos elevados dos softwares de modelagem, os de planejamento de risco corte são mais acessíveis. No processo de confecção a produção em célula só ocorre em empresas com mais de 10 colaboradores, as demais optam por linha. O percentual alto em controle total da qualidade evidencia a preocupação com a condição do produto final, comprovando a característica principal dos produtos apontada em grupo focal: alta qualidade dos produtos das indústrias locais.

Dimensão Gestão da produção - tem como abordagem controle de produção e eficiência dos processos (Tabela4).

Tabela 4-Dimensão Gestão da Produção.

Questões	Sim	Não	Individual	Grupo	NR
Tempos cronometrados	85%	10%			5%
Cálculo de eficiência			15%	80%	5%
Pagamento de premiação	40%	60%			
Responsável Planejamento e Controle da Produção	45%	45%			10%
Controle dos reprocessos	40%	50%			10%

Nessa dimensão, é evidenciada a preocupação em baixar custos e otimizar a produção, a grande maioria das indústrias cronometra seus tempos de processo e mantém controle dos reprocessos buscando melhorias. O baixo índice de pagamento de premiações é preocupante, a mão de obra de manufatura não é valorizada, sendo a base construtiva da confecção. A insatisfação salarial aliada a baixa qualificação pode ser o resultante dos gargalos apontados em grupo focal. Convém salientar que ocorre uma sensível relutância ao encaminhar funcionários para qualificação pelos empresários locais e isso, pode ser percebido nas listas de presenças dos workshops oferecidos por esse projeto.

Dimensão Mercado- este item evidencia o posicionamento da marca no mercado, total de 28 empresas (Tabela 5).

Tabela 5-Dimensão mercado

Questões	Sim	Não	Catálogos	Repr.	Site	Nac.	Est.	NR
Marca própria	100%							
Private label	25%	75%						
Estratégia de comercialização			50%	20%				30%
Atuação de mercado						70%	30%	
Estratégia de marketing					60%	35		5%

Profissional com formação na área	10%	30%						60%
-----------------------------------	-----	-----	--	--	--	--	--	-----

Nesse item foi possível perceber que a grande maioria das empresas preocupa-se com estratégias de marketing, mantendo site da marca e investindo em campanhas publicitárias. Seus produtos além de atingir o mercado regional, atuam a nível nacional. A pesquisa evidencia alto percentual de indústrias que produzem unicamente seus produtos, demonstrando domínio de mercado consumidor e apenas 25% fabricam para terceiros.

ANALISE DOS RESULTADOS

Durante essa pesquisa, foi possível perceber os problemas latentes existentes no grupo de indústrias têxteis que pertencem ao COREDE Rio da Várzea. A falta de mão de obra é uma constante, os empresários demonstram preocupação e ao mesmo tempo não buscam a capacitação de seus colaboradores para mudar esse panorama, pois no momento em que houve a oferta de cursos que qualificam os funcionários, o mesmo não atingiu o número de vagas oferecidos. A falta de profissionais para atender a aceleração do crescimento do mercado consumidor é muito preocupante e pode ser determinante como entrave no desenvolvimento das pequenas indústrias participantes dessa análise.

A baixa qualificação estende-se em todos os setores de produção, como costureiras, modelistas, designers e atinge profissionais dos setores financeiros e de recursos humanos.

No quesito acesso às tecnologias, o assunto é delicado pois envolve poder aquisitivo. É inegável que a tecnologia utilizada pela indústria têxtil é um componente decisivo para o desenvolvimento de coleções de sucesso comercial e que atendam às necessidades e aos desejos do consumidor contemporâneo. O consumidor apresenta-se mais informado e exigente, buscando roupas com estética aceitável, modernas, confortáveis e de qualidade. A indústria da moda está atrelada inovações; do quase esquecimento das tendências da estação passada e do impulso aquisitivo do consumista diante de uma peça que agrupa as qualidades que ele busca ou

deseja. Para que os designers possam externar seu potencial criativo e desenvolver produtos inovadores, é imprescindível que o processo produtivo acompanhe e esteja em constante evolução e, neste panorama, é necessário aliar-se à toda tecnologia existente em máquinas e equipamentos atualizados que possam proporcionar recursos em agilidade e inovação.

Diante da defasagem tecnológica que afeta as pequenas empresas regionais e falta de mão de obra qualificada, torna-se urgente um plano de ação que possibilite o acesso a inovação tecnológica no Centro Vocacional Têxtil de Sarandi e que, corrobora as ações propostas nesse projeto e que já estão sendo viabilizadas.

REFERÊNCIAS:

- ANDER – EGG, Ezequiel. Introducción a las técnicas de investigación social: para trabajadores sociales. 7. ed. Buenos Aires: Humanitas, 1978.
- ASTI VERA, Arnaldo. Metodologia da pesquisa científica. 5. ed. Porto Alegre: Globo, 1979.
- BARBOUR, Rosaline. Grupos Focais. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- MAY, Tim. Pesquisa social: questões, métodos e processos. Porto Alegre: Artmed, 2004.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Técnicas de pesquisa. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- SELLTIZ, C. et al. Métodos de pesquisa nas relações sociais. São Paulo: Heder, 1965.
- SILVEIRA, Amélia. (Org.). Roteiro básico para apresentação e editoração de teses, dissertações e monografias. 2. ed. Blumenau: Edifurb, 2004. p. 103 – 106.