

FIESC
IEL

***Prospecção de Demandas para as Cadeias
Produtivas de Santa Catarina***

***(Identificação de Gargalos de
Competitividade)***

CADEIA TÊXTIL - CONFECÇÕES

CADEIA TÊXTIL- VESTUÁRIO

1 INTRODUÇÃO

Este estudo tem por objetivo demonstrar o cenário atual vivido pelos setores de Vestuário e Têxtil no Estado de Santa Catarina, com vistas a proporcionar informações consistentes a investidores, fornecedores e clientes deste setor, que voltou a ser uma importante vitrine do Estado.

Diversas fontes foram pesquisadas para se chegar ao presente diagnóstico, tais como empresas de renome e grande representatividade no setor, sindicatos regionais e associações comerciais, além de material publicado em Universidades e dados fornecidos pelo Sistema FIESC e pela literatura vigente acerca do assunto, tudo isso para que se chegasse aos dados mais exatos possíveis, a ponto de esta se constituir em uma ferramenta para a tomada de macrodecisões em prol do setor.

Apesar disso, alguns dados tem determinada defasagem de data. Por este motivo, as tabelas e gráficos apresentados estarão com a referência do ano-base que se dá a informação.

Como objetivo maior, espera-se que este constitua-se em instrumento para expansão das fronteiras dos setores Vestuário e Têxtil no Estado de Santa Catarina, a partir de um estudo coerente e real do contexto vivido na atualidade.

2 A CADEIA DO SETOR VESTUÁRIO/TÊXTIL

Abaixo apresentamos a cadeia que envolve os setores Vestuário e Têxtil, a partir da qual serão efetuadas as considerações referentes a este trabalho.

Caracterização básica dos principais segmentos da Cadeia:

- **Fabricação de linhas e fios:** O potencial de Santa Catarina é forte neste segmento, contando com diversas empresas de portes variados: desde grandes, médias e pequenas. Muitas das pequenas e médias têm uma linha segmentada de produtos, atendendo mercados específicos tanto no cenário nacional e mundial.
- **Estamparia e fabricação de tecidos:** Compõe-se de indústrias de médio e grande porte que têm acompanhado a rigorosa evolução tecnológica por que tem passado o segmento nos últimos 10 anos. Em sua maioria, são empresas familiares situadas na Região do Vale do Itajaí, que estão buscando consolidar uma estrutura de gestão com maior planejamento e certeza nos resultados.

- **Fabricação de vestuário/confeccões:** O Estado ocupa a 1ª posição no país em volume de produção e em faturamento gerado. As empresas estão situadas principalmente no Vale e Alto Vale do Itajaí, Sul do Estado e Norte do Estado, apesar de que nas demais regiões, micro e pequenas indústrias também respondem por uma parcela da produção do Estado.

3 MERCADO

- a) **Têxtil:** O mercado em que atuam as empresas do setor têxtil em Santa Catarina é bastante diversificado. Aproximadamente 3% da produção é consumida dentro do Estado. As demais frações ficam por conta da exportação (10%) e para o consumo de outros Estados (82%). A primeira conclusão que podemos tirar é a necessidade de uma logística muito bem dimensionada para garantir a proximidade ao cliente e o cumprimento dos prazos estipulados. Muitas empresas têm adotado a construção de centrais de distribuição em regiões estratégicas no país como sendo uma saída para a Venda nos outros Estados.

Para o setor, é imprescindível a atualização tecnológica, que fica aquém do que é utilizado nas indústrias americanas e europeias. Esta defasagem se deve ao longo tempo de acomodação que viveu a indústria têxtil em Santa Catarina, até que, com a Globalização, a evolução e a inovação tiveram que ser adotadas, sob pena de quebra destas empresas, o que acabou ocorrendo na década de 90.

As fusões não estão descartadas. Para se tornarem mais competitivos, os grupos do centro do país tem-se fundido para associar competências e capital, o que ainda é muito recente e não se tem feedback da eficácia desta prática. As empresas catarinenses já aceitam esta idéia em caso de necessidade, pois tem estado abertas a todo e qualquer tipo de parceria, onde possa-se agregar valor.

- b) **Vestuário:** A possibilidade de exportação tem animado os empresários do setor, devido a melhor rentabilidade que se obtém com esta prática. Acontece que as empresas de vestuário do Estado ainda não estão absolutamente prontas para a exportação, devido a falta de conhecimento do mercado e da grande dependência da moda vinda de países da Europa, que largam na frente no lançamento de cada coleção. Contudo, no mercado interno, o Estado lidera com sobras o percentual de participação no mercado, quando comparado às demais Unidades da Federação. A vocação de Santa Catarina em prover indústrias de confeccões de sucesso é tamanha que se vê a solidificação de pequenas indústrias em Brusque e o crescimento das indústrias localizadas no Sul do Estado, hoje responsáveis por 20% da produção de vestuário em Santa Catarina.

O setor, que passou por um severo enxugamento no início da década de 90, como a indústria têxtil, reagindo ainda melhor que esta e mantém-se rentável para a maioria das empresas que nele estão inseridas e tem na mão-de-obra qualificada a grande arma para se tornar ainda mais rentável, visto que a tecnologia exigida não está trazendo ganhos fantásticos em produtividade, o que

valoriza ainda mais os profissionais da área que, quando qualificados para as funções designadas, geram dividendos importantes às empresas.

A diversidade de modelos embutidos em cada coleção é um dificultado considerável para as indústrias, visto que Santa Catarina não tem tradição em “criar moda”, mas sim de copiar aquilo que se faz na Europa, principalmente. Esta diversidade gera a necessidade de equipamentos e mão-de-obra especializada para um número excessivamente grande de operações de costura, exigindo uma dinâmica e flexibilidade de produção muito grande.

4 CONFIGURAÇÃO DA INDÚSTRIA

2.1. Localização dos pólos das indústrias do vestuário e têxtil em Santa Catarina:



A divisibilidade das atividades na cadeia têxtil-vestuário (fiação, tecelagem, acabamento e confecção) possibilita uma estrutura produtiva fragmentada e uma estrutura industrial com grande diversidade de tamanho das unidades produtivas e diferentes graus de integração vertical das empresas. As diferentes possibilidades de uso dos produtos, que são de consumo final, e a característica dos processos competitivos que estimulam a diferenciação, acentuam a diversidade de produtos na indústria. Isto determina um elevado grau de integração vertical das empresas maiores. Na última década, a desverticalização ocorreu de forma incipiente, não estimulando a divisão do trabalho no interior do aglomerado de empresas, fazendo com que as relações de trocas passassem a se estabelecer com fornecedores e consumidores nacionais ou internacionais.

Mais da metade das empresas produz artigos de vestuário, seja realizando somente confecção (principalmente as pequenas empresas), seja integrando tecelagem e

confeção (em geral, malharias de porte variado). Em seguida, há empresas de médio e grande portes que integram toda a cadeia produtiva, ou seja, fiação, tecelagem e confecção: são, em geral, empresas que produzem artigos de cama/mesa/banho e artigos hospitalares, onde a etapa de confecção (toalhas, lençóis, fraldas) é mais simplificada do que a confecção de vestuário. Frações menores de empresas realizam apenas a tecelagem (caso de etiquetas e fitas elásticas) ou apenas a fiação (linhas de bordado, crochê). Finalmente, há um conjunto de empresas que realizam a tradicional integração entre fiação e tecelagem para a produção de tecidos planos.

Normalmente, as etapas de tinturaria e acabamento são realizadas pela empresa que realizou a tecelagem, mas há também casos de especialização nestas duas etapas. É muito freqüente a compra de fios e tecidos de fornecedores nacionais de fora do Estado, principalmente nas empresas maiores. Entretanto, mais de 60% das pequenas confecções adquirem tecidos no próprio Estado.

No que se refere aos fornecedores de máquinas e equipamentos não há produtores importantes localizados no Estado e há poucos no país, o que força as empresas a buscarem a tecnologia na maioria das vezes fora do país.

Infra-estrutura educacional

O SENAI possui centros educacionais nas localidades de Blumenau, Brusque, Jaraguá do Sul, Rio do Sul e Timbó, onde realizam-se cursos de curta duração (costura, risco e corte, modelagem, manutenção de máquinas de costura, CAD para confecção etc.) e de longa duração (técnico têxtil e técnico em vestuário). Ambos os cursos técnicos têm a duração de 4 semestres, sendo 1 semestre de estágio supervisionado e possuem carga horária entre 1.800 e 2.400 horas, sendo que o curso técnico de modas recebe suporte operativo do Instituto Europeu de *Design* da Itália. Os alunos formados nestes cursos técnicos são, em média, 90% absorvidos pelas empresas têxteis da região do Vale do Itajaí, e o restante são autônomos ou atuam em outras região de SC.

A FURB, através do Centro de Ciências Humanas e da Comunicação, oferece o curso de bacharelado em moda, com habilitação em estilo industrial, também oferecido pela UDESC, em Florianópolis.

Infra-estrutura tecnológica

As empresas de um modo geral estão com seus parques industriais defasados, quando comparamos às empresas internacionais. Isto se deve ao fato de que grande parte viu a necessidade de racionalizar custos nos últimos anos para se manterem no mercado. A partir dos últimos dois anos, as empresas têm conseguido atualizar a tecnologia utilizada em prol da melhoria de produtividade frente a concorrência internacional, que está às portas.

5 REGIME DE INCENTIVOS

Cabe destacar, em especial, para as médias e grandes empresas têxteis, o uso de financiamentos de bancos oficial comercial – Banco do Brasil S.^a e de desenvolvimento – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES, Banco de Desenvolvimento do Estado de Santa Catarina – BADESC. Estas instituições financeiras são repassadoras de recursos dos programas específicos – Prodec, Proex, Programa de Investimentos/BNDES – promovidos pelos governos federal e estadual, cujas empresas médias e grandes são tomadoras principais, mesmo que estes programas não estejam surtindo o efeito desejado aos empresários na atualidade, devido às altas taxas de juros.

6 GARGALOS DE COMPETITIVIDADE

VESTUÁRIO

- **Dificuldades de encontrar parcerias para diversificação de produtos:** o mercado está pedindo novos produtos acessórios ao vestuário, tipo óculos, bolsas, brincos, perfumes,...). Há escassez de parceiros que possam manter estabilidade nos negócios ao longo do tempo.
- **Falta de competitividade no mercado internacional:** a evolução na indústria do vestuário ocorreu com mais força nos últimos anos em Santa Catarina, onde foram reestruturados os processos, a forma de gestão, a visão das empresas de um modo geral. Enquanto isso, as empresas internacionais são competitivas porque desenvolveram ferramentas bastante avançadas em produtividade e qualidade e conhecem a tecnologia. Hoje, as empresas catarinenses não expandem a produção com receio da reação de países com melhor competitividade.
- **Falta de informações e conhecimento do mercado internacional:** há pouca atuação no mercado internacional porque, além da concorrência estar bem preparada, há escassez de conhecimento destes mercados, que podem ser bastante lucrativos. Consórcios de exportação estão sendo criados e viabilizados, mas as iniciativas ainda estão na fase de projeto.
- **Falta de conhecimento das tecnologias disponíveis para incremento de produtividade:** apesar de boa parte das empresas da cadeia afirmarem que conhecem a tecnologia existente, grande parte delas possuem equipamentos, softwares entre outros, que foram adquiridos, porém sem um estudo claro se tal tecnologia atenderia ou não a demanda de produtividade existente na empresa.
- **Empresas que atuam na informalidade:** o principal concorrente das indústrias do vestuário de Santa Catarina é a informalidade, ou seja, empresas que atuam no mercado e não pagam impostos e encargos devidos, vendendo seus produtos a preços mais baixos, o que gera um poder de barganha do mercado muito maior, mesmo frente às empresas de porte. É a chamada concorrência desleal.

- **Falta de um órgão que proporcione unidade às empresas da cadeia:** Em diversas cadeias produtivas, nota-se a desunião dos empresários de um determinado setor. Na Cadeia Vestuário/Têxtil, isto é ainda mais alarmante, pois não existe um fórum de discussão em prol do levantamento de oportunidades e solução de problemas do setor. Cada um age de forma isolada, a partir das forças internas existentes na empresa.
- **Falta de linhas de crédito para renovação do parque fabril e obtenção de insumos:** a linha de crédito existente é de difícil acesso, tem custo elevado, pede garantias em excesso e tem característica de curto prazo.
- **Necessidade de se manter área de desenvolvimento de produto altamente ativa:** Como há variabilidade de mercado, produtos e coleções, o departamento de desenvolvimento de novos produtos precisa estar afinado com a moda. Os departamentos técnicos das indústrias do vestuário são bastante exigidos, devido às variações da moda e aos diversos canais que formam a moda no mundo. Uma coleção mal pensada pode se constituir um grande fracasso em um curto espaço de tempo. Os profissionais desta área necessitam de atualização constante. É preciso desenvolver o conceito que Santa Catarina pode ser “criadora de moda”: isto facilitaria o estudo de tendências e a percepção do mercado como um todo.

TÊXTIL

- **Altas taxas de juros para financiamentos:** A indústria têxtil tem necessidade de novos equipamentos, pois impactam fortemente na produtividade. As linhas de financiamento disponíveis são inviáveis, chegando ao ponto de que os financiamentos diretos com o fabricante acabam sendo mais lucrativos, apesar de estes estarem, comumente, indexados pelo dólar.
- **Falta de mão-de-obra para equipamentos de última geração:** Como já foi dito, existe necessidade de aquisição de equipamentos com um nível de automação além dos atuais. Como não há um instituto que acompanhe de perto a evolução tecnológica na área têxtil, a cadeia fica carente pois a dependência é total do conhecimento interno da empresa ou de treinamentos ministrados pelos fabricantes (normalmente na Europa).
- **Falta de interação entre Associações Têxteis e do Vestuário:** A ABIT (Associação Brasileira da Indústria Têxtil) não mantém relacionamentos com a ABRAVEST (Associação Brasileira das Indústrias do Vestuário). Esta última é mais ativa junto às empresas. Isto gera uma separação também entre as associações locais.
- **Transição de empresa familiar para a gestão profissional:** Grande parte das indústrias têxteis (e do vestuário) são originárias de gestões familiares. É necessário que esta transição seja feita com cautela e de forma ágil, para que as empresas reforcem o fôlego com novas reestruturações e racionalizações para atender ao mercado.

- **Falta de parceria com fornecedores de algodão:** A maior parte do algodão é importado. Este gargalo não chega a ser significativo para empresas que possuem capital de giro a disposição. Já foi ventilada a possibilidade de montar uma central de compras unificada para otimizar o poder de barganha.
- **Falta de padronização dos produtos nas diversas regiões do mundo:** as culturas são diferentes e em cada país há diferenças técnicas quanto a modelos de produtos. O exemplo mais nítido é o da Cremer, que produz um tipo de gaze para o Brasil e outro diferente para a Guatemala.
- **Falta de mão-de-obra especializada na área têxtil:** não há escolas técnicas da área têxtil que preparem o aluno adequadamente para o mercado. Não há cursos em Santa Catarina de Engenharia Têxtil, o que torna a área bastante carente, que acaba “importando” profissionais do Paraná.

SÍNTESE DOS GARGALOS

Gargalos da Competitividade da Cadeia Têxtil

	Ambiente Microeconômico	Ambiente Mesoconômico	Ambiente Macroeconômico
V e s t u á r i o	Falta de competitividade no mercado internacional	Dificuldade de encontrar parcerias para diversificação de produtos	Falta de linhas de crédito para renovação do parque fabril e obtenção de insumos
	Falta de informações e conhecimento do mercado internacional	Empresas que atuam na informalidade	
T ê x t i l	Falta de conhecimento das tecnologias disponíveis para incremento de produtividade	Falta de um órgão que proporcione unidade às empresas da cadeia	
	Necessidade de manter área de desenvolvimento de produto altamente ativa	Falta de linhas de crédito para renovação do parque fabril e obtenção de insumos	
T ê x t i l	Transição da empresa familiar para a gestão profissional	Falta de parceria com fornecedores algodão	Altas taxas de juros para financiamento
	Design devido à falta de padronização dos produtos nas diversas regiões do mundo	Falta de interação entre Associações têxteis e do vestuário	
		Falta de mão de obra especializada na área têxtil, especialmente equipamentos de última geração	

Dentro da cadeia têxtil, os gargalos estão concentrados nos ambientes micro e mesoeconômicos. No ambiente micro econômico, a falta de mão de obra especializada, como operadores de equipamentos, é o maior problema das empresas têxteis. Já para as empresas do vestuário, a falta de informações sobre tecnologias e sobre o mercado internacional, além dos altos custos em P&D são os maiores problemas no ambiente microeconômico.

As dificuldades na realização de parcerias e de uma organização nas empresas da cadeia são gargalos para as empresas do vestuário e para as empresas têxteis. Um outro problema muito comum entre as empresas da cadeia é a

informalidade de empresas concorrentes. As taxas de juros e linhas de crédito, como em outras cadeias, também se mostra um gargalo.

ANEXOS

PERFIL DAS PRINCIPAIS EMPRESAS DO SETOR

- ✓ **Cia Têxtil Karsten** – Emprega 1.877 trabalhadores em Blumenau. Produziu 19,5 milhões de metros lineares de artigos de cama, mesa, banho, tecidos para decoração e bordar e atingiu um faturamento de R\$ 120,8 milhões. A empresa prevê investimentos anuais na ordem de R\$ 10 milhões. As vendas no exterior representam 31% das exportações brasileiras na linha de mesa, banho e decoração.
- ✓ **Cremer S/A** – Possui 1.300 funcionários e está situada em Blumenau. É fabricante de fraldas de tecido, algodão hidrófilo, compressas de gaze, ataduras de crepon e gessada, esparadrapos e fitas adesivas industriais. A previsão de faturamento para 2000 é de R\$ 155 milhões. Os investimentos anuais estão na faixa de R\$ 7 milhões, com o fim de modernizar equipamentos e lançamento e desenvolvimento de novos produtos e processos. É líder de vendas no segmento médico hospitalar no Brasil.
- ✓ **Cia Hering** – Situa-se em Blumenau e emprega diretamente 4.000 pessoas. A previsão de faturamento para 2000 é de R\$ 440 milhões. Seus principais produtos são camisas de malha, camisas de tecido plano, roupas íntimas e calças de tecido plano. É a maior indústria de confecções da América Latina e a 2ª do mundo. A empresa foi fundada em 1880 e possui capital 100% nacional.
- ✓ **Marisol S/A Ind. do Vestuário** – Conta com 3.600 funcionários e a matriz situa-se em Jaraguá do Sul. Fundada em 1964, a empresa é a 3ª maior dentro do setor de confecções em malha de algodão brasileiro. Para 2000, o faturamento previsto é de R\$ 230 milhões. Confecciona artigos em malha e cresceu com muita solidez nos últimos 10 anos.
- ✓ **Teka Tecelagem Kuehnrich S/A** – Possui 2.153 colaboradores na unidade de Blumenau e 1.010 em Indaial. Produz roupas de cama, toalhas de mesa, toalhas de rosto, pés e banho, toalhas de praia, panos de copa e roupões. Em 1998, o faturamento total foi de R\$ 167 milhões. A empresa é líder de mercado no Brasil no setor de cama, mesa e banho. Suas unidades são dotadas de estações de tratamento de efluentes e coletores de fuligens das caldeiras.
- ✓ **Marcatto S/A** – Localiza-se em Jaraguá do Sul, empregando 200 funcionários. O faturamento estimado para 2000 é de R\$ 13 milhões. Seus principais produtos são chapéus e bonés, mas a empresa pretende ampliar

para outros acessórios afins. Ocupa a 1ª posição em nível nacional neste segmento de atuação. Possui 7.500 clientes ativos.

- ✓ **Döhler S/A** – Situa-se em Joinville e emprega 2.500 trabalhadores. Seus principais produtos são toalhas de banho, rosto, praia, roupões, toalhas de mesa, edredons, colchas, tecidos para cortinas e decoração, cortinas confeccionadas, fraldas e tecidos industriais. Em 1999, a empresa foi a mais rentável do setor, alcançando 9,71% de rentabilidade sobre o patrimônio líquido. Atualmente é a 2ª maior do Sul do país no segmento têxtil.
- ✓ **Dudalina S/A** – Localiza-se em Blumenau e emprega 800 trabalhadores. Em 1999, alcançou 26,11% de rentabilidade sobre o patrimônio e está entre as cinco maiores do Sul do país em confecções. A empresa solidificou sua atuação em camisaria e camisas de algodão (masculino/feminino) e pretende investir forte em tecnologia da informação e treinamento nos próximos dois anos.
- ✓ **Zanotti Ind. e Com. de Elásticos Ltda.** – Fabricante de fitas e fibras sintéticas ou artificiais e fitas elásticas, em Jaraguá do Sul. É a maior fabricante de elásticos da América Latina. Emprega 527 funcionários.
- ✓ **Fábrica de Rendas e Bordados Hoepcke S/A** – Situada em São José, emprega 500 colaboradores. Os principais produtos fabricados são rendas e bordados. Em 1998, produziu 23 milhões de metros de tiras de bordados e faturou R\$ 11 milhões. Em seu segmento, ocupa a 2ª posição em nível nacional.
- ✓ **Buettner S/A Indústria e Comércio** – Possui 1.300 trabalhadores em Brusque. Em 1998, faturou R\$ 66,8 milhões. Os principais produtos fabricados são toalhas felpudas, artigos têxteis para o lar, artigo para cama, mesa e tecidos lisos. Em 1999, foram investidos R\$ 7 milhões em máquinas e equipamentos.
- ✓ **Fábrica de Tecidos Carlos Renaux S/A** – Produziu 23,2 milhões de m2 e faturou R\$ 82 milhões em 1998. Localiza-se em Brusque e possui 910 colaboradores. Fabrica tecidos 100% algodão para vestuário.
- ✓ **Cia Fabril Lepper** – Situada em Joinville, é fabricante de toalhas de mesa, toalhas e jogos de banho, colchas, roupões, cortinas, jogos de cozinha, aventais e panos de copa. Conta com 800 colaboradores. Em 1998, produziu 4.182 toneladas e seu faturamento foi de R\$ 54,6 milhões.

FONTES BIBLIOGRÁFICAS

CUNHA, Idaulo José. O salto da indústria catarinense - um exemplo para o Brasil. Paralelo 27. Florianópolis, 1992.

CUNHA, Idaulo José. A ECONOMIA CATARINENSE RUMO A UM NOVO SÉCULO: Relatório Executivo. Instituto Cepa/SC. Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Secretaria da Qualidade e Produtividade. Florianópolis, 1999.

SANTA CATARINA EM DADOS – 1999. Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina. Setor Econômico-Estatístico. Florianópolis, 1998.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. ESTATÍSTICA DA INDÚSTRIA BRASILEIRA – 1999.

Gazeta Mercantil S/A – Santa Catarina. ARTIGOS SOBRE O SETOR VESTUÁRIO E TÊXTIL CATARINENSE. Florianópolis, 2000.

Gazeta Mercantil S/A – Balanço Anual – Santa Catarina. Florianópolis, 2000.

Revista Expressão: AS 300 MAIORES EMPRESAS DO SUL. Florianópolis, 2000.

Empresas e entidades entrevistadas (Marisol, Cremer, Marcatto, Teka, Hering, Sul Fabril, SENAI/Blumenau, SENAI/Lages e SINTEX)

