

COMPETITIVIDADE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS TÊXTEIS DE BRUSQUE E REGIÃO

COMPETITIVENESS OF MICRO AND SMALL TEXTILES COMPANIES IN BRUSQUE AND REGION

André de Souza*

Resumo: Este artigo apresenta o atual nível de competitividade das micro e pequenas empresas têxteis de Brusque e região. Para tal análise, optou-se pela proposta do Estudo da Competitividade da Indústria Brasileira – ECIB. Foi realizada pesquisa junto a 63 empresas locais, onde retrataram suas atuais situações a respeito de fatores empresariais (internos e sobre os quais a empresa detém poder de decisão), fatores estruturais (a capacidade de intervenção da empresa é parcial e limitada pelo processo de concorrência) e fatores sistêmicos (a empresa possui pouca ou nenhuma possibilidade de intervir). Neste presente artigo foram indicados pontos críticos que afetam as micro e pequenas empresas têxteis da região e sugeridos recomendações de ações e políticas públicas para a melhoria da competitividade.

Palavras-chave: Competitividade, micro/pequenas empresas, têxtil.

Abstract: This article presents the current level of competitiveness of micro and small enterprises and textile Brusque region. For this analysis, we chose to study the proposal of the Competitiveness of the Industry - ECIB. Was carried out research with 63 local companies, which portrayed their current situations regarding company actors (internal and on which the company has power to decide), structural factors (the intervention capacity of the company is partial and limited by the process of competition) and systemic factors (the company has little or no opportunity to intervene). In this article indicated the critical points that affect the micro and small textile companies in the region and suggested recommendations for actions and policies to improve competitiveness.

Key-words: competitiveness, micro and small companies, textiles

* Administrador de empresas – BellaCor Têxtil Ind. e Com. Ltda
Bacharel em Administração de empresas – UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

1. INTRODUÇÃO

Há no Brasil mais de cinco milhões de micro e pequenas empresas formais, o que equivale a 98% das empresas. Os pequenos negócios (formais e informais) são responsáveis por mais de 60% dos empregos e 25% do PIB nacional (SEBRAE, 2009). Esses números dão a dimensão da importância das micro e pequenas empresas.

Segundo informações do Instituto de Estudos e Marketing Industrial – IEMI (2010) o mercado mundial têxtil vem registrando uma significativa expansão, tanto no montante produzido como também no comércio entre grandes países produtores e exportadores. Para se ter uma idéia da dimensão e evolução do mercado têxtil, em 1980 foi consumida 30 milhões de toneladas de fibras têxteis, em 1990 o mundo já consumia 40 milhões de toneladas e, em 2002, o registro do consumo alcançou 62,7 milhões de toneladas.

Toda a cadeia têxtil no Brasil tem papel importantíssimo no tocante à geração de emprego e renda, contribui com quase 5% do PIB do país, empregando, de acordo com o site Textília (2010) mais de 1,6 milhão de pessoas. O faturamento nacional têxtil é de 65 bilhões de reais, com cerca de 30 mil empresas, sendo o sexto maior pólo têxtil do mundo. Além do mais, conforme dados do IEMI (2010), em 2009 o Brasil foi considerado como o 7º maior produtor de fios e filamentos; em 8º nos tecidos planos; em 3º maior produtor de malhas e em 6º em artigos confeccionados. Porém, a cadeia têxtil brasileira abastece quase que exclusivamente o mercado interno. Isto pode ser caracterizado pelo fato de o país se encontrar em 44º lugar no comércio internacional.

Mais recentemente, o site da ABIT (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção) divulgou dados da cadeia têxtil onde coloca que a balança comercial do setor fechou o primeiro quadrimestre (janeiro a abril) de 2011, com um déficit de US\$ 1,52 bilhão. O volume importado no período foi de US\$ 1,98 bilhão e o exportado ficou em US\$ 463,3 milhões. O valor das importações teve aumento de 33,1%, e o das exportações subiu apenas 5,7% entre os quatro primeiros meses do ano passado e deste. Os dados, no entanto, não incluem a fibra de algodão, principal componente exportado que, no acumulado de 2010, representou 37,8% do valor exportado, com US\$ 822 milhões dos US\$ 2,17 bilhões em produtos têxteis vendidos ao exterior.

O volume importado cresceu 7,4%, passando a 394 mil toneladas, enquanto o total exportado caiu 2,3%, para 94,4 mil toneladas. Entre janeiro e abril, os países que mais compraram têxteis do Brasil, segundo a ABIT, foram Argentina, Estados Unidos e

Venezuela (em ordem decrescente), e os que mais venderam para cá foram China, Índia e Indonésia.

Em Santa Catarina, o setor têxtil gera aproximadamente 150 mil empregos diretos. No Vale do Itajaí, com destaque para Brusque, a indústria têxtil é a mais significativa em termos de tributos gerados, postos de trabalho e faturamento.

É perceptível a importância do setor têxtil/confecção para a região. Diante disso, tornou-se relevante e desafiador analisar o atual nível de competitividade das micro e pequenas empresas têxteis de Brusque e região à medida que isso pode contribuir para fortalecer o desempenho das empresas locais. Essa região, em conformidade com o Plano de Desenvolvimento Regional de Brusque, abrange os municípios de Botuverá, Brusque, Canelinha, Guabiruba, Major Gercino, Nova Trento, São João Batista e Tijucas..

O abrangente objetivo estará alicerçado pelos seguintes objetivos específicos: (1) Caracterizar a estrutura da indústria têxtil na economia brasileira, catarinense e regional; (2) Diagnosticar e avaliar as mudanças no ambiente competitivo e seus impactos sobre as MPE empresas do segmento têxtil na região; e (3) Identificar as fragilidades e potencialidades e sugerir políticas e estratégias que possam contribuir para o fortalecimento das MPE's da cadeia têxtil de Brusque e Região.

2. Referencial teórico

A competitividade não está mais baseada apenas nos fatores de produção. Hoje, a competitividade é dinâmica e é sustentada por outros pilares como inovação de produtos e processos, utilização do capital humano, panorama global/nacional do setor, políticas públicas, cooperação entre empresas, dentre outros. O Brasil é o sexto maior mercado têxtil do mundo e apenas o 44º em participação no mercado de exportação e importação. Já Santa Catarina, em especial a região do Vale do Itajaí (com relevância de Brusque) é o maior produtor de malhas e o segundo maior pólo têxtil nacional. No entanto, é preocupante a competitividade dos nossos produtos frente aos importados.

No processo de concorrência as empresas elaboram suas estratégias dentro de um ambiente onde a incerteza está relacionada de acordo com cada estrutura de mercado. Na abordagem de Porter (1999) o estado da competição num setor depende de cinco forças básicas: ameaça de novos entrantes, poder de negociação dos clientes, poder de negociação dos fornecedores, ameaça de produtos substitutos e concorrentes. Essas forças determinam a lucratividade na indústria, sendo que indústria pode ser

definida, na concepção de Porter (2004) como um grupo de empresas fabricantes de produtos de que são substitutos bastante aproximados entre si.

Todas as cinco forças competitivas em conjunto determinam a intensidade da concorrência na indústria, bem como a rentabilidade, sendo que a força ou as forças mais acentuadas predominam e tornam-se cruciais do ponto de vista da formulação de estratégias (PORTER, 2004, pg. 6).

O modelo das cinco forças de Porter apresentado acima destina-se à análise da competição entre empresas. É transparente que essas forças afetam a capacidade de qualquer empresa para atender os seus clientes e obter lucros. No entanto, de acordo com Di Serio e Vasconcellos (2009), este modelo de Porter considera apenas as forças do microambiente, desconsiderando a influencia do macroambiente, tais como as forças político-legais, sociais, tecnológicas e econômicas. Ademais, especialistas hoje vêm na competitividade mais do que um fenômeno relacionado às características da empresa, vêm nela seu desempenho no mercado, eficiência dos processos produtivos adotados e produto.

Como inúmeras variáveis afetam as estruturas de mercado e os padrões de concorrência, Ferraz *et al.* (1995) sugerem que sejam consideradas simultaneamente os processos internos às empresas, à indústria e às condições econômicas gerais do ambiente produtivo. A abordagem sugerida por Ferraz *et al.* (1995) define três grupos de fatores como determinantes da competitividade:

- Fatores empresariais;
- Fatores estruturais;
- Fatores sistêmicos.

Os **fatores empresariais** são os internos e sobre os quais a empresa detém total poder de decisão. Referem-se ao estoque de recursos acumulados e às estratégias de ampliação desses recursos nas quatro áreas de competência: gestão, inovação, capacidade produtiva e recursos humanos.

No âmbito da capacidade de gestão e formulação de estratégias, a empresa deve demonstrar evolução nos processos decisórios, direção e intensidade de informações, distribuição de poderes, diminuição de burocracias em busca da eficiência. Quanto à capacidade de inovação, a empresa deve buscar criar condições para o desenvolvimento tecnológico por meio de estrutura de P&D interna e manter relações externas voltadas a alianças tecnológicas ou outras formas direcionadas e este objetivo. Necessário também é desenvolver a capacidade de produção que se expressa por maior crescimento dos

processos produtivos, introdução de máquinas e equipamentos de base microeletrônica e novos padrões organizacionais (COUTINHO e FERRAZ, 1994).

Coutinho e Ferraz (1994) dizem que a empresa detém poder sobre os fatores empresariais, sendo que utiliza desses recursos para se diferenciar da concorrência através de melhoramentos da capacidade produtiva, qualidade, conhecimento do mercado, adequação às especificações, qualidade do pós-vendas, etc.

Os **fatores estruturais** são aqueles em que a capacidade de intervenção da empresa é parcial e limitada pelo processo de concorrência. Conforme Coutinho e Ferraz (1994) é o ambiente competitivo caracterizado pela demanda e oferta e pelas instituições extra-mercado. A empresa deve levar em consideração o tamanho e o dinamismo do segmento em que atua, a configuração da indústria, verificando a estrutura patrimonial dominante e a forma de articulação com fornecedores, clientes e concorrentes, para que possa se posicionar nesse mercado. Deve também considerar os regimes de incentivos e regulação da concorrência, pois existem rivalidades entre empresas, que podem afetar os esforços existentes em busca de melhoria da eficiência produtiva, uma vez que os incentivos servem para aumentar a capacidade de resposta das empresas e as regulamentações visam condicionar as condutas empresariais.

Os **fatores sistêmicos** são aqueles sobre os quais a empresa possui pouca ou nenhuma possibilidade de intervir. Para Coutinho e Ferraz (1994) são aqueles que constituem externalidades para a empresa e afetam as características do ambiente competitivo. Podem ser: macroeconômicos, político-institucionais, legais-regulatórios, infra-estruturais, sociais e internacionais. Os determinantes macroeconômicos devem ser considerados, pois a taxa de câmbio, as linhas de crédito e as taxas de juros podem gerar resultados não esperados e influenciar a competitividade.

De acordo com Coutinho e Ferraz (1994) os fatores político-institucionais expressos pelas políticas tributária e tarifária, tecnológica e de comércio exterior, e ainda, o poder de compra do Estado exercem influência sobre as ações e resultados empresariais. No contexto dos instrumentos legais regulatórios sobressaem-se as políticas de defesa da concorrência, de meio ambiente, de proteção à propriedade industrial, de controle do capital estrangeiro, entre outros. Com referência aos determinantes sociais salientam-se as condições que afetam diretamente o trabalhador e seu relacionamento com relação à educação, à qualificação da mão-de-obra e mecanismos que promovam a cooperação entre patrões e empregados.

Há outras abordagens de avaliação da competitividade, destacando-se a proposta de Porter e a do Instituto Alemão de Desenvolvimento IAD, além do modelo do ECIB. Essas consideram a competitividade como reflexo de vários fatores que condicionam seu desempenho.

A metodologia do IAD, de acordo com Esser *et al* (1994, *apud* Cunha, Pereira e Casarotto Filho, 2006), na mesma linha de pensamento que o ECIB, enfoca que a capacidade competitiva de uma indústria ou setor econômico só pode ser entendida através da análise dos quatro níveis envolvidos (o nível meta, o nível macro, o nível meso e o nível micro). São as condições estabelecidas e a forma como se relacionam esses níveis que determinam a competitividade de toda uma indústria ou das empresas de uma indústria em particular

Conforme Esser *et al* (1994, *apud* Cunha, Pereira e Casarotto Filho, 2006), o nível macro corresponde o ambiente macroeconômico. Já competitividade empresarial (nível micro), conforme se refere à capacidade das empresas sustentarem os padrões mais elevados de eficiência vigentes no mundo, quanto à utilização de recursos e à qualidade de bens e serviços oferecidos. A competitividade setorial (níveis meso e meta) reflete a capacidade de regiões e cadeias produtivas em gerar bases de criação e desenvolvimento de vantagens que sustentem uma posição competitiva internacional.

Os parâmetros de relevância competitiva em todos os níveis do sistema e a interação entre os níveis é que geram vantagens competitivas e que criam uma base auto-sustentável de competição.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Roesch (1999) sugere que a metodologia tenha os seguintes itens: método ou delineamento da pesquisa, definição da área ou população-alvo, plano de amostragem, plano e técnicas de coleta de dados, e plano de análise de dados.

Este estudo utilizou inicialmente uma pesquisa exploratória e em seguida uso da pesquisa conclusiva descritiva.

Mattar (2005, p. 82) diz que “normalmente, uma pesquisa apresenta uma parte inicial exploratória que ajudará no delineamento da parte conclusiva”. Neste artigo, fez-se uso de pesquisa predominantemente qualitativa, onde se identificou o nível de competitividade das micro e pequenas empresas da cadeia têxtil de Brusque e região, seguindo a metodologia do Estudo da Competitividade Brasileira – ECIB.

No tocante aos meios, a pesquisa caracterizou-se como bibliográfica e de campo. Inicialmente fez-se necessário a coleta de informações a respeito do setor têxtil, identificando seus subsegmentos e as metodologias de análise de competitividade. A pesquisa de campo foi o meio de coletar as informações junto aos representantes das organizações, escolhendo, para isso, a técnica da entrevista, com o auxílio do questionário.

O universo da pesquisa foram empresas do ramo têxtil localizadas nas cidades de Brusque, Guabiruba, Botuverá, Nova Trento, São João Batista, Major Gercino, Canelinha e Tijucas. Segundo a SDR de Brusque, essa região possui um total de 792 empresas ligadas à indústria têxtil (excluem-se aqui os estabelecimentos comerciais, p. ex., os comércios de roupas e tecidos). Já a amostra da pesquisa foi considerada como não probabilística, por conveniência, pois os itens foram escolhidos por serem mais acessíveis. Participaram da amostra voluntários dos associados das entidades empresariais da região e outras empresas selecionadas pelo autor.

Após a delimitação do tamanho da amostra, 63 estabelecimentos (8%), estratificou-se a mesma, levando em consideração as divisões de atividade (segundo IBGE /CNAE) e o tamanho dos estabelecimentos. Estes estabelecimentos foram, então, convidados a participar da pesquisa e fizeram isso através do preenchimento de questionário online. O quadro 1 apresenta a relação universo x amostra por segmentos.

ATIVIDADE PRINCIPAL	UNIVERSO	AMOSTRA
Acabamento em fios, tecidos e artefatos têxteis	49	6
Confecção de artigos do vestuário e acessórios	563	44
Fabricação de artigos de tricotagem e malharia	60	5
Preparação e fiação de fibras têxteis	38	3
Tecelagem, exceto malhas	82	5
TOTAL	792	63

Quadro 1: Atividades principais das empresas participantes da amostra
Fonte: Dados primários (2011)

A pesquisa pode ser considerada ocasional – ou *ad-hoc* – pois, mostrou a realidade de um determinado instante – primeiro semestre de 2011.

Todas as informações obtidas através de instrumentos de coleta de dados primários e secundários serviram para obter respostas aos objetivos do trabalho, visando identificar a real competitividade das micro, pequenas e médias empresas da cadeia têxtil de Brusque e região.

4 ANÁLISE DA COMPETITIVIDADE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO SEGMENTO TÊXTIL DE BRUSQUE E REGIÃO

A Associação Brasileira da Indústria Têxtil (2011) coloca que Santa Catarina, com 15,49%, tem o segundo PIB Têxtil do Brasil, atrás de São Paulo com 31,10%. As exportações e importações catarinenses também têm expressivo peso no total nacional, atrás apenas de São Paulo. Em 2008 Santa Catarina exportou 15% do total nacional e as importações superaram 23%.

De acordo com o SEBRAE/SC (2010), citando dados do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), em 2008 Santa Catarina possuía um total de 14.016 empresas formais atuando no setor têxtil e de confecção. Estas empresas, tomando como referência o mês de dezembro de 2008, foram responsáveis por 154.407 empregos com carteira assinada.

Ainda conforme o SEBRAE/SC (2010) MPE's representam, respectivamente, 98,3% dos estabelecimentos do setor têxtil e confecção do estado. Juntas geraram 77.110 empregos, o equivalente a 50% dos postos formais de trabalho.

A tabela 1 apresenta o número de empresas e empregos do setor têxtil e confecção de Santa Catarina no ano de 2008, segundo o porte e coordenadorias regionais.

Tabela 1 - Número de empresas do setor têxtil e confecção, segundo porte e coordenadorias regionais – 2008

Empresas 2008					
Coordenadoria Regional	Total	Micro	Pequenas	Médias	Grandes
Extremo Oeste	257	238	17	2	-
Foz do Itajaí	2.725	2.462	214	43	6
Grande Florianópolis	668	639	27	2	-
Meio Oeste	204	195	6	3	-
Norte	1.741	1.549	143	37	12
Oeste	464	427	31	5	1
Serra Catarinense	228	218	8	2	-
Sul	2.300	2.072	206	21	1
Vale do Itajaí	5.429	4.904	431	77	17
Santa Catarina	14.016	12.704	1.083	192	37

Fonte: SEBRAE/SC (2010) a partir de dados do MTE, (RAIS).

Nota: Considera o somatório das atividades econômicas compreendidas pelo setor têxtil (Grupos de atividades econômicas: 131, 132, 133, 134 e 135) e confecção (Grupos de atividades econômicas: 141 e 142).

Guabiruba, com sua economia fortemente apoiada na indústria de confecções e malharias, tem população aproximada de 16 mil habitantes e 397 empresas têxteis.

Botuverá tem 174 empresas registradas na prefeitura, destas 34 são têxteis (17 confecções e 17 fiações e tecelagens) e uma população de 4500 habitantes.

Canelinha conta com 16 estabelecimentos têxteis cadastrados na prefeitura.

Já Major Gercino, com sua população de pouco mais de 3200 habitantes, tem apenas 1 empresa têxtil registrada na prefeitura (facção de peças do vestuário).

São João Batista, com sua população de 26260 habitantes, conforme senso 2010 tem sua economia fortemente sustentada pela indústria de calçados. Nova Trento, capital catarinense do turismo religioso conta com população de pouco mais de 12 mil habitantes e 500 empresas. Economia votada para o turismo, mas com algumas indústrias calçadistas e 32 empresas têxteis (confecções e tinturarias). Tijucas, localizada a 45 km da capital Florianópolis, tem aproximadamente 31 mil habitantes. Na economia, o destaque é para o setor pesqueiro, agricultura e comércio local, com poucas indústrias têxteis.

Brusque, maior cidade da SDR, tem aproximadamente 100 mil habitantes. A base econômica está calcada no segmento têxtil, metal mecânico e serviços. Tem, segundo a prefeitura municipal, 7217 empresas, com destaque para as 1230 indústrias e 2700 empresas do comércio. As indústrias têxteis somam 290 empresas, com faturamento anual superior a 1 bilhão de reais, equivalente a 33% do faturamento das empresas do município, gerando 11200 empregos. Já a indústria do vestuário, com suas 800 empresas, têm faturamento anual estimado em 360 milhões de reais e gera 7200 empregos.

O quadro adiante apresenta uma síntese das empresas têxteis de acordo com seus segmentos.

SETORES DA CADEIA TÊXTIL	NÚMERO DE EMPRESAS
Indústrias têxteis: fiação	80
Indústrias têxteis: malharia	30
Confecções	390
Tinturarias	12
Indústrias de Fios e Linhas	4
Bordados	10
Estamparias	10
Lavanderias	5
Comércio de roupas	1000
Comércio de tecidos e malhas	100
TOTAL	1648

QUADRO 2: Número de empresas têxteis de Brusque
 FONTE: Prefeitura Municipal de Brusque, apud SUÊNE (2004).

4.1 DINÂMICA COMPETITIVA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS TÊXTEIS DA REGIÃO DE BRUSQUE

Questionados como sua empresa está enquadrada, a pesquisa retratou que 61,9% dos respondentes são microempresas (até 19 funcionários) e o restante, 24 empresas (38,1%) são EPP's. A atividade principal, pergunta 02, é apresentada na tabela a seguir:

TABELA 2: Atividade principal

Opções de resposta	Quantidade	Freq. relativa
Preparação e fiação de fibras têxteis	3	4,76%
Tecelagem, exceto malhas	5	7,94%
Acabamento em fios, tecidos e artefatos têxteis	6	9,52%
Confecção de artigos do vestuário e acessórios	44	69,84%
Fabricação de artigos de tricotagem e malharia	5	7,94%
Totais	63	100,00%

FONTE: Dados primários, 2011.

Quanto a localização da atividade principal das empresas, 39 são de Brusque, 2 de Botuverá, Canelinha e Tijucas, 12 de Guabiruba e três de Nova Trento e São João Batista. Major Gercino não teve nenhum participante na pesquisa.

No tocante a preço de venda, custo de produção, qualidade, exigência técnica e grau de aceitação, a tabela 3 apresenta os resultados comparados há 5 anos atrás.

TABELA 3: Comparativo 2011 x 2006

Opções de resposta	Quantidade			TOTAL
	MAIOR	IGUAL	MENOR	
O preço de venda dos seus produtos está	80,95%	12,70%	6,35%	100,00%
O custo de produção dos seus produtos está	84,13%	6,35%	9,52%	100,00%
A qualidade dos seus produtos está	88,89%	11,11%	0,00%	100,00%
A exigência técnica o dos seus produtos está	23,81%	71,43%	4,76%	100,00%
O grau de aceitação/conhec. da sua marca está	79,37%	20,63%	0,00%	100,00%

FONTE: Dados primários, 2011.

Quanto à capacidade produtiva, apenas 13 empresas colocaram que sua produção diminuiu ou manteve-se estável, já 50 empresas cresceram no mínimo 10%a.a. A pesquisa apresentou que 41 empresas (65,08%) têm alguma etapa produtiva terceirizada.

Questionados em que geração está o equipamento mais importante da empresa em relação ao que existe de mais moderno em uso no seu setor, 11 empresas (17,46%) afirmaram ser de última geração, 23 (36,51%) na penúltima geração. Mas, também, a

pesquisa retratou que 41,27% dos entrevistados não souberam informar e 4,76% não utilizam equipamentos industriais.

No tocante às técnicas de gestão mais utilizadas pelas empresas locais apenas 38 informaram que utilizam alguma técnica, tais como células de produção (23,68%), CAD (36,84%), e caixa de sugestões (23,68%). Sistemas de participação nos lucros foi citado por 3 empresas (7,89% dos respondentes) e *Just-in-time* por 2 empresas.

Quando solicitados para atribuir um grau de importância em relação às principais alterações no processo produtivo da empresa nos últimos 5 anos, os resultados seguem adiante, na tabela 4.

TABELA 4: Inovação no processo produtivo

Opções de resposta	Sem import.	Pouco import.	Import.	Muito import.	TOTAL
Introdução de novo equipamento na planta produtiva original	0,00%	4,76%	63,49%	31,75%	100%
Redesenho da planta original	11,11%	42,86%	31,75%	14,29%	100%
Construção de nova planta produtiva com novo processo	28,57%	34,92%	20,63%	15,87%	100%
Introdução de novas técnicas de gestão no processo produtivo	31,75%	26,98%	20,63%	20,63%	100%

FONTE: Dados primários, 2011.

Quanto à origem da maioria da mão-de-obra, 84,12% são do próprio município ou de municípios vizinhos e 15,87% das empresas colocaram que a maioria dos seus funcionários é de outras regiões ou estados. Outra pergunta estava relacionada ao desempenho da mão-de-obra. Quase 89% (56 empresas) classificaram o desempenho da sua mão-de-obra como excelente ou bom. Já o grau de instrução da maioria da mão-de-obra demonstrou que apenas 14,3% das empresas é formada por profissionais de nível técnico e/ou superior, conforme apresentação na tabela 5.

TABELA 5: Grau de instrução da mão-de-obra

Opções de resposta	Quantidade	Freq. relativa
1º grau incompleto	6	9,5%
1º grau completo	31	49,2%
2º grau completo	17	27,0%
Nível técnico	7	11,1%
Nível superior	2	3,2%
Pós-graduados	0	0,0%
Totais	63	100%

FONTE: Dados primários, 2011.

Questionados sobre os benefícios concedidos pelas empresas, 55 organizações (do total de 63) responderam à pergunta. Os principais resultados encontrados retratam que o vale transporte, prêmio por produção e cesta básica, citadas por respectivamente (16, 15 e 9 empresas), o que representa 63% do total dos benefícios citados. É importante salienta que esta pergunta poderia ter mais de uma opção por empresa. Prêmio assiduidade, convênio com farmácias e assistência odontológica registraram 3 empresas cada. Por fim, apoio a educação foi citado por 4 empresas e assistência médica por 2.

Questionados a respeito de qual é a tendência do mercado têxtil/vestuário no mundo e no Brasil, a tabela adiante traz a expectativa dos entrevistados:

TABELA 6: Expectativa em relação ao mercado têxtil/vestuário

opções de resposta	Quantidade				TOTAL
	Melhorar muito	Melhorar	Estável	Piorar	
No Brasil	10	25	21	7	63
No mundo	15	28	15	5	63

FONTE: Dados primários, 2011.

A realização de pesquisa de mercado para lançamento de produtos foi citada por 34 empresas (53,97% dos 63 respondentes). Também, 18 empresas (28,57%) explanaram que não fazem nenhum tipo de pesquisa de mercado e 11 empresas apresentaram que a pesquisa de mercado não se aplica aos seus negócios.

Os canais de comercialização utilizados pelos pesquisados estão resumidos adiante:

TABELA 7: Canais de comercialização utilizados pela empresas

Opções de resposta	Quantidade	Freq. relativa
Representantes comerciais	35	45,45%
Vendedores diretos contratados pela empresa	10	12,99%
Venda direta na fábrica/loja própria	20	25,97%
Internet - telemarketing	4	5,19%
Não se aplica	8	10,39%
Outros	0	0,00%
Totais	77	100%

FONTE: Dados primários, 2011.

No que concerne ao desempenho das vendas, a tabela 8 apresenta o resultado dos 63 pesquisados. Os mesmos foram instruídos para atribuírem um grau de importância em relação aos fatores que influenciam o desempenho das vendas. Destaque para o fator preço do produto, pois foi considerado por 49 dos 63 respondentes como de muita influência.

TABELA 8: Fatores que influenciam as vendas

Opções de resposta	Nenhuma Influência	Pouca influência	Influência moderada	Muita Influência	TOTAL
Propaganda/publicidade	3,17%	11,11%	36,51%	49,21%	100,00%
Tradição da empresa	1,59%	15,87%	34,92%	47,62%	100,00%
Marca conhecida no mercado	4,76%	11,11%	34,92%	49,21%	100,00%
Preço do produto	0,00%	4,76%	17,46%	77,78%	100,00%
Prazo de entrega	3,17%	23,81%	41,27%	31,75%	100,00%
Capacidade de atendimento	4,76%	9,52%	26,98%	58,73%	100,00%
Mão-de-obra qualificada	4,76%	12,70%	14,29%	68,25%	100,00%
Desenvolvimento de novos produtos	0,00%	17,46%	28,57%	53,97%	100,00%
Serviços pós-venda aos clientes	9,52%	6,35%	38,10%	46,03%	100,00%
Diferenciação do produto	3,17%	14,29%	49,21%	33,33%	100,00%

FONTE: Dados primários, 2011.

Questionados a respeito de qual a influência que os seguintes fatores exercem sobre a determinação do preço final do produto, a tabela 9 apresenta os seguintes resultados.

TABELA 9: Fatores que influenciam o preço de venda

Opções de resposta	Nenhuma Influência	Pouca influência	Influência moderada	Muita Influência	TOTAL
Concorrência local	0,00%	11,11%	55,56%	33,33%	100%
Concorrência com produtos estrangeiros	1,59%	17,46%	28,57%	52,38%	100%
Disponibilidade de matéria-prima	12,70%	9,52%	22,22%	55,56%	100%
Política fiscal do governo	1,59%	6,35%	26,98%	65,08%	100%
Custos do transporte	6,35%	19,05%	46,03%	28,57%	100%

FONTE: Dados primário, 2011.

Destaque para a concorrência com os produtos locais, pois 51 empresas consideram como de muita influência ou influência moderada. Também, a política fiscal

do governo foi considerada por 58 das 63 empresas pesquisadas como de muita ou moderada influência.

Em relação às dificuldades à entrada de novas empresas no setor têxtil, a maioria dos participantes (45 dos 63 respondentes) atribuiu como muita dificuldade o custo do capital de giro para manter suas empresas. A mão-de-obra especializada também foi citada por 42 empresas como de muita dificuldade. Já a obtenção de matéria-prima foi considerada como de pouca ou nenhuma dificuldade por 36 respondentes, conforme tabela 10.

TABELA 10: Dificuldades de novos entrantes

Opções de resposta	Nenhuma dificuldade	Pouca dificuldade	Dificuldade moderada	Muita dificuldade	TOTAL
Valor do capital inicial	9,52%	12,70%	39,68%	38,10%	100,00%
Custo do capital de giro	0,00%	4,76%	23,81%	71,43%	100,00%
Dificuldade de obtenção de matéria-prima	14,29%	42,86%	28,57%	14,29%	100,00%
Obtenção de mão-de-obra especializada	0,00%	3,17%	30,16%	66,67%	100,00%
Falta de incentivo do município	0,00%	28,57%	42,86%	28,57%	100,00%
Existência de canais de distrib. para colocação dos produtos no mercado	20,63%	39,68%	26,98%	12,70%	100,00%
Acesso à tecnologia	14,29%	41,27%	30,16%	14,29%	100,00%

FONTE: Dados primários, 2011.

Ainda questionados sobre os fatores empresariais, a tabela 11 demonstra as ferramentas utilizadas para competir. A prestação de um bom atendimento e garantia foi considerada como muito utilizada por 45 empresas (71,43%).

TABELA 11: Ferramentas utilizadas para competir

Opções de resposta	Muito pouco utilizada	Pouco utilizada	Utilizada razoavelmente	Muito utilizada	TOTAL
Melhorando a qualidade	3,17%	11,11%	50,79%	34,92%	100,00%
Criando novos modelos de produtos	17,46%	28,57%	30,16%	23,81%	100,00%
Reduzindo o preço via custos	4,76%	14,29%	33,33%	47,62%	100,00%
Não se preocupa com a concorrência	0,00%	19,05%	28,57%	52,38%	100,00%
Intensificando propaganda/publicidade	15,87%	42,86%	23,81%	17,46%	100,00%
Prestando bom atendimento e garantia	0,00%	11,11%	17,46%	71,43%	100,00%

FONTE: Dados primários, 2011.

Adiante, o gráfico 1 ilustra o investimento em novos equipamentos nos últimos 2 anos. Do total de 63 empresas, 15 (23,81%) explanou que investiu entre R\$ 50 mil e R\$ 100 mil; 21 empresas (33,33%) disseram que investiram entre R\$ 100 mil e R\$ 250 mil no período.

INVESTIMENTOS EM NOVOS EQUIPAMENTOS

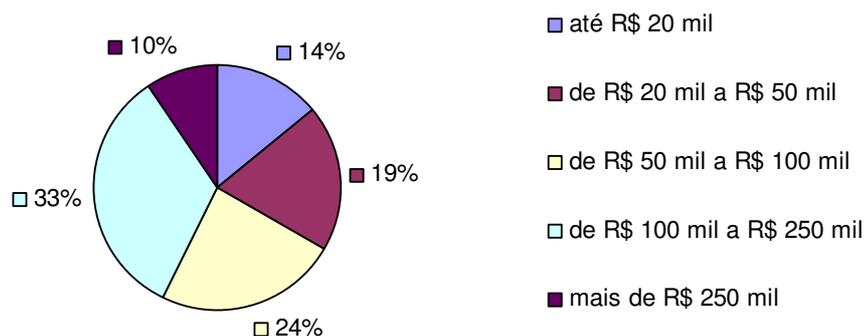


GRÁFICO 1: Investimentos em novos equipamentos
FONTE: Dados primários, 2011.

Já o gráfico 2 ilustra que a maioria dos equipamentos tem origem na própria região do vale do Itajaí, por 28 respondentes (45%). Número expressivo de empresas, 17, explanou que seus principais equipamentos têm origem estrangeira.

ORIGEM DOS PRINCIPAIS EQUIPAMENTOS PRODUTIVOS

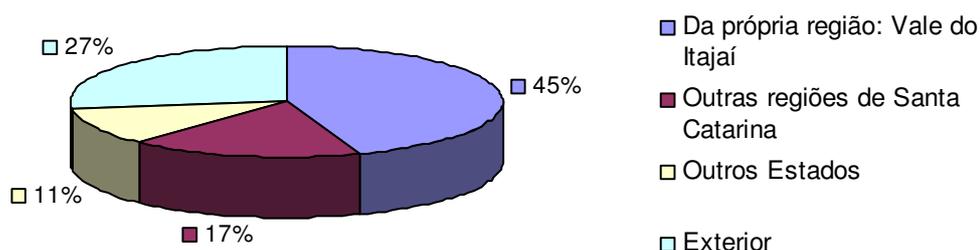


GRÁFICO 2: Origem dos principais equipamentos industriais
FONTE: Dados primários, 2011.

Na tabela 12 encontra-se o grau de importância atribuído pelos pesquisados no tocante às iniciativas que devem ser promovidas para melhorar o desempenho do pólo têxtil-vestuário de Brusque e região. Destaque para fazer treinamentos técnicos com

funcionários e investimentos em meios para evitar a escassez de matéria-prima, considerados por 38 empresas como muito importante.

TABELA 12: Iniciativas para melhorar o desempenho do pólo-têxtil

Opções de resposta	Sem import.	Pouco import.	Import.	Muito import.	TOTAL
Fazer treinamentos e cursos gerenciais	0,00%	14,29%	57,14%	28,57%	100,00%
Fazer treinamento técnico aos funcionários	6,35%	6,35%	26,98%	60,32%	100,00%
Investir em softwares adequados para a indústria têxtil	1,59%	11,11%	60,32%	26,98%	100,00%
Investir em maior profissionalização das empresas	0,00%	14,29%	57,14%	28,57%	100,00%
Investir para evitar escassez de matéria-prima nos próximos anos	6,35%	6,35%	26,98%	60,32%	100,00%

FONTE: Dados primários, 2011.

No tocante aos fatores que influenciam a competitividade da indústria têxtil-vestuário, a qualidade e a tecnologia/ inovação foram consideradas por 57 empresas como importante e muito importante.

TABELA 13: Fatores que influenciam na competitividade da cadeia têxtil

Opções de resposta	Sem import.	Pouco import.	Import.	Muito import.	TOTAL
Qualidade	0,00%	9,52%	49,21%	41,27%	100,00%
Preço	6,35%	6,35%	26,98%	60,32%	100,00%
Segmento de mercado (nicho)	1,59%	6,35%	36,51%	55,56%	100,00%
Tecnologia/ inovação	0,00%	9,52%	49,21%	41,27%	100,00%

FONTE: Dados primários, 2011.

O gráfico 3 ilustra o quantitativo das empresas que têm algum relacionamento com as instituições de apoio.

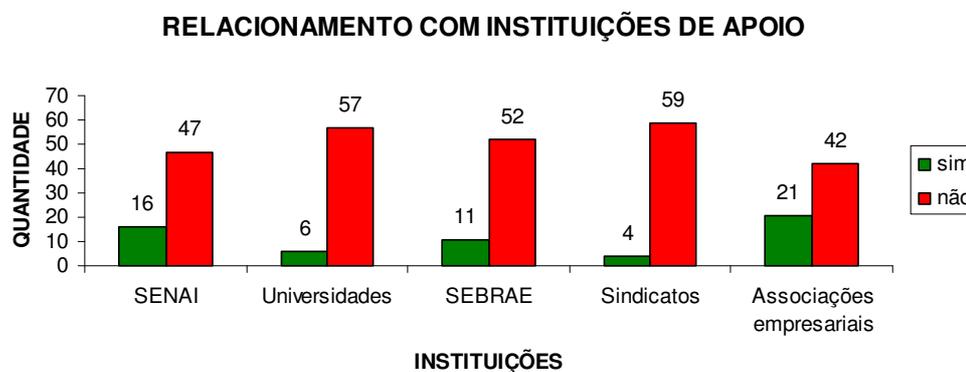


GRÁFICO 3: Relacionamento empresas x instituições de apoio.
Fonte: Dados primários, 2011.

As 63 empresas foram convidadas a dar sua avaliação no tocante à atuação de alguns órgãos representantes da classe e apoio ao desenvolvimento da indústria têxtil-vestuário. Aqui cabe destacar o baixo conhecimento das empresas em relação à ADRVALE.

TABELA 14: Avaliação dos órgãos de classe

Opções de resposta	Desconhece a instituição	Excelente	Boa	Ruim	Péssima	TOTAL
Sindicato têxtil	3,17%	30,16%	46,03%	11,11%	9,52%	100,00%
Sindicato do vestuário	12,70%	34,92%	46,03%	4,76%	1,59%	100,00%
SEBRAE	3,17%	65,08%	17,46%	14,29%	0,00%	100,00%
Associação Comercial. Ex. ACIBr	19,05%	46,03%	34,92%	0,00%	0,00%	100,00%
Associação Micro e pequenas Empresas. Ex.: AMPE	14,29%	50,79%	34,92%	0,00%	0,00%	100,00%
Agência de desenvolvimento. Ex.: ADRVALE	92,06%	0,00%	7,94%	0,00%	0,00%	100,00%

FONTE: Dados primários, 2011.

O principal fator que diferencia as empresas frente aos concorrentes foram qualidade, preço e atendimento com 33,33% e 25,4% e 25,4%.

TABELA 15: Principal diferencial competitivo em relação aos concorrentes

Opções de resposta	Quantidade	Freq. relativa
Sua empresa tem o melhor preço	16	25,40%
Sua empresa tem a melhor qualidade	21	33,33%
Sua empresa tem a melhor entrega	7	11,11%
Sua empresa tem a melhor forma de pagamento	3	4,76%
Sua empresa tem o melhor atendimento	16	25,40%
Outro	0	0,00%
Totais	63	100,00%

FONTE: Dados primários, 2011.

Outro questionamento se referiu ao qual o principal resultado que as empresas obtiveram das parcerias com concorrentes, fornecedores e outras instituições. A maioria, 31,75% destacou os ganhos com produtividade. Destaque negativo é o fato de que 30,16% (19 das 63 pesquisadas) nunca fizeram parcerias, conforme tabela 16.

Tabela 16: Principal resultado de parcerias

Opções de resposta	Quantidade	Freq. relativa
A empresa nunca fez parceria	19	30,16%
Aumento da produtividade	20	31,75%
Lançamento de novos produtos	4	6,35%
Aumento das vendas	9	14,29%
Redução de custos	11	17,46%
Other:	0	0,00%
Totais	63	100,00%

FONTE: Dados primários, 2011.

Questionados a respeito que quais mudanças políticas devem ser tomadas para apoiar o desenvolvimento da indústria têxtil-vestuário, o quadro adiante resume o grau de importância que as pesquisadas atribuíram. Destaque para as mudanças nas alíquotas de impostos, consideradas por 47 empresas como muito importante.

TABELA 17: Importância das mudanças políticas para apoio à indústria têxtil-vestuário

Opções de resposta	Sem import.	Pouco import.	Import.	Muito import.	TOTAL
Mudança nas alíquotas de impostos	0,00%	3,17%	22,22%	74,60%	100,00%
Política para estimular as exportações	0,00%	11,11%	30,16%	58,73%	100,00%
Estímulo à importação de máquinas e equipamentos	22,22%	25,40%	44,44%	7,94%	100,00%
Programas específicos para o desenvolvimento local	0,00%	6,35%	36,51%	57,14%	100,00%
Redução alíquota de imposto de importação de matéria-prima	33,33%	41,27%	14,29%	11,11%	100,00%

FONTE: Dados primários, 2011.

Por fim, a tabela 18 retrata quais são as maiores influências sobre o desempenho das empresas. Destaque, novamente, para distorções no sistema tributário, pois 49 empresas citaram como de muita influência no desenvolvimento competitivo.

TABELA 18: Fatores que influenciam no desempenho das empresas têxteis

Opções de resposta	Nenhuma influência	Pouca influência	Influência moderada	Muita influência	TOTAL
Falta de incentivo à pesquisa e desenvolvimento	9,52%	15,87%	20,63%	53,97%	100,00%
Ameaça de produtos substitutos	4,76%	11,11%	22,22%	61,90%	100,00%
Elevado custo do capital para investimento	28,57%	33,33%	19,05%	19,05%	100,00%
Falta de incentivo na política de comércio exterior	6,35%	25,40%	46,03%	22,22%	100,00%
Distorções no sistema tributário (impostos)	0,00%	3,17%	19,05%	77,78%	100,00%
Infra-estrutura de transportes	4,76%	23,81%	25,40%	46,03%	100,00%

FONTE: Dados primários, 2011.

CONCLUSÃO

Percebeu-se que o mercado têxtil local está crescendo nos últimos anos, apesar de dificuldades pontuais no final de 2010 e início de 2011 com a falta e alto preço da principal matéria-prima – algodão.

Ficaram claras as dificuldades das empresas têxteis locais, com destaque para indicadores como aumento da competição com produtos importados, alta carga tributária, dificuldade para encontrar mão-de-obra qualificada, baixo índice de aplicação de ferramentas gerenciais, dificuldade na obtenção de capital de giro. Outro fator identificado foi o baixo interesse das empresas em introduzir inovações no processo produtivo, pois foi caracterizado por 37 empresas como nenhuma ou pouco importante; ou até mesmo nos processos de comercialização, já que apenas 5,19% da amostra demonstraram a utilização de e-commerce.

Percebeu-se, também, que a estratégia mais utilizada pelas empresas locais é a competição através do melhor (e menor) preço. Ademais, 51 das 63 entrevistadas consideraram a concorrência com produtos locais um fator que influencia sobremaneira o preço final de seus produtos. Fato este que pode ser caracterizado como baixa utilização de parcerias. Em se tratando de parcerias, instituições como AMPE e ACIBr são bons exemplos. A AMPE, com a Pronegocio (rodada de negócios) e a ACIBr, com seus núcleos setoriais promovem o associativismo local.

Iniciativas para a qualificação profissional e de gestão devem ser aprimoradas por entidades locais, tais como SEBRAE, prefeituras, universidades, etc.

Em nível nacional, a proposta da frente parlamentar mista para o desenvolvimento da indústria têxtil e de confecção – coordenada pela ABIT – tem o intuito de resgatar de imediato a competitividade da cadeia têxtil nacional e tem como objetivos fundamentais proteger e ampliar o nível de empregos, reverter o déficit da balança comercial; combater as importações desleais e a competição desigual, e acelerar a implementação da agenda de competitividade do país

A atividade têxtil é de grande importância local; é a maior empregadora da região e identidade de Brusque e outras cidades. Logo, é de suma urgência a adoção de ações que potencialize a atividade industrial na região, melhorando o nível de competitividade e evitando que sejam ultrapassadas por competidores globais.

REFERÊNCIAS

Associação Brasileira da Indústria Têxtil – ABIT. Disponível em: http://www.abit.org.br/site/navegacao.asp?id_menu=21&Idioma=PT&id_sub=0&tipo=1&id_conteudo=810&idioma=PT. Acesso em 25 de out. 2009.

_____. Disponível em: http://www.abit.org.br/site/navegacao.asp?id_menu=8&id_sub=25&idioma=PT. Acesso em 07 de mar. 2011.

Informe Setorial. **Brasil Têxtil 2010**: Relatório Setorial da Cadeia Têxtil Brasileira. Instituto de Estudos e Marketing Industrial Ltda – IEMI. Disponível em: <http://www.iemi.com.br/novo/brasil-textil.htm>. Acesso em 16 de fev. 2011.

COUTINHO, Luciano G.; FERRAZ, João Carlos **Estudo da Competitividade da Indústria Brasileira**. 2ª Ed. Campinas, SP: Papyrus; Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1994.

CUNHA, Idaulo; Pereira, Maria do Carmo Silveira; CASAROTTO FILHO, Nelson. **Análise da competitividade das principais aglomerações produtivas de móveis da região sul do Brasil**. Florianópolis: BRDE, 2006.

DI SERIO, Luiz Carlos; VASCONCELLOS, Marcos Augusto de. **Estratégia e competitividade empresarial**: inovação e criação de valor. São Paulo: Saraiva, 2009.

FERRAZ, J. C. *et alli*. **Made in Brazil**: desafios competitivos para a indústria. Rio de Janeiro: Campus, 1995.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de Marketing**: metodologia, planejamento. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

PORTER, Michael Porter. **Competição = *On competition***: estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro; Campus, 1999.

_____. **Estratégia competitiva**: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Tradução de Elizabeth Maria de Pinho Braga. – 2.ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudo de caso. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

Serviço Brasileiro de Apoio a Empresas – **SEBRAE**. Disponível em <http://www.sebrae.com.br/setor/textil-e-confeccoes>. Acesso em 25 de out. 2009.

_____. **Santa Catarina em Números**: têxtil e confecção / SEBRAE/SC. Florianópolis: SEBRAE/SC, 2010. 59 p. Acesso em 08 de fev. 2011.

SUÊNE, Genésio Cláudio. **A EVOLUÇÃO DA COMPETITIVIDADE DA REDE DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO AGLOMERADO PRODUTIVO DE CONFECÇÕES DE AZAMBUJA EM BRUSQUE – SC**. 2004. 119 p. Dissertação (Mestrado em Eng. da produção). Florianópolis: UFSC, 2004.

Textília. Disponível em http://www.textilia.net/materias/ler/textil/conjuntura/12032008_politicos_se_mobilizam_por_emprego_no_setor_textil_#. Acesso em 19 de nov. 2010.