



Congresso Internacional  
de Administração  
ADM 2021

**24 a 28**  
**de outubro**  
Ponta Grossa - Paraná - Brasil

**SOBREVIVÊNCIA DAS ORGANIZAÇÕES  
EM TEMPOS INCERTOS:**

O papel dos gestores e do ambiente externo  
no sucesso e no fracasso organizacional.

## **PROPENSÃO À INOVAÇÃO DAS EMPRESAS DE CONFECÇÃO TÊXTIL DE GASPAR/SC - CAPITAL NACIONAL DA MODA INFANTIL**

### **PROPENSITY TO INNOVATION OF THE TEXTILE MANUFACTURING COMPANIES IN THE CITY OF GASPAR/SC - NATIONAL CAPITAL FOR CHILDREN'S FASHION**

#### **ÁREA TEMÁTICA: INOVAÇÃO, TECNOLOGIA E EMPREENDEDORISMO**

Givaldo Bezerra da Hora, Instituto Federal de Santa Catarina - IFSC, Brasil, givaldo.hora@ifsc.edu.br

Vanessa Edy Dagnoni Mondini, Instituto Federal de Santa Catarina - IFSC, Brasil, vanessa.dagnoni@ifsc.edu.br

Glauca Marian Tenfen, Instituto Federal de Santa Catarina - IFSC, Brasil, glauca.tenfen@ifsc.edu.br

Taylane Souza Barros, Instituto Federal de Santa Catarina - IFSC, Brasil, taylane.barros@hotmail.com

#### **Resumo**

Objetivou-se, com este estudo, verificar a propensão à inovação das empresas de confecção têxtil do município de Gaspar/SC, intitulada em 2022 como Capital Nacional da Moda Infantil. Para tanto, aplicou-se um questionário eletrônico, respondido por 35 empresas têxteis instaladas no perímetro industrial da respectiva cidade. Mediante abordagem quantitativa, os resultados evidenciam que entre as tipologias implementadas, há um domínio da Inovação de Processo. O principal fator motivador para inovar é a alteração ou melhoria nos métodos de produção existentes, no intuito de atender as necessidades dos clientes, implicando no desenvolvimento de novos produtos e serviços. Em consequência, o setor de produção foi o que mais se beneficiou com o impacto das inovações introduzidas. Entre os problemas e obstáculos que impediram/dificultaram o processo, a falta de mão de obra qualificada e os elevados custos da inovação são os mais predominantes.

**Palavras-chave:** Tecnologia. Competitividade. Inovação. Setor Têxtil.

#### **Abstract**

The objective of this study was to verify the propensity to innovation of textile manufacturing companies in the city of Gaspar/SC, entitled in 2022 as National Capital of Children's Fashion. For that, an electronic questionnaire was applied, answered by 35 textile companies installed in the industrial perimeter of the respective city. Through a quantitative approach, the results show that among the implemented typologies, there is a domain of Process Innovation. The main motivating factor to innovate is the change or improvement in existing production methods, in order to meet customer needs, implying the development of new products and services. As a result, the production sector benefited the most from the impact of the innovations introduced. Among the problems and obstacles that impeded/difficult the process, the lack of qualified labor and the high costs of innovation are the most prevalent.

**Keywords:** Technology. Competitiveness. Innovation. Textile industry.

## 1. INTRODUÇÃO

O contexto empresarial têxtil vigente configura-se em um ambiente competitivo, em que as empresas de confecção deparam-se com desafios que exigem estratégias de desenvolvimento, aproveitamento de oportunidades, escolhas assertivas e satisfação dos consumidores (Schiavi, Momo, Maçada e Behr, 2020; Martelli, 2021). Neste sentido, investir em inovação é uma estratégia eficaz para modernizar processos de produção e aprimorar empresas que conservam padrões tecnológicos, gerenciais e produtivos ultrapassados (Silva e Xavier, 2020).

Caracterizado por discrepâncias em tecnologia e gerência, o setor têxtil e de confecção do Brasil agrega empresas modernas, com grande aparato tecnológico, e outras parcialmente modernizadas (Moura, Borges, Meinheim, Carlini e Oliveira, 2019; Fujita e Barbosa, 2020). Mundialmente, o segmento industrial têxtil desponta-se como um dos mais dinâmicos. As coleções lançadas sustentam a afirmativa. A China é líder em produção, enquanto o Brasil, em 5º lugar, produz manufaturados em um quantitativo que mal supre o mercado interno, embora tenha potencial e disponibilidade de matéria-prima (IEMI, 2019).

O patrimônio têxtil do Brasil como artefato, tem valor econômico baixo, ao comparar a outras tipologias, embora detenha um potencial superlativo para produzir riquezas. O Estado de Santa Catarina é o segundo maior polo têxtil do país (ABIT, 2021) e potente gerador de renda e empregos para cidades como Gaspar/SC, detentora do título de Capital Nacional da Moda Infantil. É infeliz considerar que a sociedade tornou o setor intelectualmente irrelevante ao longo da história; um descaso alertado, no Brasil, e observado também por pesquisadores europeus e norte-americanos. Com o comodismo gerencial enraizado nas corporações, é lastimavelmente compreensível que a impotência tecnológica, o retardo no desenvolvimento e a aversão à inovação do setor têxtil continuem como entraves à valorização (Martinez, Reis e Reis, 2018; Coelho Junior, Santos Júnior e Alencar, 2019).

Nesta perspectiva, objetivou-se, com este estudo, verificar a propensão à inovação das empresas de confecção têxtil de Gaspar/SC. Justifica-se, o levantamento, pela importância da indústria têxtil no cenário econômico do Vale do Itajaí (Milnitz e Luna, 2017; Menegon, Menegon, Maeno e Kupek, 2021), do qual Gaspar faz parte. Ademais, o estudo elucida práticas de inovação que contribuem para enfrentar pressões competitivas, ao mesmo tempo em que colabora para uma reflexão de alternativas voltadas para o desenvolvimento industrial do setor em questão.

## 2. A INOVAÇÃO E SUAS TIPOLOGIAS

A inovação, agente promotora do crescimento econômico a longo prazo, assegura a competitividade, a criar uma ruptura benéfica no sistema econômico, a alterar padrões produtivos e a diferenciar a empresa (Osterwalder e Pigneur, 2020). Entretanto, os empreendimentos são falhos, a concentrar-se em atividades com baixo aparato tecnológico e pequenas barreiras de entrada, a atender apenas o mercado interno ou prestar serviços deficitários ao consumidor (Gavira, Ferro, Rohrich e Quadros, 2020; Carmona e Gomes, 2021). Uma gestão que impulse a participação, a compartilhar visões de todos os setores da empresa (Martelli, 2021), e o investimento em recursos, pessoas, equipamentos e pesquisas capazes de criar novos produtos ou processos produtivos mais eficientes são estratégias que resultam em vantagem competitiva empresarial (Negri, 2018).

O mercado está em constante atividade, em um ambiente competitivo, que exige se expor ao desafio de inovar, a começar pelo processo gerencial das organizações, tendo em vista que a inovação molda as expectativas dos clientes e atende positivamente à demanda, em função do

comportamento dos consumidores, que anseiam por propostas inovadoras (Melo, Santa Rita, Ferreira Junior e Tonholo, 2020). A concepção teórica de inovação e sua importância para a economia começou a ser difundida no início do século XX por Joseph Alois Schumpeter. Em seu conceito seminal, o processo de inovação resulta de novas combinações descontínuas dos meios produtivos, considerada como uma “destruição criativa” que rompe a evolução normal da economia (Schumpeter, 1982).

Ao se considerar o grau de difusão e impactos da inovação na economia, duas tipologias podem ser identificadas, a saber: radical e incremental. A inovação radical é o tipo de inovação que expressa um produto/serviço totalmente novo, já a inovação incremental é definida como a alteração de características do produto/serviço, sem alterar sua estrutura geral (Ferreira, Tete, Silva Filho e Souza, 2015). Além dessas, destacam-se outros quatro tipos de inovações, que se baseiam, majoritariamente, em um conjunto de mudanças nas atividades gerenciais (Fierro, Chávez e Lanas, 2017), e classificados quanto à natureza, em inovações organizacionais, de marketing, de produtos e de processos.

As inovações organizacionais inserem, adequam ou modificam práticas de negócios na organização do local de trabalho ou nas relações externas, em novas estratégias e sistemas de gestão. A inovação de marketing caracteriza-se por promover mudanças no design e na embalagem; o preço baseia-se em demanda e oferta; modifica-se a distribuição dos produtos, com novos canais de vendas e implementa-se franquias; investe-se em divulgação e promoção quando há uma mudança nas características do produto ou do serviço (Fierro et al., 2017).

Entretanto, se um produto adquire recursos ou há uma melhoria significativa no serviço oferecido ao cliente, compreende-se como inovação de produto (Fierro et al., 2017), as melhorias das especificações técnicas, componentes e materiais, ou adequação a um modo fácil e funcional de uso (Beck e Beuren, 2017); e quando as características básicas dos produtos oferecidos diferem de todos os anteriores. Neste caso, se introduz um bem novo ou melhorado às características ou usos previstos, num novo entendimento do mercado e da tecnologia da empresa, incorporado, necessariamente, para agregar valor aos produtos (Lopes, Beuren e Martins, 2018; Grützmann, Zambalde e Bermejo, 2019).

Já, a inovação em processos implica na implementação ou adequação de um método de produção ou de entrega, novo ou significativamente melhorado, a incluir alterações significativas, a fim de diminuir os custos unitários de produção ou entrega, para aumentar a qualidade e a eficiência produtiva (Beck e Beuren, 2017; Palheta, Kimura Júnior, Norte e Parente, 2021). Desta forma, melhoram-se sistemas, ao reduzir desperdícios, e aumenta-se a eficácia ou altera-se a forma operacional.

### **3. INOVAÇÃO NO SETOR TÊXTIL**

A inovação pode ser determinada quando a instituição se posiciona, a partir da percepção de um produto ou processo já conhecido, em um contexto ou uso específico, e promove uma modificação radical ou por incremento, em prol da satisfação do consumidor ao utilizar um bem ou um serviço (Beck e Beuren, 2017). Estes são aspectos chave e primordiais para as organizações do segmento têxtil, que devem estar em íntima relação, prezados pela gestão eficiente ao sucesso da empresa (Menegon e Zambarda, 2019).

Mesmo que a produção industrial nesse setor enfatize às inovações de produto, com o lançamento sazonal de novas coleções que, por sua vez, indicam a busca constante por novas tendências estéticas e por novos tipos de materiais, poucos são os estudos sobre inovação de produto, a indicar que foi o tipo menos valorizado nos estudos acadêmicos, e sugerir investir

em pesquisas (Menegon, Poli e Mazzioni, 2018). Os autores ressaltam, ainda, que a percepção dos gestores sobre minimizar desperdícios nos processos é um assunto ainda não compreendido pelo meio acadêmico e de extrema urgência para a indústria têxtil.

Adaptar novas tecnologias e processos e abandonar a comodidade impulsionam a indústria têxtil a percorrer um caminho mais assertivo, para alinhar perspectivas e manter a ordem (Silva e Xavier, 2020). Com a crescente concorrência, cabe as empresas preocuparem-se em alcançar vantagens competitivas que as diferenciem no mercado, para o alcance da sobrevivência, eficiência e lucratividade.

Diante da necessidade de as empresas do setor têxtil enfrentarem o desafio de inovar, como condição para se manterem no mercado, Caldeira, Medeiros Junior e Perez (2018) identificaram algumas práticas de inovação recentemente adotadas. No setor de vestuário, há novas tecnologias aplicadas a produtos: roupas com elementos eletrônicos incorporados, a controlar a temperatura e que mudam de cor. No segmento de fibras, há aplicações de nanotecnologia; no setor de tecidos, inova-se em produtos para revestir automóveis, a incorporar recursos de fotônica, que conferem ao tecido propriedades de luminescência. O investimento em tecnologia é visto como caminho para competir e crescer por meio do desenvolvimento de novas formas de produzir, a diminuir custos (Caldeira et al., 2018).

A nanotecnologia associada à moda ajudou uma empresa têxtil a inovar e atender à demanda de consumidores (Britto, Kitazawa e Pepece, 2018). Por inovação incremental, desenvolveu-se um tecido composto por citronela, a proteger o usuário de insetos vetores de doenças. Ressalta-se a importância da relação empresa-fornecedor e empresa-cliente na aplicabilidade da inovação. Como contribuição gerencial, a nanotecnologia amplia a função do produto: além de agasalhar o corpo, protege de doenças, como um diferencial competitivo para empresas deste setor, a aumentar as vendas dos produtos (Britto et al., 2018).

Diante da relevância de Santa Catarina como um dos principais parques produtivos do setor têxtil, um estudo de Gomes, Machado e Alegre (2014) indicou que as dimensões eficiência, eficácia, custos e melhorias de processos estão associadas ao desempenho da inovação na indústria têxtil do Estado. A dimensão ‘melhorias’ exige aprimorar a qualidade do produto, condições de trabalho e produtividade, enquanto a dimensão de ‘capacidade de inovação’ é decisiva em melhorar o desempenho do produto na indústria têxtil (Manthey, Verdinelli, Rossetto e Carvalho, 2017).

Damásio e Monteiro (2020) analisaram as principais mudanças geradas pela inovação tecnológica no processo produtivo de uma indústria têxtil, durante o período de 1995 a 2015. O processo de modernização tecnológica no recorte temporal trouxe mudanças no processo produtivo da empresa, nas inovações tecnológicas e nas relações de trabalho, a exigir que a empresa se modernizasse para que pudesse ser mais competitiva no mercado têxtil, pois a conjuntura econômica demandou que os processos produtivos fossem mais eficientes em custo, produtividade e qualidade. As alterações no processo de produção foram mais incrementais, na medida em que não houve mudanças radicais no desenho do processo produtivo. Aumentou-se a velocidade de processamento e a qualidade, por controle eletrônico de máquinas de fiação e tecelagem, além do aprimorar os produtos químicos no acabamento do tecido (Damásio e Monteiro, 2020).

Cavalcanti e Santos (2022) analisaram a competitividade da cadeia têxtil brasileira, levando em conta atributos da inovação como: construção e promoção de marcas, flexibilidade e produção com padrão de alta qualidade. Os resultados indicaram baixa vantagem competitiva, motivada pelo escasso investimento em inovação, resultando em participação ínfima no mercado mundial. Evidenciou-se a falta de inovações inclusive pelo baixo número de depósitos de

patentes voltados para este setor. A manutenção dos procedimentos atuais, reduz a capacidade de manutenção do mercado e aumenta o déficit na balança comercial para o setor (Cavalcanti e Santos, 2022).

Por fim, Carmona e Gomes (2021) apresentaram o efeito mediador do desempenho inovador na relação entre a capacidade de aprendizagem organizacional (CAO), a capacidade de inovação organizacional (CIO) e o desempenho organizacional na indústria têxtil do Estado de Santa Catarina. Entre as contribuições verificaram que a proposta e validação de um modelo que desenvolve argumentos a favor da CAO e da CIO para alavancar o desempenho inovador e organizacional em mercados emergentes como o brasileiro, no setor têxtil, que embora negligenciado pela literatura de inovação, como indústria madura, de baixa intensidade tecnológica, tem alto potencial de inovação (Carmona e Gomes, 2021).

#### **4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Esta é uma pesquisa de campo descritiva, de caráter quantitativo que, a partir da aplicação de indicadores, verificou-se a propensão à inovação de empresas do Arranjo Produtivo Local Têxtil (APL) localizado no município Gaspar/SC. Conforme dados da Prefeitura Municipal do referido município, o APL em questão é constituído por 870 empresas de confecção, 480 fábricas e 85 tinturarias, fiações, tecelagem e outros (Gaspar, 2022).

Diante da diversificação de empresas inseridas no setor, foi adotada a técnica de amostragem por conveniência não probabilística, resultando na aplicação de um questionário aos gestores de 35 empresas do segmento de confecção do vestuário infantil, definido neste estudo como grupo de interesse pelo fato de ser o elo de maior representatividade da cadeia têxtil gasparense, rendendo para a cidade o título nacional de Capital da Moda Infantil. Todos os respondentes assinalaram “Aceito participar desta pesquisa”, no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) anexado ao questionário.

O instrumento de coleta de dados foi elaborado com base na literatura consultada e na Pesquisa de Inovação (PINTEC), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020). Quanto a estrutura, foi composto por questões fechadas e foi dividido em seções, sendo elas: Seção 1: Identificação dos respondentes; Seção 2: Caracterização da empresa; Seção 3: Identificação dos tipos de inovação; Seção 4: Motivações para inovar; Seção 5: Impactos decorrentes da implementação da inovação; Seção 6: Identificação das fontes de inovação; e Seção 7: Obstáculos encontrados no processo de inovação.

Para qualificar e validar o instrumento de coleta dos dados, aplicou-se um pré-teste em duas empresas que, conforme os resultados parciais obtidos, foi possível fazer ajustes antes da sua aplicação final. O processo operacional da coleta ocorreu via utilização da ferramenta computacional Google Forms. A etapa de análise dos dados fornecidos pelos respondentes foi executada com auxílio do *software* Excel da Microsoft, isto é, para a organização e sistematização de informações apresentadas no formato de gráficos com percentuais estatísticos. Além disso, a discussão dos resultados foi interpretada à luz do referencial teórico utilizado como suporte para a investigação.

#### **5. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Neste tópico do artigo apresentam-se os resultados correspondentes aos indicadores de propensão à inovação das empresas têxteis de Gaspar-SC. Tratando-se da caracterização das empresas, uma peculiaridade importante realçada refere-se ao total de organizações tipificadas

como de grande porte, sendo identificada, nesta pesquisa, apenas uma (6%) que corresponde a este perfil. Já o perfil de pequeno porte é o mais predominante entre as empresas analisadas (51%), condição que pode ser uma barreira para o desenvolvimento de inovação de grande impacto para essas respectivas confecções.

No que diz respeito a abrangência de atuação verificou-se o mercado nacional como a principal dimensão definida pelas empresas (85%) para a oferta das suas produções. Por outro lado, a expansão do setor têxtil brasileiro para um contexto internacional encontra diversas barreiras de competitividade, derivadas da ausência de adequadas políticas de fomento à tecnologia e inovação, além das elevadas taxas tributárias e altos custos da mão de obra (Cavalcanti e Santos, 2022). Assim, o fortalecimento da internacionalização da produção têxtil e de confecção do município de Gaspar apresenta-se como um grande desafio.

Ademais, ao questionar os gestores sobre os tipos de inovação introduzidas nas empresas recentemente (Figura 1), foi constatado que a aquisição de máquinas para otimização do processo de manufatura desponta como a principal ação desenvolvida pelos empresários (77%), seguida da aquisição de *software* (51%) para melhorar o gerenciamento e das mudanças no *layout* da empresa (48%). O investimento nestes aspectos, ao setor têxtil, é uma alternativa viável para competir e crescer, com o desenvolvimento de novas formas de produzir, a diminuir custos (Caldeira et al., 2018; Damásio e Monteiro, 2020). Em contrapartida, nota-se que o investimento na execução de Atividades de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) com funcionários da empresa (26%), bem como de P&D com uma equipe de consultora contratada (8%) evidenciam os menores índices de inovação implementada.

As repostas demonstram, portanto, que entre as tipologias de inovação (Fierro et al., 2017) presentes nas empresas de confecção têxtil de Gaspar-SC, há um predomínio da Inovação de Processo, a seguir da Inovação de Estrutura Organizacional.

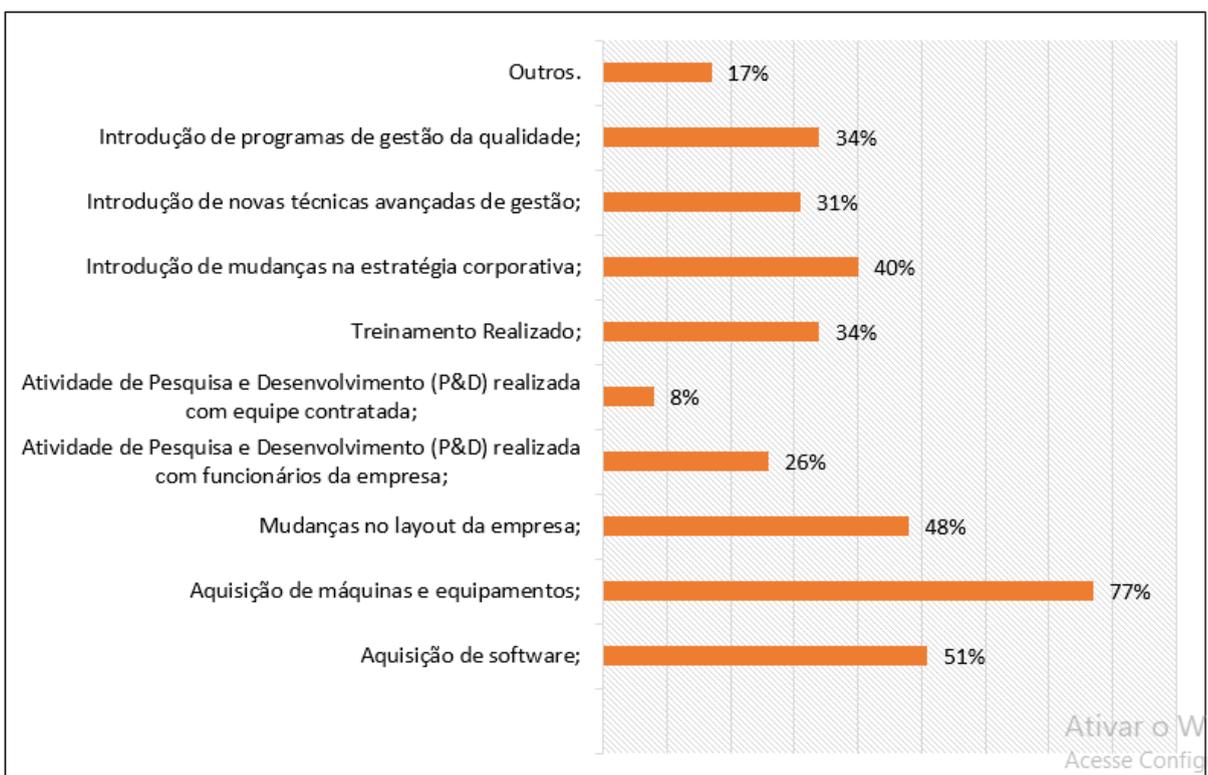


Figura 1 – Identificação dos tipos de inovações introduzidas recentemente nas empresas  
Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Considerando-se as impacto da inovação nos níveis de mercado (Figura 2), a pesquisa evidencia que as inovações aderidas pela maioria das empresas (57%) foram relevantes no âmbito que abrange a si próprias, mesmo que já exista no mercado nacional/internacional. A inovação beneficia todos os níveis do setor têxtil, embora empregue métodos comuns. Existe uma necessidade de as empresas do setor têxtil enfrentarem o desafio de inovar, como condição para se manterem no mercado, ao criar ou aperfeiçoar métodos inovadores que atendam à cadeia produtiva (Caldeira et al., 2018; Menegon et al., 2018). A inovação tem sido reconhecida como um dos principais pilares resultantes de incremento na competitividade das empresas e do desenvolvimento econômico do setor têxtil industrial (Moreira, Silva, Andrade e Tonelli, 2016).

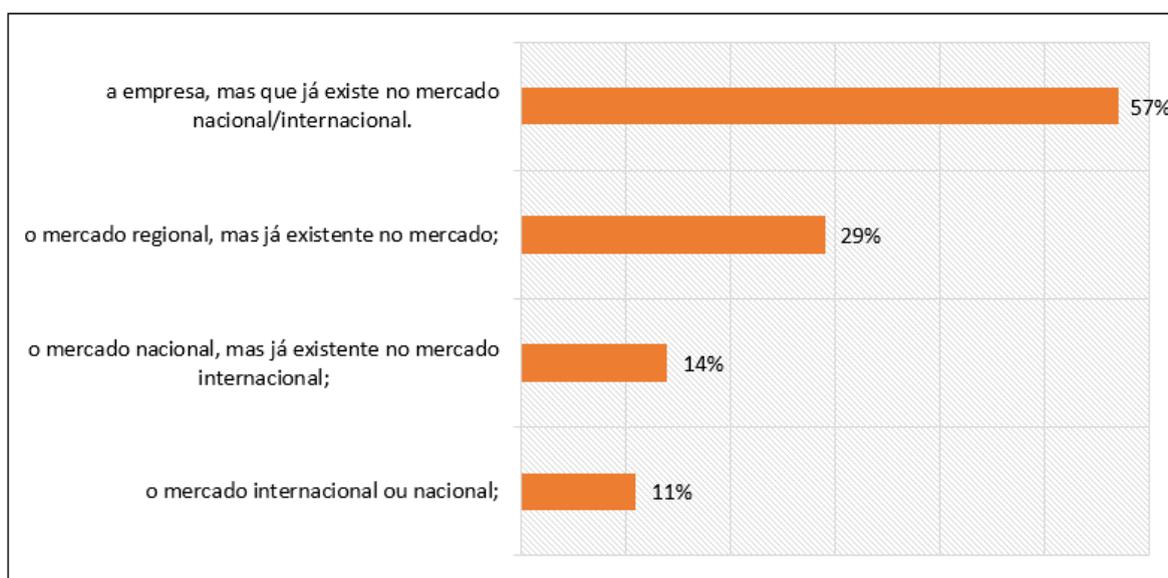


Figura 2 – Impacto da inovação nos níveis de mercado  
Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

No que se refere às razões ou causas que incentivaram a empresa a inovar (Figura 3), os resultados apontam que, na busca por aumento da produtividade, os gestores esclarecem que os principais motivos são a perspectiva de alterar ou melhorar os métodos de produção existentes (74%) para, a partir dessa condição, atender as necessidades dos clientes (68%) que, por sua vez, resulta no incentivo de desenvolvimento de novos produtos e serviços (63%). Numa visão geral sobre as inovações realizadas na indústria têxtil e de confecções brasileiras, observa-se proeminência em relação às inovações de processo sobre as inovações de produto (Moreira et al., 2016).

O desenvolvimento de novos produtos e serviços, nas empresas investigadas nesta pesquisa, pode ser potencializado mediante o fortalecimento da cultura de cooperação no Arranjo Produtivo Local (APL) respectivo. Para tanto, organizações representativas locais e regionais precisam reestruturar os seus programas de apoio ao fomento das atividades de inovação que, dentre os principais escopos, busquem desenvolver a cooperação como prática organizacional. Pode ser observado, na Figura 3, que apenas 20% das empresas apresentam um contexto no qual as atividades de inovação são incentivadas pelo do Núcleo Têxtil de Gaspar-SC, a destacar que alguns dos objetivos das funções dessa entidade, criada em 2018 para representar os interesses dos empresários do setor local, é promover a “troca de experiências, aperfeiçoamento e aprimoramento de seus negócios e na melhoria contínua do ambiente têxtil” (ACIG, 2022).

Em termos de *benchmarking*, nota-se, conforme a Figura 3, que somente 29% das empresas pesquisadas praticam adaptações de tecnologias criadas por outros para atender às suas necessidades, como o alargamento da gama de produtos e substituição de produtos e serviços obsoletos. Neste caso, supõe-se que os produtos oferecidos suprem o mercado e que não há grande motivação em implementar novos, e que as empresas optam em aderir à metodologias inéditas, pouco usadas por outras organizações, mas que sejam eficazes. Um exemplo de inovação bem-sucedida na indústria têxtil é a utilização da microfibras (a partir dos anos 70) na criação de novos tecidos. Dentre outros resultados, essa inserção reduziu custos e permitiu implantar novas características técnicas ao produto final (Menegon e Zambarda, 2019; Osterwalder e Pigneur, 2020; Palheta et al., 2021).

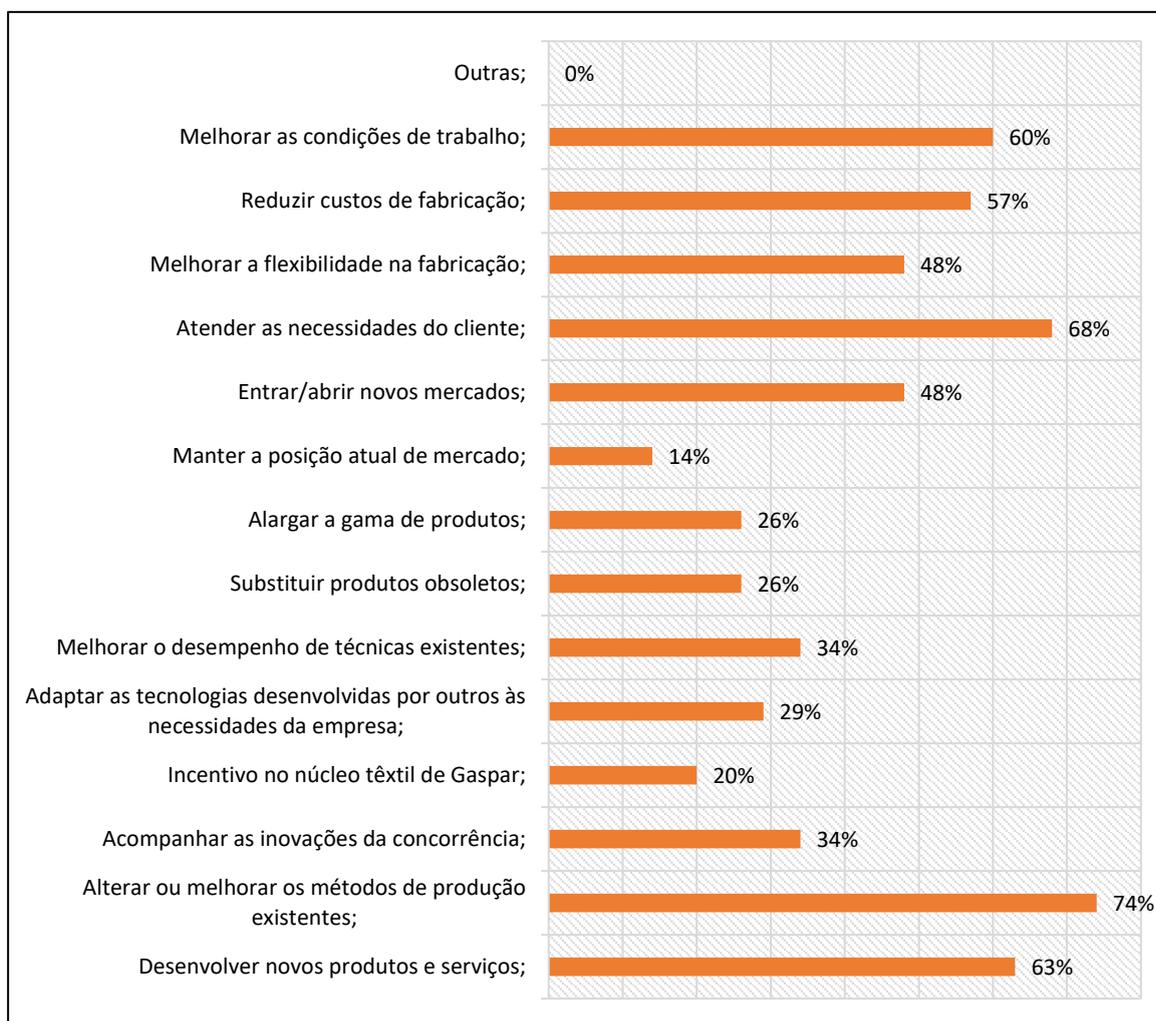


Figura 3 – Razões ou causas que incentivaram as empresas a inovarem  
Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

A constatação do baixo índice de adesão à prática do *benchmarking* é reforçada ao se identificar que, apenas um terço das empresas (34%) investigadas nesta pesquisa são gerenciadas por gestores que afirmam realizar o acompanhamento das inovações da concorrência como um incentivo para inovar (Figura 3). Além disso, destaca-se o fato de que apenas 14% das empresas constituem um cenário no qual seus gestores desejam manter a posição atual de mercado (Figura 3). Isso denota que os responsáveis pela administração das empresas não querem as estagnar na

posição em que se encontram, mas com um comportamento visionário, pretendem melhorar continuamente e se desenvolver dentro do setor (Britto et al., 2018; Caldeira et al., 2018; Menegon et al., 2018; Carmona e Gomes, 2021).

Ademais, os dados demonstram que os setores mais beneficiados com inovações implementadas dentro das empresas (Figura 4) são, na devida ordem: Setor de Produção (88%), fato que justifica-se, principalmente, pela motivação dos gestores em introduzir inovações que possibilitam melhorias nos métodos de manufatura e, também, na aquisição de máquinas e equipamentos; Setor de Vendas (60%), que resulta na expansão de abrangência de ofertas dos produtos para o mercado nacional; e Setor de Estoque e Armazenamento (46%), visto que a gestão das atividades operacionais de logística tendem a ser otimizadas significativamente com a introdução de inovações, como a exemplo da aquisição de máquinas e equipamentos, aquisição de *softwares* e mudanças no *layout* da empresa, identificadas como as práticas mais presentes nas empresas pesquisadas.

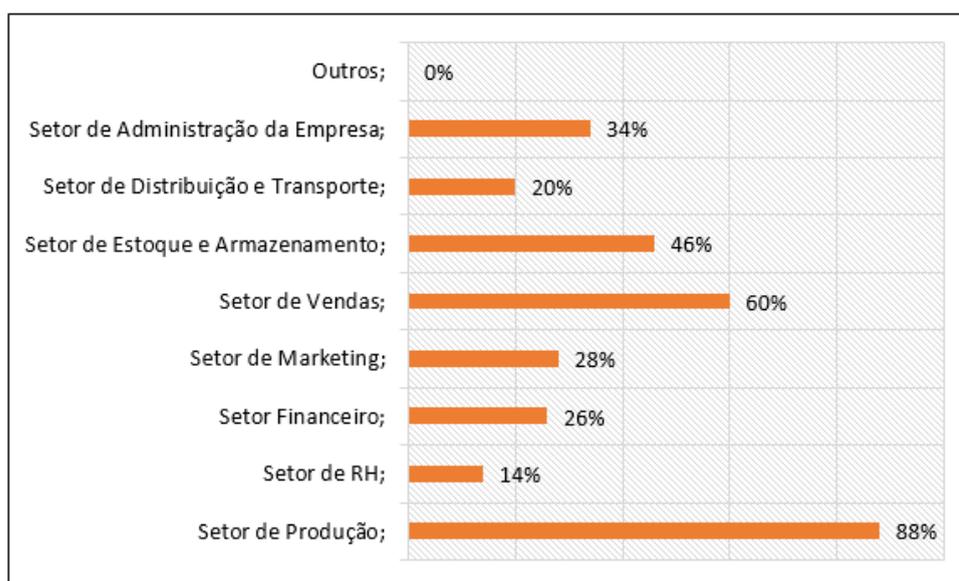


Figura 4 – Setores das empresas beneficiados pelas inovações introduzidas  
Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Todavia, os Setores de Recursos Humanos (14%) e de Distribuição e Transporte (20%) são evidenciados como os que são menos impactados pelas inovações introduzidas nas empresas de confecção que fazem parte da amostra deste estudo. Embora práticas e rotinas inovadoras apresentem grande potencial de impacto para esses setores, os custos da mão de obra fazem parte da contramão que impede o aumento da competitividade da Cadeia Têxtil e de Confecção brasileira (Cavalcanti e Santos, 2022). Somando-se a esse gargalo de dimensão nacional, o Custo Brasil compreendido como o conjunto de dificuldades estruturais que impactam negativamente na economia do país, impedindo o seu crescimento e competitividade, pode ser interpretado como um amortecedor do impacto das inovações na distribuição de produtos das empresas. Porém, apesar das dificuldades, os impactos das atividades de inovação podem ser percebidos e associados a diversas áreas dentro das organizações, tais como o produto, os processos, aspectos ligados ao meio ambiente e, também, a regulamentações e normas (Moreira et al., 2016; Gavira et al., 2020; Martelli, 2021).

Para além das dificuldades, internas e externas às empresas do setor, os resultados obtidos pelo processo de inovação implementado (Figura 5) apontam que 80% das confecções pesquisadas obtiveram um aumento da capacidade produtiva. Os benefícios relacionados à produção, também, foram identificados nos aspectos relacionados à produtividade da manufatura, isto é, na melhoria da qualidade dos produtos ofertados (57%). Em termos de competitividade, um dos fatores a ser considerado importante na avaliação do desempenho das empresas diz respeito à produção com alto padrão de qualidade e, não apenas, o lucro obtido (Cavalcanti e Santos, 2022).

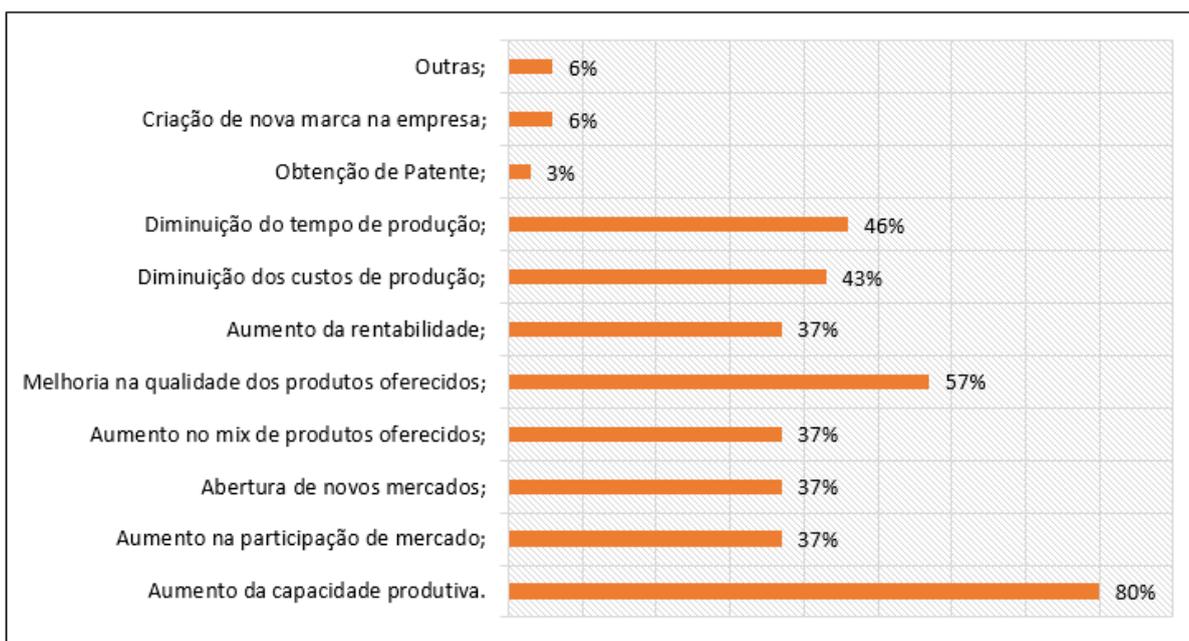


Figura 5 – Resultados obtidos pelos processos de inovação implementado nas empresas  
Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Em seguida, registra-se uma diminuição no tempo de produção em 46%, bem como uma diminuição nos custos de produção em 43% das confecções. Enquanto isso, apenas 3% das empresas obtiveram patentes (Figura 5) e/ou criaram novas marcas (6%) após implementarem metodologias de inovação. Assim, esses resultados reforçam evidências de que a falta de inovações no setor têxtil se deve ao baixo número de depósitos de patentes, ao desenvolver produtos e marcas de alto valor agregado com uma sistemática de alta produtividade. Ao manter tal comportamento, aumenta-se a possibilidade de perda interna de mercado, a ampliar o déficit na balança comercial (Cavalcanti e Santos, 2022).

Ao problematizar o desenvolvimento e introdução de inovações nas organizações, é importante investigar as suas possíveis e principais fontes de fomento. Nessa perspectiva, verificou-se (Figura 6) um significativo índice de contribuição dos clientes (63%) e dos fornecedores (54%) na implementação de inovações nas empresas pesquisadas. A busca de informações sobre clientes e o mercado permite que a empresa entenda melhor as necessidades, a facilitar o desenvolvimento da inovação e a aceitação no mercado, principalmente por poder antecipar a oferta, em função dos desejos da clientela. Ideias e informações que a empresa recebe dos clientes, por pesquisas de satisfação, por exemplo, ajudam a identificar necessidades e fornecer um produto personalizado (Caldeira et al., 2018; Santana, Teixeira, Rapini e Esperidião, 2020).

A literatura especializada aponta que significativa parcela das inovações desse setor advém da

aquisição de máquinas e equipamentos, bem como de novos tipos de matéria-prima (Moreira et al., 2016) que, originalmente, partem da cadeia de fornecedores. Uma das características da cadeia de têxteis e de confecções é ser consumidora de tecnologias, a considerar que a maioria das inovações acontecem de forma exógena às empresas, principalmente via fornecedores (Britto et al., 2018).

O relacionamento com cliente influencia positivamente a capacidade inovativa da empresa, e é importante no desenvolvimento de ideias e lançamento de produto, inovações de processo e organizacional, e a estratégia empresarial, a identificar oportunidades de maneira mais eficiente e reduzir os riscos da inovação. Boas liderança e relação com os clientes e a sociedade, e o acesso a informações e conhecimentos têm, indubitavelmente, impacto positivo e significativo sobre a geração de inovação, dada a importância desses recursos para desenvolvimento da capacidade dinâmica (Vasconcelos e Oliveira, 2018).

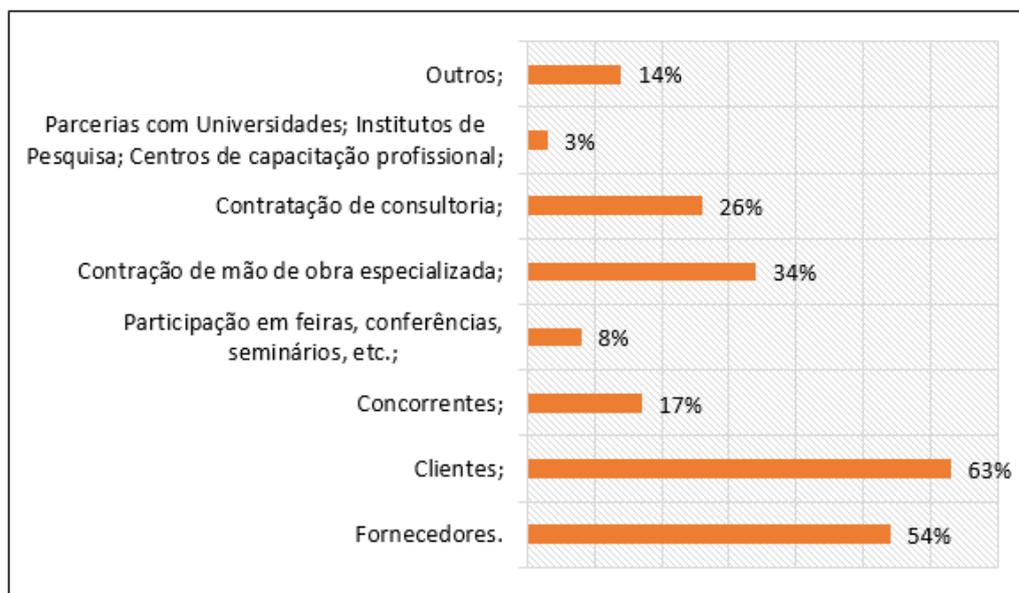


Figura 6 – Fontes de inovação para as empresas  
Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Com os menores índices estatísticos observados, as parcerias com universidades e institutos de pesquisas (3%) e a participação em feiras, conferências e seminários (8%), representam as fontes de inovação menos utilizadas pelas empresas. O distanciamento relacional dessas empresas de confecção com instituições de ensino e pesquisa revela, para efeitos de inovação e crescimento econômicos do APL, uma oposição ao que evidenciam estudos empíricos (Caldeira et al., 2018) que, ao abordarem o papel dos agentes externos de estímulo à inovação, elucidam que as ações do governo e das universidades “devem ser considerados como os principais agentes de estímulo à inovação no setor têxtil brasileiro” (Caldeira, Medeiros Junior & Perez, 2018, p.19).

Devido à facilidade em apoderar-se de conhecimentos e informações, bem como de utilizá-los no processo produtivo das empresas, fontes como clientes, consultoria, feiras e exposições, também se tornam relevantes para a expansão de inovações no setor (Moreira et al., 2016). A obtenção e o compartilhamento de informações podem ser utilizados para melhoria ou desenvolvimento de novos produtos ou serviços, de novos métodos de *marketing*, para redução dos riscos do processo de inovação e dos custos de transação (Milnitz e Luna, 2017; Menegon

et al., 2021).

Em relação aos problemas e obstáculos que impediram/dificultam o processo inovativo das empresas (Figura 7), foi identificado que os elevados custos (66%) e a falta de mão de obra qualificada (66%) são as principais barreiras que prejudicam o desenvolvimento e adoção de inovações. Para solucionar o problema da falta de mão de obra qualificada, seria ideal trabalhar em conjunto com instituições de ensino, a oportunizar que estudantes e professores, através de estágios ou de projetos de pesquisa/extensão, atuem na empresa, ao oferecer serviços e obter retorno em aprendizado. Assim, incentivaria os estudos da comunidade acadêmica, investiria em conhecimento e profissionalização dos colaboradores das empresas, a evitar gastos excessivos. O ato apresenta um excelente custo-benefício, pois é possível moldar o aluno/estagiário a trabalhar de acordo com as necessidades das empresas, a qualificar um funcionário de acordo com as necessidades da instituição.

Para solucionar o problema de inovação mencionado pelas empresas quanto ao elevado custo para inovar, primeiramente, a empresa deve definir seus objetivos. Após isso, deve analisar as opções e, conseqüentemente, criar um norte para suas convicções sobre suas operações. Feito isso, a empresa terá mais certeza sobre como agir e quais rumos tomar, e conseguirá, seguramente, buscar qualificações que sejam mais viáveis financeiramente. Ter objetivos bem traçados faz com que a empresa consiga focar apenas no que realmente for necessário, a filtrar custos e conseguir valor baixo em cursos de especialização e maquinário.

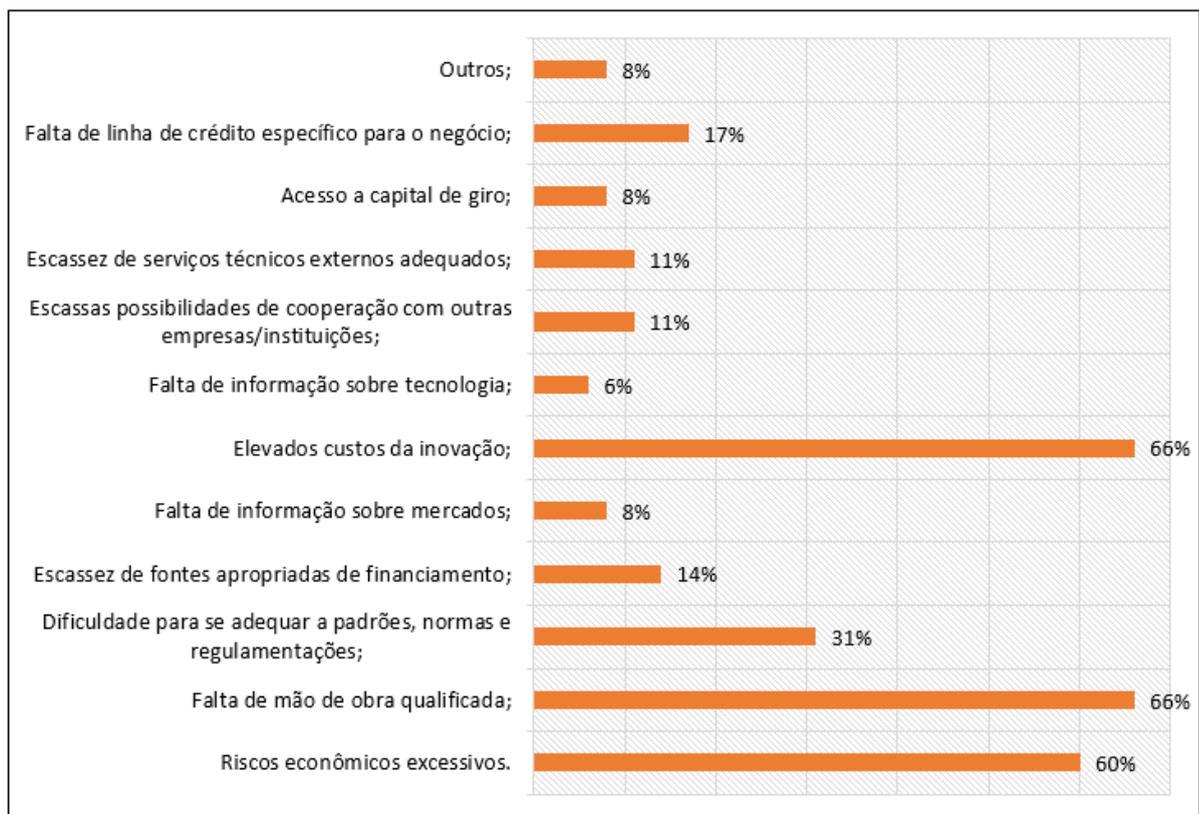


Figura 7 – Dificuldades, problemas ou obstáculos que impediram/dificultaram o processo inovativo das empresas  
Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

No que diz respeito aos riscos econômicos excessivos, obstáculo considerado pelos gestores de 60% das empresas pesquisadas, é evidente que existam diferentes tipos de

investimentos financeiros, mas podem ser evitados. A princípio, as empresas podem definir suas necessidades e definir quais serão os gastos necessários. Para um melhor direcionamento, um consultor pode ser contratado para auxiliar a empresa em estabelecer qual é a melhor maneira de arrecadar fundos para conseguir atingir os objetivos que foram traçados.

Destaca-se, também, nos resultados, a dificuldade para se adequar a padrões, normas e regulamentações. Foi verificado que um terço das empresas (31%) pesquisadas apresentam esse gargalo como uma questão a ser resolvida. Portanto, conhecer aspectos regulatórios, sociais e sustentáveis permite que a organização se destaque ao desenvolver ideias, e obter um desempenho inovador superior (Vasconcelos e Oliveira, 2018).

A inovação está implicada num processo intenso de desenvolvimento de conhecimento e de informação (Beuren, Amaro e Murro, 2020). A qualidade da informação pode refletir na inovação de produtos e processos, via conhecimento que, por sua vez, se caracteriza como informação em determinado contexto em que se atribui significado e interpretação. Esse conhecimento se relaciona com a inovação, o surgimento de uma nova ideia ou invenção e a sua transformação em um negócio (Alves e Ceolin, 2019; Osterwalder e Pigneur, 2020).

Ao investir em conhecimento inovador, empresas têxteis alavancarão vendas e desenvolverão o empreendimento, a se destacar no mercado, tal qual empresas que mais investem nesse setor, pertencentes a países desenvolvidos e conhecidas mundialmente. Investir em pesquisa e desenvolvimento (P&D) é uma das chaves para alcançar o desenvolvimento da empresa, sobretudo financeiramente. Com novos produtos e processos, a empresa maximiza a capacidade tecnológica e aumenta a produtividade.

## CONCLUSÃO

Com o objetivo de verificar a propensão à inovação das empresas de confecção têxtil de Gaspar/SC, esta pesquisa foi guiada conforme os pressupostos teóricos da inovação e adaptação do instrumento de coleta de dados do *survey* realizado pela PINTEC nas indústrias brasileiras. A partir da sistematização de diversos indicadores, os resultados demonstram que, em contexto geral, as organizações que compõem a amostra deste estudo constam em sua trajetória setorial de significativos avanços na implementação de inovações. Todavia, ainda enfrentam diversos desafios, como riscos econômicos excessivos, elevados custos para inovar e falta de mão de obra qualificada.

As inovações introduzidas nas empresas de confecção pesquisadas predominam nos processos operacionais de manufatura, visto que a aquisição de máquinas e equipamentos, assim como mudanças no *layout* do ambiente fabril interno, estão entre as práticas de inovação mais presentes nas suas ações de esforços para a redução do tempo e custos de produção. Assim, o aumento da capacidade produtiva foi identificado como o principal resultado obtido em decorrência desses fatores.

Outro fator que se destaca na elevação da eficiência inovativa dessas empresas, é a aquisição de *software*. No recente cenário mercadológico e econômico da Indústria 4.0, a gestão de processos com o uso de inovações mais avançadas e atreladas a modernos recursos computacionais, tornou-se uma condição necessária para que organizações alcancem excelente desempenho na manufatura e produtividade. Em casos nos quais se identificam baixo nível de propensão à inovação, a difusão de tecnologias dessa natureza pode ser propulsora de uma nova cultura e estratégias inovadoras.

Tratando-se da amostra desta pesquisa, constatou-se um cenário caracterizado pela implementação de inovações de natureza incremental, resultando em impactos concentrados no

ambiente operacional interno das empresas. Diante disso, as inovações identificadas não apresentam grandes impactos no mercado nacional e, tampouco, no internacional. Essa realidade justifica-se pela existência de uma baixa atividade de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) nas rotinas dessas organizações, além da expressiva falta de parcerias com universidades e institutos de pesquisa e centros de capacitação.

A melhor estratégia de promoção da inovação, na percepção dos gestores dessas empresas de confecção, ainda está focada na alocação de recursos financeiros dirigidos à atualização de máquinas e equipamentos. Suas principais fontes para inovação relacionadas às atividades de mercado são, especificamente, clientes e fornecedores. A dependência de tecnologias oriundas dos fornecedores sugere que políticas públicas, voltadas para elevar a inovação no setor têxtil, devem estimular o processo de cooperação entre universidades/instituto de pesquisa, empresa e governo. Assim, é possível ampliar a capacidade das organizações em solucionar os problemas e obstáculos que impedem ou dificultam o processo de inovação.

Por fim, para aprofundar a análise, aponta-se duas direções de estudos necessários. A primeira refere-se ao mapeamento da rede de atores públicos e privados inseridos na cadeia produtiva têxtil do município de Gaspar, identificando os seus papéis e níveis de poder para o fomento à inovação. A segunda, como atenção à tendência de digitalização dos processos industriais, diz respeito à análise da propensão à introdução de tecnologias da *smart manufacturing* na cadeia têxtil em questão.

## REFERÊNCIAS

- ABIT. (2021). *Perfil do Setor: Dados gerais do setor referentes a 2019* (atualizados em dezembro de 2020). São Paulo. (Disponível em: <https://cutt.ly/zmNzh6L>). (12 de Julho de 2022).
- ACIG. (2022). *Sobre o Núcleo. Gaspar, 2022*. (Disponível em: <https://acigweb.com.br/nucleos/nucleo-textil/>>). (13 de Agosto de 2022).
- Alves, P. D. E.; Ceolin, A. C. (2019). Estratégias de diferenciação por meio de inovação: um estudo de caso em uma pequena empresa. *Brazilian Journal of Development*, v. 5, n. 1, p. 167-180.
- Beck, F.; Beuren, M. I. (2017). Inovações em uma empresa brasileira do setor têxtil. *Race: Revista de Administração, Contabilidade e Economia*, v. 16, n. 3, p. 885-910.
- Beuren, I. M.; Amaro, H. D.; Murro, E. V. B. (2020). Influência da folga orçamentária e qualidade da informação na performance da inovação. *REUNIR - Revista de Administração Contabilidade e Sustentabilidade*, v. 10, n. 1, p. 1-13.
- Britto, L. R. G. D; Kitazawa, H. M.; Pepece, O. M. C. (2018). O uso da nanotecnologia na indústria têxtil para inovar na moda gestante. *Revista Brasileira de Gestão e Inovação*, v. 6, n. 2, p. 168-193.
- Caldeira, A.; Medeiros Junior, A. D.; Perez, G. (2018). Inovação como fator de influência na competitividade da cadeia produtiva têxtil brasileira. *MISES: Interdisciplinary Journal of Philosophy, Law and Economics*, v. 6, n. 2.
- Carmona, L. J. D. M.; Gomes, G. (2021). Efeito mediador do desempenho inovador na relação entre aprendizagem, capacidade de inovação e desempenho organizacional. *Race - Revista de Administração, Contabilidade e Economia*, v. 20, n.1, p. 1-26, jan./abr.
- Cavalcanti, A.M.; Santos, G.F. (2022, jul./set.). A indústria têxtil no Brasil: uma análise da importância da competitividade frente ao contexto mundial. *Exacta*. 20(3), 706-726.
- Coelho Junior, L. M.; Santos Júnior, E. P.; Alencar, F. V. (2019). Concentração da demanda energética na Indústria Brasileira Têxtil. *Engevista*, 21(1), 79-92.

- Damásio, C. A.; Monteiro, D. F. B. (2020). O processo produtivo têxtil em uma indústria do interior de Minas Gerais: um estudo a partir das mudanças geradas pela inovação tecnológica. *Brazilian Journal of Development*, 6(9), 69035-69044.
- Ferreira, V. da R. S., Tete, M. F., Silva Filho, A. I. Da., Sousa, M. de M. (2015). Inovação no setor público federal no Brasil na perspectiva da inovação em serviços. *INMR - Innovation & Management Review*, 12(4), 99-118.
- Fierro, A. P.; Chávez, P. B. A.; Lanás, J. G. (2017). Tipología de la Innovación Empresarial según Manual de Oslo. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 6(1), 97-102.
- Fujita, R. M. L.; Barbosa, L. L. (2020). Aspectos do Design abordados em Empreendimentos Sociais e Solidários: uma revisão sistemática. *Estudos em Design*, 28(1).
- Gaspar, Prefeitura Municipal de. (2022). *Gaspar é Capital Nacional da Moda Infantil*. (Disponível em: <https://www.gaspar.sc.gov.br/gaspar-e-a-capital-nacional-da-moda-infantil-2/>). (Acesso 20 de junho de 2022).
- Gavira, M. D. O.; Ferro, A. F. P.; Rohrich, S. S.; Quadros, R. (2020). Gestão da inovação tecnológica: uma análise da aplicação do funil de inovação em uma organização de bens de consumo. *Revista de Administração Mackenzie*, 8(1), 77-107.
- Gomes, G.; Machado, D. D. P. N.; Alegre, J. (2014). Indústria Têxtil de Santa Catarina e sua Capacidade Inovadora: Estudo sob a perspectiva da eficiência, eficácia, custos e melhoria de processos. *Revista de Administração e Inovação*, 11(2), 273-294.
- Grützmann, A.; Zambalde, A. L.; Bermejo, P. H. D. S. (2019). Inovação, Desenvolvimento de Novos Produtos e as Tecnologias Internet: estudo em empresas brasileiras. *Gestão e Produção*, 26(1), e1451.
- IEMI. (2019). *Brasil têxtil: relatório setorial da indústria têxtil brasileira 2019*. São Paulo, 19(19). (Disponível em: <https://cutt.ly/1nw0TYP>). (Acesso em 23 de Maio de 2021).
- Lopes, I. F.; Beuren, I. M.; Martins, G. D. (2018). Alinhamento entre uso de instrumentos do sistema de controle gerencial e inovação de produtos e processos. *Revista Organizações em Contexto*, 14(27), 1-27.
- Manthey, N. B.; Verdinelli, M. A.; Rossetto, C. R.; Carvalho, C. E. (2017). O Impacto da Capacidade de Inovação no Desempenho da Inovação de Produto em PMES do Setor Industrial. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 6(2), 311-341.
- Martelli, M. M. A. (2021). Inovação e criatividade. *Editora Senac São Paulo*. (Disponível em: <https://cutt.ly/AnwNMqS>). (Acesso em 22 Maio de 2021).
- Martinez, M. E. M.; Reis, M. C. D.; Reis, P. C. D. (2018). Avaliação da capacidade inovativa sobre a ótica patentária brasileira do emprego de nanotecnologias na indústria têxtil. *Cadernos de Prospecção*, 11(4), 1123.
- Melo, D. F.; Santa Rita, L. P.; Ferreira Junior, R. R.; Tonholo, J.; Sá, E. M. D. O. (2020). Políticas públicas para inovação: um estudo da metodologia de gestão da inovação na indústria em Alagoas. *Navus: Revista de Gestão e Tecnologia*, 10(1), 1-20.
- Menegon, E. M. P.; Poli, O. L.; Mazzioni, S. (2018). Inovação na indústria do segmento têxtil: um estudo sobre o perfil da produção científica nacional e internacional. *Brazilian Journal of Development*, 4(4), 1093-1115.
- Menegon, E. M. P.; Zambarda, A. B. (2019). Percepção de colaboradores sobre as ações de treinamentos em uma indústria têxtil. *Navus: Revista de Gestão e Tecnologia*, 9(1), 7-20.
- Menegon, L. D. S.; Menegon, F. A.; Maeno, M.; Kupek, E. (2021). Incidência e tendência temporal de acidentes de trabalho na indústria têxtil e de confecção: análise de Santa Catarina, Brasil, entre 2008 e 2017. *Revista Brasileira de Epidemiologia*, 24: E210005.

- Milnitz, D.; Luna, M. M. M. (2017). Caracterização da Indústria Têxtil e de Confecções do Estado de Santa Catarina: Principais Elos, Parceiros e Produtos Comercializados. *Revista da UNIFEBE*, 1(22), 166-182.
- Moreira, B. C. M.; Silva, E. H. D.; Andrade, L. P.; Tonelli, A. O. (2016). Determinantes da inovação: um estudo empírico em indústrias de confecção do município de Formiga/MG. *Revista E-Tech: Tecnologias para Competitividade Industrial*, 9(2), 27-50.
- Moura, C. R.; Borges, W. J.; Meincheim, E.; Carlini, G. C.; Oliveira, L. D. (2019). Aplicação do Método SLP no desenvolvimento de um layout otimizado em uma empresa têxtil. *ScientiaTec*, 6(2), 16-35.
- Negri, F. N. (2018). *Novos caminhos para a inovação no Brasil*. Washington: Wilson Center, 2018. (Disponível em: <https://cutt.ly/bm0m8Zt>). (Acesso em 12 Julho de 2022).
- Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2020). *Business model generation: inovação em modelos de negócios*. Rio de Janeiro: Alta Books. (Disponível em: <https://cutt.ly/qm16RQB>). (Acesso em 12 Julho de 2022).
- Palheta, R. R.; Kimura Junior, A.; Norte, N. N. O.; Parente, R. P. (2020). Projeto Ocean Manaus: um caso de gestão em inovação tecnológica. *Brazilian Journal of Development*, 7(3), 30991-31015.
- Santana, J. R. D.; Teixeira, A. L. D. S.; Rapini, M. S.; Esperidião, F. (2020). Financiamento público à inovação de empresas no Nordeste: Uma análise setorial à luz dos objetivos das políticas industrial e de inovação. *Revista Econômica do Nordeste*, 51(1), 161-179.
- Schiavi, G. S.; Momo, F. D. S.; Maçada, A. C. G.; Behr, A. (2020). No caminho da inovação: análise das capacidades de inovação de empresas contábeis diante das tecnologias digitais. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 22(2), 381-405.
- Schumpeter, J. A. (1982). *Teoria do Desenvolvimento Econômico*. Tradução de Maria Sílvia Possas. Ed. Abril S.A. Cultural e Industrial, São Paulo.
- Silva, B. L.; Xavier, M. G. P. (2020). Inovação e tecnologia em lavanderias de jeans do polo têxtil do agreste Pernambucano e a implementação das atividades de reuso de água. *Brazilian Journal of Development*, 6(6) p. 41458-41476.
- Vasconcelos, R. B. B. D.; Oliveira, M. R. G. D. (2018). Determinantes da inovação em micro e pequenas empresas: Uma abordagem gerencial. *Revista de Administração de Empresas*, 58(4), 349-364.