

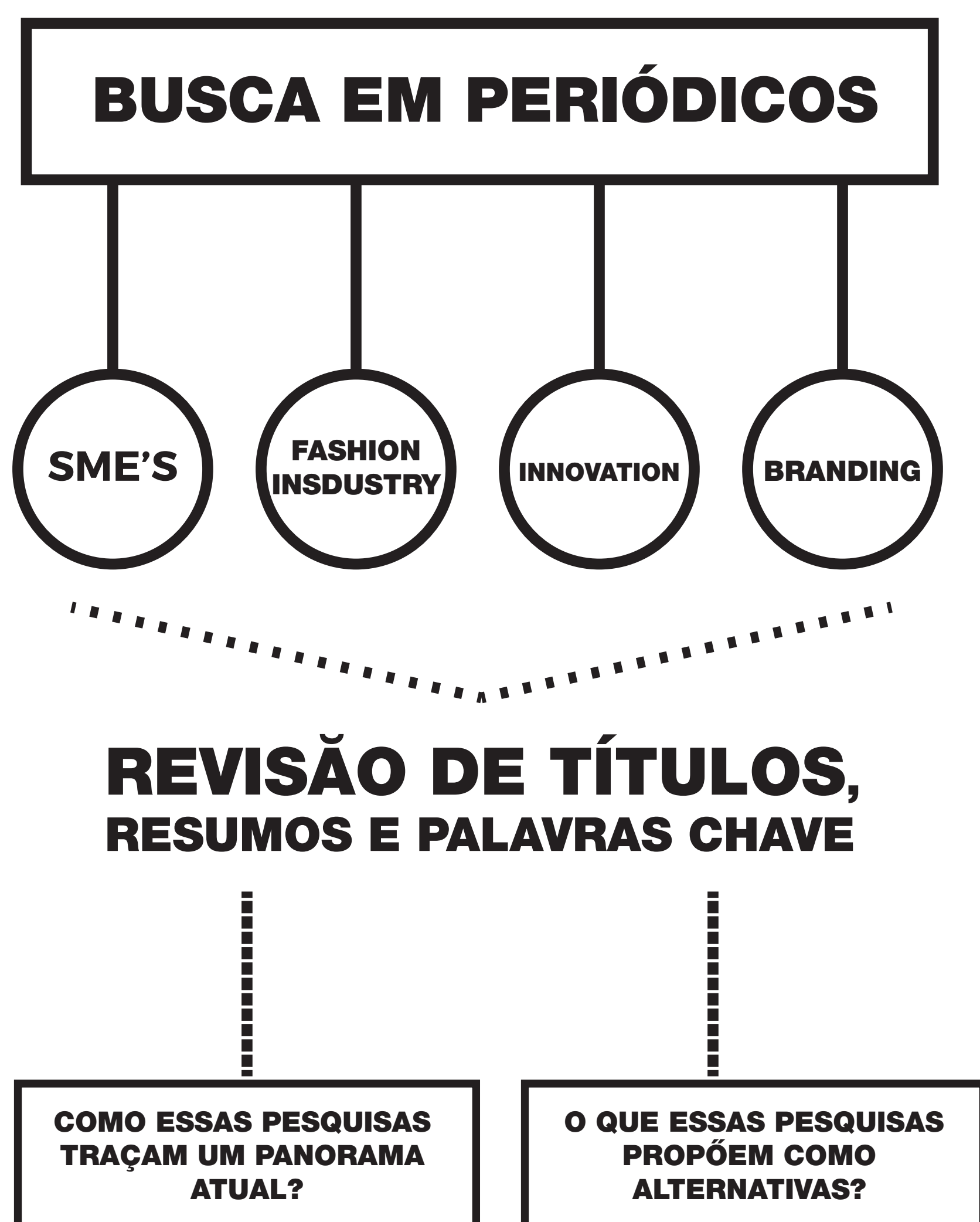
LEVANTAMENTO PARA ESTUDO DO ESTADO DA ARTE REFERENTE A AÇÕES DE FORTALECIMENTO DE MPE'S DO SETOR DO VESTUÁRIO

Camila Civardi Rissato, aluna de design de produto da Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Júlio Carlos de Souza Van der Linden, Professor do dpto. de Design e Expressão Gráfica da UFRGS

INTRODUÇÃO

Considerando a notável participação de micro e pequenas empresas no setor de vestuário, é importante que sejam construídos alicerces para que essas empresas não sucumbam às dificuldades desse mercado. A inovação por meio do design e a gestão do design vem sendo apontadas internacionalmente como caminhos para o crescimento e sobrevivência de MPEs. Verifica-se aí a importância de examinar os problemas enfrentados pelas MPEs e possíveis soluções quanto aos processos de inovação e de gestão do design.

METODOLOGIA



RESULTADOS

Chegou-se a um corpus de 16 trabalhos relativos a ações para inovação em MPEs de 14 países, distribuídos no período de 1999 a 2015. Nesses artigos, foram identificadas algumas especificidades em diferentes contextos: a importância da marca para inovação; a posição geográfica das empresas como barreira ou facilitador; o déficit de pessoal especializado em alta gerência ocasionando barreiras para a inovação; estratégias de terceirização centradas não apenas no preço baixo; desenvolvimento de produtos a fim de satisfazer a demanda de grandes redes fast-fashion, por um lado, e de outro a possibilidade de adoção de um sistema push-pull a fim de auxiliar proprietários de marca, redes de distribuição e varejo em torno de questões relativas a demanda; por fim, a capacidade de resiliência das empresas que já sobreviveram a crises severas nas últimas décadas. Esses achados permitirão formular um referencial teórico apropriado para analisar casos de MPEs locais.

REFERÊNCIAS

- ABIT _ Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção Indústria Têxtil e de Confecção Brasileira. Brasília, 2013. Disponível em http://www.abit.org.br/conteudo/links/publicacoes/cartilha_rtcc.pdf.
- AGOSTINI, Lara; FILIPPINI, Roberto & NOSELLA, Anna. (2014), "Corporate and product brands: do they improve SEMs' performance?", *Measuring Business Excellence*, Vol. 18 Iss 1 pp. 78 – 91. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1108/MBE-11-2013-0060> Acesso em 28 de março de 2015.
- ENSARI, M. Sebnem; KARABAY, Melisa Erdilek. "What Helps to Make SMEs Successful in Global Markets?" In: 10th International Strategic Management Conference. Publicado em: *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 15 September 2014, Vol.150, pp.192-201. ISSN: 1877-0428 ; DOI: 10.1016/j.sbspro.2014.09.030
- PUIG, Francisco; MORA, García Belén; SANTAMARÍA, Cristina, (2013), "The influence of geographical concentration and structural characteristics on the survival chance of textile firms", *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, Vol. 17 Iss 1 pp. 6 – 19, Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1108/13612021311305100>. Acesso em 8 de dezembro de 2014.