



DECLÍNIO NAS INDÚSTRIAS DE MODA DE JARAGUÁ-GO

Decline in fashion industries of Jaragua-go

Campos, Juliana Ribeiro; Graduanda; UEG,
juribeirocampos@hotmail.com¹
Nascimento, Fernanda Fleury; Especialista; UEG,
fefleury@gmail.com²

Resumo: Este trabalho tem o intuito de apresentar a pesquisa realizada para o trabalho de conclusão de curso que visava compreender o declínio das indústrias de moda da cidade de Jaraguá-GO, como isso afetou os empresários e como provocou a falência de várias empresas. A pesquisa está em fase de conclusão e foi realizada através da aplicação de questionário *online* composto de perguntas fechadas e abertas, pesquisa de campo e documental, e análise de dados com intuito de avaliar as condições que levaram ao fechamento de tantas empresas, com a finalidade de propor um plano de ação para evitar que isso continue acontecendo, resgatando a tradição da cidade e sua vocação industrial na confecção de vestuário em jeans.

Palavras chave: Declínio; Moda; Jeans; Negócios.

Abstract: This work has the aim to present the research conducted for the final project which aimed to understand the decline of industries sets the town of Jaragua-GO, how it affected entrepreneurs and as caused the bankruptcy of several companies. The research is nearing completion and was performed by applying online questionnaire composed of closed and open questions, field research and documentation, and data analysis in order to assess the conditions that led to the closing of so many companies, in order to propose an action plan to prevent this keep happening, rescuing the city tradition and your industrial vocation in making clothing in jeans.

Keywords: Decline; Fashion; Jeans; Business.

¹ Aluna do CST Design de Moda na Universidade Estadual de Goiás – Campus Jaraguá. Colaboradora em diversas indústrias de vestuário em jeans na cidade de Jaraguá-GO.

² Professora do CST Design de Moda na UEG e na ESTÁCIO. Especialista em Planej. Educacional pela UNIVERSO. Ministrante das disciplinas: Teoria da Moda; Div. Cid. Direitos; Mkt e Com. Em Moda; Fund. Design; dentre outras; Membro do NDE.



Introdução

A produção de jeans na cidade de Jaraguá sempre teve um papel significativo para a vocação industrial da cidade, bem como nas relações sociais e econômicas. De acordo com informações fornecidas pela Secretaria da Fazenda do Estado de Goiás é possível constatar através da arrecadação de ICMS que a cidade foi considerada uma grande produtora de roupas do país.

Seguindo os passos do que acontecia em outras cidades com a mesma vocação industrial, Jaraguá despontava e ampliava suas exportações dentro do país. A tendência de moda que fortalecia o jeans como peça indispensável no vestuário dos brasileiros estava ganhando cada vez mais espaço, particularmente nos grandes veículos de comunicação, especialmente através das manifestações do mundo das artes, música e das celebridades.

No Brasil, o destaque quanto ao posicionamento de marca se deu próximo à década 80 com grifes como a Dijon, Fiorucci, Zoomp, M.Officer, USTOP, Triton, dentre outras, essas marcas foram consideradas fenômeno de vendas. Algumas marcas foram inovadoras em seus segmentos e acabaram se destacando no disputado mundo da moda, enquanto outras ganharam o público pela praticidade.

Dentre outras razões, a memória afetiva das pessoas também inclui o que vestiram na infância e adolescência. A cultura do consumismo nos ensinou a não apenas usar as roupas, mas também saber a marca delas, o fato de muitas pessoas se identificarem com um determinado produto, podem justificar as motivações pelas quais o jeans tenha se tornado indispensável.

Existe também a circunstância de que muitos, independentemente de sua forma física ou poder aquisitivo, tem o simples desejo de se vestir de forma prática, sem aquela necessidade de usar uma marca inovadora, com seus cortes modernos e lavagens diferentes, por outro lado existe o apelo simbólico e as



peças acreditam numa distinção social promovida pelo que as marcas representam.

Diante dessa reflexão, este artigo propõe investigar porque ocorreu o declínio das indústrias de moda da cidade de Jaraguá. É importante pesquisar sobre o tema para compreender melhor a disseminação de motivos que levaram tantas empresas a fecharem suas portas ou até mesmo decretarem falência por não terem mais condições de arcar com as despesas fixas das empresas, fazer um estudo detalhado e aprofundado dos pontos fortes e fracos que ainda permeiam esse segmento, afim de sugerir um plano de ação que possa resgatar a vocação industrial da “Capital do Jeans”, fortalecendo a capacidade produtiva da região e reconquistando a notoriedade adquirida na época do seu apogeu.

No Brasil

Pesquisa realizada pelo Sindivestuário, empresa representante de três sindicatos do vestuário do Brasil, publicada pelo site do SEBRAE em junho de 2016, apontou uma decaída alarmante para todo o país, principalmente para as pessoas as quais sua renda total vem do mercado de moda.

O portal Empresômetro que contém dados e números sobre o universo das micro e pequenas empresas brasileiras (MPEs) e que foi desenvolvido pelo Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação (IBPT) para o monitoramento em tempo real de abertura e fechamento dessas empresas, por cidade, estado e atividade econômica, entre outras informações relevantes sobre o setor. Com mais de 13 milhões de empreendimentos cadastrados, o sistema também serve como termômetro da economia brasileira, aponta que menos de 20% das empresas ativas no Brasil foram instaladas em São Paulo (9,53%), Rio de Janeiro (4,24%), Belo Horizonte (1,99%), Brasília (1,90%) e Curitiba (1,64%), enquanto mais de 80% ficam em outros Estados.



EMPRESAS ATIVAS NO BRASIL

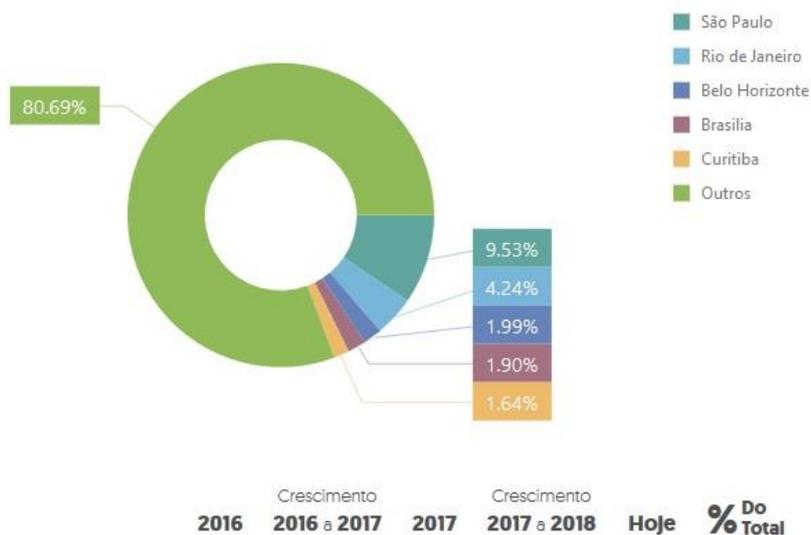


Figura 1: Site Empresômetro <<https://www.empresometro.com.br/Home/Estatisticas>>

Em Goiás

Por meio de dados repassados pela SEFAZ-GO, entre o ano 2000 até o final de 2017, no Estado de Goiás, existiam 29.546 (Vinte e nove mil, quinhentos e quarenta e seis) confecções ativas, divididas em 11.481 (Onze mil, quatrocentas e oitenta e uma) na capital, Goiânia, e o restante composto por 18.069 (Dezoito mil e sessenta e nove) empresas, estavam instaladas nas cidades do interior Estado. Nesse mesmo período teve um número exorbitante de empresas paralisadas, chegando a quase 143% em relação a quantidade de empresas ativas, perfazendo um de total de 42.138 (Quarenta e dois mil, cento e trinta e oito) que tiveram suas atividades suspensas.



CONFECÇÃO - QUANTIDADE DE CONTRIBUINTES E ARRECADAÇÕES DE ICMS - ESTADO DE GOIÁS					
Ano	Data Início - Qtd Cce (Ativo)	Qtd Cce (Ativo) Acumulado	Data Início - Qtd Cce (Paralisado, Baixado, Suspensão)	Data Encerramento - Qtd Cce (Paralisado, Baixado, Suspensão)	Arrecadação de ICMS
2000 e Anteriores	1.837	1.837	14.867	356	-
2001	221	2.058	1.848	142	-
2002	202	2.260	1.112	2.125	-
2003	213	2.473	1.307	2.008	R\$ 45.752.877,13
2004	451	2.924	1.639	694	R\$ 55.077.501,02
2005	339	3.263	1.327	814	R\$ 55.996.908,63
2006	355	3.618	1.268	803	R\$ 62.193.312,77
2007	439	4.057	1.464	771	R\$ 69.648.918,13
2008	737	4.794	2.273	6.157	R\$ 89.127.393,24
2009	714	5.508	1.759	2.032	R\$ 94.164.559,81
2010	2.852	8.360	2.642	1.580	R\$ 115.088.849,83
2011	3.015	11.375	2.537	1.688	R\$ 129.323.016,37
2012	3.067	14.442	2.267	1.728	R\$ 148.955.476,81
2013	3.477	17.919	2.155	4.604	R\$ 188.448.773,78
2014	3.290	21.209	1.711	3.799	R\$ 200.689.042,78
2015	2.733	23.942	1.132	4.073	R\$ 204.529.089,08
2016	2.587	26.529	585	3.740	R\$ 209.442.062,59
2017	3.017	29.546	245	5.024	R\$ 223.394.414,36
	29546		42138	42138	R\$ 1.891.832.196,33

Figura 2: Secretaria da Fazenda do Estado de Goiás

Através do SEBRAE foi possível ter acesso a uma pesquisa realizada em 2007 diretamente com empresários que faliram ou que fecharam suas empresas, mas antes que isso realmente acontecesse, no topo das respostas destacou-se à alta carga tributária, na sequência, a demanda cada vez menor de clientes, concorrência elevada, capital de giro pequeno, empresas instaladas em locais de difícil acesso, falta de mão de obra qualificada e baixo lucro.

Outro motivo mencionado vai de encontro com o que *FACCIONI* (2012) descreveu em seu livro a respeito da crise financeira do final de 2008 e primeiro semestre de 2009, onde ele fala que as pessoas estariam mudando hábitos e formas de consumo, ato que não terá um tempo determinado para mudar, fato que deixou o mundo *fashion* mais instável, e frisou que empresa bem informada, com conhecimento, experiência e consciência social serão as mais valorizadas pelo público.

Ainda sobre a pesquisa, foram colocadas em pauta os seguintes obstáculos: propagandas inadequadas, dificuldade de acesso a informações de



mercado, logística de abastecimento e distribuição, formação inadequada dos preços dos produtos ou serviços, desconhecimento do mercado, inadequação de produtos ou serviços as necessidades do mercado, dentre outros fatores apurados.

Machado e Espinha (2010), elaboraram uma tabela baseada nos estudos dos autores (Pereira, 1995; Dutra, 2002, *Johnson e Soenen*, 2003, Riquelme e *Watson* 2002, *Lussier e Pfeifer*, 2001), nela apontam causas de fracasso de empresas relacionadas a problemas gerenciais, curiosamente todas as razões citadas pelos empresários se enquadram nos motivos que causam insucesso, conforme apontado pelos autores.

Os empresários pesquisados também responderam a perguntas como: Quais os motivos que os levaram a abrir seu próprio negócio? As três respostas principais foram: 1) Desejo de ter o próprio negócio; 2) Identificou-se uma oportunidade de negócio; e 3) Aumentar a renda/melhorar de vida. Todas as respostas vão de encontro com a fala do autor Trías de Bes (2007) onde ele cita que muito mais que um motivo ou uma ideia, para ser empreendedor você necessita ter uma motivação, algo que te faça querer de verdade correr atrás do seu objetivo principal, que não o deixe desanimar no primeiro empecilho que aparecer no caminho.

A proximidade com esses dados revelou um discurso habitual cujas abordagens se direcionavam a questões tais como: O que leva tantos empresários a desistirem do seu sonho? O motivo de tantas empresas fecharem tão rapidamente é mesmo a crise? Será que os ditos “empresários” tinham na veia o espírito empreendedor de quem se arrisca por um propósito? Buscar capacitação para desenvolver habilidades empreendedoras é considerado demérito? Ter um curso superior ou alguma experiência na área é suficiente para gerir um negócio? Ser visionário pode ser um diferencial competitivo diante do cenário econômico do país?



Muitos empresários expressavam a necessidade desses conhecimentos em suas práticas administrativas e pareciam colocar os saberes supostamente pertencentes à gestão como de grande valoração. Isso causou muita inquietação durante a pesquisa e foram propulsores para obtenção dos dados empíricos que fundamentassem tais indagações. O trabalho desenvolvido a seguir visava confirmar os enigmas com essa falta expressa de capacitação gerencial, mas era possível antecipar que o mesmo discurso do “não saber”, a mesma sensação inicial já exposta com os depoimentos colhidos na entrevista relatam a necessidade e importância dessa temática.

Em Jaraguá/GO

A cidade de Jaraguá, situada no interior do Estado de Goiás, já foi considerada uma das maiores produtoras de roupas do Brasil, chegando a ser conhecida como a “Capital do Jeans”, entretanto nos últimos anos ocorreu uma grande queda na sua produção, o que acarretou no fechamento de diversas empresas, isso provocou a evasão de muitos moradores que dependiam dos empregos, gerados pela vocação industrial da cidade, para sobreviver.

Segundo os dados informados, também, pela Secretaria da Fazenda do Estado de Goiás, a cidade obteve no ano de 2007 uma arrecadação de ICMS que perfaz o total de R\$ 3.277.756,44 (Três milhões duzentos e setenta e sete mil setecentos e cinquenta e seis reais e quarenta e quatro centavos).

Contudo, ainda de acordo com esses dados, nos últimos anos sua arrecadação vem caindo drasticamente, em 2010 os dados apontaram uma queda de quase 50% do valor apresentado em 2007, gerando apenas R\$ 1.655.837,46 (Um milhão seiscentos e cinquenta e cinco mil oitocentos e trinta e sete reais e quarenta e seis centavos).

Pelos dados informados é possível constatar que nesse período, apesar de ter apresentando um grande número de empresas que encerraram suas



atividades, o número de empresas ainda ativas é bem superior as que existiam no início do século XXI na cidade. Outro dado curioso de se observar na tabela é a arrecadação do ICMS de 2007, que foi o ano com maior arrecadação, embora o número de empresas registradas era apenas de 16,5% da quantidade existente até agosto de 2017.

CONFEÇÃO - QUANTIDADE DE CONTRIBUINTES E ARRECADAÇÕES DE ICMS - JARAGUÁ - GO					
Ano	Data Início - Qtd Cce (Ativo)	Qtd Cce (Ativo) Acumulado	Data Início - Qtd Cce (Paralisado, Baixado, Suspensão)	Data Encerramento - Qtd Cce (Paralisado, Baixado, Suspensão)	Arrecadação de ICMS
2000 e Anteriores	41	41	293	10	-
2001	6	47	82	10	-
2002	8	55	37	22	-
2003	11	66	40	38	R\$ 1.708.525,79
2004	17	83	56	6	R\$ 2.397.558,87
2005	14	97	54	13	R\$ 2.559.427,25
2006	16	113	46	15	R\$ 2.613.103,68
2007	18	131	61	18	R\$ 3.277.756,44
2008	22	153	36	115	R\$ 2.346.674,09
2009	27	180	49	77	R\$ 2.487.094,91
2010	88	268	94	62	R\$ 1.655.837,46
2011	91	359	81	73	R\$ 2.006.097,53
2012	69	428	47	86	R\$ 2.144.484,24
2013	102	530	54	150	R\$ 1.786.178,43
2014	94	624	32	123	R\$ 1.843.887,54
2015	78	702	25	106	R\$ 1.629.474,18
2016	52	754	4	107	R\$ 1.397.507,37
2017	40	794	2	62	R\$ 646.394,90
	794		1093		R\$ 30.500.002,68

Figura 3: Secretaria da Fazenda do Estado de Goiás.

Pesquisa

A pesquisa foi realizada através da aplicação de questionário *online*, composto de perguntas fechadas e abertas, pesquisa de campo e documental, e análise de dados com intuito de avaliar as condições que levaram ao fechamento de diversas empresas. O questionário foi aplicado para pessoas que tiveram empresas no ramo de vestuário, no município de Jaraguá-GO, a análise dos resultados foi comparada com referências bibliográficas que apoiaram a pesquisa, afim de identificar se os pontos observados pelos autores e apontados como causas de falência coincidem com a realidade que os confeccionistas jaraguenses vivenciaram, acarretando a decadência da área.



As informações obtidas através do questionário *online*, que preservava a identidade dos empresários, no primeiro momento esbarrou na resistência em se obter as respostas. Dos que participaram, 75% dessas empresas trabalhavam apenas com jeans, enquanto 25% produziam peças em outros tecidos.

A identificação do porte das empresas foi especificada por meio das informações fornecidas, sendo que 18,75% era composta por Microempreendedor Individual (MEI), 50% eram Microempresas, 18,75% Empresas de Pequeno Porte e 12,5% Empresas de Médio Porte, nota-se que as microempresas são maioria.

Dessas empresas, 62,5% eram de propriedade e responsabilidade de uma única pessoa, sendo ela uma firma individual, enquanto 37,5% eram formadas por sociedade, assim percebemos que as responsabilidades e escolhas se aglomeravam em um só indivíduo, o que pode ter influenciado na tomada de decisões equivocadas.

A pesquisa também revelou os motivos que levaram cada indivíduo a abrir um negócio, destes 37,5% responderam que tinham o desejo de ter o próprio negócio, 43,75% identificaram uma oportunidade na área, 62,5% tinham o desejo de aumentar a renda e melhorar de vida e 6,25% responderam outros motivos, mas sem especificar qual.

A pesquisa apontou que 43,75% dos entrevistados tinham alguma experiência na parte administrativa, 50% nunca tiveram nenhum contato na área e 6,25% não responderam à pergunta. Para melhor cruzamento desses dados foi questionado aos entrevistados qual o tempo de vivência com administração empresarial, registrou-se que 6,25% tinham experiência de seis meses e 37,5% apresentou experiência de um ano, em contrapartida 50% nunca tiveram nenhuma experiência e 6,25% não responderam à pergunta.

Os entrevistados também responderam como adquiriram conhecimento no campo administrativo, para tal foi perguntado se tinham algum curso



específico na área, 37,5% responderam que sim, 56,25% que não e 6,25% não respondeu.

Confrontando com os dados da pergunta anterior sobre ter ou não experiência notamos que dos 43,75% que responderam ter experiência, apenas 37,50% possuíam um curso com conhecimento teórico e 6,25% possivelmente tinham apenas conhecimento empírico, aquele adquirido com a prática, na execução do trabalho, os outros 6,25% não responderam e 56,25% disseram não ter feito nenhum curso, dado que corresponde aos dados da pergunta anterior de não ter experiência na época de abertura do negócio.

A pergunta seguinte, também relacionada à gestão empresarial, questionava sobre a maturação do negócio, os entrevistados foram questionados se a falta de conhecimento administrativo influenciou na consolidação da empresa e a resposta foi quase unânime, 93,75% responderam que sim, acrescentando que um curso voltado para a área administrativa e gestão empresarial são essenciais, o restante que perfaz 6,25% não respondeu à pergunta.

Foi averiguado também o nível de escolaridade dos empresários, sendo que 18,75% tinham ensino médio incompleto, 18,75% possuíam ensino médio completo, 31,25% possuíam ensino superior incompleto e 25% já tinha concluído o ensino superior.

Na busca pelos motivos que levaram tantas empresas a fecharem as portas foi questionado como era administrado o caixa da empresa, se as retiradas, ou seja, o pró-labore do proprietário era condizente com o lucro da empresa. Com 37,75% as respostas dos entrevistados informaram que o pró-labore tinha valores fixos e o restante ficava como capital de giro, 31,25% não faziam retiradas com valores pré-fixados, dependia do montante da venda, se o faturamento da empresa fosse maior que o habitual, as retiradas do pró-labore também eram maiores, 12,5% responderam que não tinham controle sobre o



mesmo, 6,25% nem sequer sabiam do que se tratava o termo pró-labore e 12,5% não responderam.

Em relação a assessoria contábil, notamos que 81,25% dos casos foi respondido que o contador executava apenas a parte burocrática, 6,25% tinham o auxílio contínuo do contador para a área financeira e 12,5% não responderam.

Com a intenção de obter maior esclarecimento sobre a administração das empresas, foi perguntado aos entrevistados como era feito o cálculo para venda das mercadorias, 75% responderam que seus cálculos eram feitos em cima do valor de custo da peça, enquanto 12,5% vendiam baseado no que seus concorrentes estavam vendendo e 12,5% não responderam.

Levando-se em conta que 50% dos entrevistados responderam nas perguntas anteriores que não possuíam experiência administrativa e também 50% deles na época de abertura do negócio não tinham nenhuma experiência na área e que 56,25% não fizeram nenhum curso para capacitação financeira ou empresarial, uma nova dúvida surge, desses 75% que responderam que os cálculos eram feitos com base no custo da peça, porém sem o mínimo conhecimento sobre o assunto, poderiam eles saber o que realmente colocar na tabela de custos para obterem a correta precificação do produto?

Com relação aos motivos que levaram os entrevistados a encerrarem suas atividades empresariais, deixamos a pergunta aberta, afim de avaliarmos se existiam algum motivo que não havia sido cogitado nas hipóteses, sendo assim 25% responderam estar com dívidas, 50% afirmaram que a alta taxa de impostos foi a principal causa, 31,25% informou a queda nas vendas, 6,25% o aumento da concorrência e/ou falta de experiência, 37,5% perceberam que não tinham mais possibilidade de prosperar, então optaram pelo fechamento, 12,5% alegaram dificuldade na fidelização de clientes, 12,5% não responderam e 12,5% nos deram outros motivos, sendo eles a falta de política de incentivo ao micro empreendedor e o excesso de cheques sem fundos recebidos pelos



clientes.

Apesar do fechamento da empresa 12,5% dos entrevistados revelaram que ainda pretendem continuar na área de moda, mas com uma visão diferente da anterior, 37,5% tem a pretensão de iniciar outro negócio, mas em outra área de atuação, 25% desistiram de ser empresários e 25% não responderam. Ainda sobre os impostos, 62,5% dos entrevistados disseram ter dificuldades para quitá-los quando decidiram fechar as empresas, 12,5% não tiveram problema e 25% não responderam.

A última pergunta questionava sobre o ponto de vista dos entrevistados no que tange os reais motivos que prejudicaram sua empresa e o que os impediu de progredir e prosseguir com o negócio. Apenas 50% deles afirmaram que as causas do fracasso empresarial foram: falta de experiência administrativa; falta de habilidade financeira; concorrência desleal; queda nas vendas; falta de incentivo do governo, altas taxas de impostos; falta de mão de obra especializada; e a crise do país.

Diante dessas respostas, é possível notar que não adianta apenas ter boas ideias, se faz necessário ter entusiasmo e motivação com o que se propõem a fazer, os negócios não fluem se o empresário não planejar corretamente a gestão da empresa, como um bom plano de ação, traçando missão, visão e valores, que funcionará como um passo a passo, norteando o caminho a ser seguido pela empresa.

Essa conscientização proposta como resultado da pesquisa, visando a importância da qualificação para abertura de um negócio, deve ser iniciada na Receita Federal, no momento em que é realizado o registro de um CNPJ, contudo existem muitas facilidades para se obter um registro de MEI (Microempreendedor Individual), atualmente é possível fazer o cadastro pela internet, o que dificulta um pouco o processo de conscientização, visto que as pessoas não leem, uma sugestão para motivar a leitura de um “manual explicativo”, seria a implantação de um curso



online obrigatório, somente mediante conclusão do curso seria possível obter o registro CNPJ no órgão responsável. Outra sugestão é oferecer um atendimento gratuito, que contempla uma entrevista com o intuito de entender melhor o negócio que será iniciado e o conhecimento do indivíduo para administrar a empresa. E por fim, incentivar esses indivíduos a procurarem apoio através do SEBRAE, que tem consultores especializados para ajudar na elaboração do plano de negócio, definindo estratégias e metas para que a empresa cresça e obtenha resultados, atingindo objetivos e prosperando.

Vale ressaltar que nada disso irá funcionar que não houver um planejamento estratégico de comunicação para informar as pessoas sobre a relevância da implantação dessas ações, portanto é de suma importância realizar divulgações através das rádios, televisão, internet e outros veículos, informando sobre a necessidade de capacitação do indivíduo que pretende abrir um negócio. Orientar sobre os conhecimentos que devem ser adquiridos para exercer a função de gestor, empresário ou empreendedor e também sobre as atualizações contínuas que devem ser realizadas, pois uma capacitação plena requer estudo constante, é necessário se informar, se atualizar, se reciclar, pois os aspectos administrativos, a indústria, o comércio e os valores da sociedade local estão em constante mudança por infinitos aspectos.

Considerações Finais

Esse artigo tem o objetivo de apresentar, através da pesquisa realizada para o trabalho de conclusão do curso, novas ferramentas e abordagens para a gestão empresarial, propondo como piloto ser realizada com empresários jaraguenses, na tentativa de compreender o declínio das indústrias de moda de Jaraguá – GO.

A pesquisa apresenta reflexões importantes para o segmento de confecções, pois considera o escoamento da produção, principalmente no Estado de Goiás, sugere como funciona a APL (Arranjos Produtivos Locais) na cidade de Jaraguá,



informa qual a configuração de quantidade e porcentagem de micro e pequenas empresas na cidade e no Estado, e ainda como funciona a cadeia têxtil local em termos de suprimentos de fibras e têxteis, confecção, acabamento, beneficiamento; apenas o funcionamento das lavanderias não foi contemplado, pois visa um outro estudo sobre inovação tecnológica, bem como economia de água, muito bem colocado por um dos avaliadores do evento, nos chamando a atenção para propor uma outra discussão nas relações entre a temática proposta com novas sugestões.

Se atendo aos dados apresentados pela pesquisa, podemos apontar que a maioria das empresas fechadas eram firmas individuais, onde a tomada de decisões era acumulada por um único indivíduo, que sem experiência em gestão e uma deficiência para a observação do mercado não teve habilidade para resolver os problemas e se antecipar frente à concorrência.

Constatou-se também que o principal motivo que levou esses empresários a iniciarem seu próprio negócio foi uma oportunidade para melhorar de vida, fator que não é determinante para o sucesso de uma empresa, salvo se o proprietário for realmente engajado com o assunto e com as constantes mudanças do mercado.

Ter um propósito e boas ideias é necessário, mas não é o bastante para concretizar um sonho. A relação de gestão com o negócio deve estar em consonância com a economia local, nacional e global, fatores diretamente ligados ao sucesso empresarial.

Nota-se que possuir alguma experiência na área ou ter conhecimento empírico, assim como ter curso superior não são fatores preponderantes para o sucesso na gestão empresarial, com isso percebe-se que o lado empreendedor também precisa ser estimulado.

Comprova-se ainda que o giro de caixa das empresas não era tratado com a devida atenção pela grande maioria dos entrevistados, isso sugere que as empresas não tinham um planejamento financeiro adequado, o que inviabiliza seu funcionamento na prática.



Conclui-se com essa pesquisa que apesar do país ter enfrentado uma forte crise e ainda estar se esforçando para sair dela, levou muitos consumidores a limitarem suas compras, serem mais cautelosos e por consequência as vendas caíram, é importante salientar que o mercado está reagindo nos últimos meses e as vendas estão mais aquecidas que em 2017, ocasião que os dados foram coletados e analisados.

Naquela ocasião, ficou perceptível que a maior causa do declínio nas indústrias de moda de Jaraguá – GO foi devido à falta de uma boa gestão administrativa, falta de habilidade financeira para controle de caixa e de conhecimento sobre precificação de produtos, é notório através das respostas obtidas, que a falta de capacidade administrativa é uma grande deficiência entre os empresários da cidade.

Diante disso, a finalidade do trabalho é propor um plano de ação para evitar que isso continue acontecendo, resgatando a tradição da cidade e sua vocação industrial na confecção de vestuário em jeans, para tal uma das propostas é conscientizar os empresários sobre a importância da qualificação para abertura de um negócio, esse apoio pode ser obtido através do SEBRAE, que disponibiliza consultores especializados para a elaboração de um bom plano de negócio, com estratégias e metas para o crescimento da empresa, de acordo com o segmento e a vocação local, além de oferecer cursos e algumas palestras gratuitas.

Referências

CRISE fecha 500 confecções de moda (Valor Econômico). SETECO 2017. Disponível em: <<http://www.seteco.com.br/crise-fecha-500-confeccoes-de-moda-valor-economico/>>. Acesso em: 08 de Set. 2017.

BES, F. T. de. **O Livro negro do empreendedor**. Tradução: Luiz Carlos Cabral. Rio de Janeiro: Editora: BestSeller, 2009.





MACHADO, H. V.; Espinha, P. G.; **Reflexões sobre as dimensões do fracasso e mortalidade de pequenas empresas.** Revista Capital Científico-Eletrônica (RCCe)-ISSN 2177-4153 3.1 (2010): 51-64.

NUNES, K. P.; Miranda, L. C.; Ferreira, K. A. S.; **Dura lição: aprendendo com os pequenos empresários que fecharam seus negócios.** Revista da Micro e Pequena Empresa 4.2 (2010): 49-63.

FATORES condicionantes e taxa de mortalidade das MPE em Goiás. SEBRAE/GO 2005. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/58FF7BDA4E81F70A8325734C00636D6B/\\$File/NT00036062.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/58FF7BDA4E81F70A8325734C00636D6B/$File/NT00036062.pdf)>. Acesso em: 08 de Set. 2017.

FACCIONI, J.; **Como ganhar dinheiro com moda.** 2º Ed. Rio Grando do Sul. Editora: UseFashion. 2012.

DILLON, S.; **Princípios de gestão de negócios de moda.** Tradução: Márcia Longarço. Barcelona, Espanha. Editora: GG moda, 2012.