

Além das fronteiras: a expansão global da indústria têxtil e de moda brasileira

Fernando Valente Pimentel*

Lilian Kaddissi*

A indústria têxtil e de moda brasileira, conhecida por sua criatividade e qualidade, tem muito potencial para conquistar o mercado global. A internacionalização, ou seja, a expansão de seus negócios para além das fronteiras nacionais, apresenta-se como estratégia fundamental para garantir o crescimento e a sustentabilidade das empresas em um cenário cada vez mais competitivo.

Ao adotarem uma postura internacional, as empresas do setor podem acessar novos mercados, aumentando significativamente sua base de consumidores e diversificando suas fontes de receita. Essa expansão geográfica proporciona maior estabilidade financeira, mitigando os riscos associados à dependência exclusiva do mercado interno.

Além disso, a internacionalização estimula a inovação e a melhoria contínua dos processos produtivos. Ao competir em um cenário global, as empresas são impulsionadas a adotar tecnologias mais avançadas, aprimorar a qualidade de seus produtos e desenvolver designs mais sofisticados, alinhados às tendências internacionais.

No entanto, a internacionalização não é um caminho sem obstáculos. As empresas que desejam expandir seus negócios para o exterior enfrentam uma série de desafios, como barreiras comerciais, diferenças culturais, concorrência acirrada e complexidades logísticas.

Apesar dos desafios, as oportunidades oferecidas pela internacionalização são inúmeras. Além do aumento da receita e da diversificação de riscos, é possível fortalecer a marca, construir uma reputação global e acessar novas tecnologias e conhecimentos. A prospecção do mercado exterior também permite a criação de parcerias estratégicas com empresas estrangeiras, o que pode impulsionar a inovação e o desenvolvimento de novos produtos.

Para alcançar o sucesso na internacionalização, as empresas do setor têxtil e de moda devem adotar uma série de estratégias:

- **Pesquisa de mercado:** realizar estudos detalhados sobre os mercados-alvo, identificando as necessidades e preferências dos consumidores.
- **Adaptação de produtos e marketing:** desenvolver produtos e campanhas de marketing que atendam às especificidades de cada mercado.
- **Certificações internacionais:** obter certificações que atendam aos padrões de qualidade e segurança internacionais.
- **Desenvolvimento de competências:** investir em treinamento e capacitação de equipes para atuar no mercado internacional.
- **Parcerias estratégicas:** estabelecer parcerias com empresas locais para facilitar a entrada em novos mercados.
- **E-commerce:** utilizar plataformas de comércio eletrônico para expandir a presença online.
- **Participação em eventos:** garantir a participação em eventos estratégicos para a captação de clientes

Existem diversas fontes de apoio para as empresas que desejam se internacionalizar, como agências governamentais, associações de classe e consultorias especializadas. A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos ([ApexBrasil](#)), por exemplo, oferece uma série de programas e serviços para auxiliar na conquista de novos mercados.

A Apex, em parceria com a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção ([Abit](#)), mantém há mais de duas décadas o [Programa Texbrasil](#), iniciativa que se consolidou como referência no setor. Por meio desse programa, as empresas brasileiras recebem suporte em diversas áreas, como qualificação profissional, inteligência de mercado, promoção comercial e sustentabilidade, o que lhes permite fortalecer sua competitividade e conquistar novos mercados.

O futuro da indústria têxtil e de moda brasileira está também muito ligado à sua capacidade de se internacionalizar. Ao expandir seus negócios para novos mercados, as empresas não apenas garantem sua própria sustentabilidade, mas também contribuem para o desenvolvimento econômico do País.

***Fernando Valente Pimentel** é diretor-superintendente e presidente emérito da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit).

***Lilian Kadissi** é superintendente-executiva de Projetos Estratégicos da Abit.