

ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE E INDÚSTRIA DA MODA: O CASO DA EMPRESA 2PRIMAS

DEBORA APARECIDA ALVES RUFINO

deborarufino@yahoo.com.br

Universidade Positivo – Brasil

DR. JOÃO CARLOS DA CUNHA

jccunhaisat@gmail.com

Universidade Prositivo – Brasil

RESUMO

Este estudo buscou compreender o uso das práticas do ecodesig na empresa de confecção 2PRIMAS, utilizando como roteiro de análise o modelo conceitual de Rozenfeld *et al.* (2006). O segmento da empresa de moda é uma atividade de grande importância econômica segundo a ABIT (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e Confecção). A posição em janeiro de 2013 do setor gerou 7.152 empregos contra 2.148 no mesmo período de 2012. A metodologia do estudo é qualitativa e de natureza exploratória. Para tanto, foi realizado estudo de caso exploratório na empresa de confecção 2PRIMAS, localizada em Boa Viagem, Recife no Estado de Pernambuco. O objeto de estudo foi uma empresa que atue no setor da moda e se posicione no mercado como uma marca sustentável, na qual vise sua produção e desenvolvimento de produtos voltados para adoção de práticas de ecodesign. Foram utilizados os seguintes conceitos: (1) a sustentabilidade e a moda – neste tópico são descritos como ações de sustentabilidade estão em voga no setor da moda; (2) conceitos de ecodesign – aqui, além dos conceitos desta prática, são apresentados os requisitos para a implantação desta ação na organização; (3) estratégias empresariais – este tópico trás uma discussão dos conceitos de estratégias e sua importância no ambiente empresarial e como pode ser relevante ao ser relacionada as ações de sustentabilidade em uma organização ; e (4) a indústria da moda – pois se fez necessário um estudo deste setor e a importância de sua atividade para a economia brasileira e os impactos que seus produtos ocasionam no meio ambiente. Ao final deste estudo avaliaram-se as práticas de ecodesign da empresa estudada e foram feitas sugestões de melhorias em seus processos.

Palavras chaves: ecodesign, estratégias empresariais, indústria da moda.

ABSTRACT

This study seeks to understand the use of ecodesign practices in the clothing firm 2PRIMAS, using the conceptual model of Rozenfeld *et al.* (2006) as analysis. The segment of this fashion company is an activity of great economic importance according to ABIT (Brazilian Association of Textile and Garment). Only in January 2013 the sector generated 7,152 jobs from 2,148 in the same period of 2012. The methodology of this study is of qualitative and exploratory nature. Therefore, It was conducted exploratory case study in making 2PRIMAS, located in Boa Viagem, Recife in the State of Pernambuco. The object of study was a company that operates in the fashion industry and it is in the market as a sustainable brand, which its aims are the production and development of products for the acceptance of ecodesign practices. The following concepts were used: (1) sustainability and the fashion – they are described as sustainability initiatives which are the latest in the fashion industry; (2) concepts of ecodesign – besides the concepts of this practice, the requirements are given for the implementation of it in the organization; (3) business strategies – it brings a discourse related

to the strategy concepts and their importance in the business environment, and how it can be relevant to sustainability initiatives in an organization; and (4) the fashion industry – It was needed a study of this sector; therefore, the importance of their activities to the Brazilian economy and the impacts their products cause to the environment. At the end of this case study it was evaluated the practices of ecodesign in the company here studied and it has been made some suggestions for its processes improvement.

Key words: ecodesign, business strategies, the fashion industry.

1.INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a preocupação da sociedade com o meio ambiente fez com que as indústrias e empresas repensassem suas estratégias e seus métodos de produção e comercialização. O conceito de sustentabilidade, desde as suas primeiras manifestações, a partir do decênio dos 70, continua sendo alvo de intensas pesquisas em quase todos os campos do conhecimento, em face de que o ambiente de negócio carece adotar essa questão de modo satisfatório e permanente. O objeto de análise neste estudo, é uma indústria do segmento da moda. O destaque neste setor está no seu público, considerado sofisticado, que busca, simultaneamente, diferenciação, “*selfhood*” e status no produto a ser adquirido. Nos últimos anos, tem-se notado que este setor vem atuando com uma produção que compreende ações sustentáveis: uso de matérias-primas recicláveis, ou readequando e aprimorando uma peça já em uso. Trata-se, pois, de prática normal para qualquer setor que esteja buscando adequar-se a um procedimento imposto pela sociedade, mas cioso e confiante em desenvolver equilibrado diferencial em relação aos concorrentes; aliás, neste caso, o setor em estudo possui uma clientela que paga por exclusividade, marca, estilo e valor agregado, que não importam-se, muitas vezes, com o preço final do produto.

O presente estudo tem como tema central o uso do ecodesign no setor da moda. Para tal este estudo fez uma avaliação do modelo de ecodesign da empresa 2PRIMAS. Assim, seu propósito é aplicar, avaliar e propor melhorias ao modelo que possibilite contribuir para com a ecoeficiência no setor da moda. Em termos conceituais o problema de pesquisa é: Como a empresa 2PRIMAS inseriu as práticas de ecodesign e sustentabilidade em suas estratégias?

2.REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Indústria da moda

A indústria da moda envolve uma série de atividades e estímulos econômicos, entre elas, a criação e inovação nos modelos de roupas personalizadas até a produção de vestuário em massa. O consumo em excesso das sociedades modernas, incitam com que essas indústrias desempenhem um papel importante e complexo nesta cadeia produtiva, influenciando de forma emocional, como também movimentando a economia por meio de criação de empregos e em transações comerciais de importações e exportações. Segundo a ABIT (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e Confecção, 2013), só em janeiro de 2013 o setor gerou 7.152 empregos contra 2.148 no mesmo período de 2012. Em termos de investimentos, o desembolso do BNDES foi de R\$ 2.713,2 milhões em 2012 contra R\$ 2.556,0 milhões em 2011. A participação variou nesse mesmo período de 1,84% em 2011, para 1,74% em 2012 em relação ao total do desembolso realizado pelo BNDES. No varejo, o comparativo entre

janeiro de 2013 contra janeiro de 2012 houve crescimento de 4,95% em volume de vendas e crescimento da Receita Nominal de 9,41

Conforme cita Mendes et al (2010, pag. 103), a transformação na indústria do vestuário da moda, foi o advento do Prêt-à-Porter, roupa pronta para vestir, momento em que ocorreu a disseminação da produção em massa. Com o marco da mídia globalizada, as informações eram passadas em tempo real, contribuindo para que o atraso que ocorria nos anos de 1960 em relação à moda de Paris, que chegavam as vitrines brasileiras com até dois anos e meio de diferença, deixassem de acontecer, já que essas informações estavam acessíveis aos produtores e ao mercado em geral. As atividades de uma empresa de vestuário de moda incidem em pesquisar as tendências e a demanda do mercado local, seu público consumidor, as tendências nacionais e internacionais de moda, as matérias-primas disponíveis. (MENDES ET AL., 2010).

“A moda é um evento social próprio da sociedade moderna, e não algo exclusivo da contemporaneidade.” Para o filósofo francês Lipovetsky (1989, p. 24), desde que a moda chegou ao período ocidental, não teve mais conteúdo próprio e forma específica de mudança social. Para o autor (1989, p. 40), a moda é um sistema de regulação e de pressões sociais, na qual apresentam mudanças constrangedoras e com compromissos de adoção e de assimilação, impondo a um meio social determinado. Enfim, moda é a maneira de ser, de viver e de se vestir. (CIDREIRA, 2005).

O ato de consumir configura-se como uma característica da sociedade contemporânea, como cita Soares (2010, p.3). No passado, a ação de consumo estava relacionada às questões funcionais, como qualidade, proteção e conforto. Atualmente, está relacionado na constituição de identidade dos indivíduos. O consumo passou a ser visto como um ato experimental e interação social, implicando na relação objeto e usuário em um compartilhamento de valores, ideias e estilos. O consumo, pelo fato de possuir um sentido, é uma atividade de manipulação sistemática de signos. (MIRANDA, 2008, BAUDRILLARD, 2000). O advento do Prêt-à-poter proporcionou o acesso de roupas de grifes, com a produção em massa, inspiradas nas últimas tendências do momento. Com essas transformações, os grupos de pessoas que não pertenciam à elite puderam ter acesso às roupas de moda a um preço acessível. (LIPOVETSKY 1989, p. 110).

2.2 O mercado da moda e a sustentabilidade

Além de novidades e tendências atuais, o consumidor de moda também espera agilidade na disponibilidade dos produtos nas lojas. Para atender essa demanda é necessário disponibilizar muita energia, matéria prima e confecção rápida. Atender esta demanda ocasiona muitas vezes em danos ao meio ambiente, tendo em vista, que a extração de matéria prima para confecção de roupas tem valor significativo ao meio ambiente, bem como o descarte após o uso. (SILVA &TRANCOSO; 2009). Conforme Matharu (2011, p. 62), “nos últimos anos, a conscientização dos consumidores e a exposição da mídia trouxe à luz questões éticas e globais mais amplas. Hoje o consumidor consciente quer saber mais sobre as origens das roupas que adquire”. Origem da produção da roupa, em quais condições o operário trabalhou, de onde vêm os aviamentos, tecidos, ou seja, como a peça foi confeccionada. O perfil do consumidor mudou, desenvolveu outros conceitos e está interessado nas consequências que suas atitudes possam causar ao meio ambiente, está consciente e tomando uma nova postura de consumo. (RECH e SOUZA, 2009, p. 5).

2.3. Definindo estratégias empresariais

Segundo Ansoff (1965) a estratégia é um conjunto de regras que auxilia na tomada de decisão, em condições de desconhecimento ente empresa e seu ecossistema. Corroborando Kartz (1970) complementa que deve ser levado em conta ainda a relação atual (situação estratégica) e relação futura (plano estratégico, que é um conjunto de objetivos e ações a tomar para atingir esses objetivos), bem como um padrão no processo de tomada de decisões organizacionais para fazer face ao meio envolvente. (MINTZBERG, 1988). Já para Quinn (2001), a estratégia engloba todas as principais atividades da organização, como a característica de unidade, direção e objetivo. Mintzberg et al (2006) apresenta cinco definições para estratégia: (1) estratégia como plano – nesta definição a ação é conscientemente, pretendida ou um conjunto de diretrizes para lidar com uma situação.; (2) estratégia como pretexto – consiste em desenvolver manobras para eliminar ou enfraquecer o concorrente; (3) estratégia como padrão - a estratégia é um padrão em fluxo de ações. (4) estratégia como posição – nesta definição, a estratégia é voltada para o posicionamento competitivo da empresa no seu ambiente; (5) estratégia como perspectiva – a estratégia é vista como abstração que existem nas mentes dos estrategistas. Porter (1980) apresenta o conceito de estratégia competitiva como ações ofensivas ou defensivas para criar uma posição no mercado para enfrentar com sucesso as forças competitivas e assim obter um retorno maior sobre o investimento. Porter (1980, 1985) propôs uma tipologia composta por três estratégias genéricas: (1) estratégia de liderança no custo total; (2) estratégia de diferenciação; e (3) estratégia de enfoque. Os três autores conceituam estratégia em visões diversas, Ansoff referencia a tomada de decisão como foco para desenvolvimento da estratégia, Mintzberg define como plano que deve ser rotineiro na organização, e Porter foca o posicionamento, para ele a estratégia deve centralizar na diferenciação para obter vantagem competitiva.

2.4 Estratégias sustentáveis

As estratégias gerenciais e práticas de uma empresa sustentável devem ser focadas na viabilidade econômica, mantendo-se competitivas no mercado, produzindo de maneira a não agredir o meio ambiente e contribuindo para o desenvolvimento social da região e do país onde atuam. As estratégias de sustentabilidade são percebidas como oportunidades para obtenção de vantagem competitiva. As ações típicas são corretivas, preventivas e antecipatórias e o envolvimento é permanente e sistemático (BARBIERI, 2007). Com base neste novo cenário, as empresas passam a elaborar estratégias que estimulem as práticas de sustentabilidade nas organizações, utilizando algumas ferramentas que foram desenvolvidos com o intuito de auxiliar os gestores no desenvolvimento dessas ações sustentáveis, como apresentado no Quadro 1

Quadro 1 - Metodologias para auxiliar no desenvolvimento de estratégias sustentáveis

ECODESIGN	As estratégias do Ecodesign incluem o desenvolvimento de novos conceitos para os produtos, seleção de materiais de baixo impacto, redução na quantidade de materiais, otimização das técnicas de produção e distribuição, redução do impacto ambiental no nível do usuário, aumento do tempo de uso do produto e otimização pós-uso. (FIKSEL, 1996; PENEDA e FRAZÃO, 1994).
	Os objetivos dessa ferramenta é reduzir o uso de matérias-primas, eliminar

GREEN SUPPLY CHAIN	resíduos e aprimorar a produtividade. Devem ocorrer à integração da dimensão ambiental na gestão da cadeia de suprimentos, abrangendo design de produtos, seleção de materiais, processos de manufatura, distribuição e o gerenciamento do produto após o consumo. (SRIVASTAVA, 2007)
PRODUÇÃO MAIS LIMPA	Consiste em desenvolver uma estratégia ambiental preventiva e integrada nos processos produtivos, nos produtos e nos serviços para reduzir os riscos relevantes aos seres humanos e ao ambiente natural.(GUNNIGHAM e SINCLAIR, 1997).
PRODUÇÃO LIMPA	Consiste em um sistema de produção industrial que busca a sustentabilidade das fontes renováveis de matérias-primas, a redução do consumo de água e energia, a prevenção de geração de resíduos tóxicos e perigosos na fonte de produção, a reutilização e o reaproveitamento de materiais por reciclagem de maneira atóxica e que sejam mais eficientes em termos energéticos, à geração de produtos de longa vida útil, seguros e atóxicos ao homem e ao ambiente natural, cujos restos, inclusive as embalagens, tenham reaproveitamento atóxico e sejam recicláveis (NASCIMENTO, LEMOS E MELLO, 2008)
PROGRAMA DE EMISSÃO ZERO	Incide no propósito da produção zero de resíduo líquido, gasoso ou sólido; (NASCIMENTO, LEMOS E MELLO, 2008).
A NEUTRALIZAÇÃO DE CARBONO	É a compensação das emissões de gases geradores do efeito estufa, produzidos por empresas com o objetivo de contribuir para minimização do efeito estufa. (NASCIMENTO, LEMOS E MELLO, 2008)

FONTE: adaptado de DIAS ET AL, 2011.

2.6. A sustentabilidade e a moda

O estímulo para a ênfase em ecoinovação na área da indústria da moda provem da legislação ambiental, que regulamenta as atividades empresariais quanto ao uso de recursos e serviços ambientais (Lei da Política Nacional do Meio Ambiente – número 6.938 de 17/01/1981). As preocupações com o meio ambiente iniciaram na década de 70, com a expressão “desenvolvimento sustentável” a partir da Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), o qual conceituou a expressão como “aquele que atende as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras de atenderem as suas próprias necessidades” (CMMAD,1991, p. 46)”. O foco da discussão era o crescimento econômico em curso, que levaria à degradação ambiental e ao esgotamento da sociedade” (CARRILLO-HERMOSILLA; GONZALEZ; KÖNNÖLÄ, 2009, p. 1; STROBINO; TEIXEIRA; NAKATANI; 2009; BARBIERI, J.C. et al. 2010)

O conhecimento do termo sustentabilidade surge após a disseminação desta expressão, porém, as bases dos princípios da sustentabilidade surgem com o conceito de ecodesenvolvimento que propõe a integração entre desenvolvimento, meio ambiente e comunidades, ponderando os limites de renovação dos recursos naturais (SACHS, 1986). Outro conceito da sustentabilidade é a abordagem triple bottom line, onde um desempenho mínimo deve ser alcançado na dimensão ambiental, econômica e social (Elkington, 2002). Dyllick e Hockerts (2002) modelaram as três dimensões da sustentabilidade como o negócio (econômico), naturais (ambientais), e sociedade (social). Dias (2011, p. 40) demonstra a evolução sobre o tema ao longo dos anos, como mostra no quadro 2:

Quadro 2- Resumo dos principais acontecimentos com o desenvolvimento sustentável

Ano	Acontecimento	Observação
1962	Publicação do livro Primavera Silenciosa. (<i>Silent Spring</i>)	Livro publicado por Rachel Carson que teve grande repercussão na opinião pública e expunha os perigos dos inseticidas.
1968	Criação do Clube de Roma	Organização informal cujo objetivo era promover o entendimento dos componentes variados, mas interdependentes – econômicos, políticos, naturais e sociais – que formam o sistema global.
1968	Conferência da UNESCO sobre a conservação e o uso racional dos recursos da biosfera.	Nessa reunião em Paris, foram lançadas as bases para a criação do Programa Homem e a Biosfera (MAB)
1971	Criação do Programa MAB da UNESCO	Programa de pesquisa no campo das Ciências Naturais e sociais para a conservação da biodiversidade e para a melhoria das relações entre homem e meio ambiente
1972	Publicação do livro Os limites do crescimento	Informe apresentado pelo Clube de Roma no qual previa que as tendências que imperavam até então conduziriam a uma escassez catastrófica dos recursos naturais e a níveis perigosos de contaminação num prazo de 100 anos.
1972	Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano em Estocolmo, Suécia.	A primeira manifestação dos governos de todo o mundo com as consequências da economia sobre o meio ambiente. Participaram 113 estados-membros da ONU. Um dos resultados do evento foi a criação do Programa das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente (PNUMA).
1980	I Estratégia Mundial para a Conservação	A IUCN, com a colaboração do PNUMA e do World Wildlife Fund (WWF), adota um plano de longo prazo para conservar os recursos biológicos do planeta. No documento aparece pela primeira vez o conceito de “desenvolvimento sustentável”.
1983	É formada pela ONU a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CMMAD).	Presidida pela Primeira-Ministra da Noruega, Gro Harlem Brundtland, tinha como objetivo examinar as relações entre o meio ambiente e o desenvolvimento e apresentar propostas viáveis.
1987	É publicado o informe Brundtland, da CMMAD o “Novo Futuro Comum”	Um dos mais importantes sobre a questão ambiental e o desenvolvimento. Vincula estreitamente economia e ecologia e estabelece o eixo em torno do qual se deve discutir o desenvolvimento, formalizando o conceito de desenvolvimento sustentável.
1991	II Estratégia Mundial para a Conservação “Cuidando da Terra”.	Documento conjunto do IUCN, PNUMA E WWF, mais abrangente que o formulário anteriormente baseado no informe Brundtland, preconiza o reforço dos níveis políticos e sociais para a construção de uma sociedade mais sustentável.
1992	Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, ou Cúpula da Terra.	Realizado no Rio de Janeiro, constitui-se no mais importante fórum mundial já realizado. Abordou novas perspectivas globais e de integração da questão ambiental planetária e definiu mais concretamente o modelo de desenvolvimento sustentável. Participaram 170 estados, que aprovaram a Declaração do Rio e mais quatro documentos, entre os quais a Agenda 21.
1997	Rio + 5	Realizado em New York, teve como objetivo analisar a implementação do Programa da Agenda 21.
	I Fórum Mundial de âmbito Ministerial – Malmo (Suécia)	Teve como resultado a aprovação da Declaração de Malmo, que examina as novas questões ambientais para o século XXI e adota compromissos no sentido de contribuir mais

2000		efetivamente para o desenvolvimento sustentável.
2002	Cúpula Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável – Rio + 10.	Realizada em Johannesburgo nos meses de agosto e setembro, procurou examinar se foram alcançadas as metas estabelecidas pela conferência do Rio-92 e serviu para que os estados reinterasse seu compromisso com os princípios do Desenvolvimento Sustentável.
2005	Protocolo de Kyoto	O protocolo de Kyoto entra em vigor, obrigando países desenvolvidos a reduzir os gases que provocam o efeito estufa e estabelecendo o Mecanismo de Desenvolvimento Limpo para os países em desenvolvimento.
2007	Relatório do Painel das Mudanças Climáticas	O Painel intergovernamental sobre Mudança Climática (IPCC) divulga o seu mais bombástico relatório, apontando as consequências do aquecimento global até 2100, caso os seres humanos nada façam para impedi-lo.
2010	ISO 26000 - Responsabilidade Social	No dia 1º de novembro, a <i>International Standard Organization</i> (ISO) divulga a norma 26000 para a responsabilidade social e que terá grande impacto nas organizações, tornando-as mais sensíveis ao engajamento em projetos visando o desenvolvimento sustentável.
Rio + 20 (2012)	Conferências das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável	Tem como propósito assegurar compromisso político com o desenvolvimento sustentável; Fazer um levantamento sobre o progresso e as lacunas na implementação das decisões e resoluções das principais conferências de desenvolvimento sustentável; e considerar os novos desafios.

Fonte: Dias (2011, p. 42)

Como visível no quadro 2, muitos eventos foram realizados com o intuito de conscientizar de forma global os impactos negativos causados ao meio ambiente por organizações e países. Também se percebem um propósito em se criar leis que obriguem organizações a desenvolverem seus produtos pensando no desenvolvimento sustentável. No entanto, para Jorna (2006, p. 32), o desenvolvimento sustentável só pode se tornar realidade se existirem um consenso nas relações entre o sul e o norte, entre pobres e ricos. Segue algumas ações realizadas na indústria da moda e que são consideradas práticas sustentáveis como demonstra o quadro 3.

Quadro 3 - Práticas considerada sustentáveis na indústria da moda

<i>Fair Trade</i> (mercado justo) – envolve a responsabilidade para com os direitos humanos, incluindo o não uso de trabalho infantil, direito a sindicalização, salários justos, melhores padrões ambientais (nenhuma influência ambiental que tenha impacto sobre as pessoas em seus locais de trabalho sobre a forma de vapores, gases, poeira, ruído e temperatura), e sociais;
Materiais orgânicos e naturais – tecidos e fibras naturais cultivados sem pesticidas ou qualquer outro material tóxico contribuem para a saúde do solo e lençóis freáticos e do ar que os agricultores respiram.
Estampagem e tingimento de baixo impacto – uso de corantes naturais extraídos de raízes, sementes, frutos, flores ou outras fontes naturais.
Redução de resíduos – redução de resíduos nos ciclos de produção das roupas (processo de corte e costura).
Marketing verde – embalagens, rotulagens, promoção e cartões de visita ecologicamente corretos.
Responsabilidade socioambiental – produtos que promovam sensibilização para as questões ambientais e sociais;
Eficiência de recursos – produtos que gerem o maior benefício possível utilizando a menor quantidade

<p>possível de recursos naturais.</p> <p>Refio, reuso, reforma, <i>upcycling</i> – ações ligadas ao gerenciamento de resíduos sólidos, esses termos tiveram destaque na Rio-92 e que foi inserida em um dos capítulos da agenda – 21. Os Rs que tivera maior abrangência foram:</p> <p>Reduzir: diminuir o consumo de recursos naturais na forma de matérias-primas e energia, reduzindo a quantidade de descarte e poupando os recursos;</p> <p>Reutilizar: usar novamente os produtos, dando a eles novas funções ou não;</p> <p>Reciclar: retornar o que foi utilizado ao ciclo de produção.</p> <p>Ecodesign - O ecodesign é a integração sistemática de considerações ambientais no processo de design de produtos (entendidos como bens e serviços). O principal objetivo do ecodesign é desenvolver produtos que contribuem para a sustentabilidade, através da redução do seu impacto ambiental ao longo do ciclo de vida, e que atendam os requisitos como funcionalidade, qualidade, segurança, custo, facilidade de fabricação, ergonomia e estética.</p>

Fonte: adaptado de Berlin (2012, p.93).

Na indústria da moda, como é notável no quadro acima, atuar com práticas sustentáveis implica em alterar o design do produto, repensar a obsolescência programada, inovar criando materiais menos impactantes, construir uma relação diferente com fornecedores, buscar parcerias para que ambos saiam ganhando. (Bellen, 2006).

2.7. Conceituando ecodesign

Ao desenvolver produtos que diminuam os impactos ambientais, as empresas também colaboram com a redução dos impactos ambientais relacionados com o consumo de materiais, energia e água e a geração de resíduos e emissões. A prática de ecodesign tem como foco o desenvolvimento de produtos que levam em consideração os impactos ambientais ao longo do seu ciclo de vida. O objetivo é o desenvolvimento de produtos, com melhor qualidade, funcionalidade e desempenho. Também são consideradas a durabilidade do produto, a reutilização e reciclagem dos resíduos, a diminuição do uso de matérias-primas, redução de custos em todas as fases do ciclo de vida, a fabricação de peças e componentes, os sistemas de transportes e distribuição, os meios de uso e descartes e como ocorre a valorização dos componentes no final de vida útil do produto. (KAZAZIAN, 2005; MANZINI e VEZZOLI, 2005). Para Karlsson e Luptropp (2006) o ecodesign é uma abordagem voltada não só para a redução do impacto ambiental, mas para tornar os produtos mais eficientes, tornando-os mais sustentáveis.

Quadro 4 – Práticas de ecodesign

Práticas	Detalhamento
Escolha de materiais de baixo impacto ambiental	i) reduzir o consumo de materiais ao longo da vida do produto (produção e uso); ii) usar matéria-prima o mais próximo de seu estado natural; iii) utilizar materiais que geram menos poluentes no processo de produção, durante o uso e na reciclagem ou no descarte; iv) usar materiais não tóxicos, nas etapas de produção, uso, reciclagem ou descarte; v) usar materiais reciclados ou que requerem menos energia na fabricação; vi) utilizar materiais onde é possível a reutilização/reaproveitamento de componentes.

Projetos voltados à simplicidade/popularidade	Formas mais simples geralmente possuem um custo de produção menor, utilizam menor quantidade de material, permitem maior facilidade de montagem e desmontagem; criar produtos cujas peças possam ser substituídas em caso de defeito, sem que ocorra a necessidade de trocar todo produto; observar a facilidade de acesso aos componentes.
Incineração de resíduos	É a forma menos interessante de recuperação de resíduos, mas é ainda uma solução para países onde o espaço para aterros é restrito. Deve-se garantir os limites aceitáveis de substâncias perigosas.
Redução do uso de energia	i) Uso de energia na produção; ii) redução de energia na distribuição; iii) redução de energia durante o uso do produto.
Uso de formas de energia renováveis	uso de formas de energia que utilizem recursos renováveis, como a solar, a eólica e a hidroelétrica, substituindo as que usam recursos não renováveis, como por exemplo, os combustíveis fósseis.
Produtos multifuncionais	i) funções paralelas (um mesmo produto servir simultaneamente a mais de um propósito); ii) funções sequenciais (quando um produto possui um uso primário, e após esse passa para um uso secundário).
Produtos com maior durabilidade	A extensão da vida útil de um produto contribui significativamente para a eco-eficiência (um produto durável evita a necessidade de fabricação de um substituto).
Recuperação de embalagens	A aplicação desta prática prevê que as embalagens possam ser reaproveitadas, seja na reutilização seja na reciclagem. A utilização de produtos com refis é um bom exemplo de reutilização de embalagens.
Não utilização de substâncias perigosas	Eliminar do processo produtivo todas as substâncias que possam ocasionar algum dano à saúde dos funcionários da indústria e dos consumidores, bem como ao elemento humano que faz a desmontagem do produto para a reciclagem.
Prevenção de acidentes	As práticas de prevenção de acidentes devem ser aplicadas no projeto do produto e em produtos já existentes.

Fonte: Venzke, 2002.

O quadro 4 sugere que o ecodesign tem a visão holística da ecologia industrial, pois trata do aproveitamento de resíduos industriais de outros produtos, da extração da matéria-prima, do consumo de energia e da geração de resíduos em toda a cadeia de produção, distribuição, uso e descarte do produto. O ecodesign está voltado para a preocupação em desenvolver produtos ambientalmente corretos, além de voltar-se apenas para os aspectos de funcionalidade durabilidade, confiabilidade, robustez, segurança, ergonomia, patenteabilidade, dentre outros (FARIAS 2009). As práticas em ecodesign, denominado Área Chave de Resultado Ambiental (ACRA) é apresentado no quadro 5, desenvolvido por Borchardt *et al* (2009).

Quadro 5 – Síntese das práticas de ecodesign

ACRA	Práticas em ecodesign
Materiais: escolha e consumo	Capacidade de: (i) usar matéria-prima mais próxima de seu estado natural; (ii) evitar misturas de materiais não compatíveis; (iii) eliminar o uso de substâncias tóxicas, perigosas e carcinogênicas; (iv) não usar matérias primas capazes de gerar resíduos Classe I – Perigosos; (v) usar materiais reciclados e/ou renováveis; (vi) limitar as emissões atmosféricas originadas pelo emprego de compostos orgânicos voláteis.
Componentes do produto: seleção e escolha	Capacidade de: (i) recuperar componentes ou usar componentes recuperados; (ii) o acesso aos componentes; (iii) identificar materiais e componentes; (iv) determinar o grau de reciclagem da cada material e componente.
Características do produto / processo	Capacidade de: (i) elaborar produtos com formas mais simples e que reduza o uso ou consumo de matérias-primas; (ii) projetar produtos com maior vida útil; (iii) projetar produtos multifuncionais; (iv) realizar upgrade no produto; (v) desenvolver um produto com “design” respeitando as tendências mundiais

Uso de energia	Capacidade de: (i) usar energia proveniente de recursos renováveis; (ii) empregar dispositivos de redução de consumo de energia durante uso do produto; (iii) reduzir consumo de energia durante a produção do produto; (iv) reduzir consumo de energia durante armazenamento do produto.
Distribuição de produtos	Capacidade de: (i) planejar a logística de distribuição; (ii) privilegiar fornecedores / distribuidores localizados mais próximos; (iii) minimizar os estoques; (iv) usar modal de transporte mais eficiente em termos energéticos.
Embalagem e documentação	Capacidade de: (i) reduzir peso e complexidade das embalagens; (ii) usar documentação eletrônica; (iii) usar embalagens que possam ser reaproveitadas; (iv) usar embalagens produzidas a partir de matérias primas reaproveitadas; (v) usar produtos com refil.
Resíduos	Capacidade de: (i) minimizar resíduos gerados no processo produtivo e no uso do produto; (ii) reaproveitar os resíduos gerados; (iii) garantir limites aceitáveis de emissões; (iv) eliminar a presença de resíduos classe I perigosos

Fonte: Borchardt *et al* (2009)

3.METODOLOGIA

Este estudo utilizou uma metodologia de pesquisa de natureza qualitativa e explanatório-descritiva, cujo objetivo foi avaliar a prática de ecodesign na indústria têxtil 2PRIMAS e propor melhorias em seu modelo. Para a realização desta pesquisa foi conduzido um estudo de campo em uma indústria de confecção que adotou o ecodesign em seu modelo empresarial e cuja marca ousou postar-se no setor tão amoldável e resiliente quanto subsistente. Este estudo caracteriza-se como pesquisa aplicada quanto à sua natureza, devido à finalidade prática de gerar conhecimentos para aplicação de solução em problema prático. Nesta pesquisa, igualmente se optou por uma abordagem qualitativa, de natureza exploratória, em virtude da natureza dos fenômenos, do tipo de relação e da necessidade de descrever esses fenômenos e suas especificidades em relação às práticas consideradas sustentáveis nos processos de produção e desenvolvimento de produtos da organização a ser analisada. Para tanto, foi utilizado o delineamento do tipo estudo de caso. Segundo Gil (2007, p.54) este método permite “conhecer em profundidade o como e o porquê de uma determinada situação que se supõe ser única em muitos aspectos, procurando descobrir o que há nela de mais essencial e característico.” Nas pesquisas qualitativas, segundo Denzin e Lincoln (2006), os pesquisadores estudam os fenômenos em seus cenários naturais, buscando entendê-los ou interpretá-los quanto aos significados que os indivíduos com eles envolvidos lhes conferem. As pesquisas descritivas, de acordo com Gil (1999), têm por objetivo a descrição de características do fenômeno estudado ou o estabelecimento de relações entre as categorias analíticas empregadas. A perspectiva temporal foi de avaliação longitudinal, uma vez que se buscou analisar e verificar a trajetória da empresa desde sua fundação. Para tal, definiu-se, como período de tempo a ser analisado, o ano de 2013, realização da coleta de dados. Realizou-se a coleta dos dados por meio de entrevista, e análise documental. A entrevista ocorreu por meio de perguntas abertas, em 8 de dezembro de 2013, com um das sócios fundadores da empresa, o qual atua como administradora da empresa.

3.1 O caso escolhido

Os critérios para a escolha da empresa 2PRIMAS teve como base as seguintes considerações: 1) Ser uma empresa que atue no setor de moda e que desenvolva a criação de

seus próprios produtos; 2) Possuir uma imagem consolidada no mercado como sustentável por mais de três anos; 3) Estar envolvida em todos os mecanismos do ambiente fashion; 4) Ter vínculo com todos os elos da cadeia têxtil; 5) Permitir acesso aos processos produtivos nas fábricas, suas prestadoras de serviços; 6) Possuir lojas próprias de sua própria marca; 7) Desenvolver práticas sustentáveis na criação e produção de seus produtos. Para tanto é necessário que a empresa em estudo adicione em seus projetos de desenvolvimento e produção, práticas de sustentabilidade.

A pesquisa foi dividida em três etapas: 1) identificação e descrição das práticas de sustentabilidade adotadas pela a organização. Foram realizadas entrevistas e questionário com a gestora da empresa. As questões tiveram foco em verificar as ações de sustentabilidade da empresa em todo o processo de desenvolvimento e criação do produto. Na etapa 2, houve a aplicação do modelo conceitual proposta para que possa avaliar a empresa em relação as práticas existentes na empresa. E por fim na etapa 3, ocorreu a avaliação dos resultados e sugestões de práticas de sustentabilidade no segmento da indústria da moda. Para a primeira etapa, foram utilizadas fontes primárias por meio de entrevista semiestruturada com as sócias da empresa 2PRIMAS. A entrevista semiestruturada, segundo (DUARTE, 2005, p. 66) trata-se de um “modelo de entrevista que tem origem em uma matriz, um roteiro de questões-guia que dão cobertura ao interesse de pesquisa”. O autor menciona ainda, que o roteiro em questão deve apresentar poucas questões, porém, “suficientemente amplas para serem discutidas em profundidade.” e que este serve “como base para a descrição e análise em categorias”. Os dados secundários adotados foram documentos, registros em arquivos, relatórios relacionados às práticas de sustentabilidade. Ainda na primeira etapa, utilizou-se a técnica para coleta de informações a de observação não-participante, para que não ocorresse interferência no desempenho do modelo proposto e para que se pudesse avaliar sua eficiência na prática. Esta técnica possibilitou a obtenção de elementos para a definição do problema de pesquisa, como também facilitou a coleta de dados sem produzir suspeitas nos membros das comunidades, grupos ou instituições que estão sendo estudadas. (GIL, 1999).

Na segunda etapa foi aplicado o modelo conceitual proposto, juntamente com a gestora da empresa, onde foram esclarecidas as dúvidas existentes e em seguida, após a aplicação desta proposta, foram discutidas ações de melhoria na empresa. Na terceira etapa, foram descritos os resultados e a conclusão do estudo e com base na identificação das práticas de sustentabilidade realizada pelas empresas, foram sugeridas ações de melhorias nas práticas de sustentabilidade na empresa 2PRIMAS.

3.2 Descrição geral da empresa

Duas primas sem experiência e pouco conhecimento neste setor Mayara, que é formada em administração de empresas e Patricia, graduada em design de moda formada nos E.U.A., decidem em fazer cursos sobre o tema “vestir conscient” e decidem abrir a empresa em 2008, atuando no setor da moda atendendo esta nova tendência de sustentabilidade no mundo fashion. Em 2010, conseguem ter o escritório, a confecção e a loja. A empresa Pimentel Confecções Ltda., denominada no mercado com o nome fantasia de 2PRIMAS, situada na Av Marechal Juarez Tavora, 440 sl06/07 Boa viagem – Recife – PE, iniciou suas atividades em 2009. Estrutura-se como Atelier de Moda, confecção de camisetas ecológicas e linha workfashion, produzidas de forma sustentável com materiais naturais e ecológicos, confeccionado com mão de obra formalizada dentro do conceito do vestir consciente. Chegaram a produzir 350 camisetas mês vendendo a um valor de R\$49,90. Há quatro anos a

2PRIMAS trabalha com objetivo de fazer moda sustentável com o diferencial em seu design e o conceito de buscar constantemente por tecidos que unem sustentabilidade e tecnologia, buscar parcerias com mão de obra formalizada, cooperativas e associações tecendo esse crescimento global do segmento. A empresa conta hoje com 5 funcionários e já se posicionou no mercado como uma empresa que desenvolve ações de sustentabilidade no desenvolvimento de suas coleções.

CONCLUSÃO

Segundo as proprietárias da 2PRIMAS, a empresa é mais sustentável do que ecológica, pois quando abordada sobre o tema sustentabilidade, a proprietária Mayara cita sustentabilidade como “um processo de gestão, ou seja, tudo é muito bem pensado "sustentavelmente" para chegar até um produto final, a roupa. Trabalhamos com o social (comunidades, associações, facções formalizadas), cultural (valorizando a cultura da nossa região), ambiental (material orgânico, tecido em PET, natural; além de outros materiais e processos que preservam o meio ambiente), tornando-se tudo isso economicamente viável.” Quanto aos resultados das práticas de ecodesign obtido pela empresa 2PRIMAS, segunda pergunta desta pesquisa, percebeu-se que ao aplicar o modelo proposto Rozenfeld et al. (2006), a metodologia escolhida neste estudo, permitiu avaliar as estratégias sustentáveis que a empresa 2PRIMAS projeta e cria em suas coleções respeitando as tendências de mercado que proporcionem a novidade esperada no setor, com o diferencial de atuar com matéria prima que minimize os impactos ambientais.

A empresa desenvolve suas camisetas com tecidos de algodão orgânico e estampas de tecido natural, fornecido pela a Ecobotânica, que atuou como parceira em algumas coleções, e tecidos PET. Outra prática da empresa é trabalhar com cooperativas de costureiras. Este projeto visa o desenvolvimento de mão de obra por meio de treinamentos fornecido pela 2PRIMAS, como também auxiliam na gestão e organização dessas cooperativas. Também se constatou durante o estudo, é que a avaliação ocorre de forma informal pelas gestoras. Como meio de avaliação, as gestoras acompanham a evolução e desenvolvimento das mulheres que trabalham nas cooperativas em que a empresa oferece treinamento, acompanham a melhoria da autoestima dessas pessoas, pois passam a ter um emprego e com isso a ter uma renda fixa. Utilizando o mesmo método informal, acompanham o desenvolvimento das cooperativas, pois também prestam acessória na parte administrativa.

Este estudo apresentou uma aplicação de um modelo conceitual, na qual uma empresa pode avaliar como suas práticas de ecodesign estão atendendo as normas legislativas e exigências do cliente. Com base neste modelo a 2PRIMAS obteve um resultado de 74% considerado bom, o que significa que a empresa precisa manter o seu controle operacional, e trabalhar mais seus objetivos e metas para que obtenha bons resultados em suas atividades.

5. REFERÊNCIAS

ANSOFF, H. I. **Toward a strategic theory of the firm.** In: _____. (Ed.). *Business strategy*. Great Britain: Penguin Books, 1973.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO – ABIT. Disponível em: <<http://www.abit.org.br/adm/Arquivo/Servico/110144.pdf>>. . Acesso em 15/04/2013.

- AVELAR, Suzana. **Moda: globalização e novas tecnologias**. São Paulo, Editora Estação das Letras e Cores: 2009.
- BAXTER, Mike. **Projeto de Produto: guia prático para o design de novos produtos**. 2. Ed. São Paulo, 2000.
- BARROS, Izabele Sousa. **O luxo do Lixo: eco design uma nova perspectiva para a indústria da moda**. São Paulo: Atlas, 2010.
- BARBIERI, J. C.; SIMANTOB, M. A; (Org.). **Organizações Inovadoras Sustentáveis: uma reflexão sobre o futuro das organizações**. São Paulo: Atlas, 2007.
- BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação**. Tradução: Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
- BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70, 1981
- BERLIM, Lilyan. **Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária**. São Paulo, Editora Estação das Letras e Cores: 2012.
- BORCHARDT, M.; SELLITTO, M.; PEREIRA, G. & WENDT M.H. **Avaliação da Presença dos Princípios do Ecodesign em uma Empresa do Setor Químico**. 2º International Work-Shop Advances in Cleaner Production. São Paulo – May 2009.
- BORON, S., & MURRAY, K. (2004). Bridging the unsustainability gap: a framework for sustainable development. *Sustainable Development*, 12(2), 65-73
- BRAGA, João. **História da moda: uma narrativa**. 8º Ed. São Paulo, Editora Anhembi Morumbi: 2009.
- CAMPBELL, Colin. **A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- CAMPBELL, J. (2007). **Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility**. *Academy of Management Review*, 32(3):946-967.
- CMMAD - COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO-AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO**. *Nosso Futuro Comum*. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1991.
- CARRILLO-HERMOSILLA, J.; GONZALEZ, P. D. R.; KONNOLA, T. (2009). **Eco-Innovation: When Sustainability and Competitiveness Shake Hands**. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- CASTILHO, Katia. **Moda e linguagem**. 2º Ed. São Paulo, Editora Anhembi Morumbi: 2009.
- CIDREIRA, Renata P. **Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura**. 2º Ed. São Paulo, Editora Annablume: 2005.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. **A moda enquanto manifestação simbólica**. *Revista O Sentido e a Época*, UFBA, 1997. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/sentido/moda.html>. Acesso em 18/03/2013.
- COOPER, R. **The Design Experience – The Role of Design and Designers in the 21 Century**. Cornwall, Ashgate Publishing, 2002.
- CONSELHO EMPRESARIAL BRASILEIRO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTAVEL**. Relatório de Sustentabilidade Empresarial. Rio de Janeiro: CEBDS, 2004
- CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. 2. Ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 2009.
- DE CARLI, Ana Mary Sehbe **O sensacional da moda**. 1ª.ed. Caxias do Sul: Educs, 2002

- DIAS, R. **Marketing ambiental: ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios**. São Paulo: Atlas, 2008.
- DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. Análise documental como Técnica. In: MOREIRA, Sonia Virginia. **Métodos e técnicas em pesquisa em comunicação**. São Paulo: Editora Atlas, 2005.
- ELKINGTON, J. *Canibais Com Garfo e Faca*. São Paulo: Makron Books, 2002.
- FERREIRA, André.; DEMUTTI, Carolina M.; GIMENEZ, Paulo E.O.; A Teoria da Necessidades de Maslow: A influencia do Nivel Educacional sobre sua percepção no ambiente de Trabalho. XIII Semead. Setembro de 2010. ISSN 2177-3866.
- FIKSEL, J. **Design for Environment**. New York: Mcgraw-Hill, 1996.
- FLETCHER, Kate. 2008. *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys*. London and Sterling: Earthscan..
- FOXON, T.; ANDERSEN, M. M. The greening of innovation systems for eco-innovation – towards an evolutionary climate mitigation policy. In: **DRUID Summer Conference** -Innovation, Strategy and Knowledge, jun. 2009, Copenhagen.
- FREEMAN, C.; SOETE, L. *The Economics of Industrial Innovation*. London: Penguin Books, 1997
- Gladwin, T.N., Kennelly, J.J., Krause, T. Shifting Paradigms for Sustainable Development: Implications for Management Theory and Research. *Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 4 (Oct., 1995), pp. 874-907.
- GOULARTI F., Alcides; NETO, Roseli J. **A indústria do Vestuário: economia, estética e tecnologia**. Florianópolis /SC, Editora Letras Contemporâneas: 1997.
- Hart, S. L.; & Milstein, M. B. (2004). **Criando Valor Sustentável**. *RAE Executive*, v. 3, n. 2, p. 65-79, Maio/Julho.
- JOHANSSON, G. **Success factors for integration of ecodesign in product development**: a review of state of the art. Suécia: Linköping University, 2002. (PhD Project). Disponível em: <http://www.emeraldinsight.com/Insight/ViewContentServlet?Filename=Published/EmeraldFullTextArticle/Articles/0830130108.html>, consulta em março de 2007.
- JORNA, Rene. **Sustainable innovation: the organisational, human and knowledge dimension**. Sheffield, UK : Greenleaf, 2006
- KARBO, Karen. **O Evangelho de Coco Chanel: lições da mulher mais elegante do mundo**. São Paulo, Editora Seoman: 2010.
- KATZ, D., (1960), The Functional Approach to the Study of Attitudes, *Public Opinion Quarterly*, Summer, 24, 163 - 204.
- KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do Consumidor**. São Paulo, Editora Atlas: 2000.
- KERLINGER, F. N. **Metodologia de Pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: EPUEUSP, 1980.
- LIPOVETSY, Gilles. **Império do efêmero: a moda e seus destinos nas sociedades modernas**. Tradução: Maria Lúcia Machado. 2ª. Ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- MANZINI, E.; VEZZOLLI, C. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais**. São Paulo: Edusp, 2002

MENDES, Dantas F.; SACOMANO, José B.; FUSCO José P. A.. **Rede de empresas: A cadeia têxtil e as estratégias de manufatura na indústria brasileira do vestuário de moda.**São Paulo, Editora Arte e Ciência: 2010.

MILES, R. E., SNOW, C. C. **Organizational strategy, structure and process.** New York: Mc Graw Hill, 1978.

MINTZBERG, H. **Os cinco Ps da estratégia.** In: MINTZBERG, H.; QUINN, J. B. O processo da Estratégia. 3ª ed. Porto Alegre.

MOURA, Monica. **A moda entre a arte e o design.** In Dorotéia Baduy Pires. Design de moda: diversos olhares. Barueri, SP. Editora Estação das Letras e Cores: 2008.

OECD. (2009)**Sustainable manufacturing and eco-innovation: Framework, Practices and Measurement.** Synthesis Report. Paris: OCDE, 2009. Disponível em: <<http://www.oecd.org/dataoecd/15/58/43423689.pdf> > Acesso em: 10 abril 2013.

PNUMA (2011) Towards a Green economy. Copyright © United Nations Environment Programme, 2011.

PORTER, M. **O que é estratégia.** In: MINTZBERG, H.; QUINN, J. B. O processo da estratégia. 3a. edição. Porto Alegre: Bookman, 2001

QUINN, J. B. "**Strategic Change-Logical Incrementalism**" in *The Strategic Process - concepts, contexts and cases*, QUINN, J. B.; MINTZBERG, H.; JAMES, R. M., (Ed.), Prentice-Hall Inc. p. 94-104. 1988.

SANCHEZ, L. E. **Avaliação de Impacto Ambiental: conceitos e métodos.** São Paulo: Oficina de Textos, 2008

SOUZA, Gilda de M. **O espírito das roupas: a moda no século dezenove.** São Paulo, Editora Companhia das Letras: 2009.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda: planejamento de coleção.** 4 Ed. Brusque, SC: D. Treptow, 2007.