

MINHA EMPRESA SUSTENTÁVEL
PARA ATUAIS E FUTUROS EMPRESÁRIOS



CONFECÇÃO & MODA



Centro Sebrae de
Sustentabilidade



Presidente do Conselho Deliberativo Nacional Robson Braga de Andrade

Diretor-Presidente Guilherme Afif Domingos

Diretora Técnica Heloísa Regina Guimarães de Menezes

Diretor de Administração e Finanças Vinícius Lages

UNIDADE DE ACESSO À INOVAÇÃO E TECNOLOGIA DO SEBRAE NACIONAL

Gerente Célio Cabral de Sousa Júnior

Técnico Alexandre de Oliveira Ambrosini

SEBRAE EM MATO GROSSO

Presidente do Conselho Deliberativo Hermes Martins da Cunha

Diretor-Superintendente José Guilherme Barbosa Ribeiro

Diretora Técnica Leide Garcia Novaes Katayama

Diretora Administrativo-Financeira Eneida Maria de Oliveira



*Centro Sebrae de
Sustentabilidade*

Gerente Suênia Sousa

Equipe Elton Ribeiro, Isabela Rios, Jéssica Ferrari, José Santiago, Luanna Duarte, Nager Amui,

Raquel Apolônio, Renata Taques, Rogério Sousa

Revisão Luanna Duarte, Jéssica Ferrari e Renata Taques

EDIÇÃO Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade (IABS)

Direção Técnica Luis Tadeu Assad e Paulo Sandoval Júnior

Coordenação Editorial Flávio Silva Ramos **Redação** Suzanne da Fonseca Xavier

Revisão Técnica Carolina Milhorance **Revisão textual** Stela Máris Zica

Projeto Gráfico Luciano Arnold **Diagramação e infografia** Rodrigo Diniz Torres

Foto de capa Fotolia

Minha Empresa Sustentável: 1. Confecção e moda / Cuiabá, MT: Sebrae, 2017.
35p.:il. Color.

1.Confecção 2. Sustentabilidade; 3. Gestão de empresas; 4. Pequenos negócios I. Título.

ISBN: 978-85-7361-101-4

CDU: 502.131.1:005

TENDÊNCIAS DO MERCADO	4
-----------------------------	---

PROCESSOS PARA a SUSTENTABILIDADE

 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	7
 GESTÃO FINANCEIRA	9
 GESTÃO DE QUALIDADE	11
 ENCADEAMENTO PRODUTIVO	12
 POLÍTICAS PÚBLICAS	16
 GESTÃO DE PESSOAS	17
 COMPRAS SUSTENTÁVEIS	18
 DESENVOLVIMENTO SOCIAL	20
 GESTÃO AMBIENTAL	
USO EFICIENTE DE ÁGUA	21
USO EFICIENTE DE ENERGIA	22
GERENCIAMENTO DE RESÍDUOS	23
 LEGISLAÇÃO, NORMAS e CERTIFICAÇÕES	26
 MARKETING e COMUNICAÇÃO	28
 MERCADO e CONSUMO CONSCIENTE	29

COLOCANDO NO PAPEL	30
--------------------------	----

DIAGNÓSTICO	32
-------------------	----

RESUMO DAS DICAS	34
------------------------	----

O mercado de moda e confecções encontra-se em plena expansão no Brasil. Segundo a Associação Brasileira de Indústria Têxtil (Abit), o faturamento do setor de têxtil e confecções foi de R\$ 53,6 bilhões em 2014 e este representa o segundo maior empregador da indústria de transformação, perdendo apenas para alimentos e bebidas. O Brasil possui uma cadeia têxtil completa, incluindo desde a produção das fibras até os beneficiadores e as confecções, chegando ao varejo e aos desfiles de moda. O setor emprega hoje 1,7 milhão de pessoas de forma direta. Além disso, existem alguns nichos pouco explorados e com uma demanda crescente no mercado, entre eles o da moda sustentável. A aplicação de princípios de sustentabilidade representa um importante meio de inovação para o seu negócio, além de significar um diferencial competitivo no mercado.

O setor atravessa atualmente profundas mudanças diante da crescente abertura de mercados. Tais transformações incluem aspectos como o deslocamento da produção em função dos custos operacionais; o aumento da concorrência; a redução do ciclo de vida dos produtos; e as transformações na estrutura dos mercados. O Brasil, apesar de ser a quinta maior indústria têxtil e a quarta maior indústria de confecção do mundo, participa com menos de 0,4% desse mercado. Mais de 50% é representado pelos países asiáticos, principalmente a China. Além disso, o modelo da indústria, baseado na exploração da mão de obra e na produção acelerada que transforma rapidamente os produtos em artigos obsoletos, vai de certa forma na contramão da crescente preocupação socioambiental.

Portanto, é imprescindível que você, empresário, elabore soluções para que seu negócio possa sobreviver a esse cenário, desenvolvendo alternativas socialmente justas e com menor impacto ambiental.

Esta publicação tem a finalidade de compartilhar ações práticas que possam impulsionar seu empreendimento, com sugestões para alavancar a gestão do seu negócio, em consonância com os princípios da sustentabilidade. Aqui também poderá encontrar orientações que o ajudará a conciliar esse conceito com a produção e o consumo, processos que caracterizam o progresso e o crescimento: informações sobre o mercado de moda e sobre a cadeia produtiva desse setor, dicas para montar um planejamento estratégico para o seu negócio, e sugestões que lhe ajudarão a se aprofundar nas dimensões essenciais para a sustentabilidade de um empreendimento de sucesso.

MODA SUSTENTÁVEL

Tendência que consiste em utilizar o que seria descartado para confeccionar roupas, sapatos e acessórios. As matérias-primas são as mais diversas: restos de madeira, garrafas PET, fibras de bambu, sementes, algodão orgânico, modal e lyocell (materiais provenientes da polpa da madeira de árvores reflorestadas) e, ainda, sobras de tecidos das fábricas. Vale tudo para aproveitar os materiais: a única restrição é com a madeira, que só pode ser usada se for certificada, ou seja, se contribuir para o desenvolvimento social e econômico das comunidades florestais das quais é retirada

O SETOR TÊXTIL E DE CONFECÇÃO É
UMA ATIVIDADE COM CERCA DE

200 anos no
Brasil



10º DO
MUNDO

O BRASIL ESTÁ ENTRE OS 10
MAIORES MERCADOS MUNDIAIS
DE FIOS, FIBRAS, TECELAGENS E
CONFECÇÕES.

US\$ 1,8 BILHÃO



É O QUINTO MAIOR PRODUTOR
TÊXTIL, COM EXPORTAÇÕES DE
US\$ 1,08 BILHÃO EM 2015

R\$ 5,8 BILHÕES

O SALDO DA BALANÇA COMERCIAL
FOI NEGATIVO EM R\$ 4,8 BILHÕES
EM 2015, SEM CONTAR COM
FIBRAS DE ALGODÃO. ISSO
SIGNIFICA QUE O PAÍS IMPORTOU
CERCA DE R\$ 5,8 BILHÕES;

INVESTIMENTO

R\$ 749 MILHÕES

O INVESTIMENTO NO SETOR
TÊXTIL E DE CONFECÇÕES
CHEGOU A R\$ 749 MILHÕES EM
2015;



9,8 BILHÕES
em peças

AUTOSSUFICIENTE NA PRODUÇÃO DE
ALGODÃO, O BRASIL PRODUZIU 9,8
BILHÕES DE PEÇAS CONFECCIONADAS
EM 2014 (DAS QUAIS 5,3 BILHÕES
EM PEÇAS DE VESTUÁRIO), SENDO
REFERÊNCIA MUNDIAL EM MODA DE
PRAIA, ALÉM DE CAMA, MESA E BANHO.

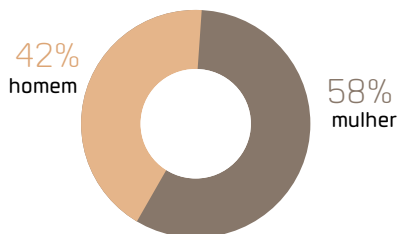


EM OUTRO CAMPO – O DE COURO – O PAÍS SE DESTACA COMO
UM DOS GRANDES PRODUTORES. O PRODUTO BRASILEIRO ESTÁ
PRESENTE NA CHINA, ITÁLIA E ESTADOS UNIDOS. O VIETNÃ TAMBÉM
É UM DOS NOSSOS COMPRADORES MAIS SIGNIFICATIVOS.

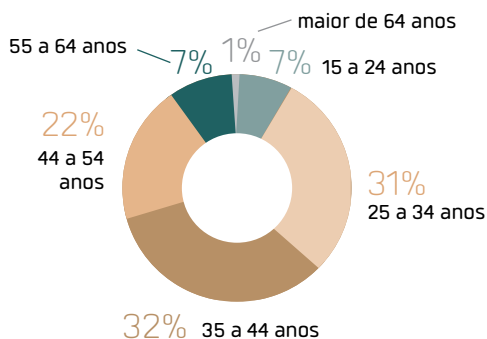
PROCESSOS PARA A SUSTENTABILIDADE

Um estudo recente do Sebrae desenvolveu estatísticas sobre o consumidor de moda no Brasil. Observe os dados abaixo:

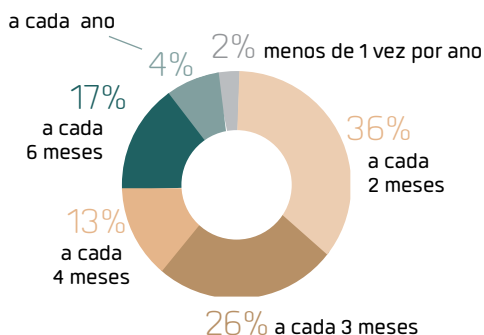
PERFIL DOS CONSUMIDORES SEGUNDO GÊNERO



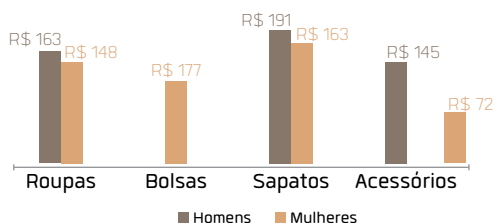
PERFIL DOS CONSUMIDORES SEGUNDO FAIXA ETÁRIA



PERFIL DOS CONSUMIDORES SEGUNDO FREQUÊNCIA DE COMPRA



TICKET MÉDIO DAS COMPRAS ON-LINE EM R\$





PLANEJAMENTO estratégico

Para obter os resultados esperados, sua empresa deve adotar posicionamentos diferenciados e traçar diretrizes a serem seguidas. Embora ofereça oportunidades, esse mercado também enfrenta oscilações e competitividade elevada. A utilização de ferramentas reconhecidas que auxiliem a compreender o ambiente e analisar a situação de sua empresa é vital para realizar um bom planejamento que eleve os ganhos e minimize os riscos no longo prazo.

O planejamento estratégico constitui uma ferramenta de gestão indispensável em uma empresa, auxiliando na definição de objetivos e estratégias para alcançar esses objetivos. Lembre-se de que decisões sem planejamento enfraquecem a orientação da empresa e a definição de sua identidade; leva ao desperdício de recursos financeiros e à tomada de decisões sem análise do impacto para o negócio.

Para isso, você deve primeiro definir a identidade do negócio e divulgá-la para os seus clientes:

MISSÃO

é o propósito do negócio, a sua razão de existir. Um bom exercício é iniciar a frase com "Existimos para..." (Não se esqueça do apelo à Sustentabilidade);

VISÃO

é o objetivo de longo prazo. Como queremos estar daqui a 5 anos?

VALORES

princípios que motivam as tomadas de decisões e que devem ser praticados diariamente, e não aqueles que "eu gostaria de praticar, mas não pratico". São os pilares do negócio e um deles deve ser a Sustentabilidade.

Para iniciar seu planejamento, realize uma análise do ambiente, através da MATRIZ SWOT também conhecida como análise/matriz FOFA (em português). Essa matriz contribui de uma forma prática para a análise dos ambientes – interno (forças e fraquezas) e externo (oportunidades e ameaças) – do negócio. Nós temos controle sobre os fatores internos, porém, não controlamos os externos e, com isso, devemos nos adaptar a eles.



Baixe o infográfico sobre
planejamento estratégico
para pequenos negócios

goo.gl/h8j4jK

PROCESSOS PARA A SUSTENTABILIDADE

VEJA ABAIXO UM EXEMPLO DE ANÁLISE SWOT PARA UMA LOJA DE CONFECÇÕES E PARA A INTEGRAÇÃO DE PRINCÍPIOS DE SUSTENTABILIDADE A ESTE NEGÓCIO:

FORÇAS	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none">◦ Potencial em diferenciar a marca e agregar valor ao produto;◦ Potencial de estabelecer maior proximidade com o fornecedor;◦ Desenvolvimento de técnicas de redução de resíduos (zero waste).	<ul style="list-style-type: none">◦ Custos envolvidos nos investimentos em tecnologia e inovação;◦ Custos envolvidos no tratamento adequado dos efluentes poluidores da indústria da moda;◦ Geração elevada de resíduos pela indústria da moda;◦ Produção focada no consumo de massa e nas tendências efêmeras.
OPORTUNIDADES	ameaças
<ul style="list-style-type: none">◦ Avanços na legislação sobre gestão de resíduos, que responsabiliza a empresa;◦ Disponibilidade crescente de técnicas e tecnologias para produção de tecidos a partir de produtos naturais ou reciclados;◦ Rápido crescimento do mercado de moda no Brasil, inclusive o e-commerce;◦ Conscientização crescente por parte dos consumidores e dos agentes produtivos do setor quanto às questões socioambientais;◦ Produtos que expressam os valores da sustentabilidade na moda e no design tendem a ser cada vez mais valorizados;◦ Importância econômica da indústria da moda e vestuário, uma das maiores geradoras de empregos e renda no mundo.	<ul style="list-style-type: none">◦ O crescimento de produtos importados no mercado, sobretudo produtos de baixo custo e menor qualidade;◦ Fornecedores escassos (alto poder de negociação) e matéria-prima por vezes sazonal;◦ Qualificação de mão de obra frequentemente baixa;◦ Condições de trabalho muitas vezes degradantes ao longo da cadeia produtiva;◦ Necessidade de maiores investimentos em inovação e tecnologias de produção;◦ Processos de deslocamento da produção para outros países em função dos custos operacionais;◦ Aumento da concorrência.



GESTÃO FINANCEIRA

Uma boa gestão financeira funciona como um termômetro do seu negócio, mostrando mês a mês se ele está saudável (ou não) e indicando as ações a tomar. Ela garante informações que contribuem para a tomada de decisão e para a minimização dos riscos do negócio.

ALGUMAS DEFINIÇÕES

De maneira geral, possuímos dois tipos de gastos:

Custo: gastos relacionados à venda (impostos, comissões, sacolas ecológicas, custo das mercadorias vendidas, fretes, embalagens, etc.);

Despesa: gastos relacionados ao funcionamento do negócio (manutenção dos equipamentos, material de escritório, informática, aluguel, luz, água, condomínio, telefonia, etc.).

Os gastos são subdivididos em dois tipos de custos e despesas:

- ⇒ **Fixos:** gastos que são inversamente proporcionais à produção ou às vendas (aluguel, instalações físicas, manutenção e limpeza, salários dos funcionários);
- ⇒ **Variáveis:** gastos diretamente proporcionais à produção ou às vendas (matéria-prima e demais insumos de produção, comissão de vendedores).

Alguns passos para orientar a gestão financeira da sua confecção:

Elaborar demonstrativos de resultado e balanços patrimoniais. Utilizar a apuração dos resultados, realizando um monitoramento sistemático das suas contas, com a finalidade de saber se tudo está de acordo com o planejado.

Ter conhecimento sobre as contas a pagar e receber, seus custos de manutenção do negócio, e o preço de venda de seus serviços e/ou produtos faz a diferença para viabilizar seu negócio.

Você pode apurar os resultados por meio de um Demonstrativo de Resultados do Exercício (DRE): este é composto pela receita, custos variáveis, margem de contribuição e custos fixos e despesas comerciais. O DRE é uma forma representativa de apurar os resultados financeiros e pode ser obtido conforme o período que se quer analisar (Ex.: mensal, trimestral, semestral, anual). Além disso, ele pode ser apurado para um tipo de produto.

Além disso, é preciso:

- ⇒ Definir um saldo mínimo de caixa. Esse saldo garante às empresas de confecção o cumprimento de suas obrigações, evitando perdas por exemplo com juros;
- ⇒ Planejar o montante do material a ser adquirido e gerenciar os estoques. A quantidade de material a ser comprada deve levar em consideração a necessidade de consumo (a partir do histórico de vendas, questões de sazonalidade e situação do mercado) e os custos de manutenção dos estoques. A redução do estoque pode promover aumento de outros componentes do sistema logístico como transporte, processamento de pedidos e vendas perdidas. A utilização de softwares específicos garante uma melhor gestão profissional dos estoques. Também é importante realizar o giro de estoque (limpar as prateleiras do seu estoque daquele produto que está parado e renová-las com a compra de novos produtos);
- ⇒ Negociar e acompanhar os prazos com fornecedores;



Baixe o infográfico sobre gestão financeira para pequenos negócios

goo.gl/fUW1p0

⇒ Manter o volume de despesas fixas compatível com a natureza do negócio, permitindo que as despesas fixas realmente contribuam para que a confecção tenha um movimento, gerando produtividade sem desperdícios.

Preço de Venda: O preço de venda costuma ser a chave do sucesso dos negócios. Portanto, recomendamos que utilize a fórmula Preço = custo + despesas + margem de lucro. Com essas informações você poderá definir o preço ideal dos seus produtos e serviços.

avalie a melhor opção para o perfil dos seus negócios

As lojas de confecção multimarcas procuram disponibilizar para seus clientes a maior variedade possível de produtos. Por esse motivo, compram quantidades pequenas de cada fornecedor, e com isso perdem em escala, não podendo comprar pelo mesmo preço dos grandes varejos de confecção. Para não repassar esse valor para o cliente, muitas optam por ter menores margens de lucro e/ou reinvestir menos na empresa. Outras adotam a estratégia de venderem mais caro que os grandes players e compensarem isso se diferenciando no atendimento e no mix de produtos exclusivos.

Margem de Contribuição: Informa quanto cada serviço ou produto vendido contribui para pagar as despesas fixas mensais e quanto contribui para formar o “lucro”. É necessário que você conheça a Margem de Contribuição de suas vendas para o planejamento de sua confecção e dos investimentos. Se a Margem de Contribuição não for suficiente, sua confecção pode estar vendendo bastante e, mesmo assim, tendo prejuízo.

$MC = \text{Receitas} - \text{Custos variáveis}$

Fique atento: Alguns itens como comissões sobre vendas ou fretes podem ter grande impacto sobre a Margem de Contribuição. Negociar melhores percentuais pode contribuir para aumentar a margem de sua confecção, mesmo que às vezes o percentual pareça pouco.

Ponto de equilíbrio representa a quantidade de venda que precisa ser realizada mensalmente para gerar receitas suficientes para pagar os custos variáveis, as despesas comerciais e fixas da empresa. Lembre-se: um volume de vendas inferior ao ponto de equilíbrio levará a empresa a ter prejuízo, pois não terá dinheiro para pagar as contas das despesas fixas.

Retorno do investimento significa que mensalmente sua empresa devolve parte do investimento. Essa parte que retorna, que paga o investimento feito, é o lucro acumulado no período. Existem várias ferramentas de gestão que podem lhe ajudar a tomar decisões corretas com o dinheiro da empresa, duas delas são fundamentais: “Fluxo de Caixa” (instrumento para equilibrar as saídas e entradas de dinheiro) e “Apuração de Resultados”.

Fique atento ao seu fluxo de caixa, atualize-o diariamente para não deixar de registrar informações importantes que farão a diferença. Um fluxo de caixa com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para que haja a gestão competente da necessidade de capital de giro. Grande parte das empresas do setor de confecções concede créditos a seus clientes, o que significa um ciclo de caixa bastante longo que exige capital para financiar as atividades produtivas da empresa.

GESTÃO DA QUALIDADE

A exigência de qualidade e eficiência é indispensável para o seu negócio. Desde a concepção até a operação do seu empreendimento, você deve focar no cliente e na qualidade dos produtos e determinar suas ações e decisões ao longo de todo o processo:

- ⇒ Procure conhecer e entender bem seus clientes, realizando pesquisas para saber o que buscam na hora da compra (Conforto? Bom preço? Qualidade? Durabilidade? Responsabilidade socioambiental?);
- ⇒ Verifique se a imagem de sua empresa está associada à sua eficiência no cumprimento dos prazos e ao padrão de qualidade que você apresenta;
- ⇒ Invista tempo em ações de marketing e crie novos produtos e serviços alinhados com a realidade do mercado. O atendimento de qualidade também é considerado um diferencial da empresa, então favoreça a capacitação dos colaboradores;
- ⇒ Enfatize o aumento da durabilidade do produto, conferindo-lhe maior tempo de vida e promovendo o trabalho justo e economicamente viável. Um exemplo é comprar de fornecedores que desenvolvem formas sustentáveis de produzir, consumindo menos recursos, reaproveitando o que já existe, maximizando o tempo de vida dos produtos e consumindo menos energia e água, incluindo os cuidados com o descarte e com as condições de trabalho (no caso do seu negócio ser uma loja do varejo);

- ⇒ Use a criatividade. Muitos profissionais no mercado fazem uso de materiais ecológicos e reaproveitam resíduos têxteis provenientes das indústrias e roupas usadas para confecção de novas peças;
- ⇒ A etiquetagem constitui uma etapa muito importante para o controle da qualidade de produtos têxteis. Caso tenha a intenção de criar uma confecção própria, a marca deve ser registrada. Para isso, algumas normas devem ser respeitadas: a ABNT NBR ISO 3758:2013 estabelece um sistema de símbolos gráficos destinados a serem utilizados na etiquetagem, que informam sobre os tratamentos do artigo ou a existência de certificação socioambiental.



Baixe o infográfico sobre gestão da qualidade para pequenos negócios

goo.gl/FVoFYx

Normas técnicas voltadas às confecções definidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). O acesso é gratuito e visa beneficiar as micro e pequenas empresas do setor.



Saiba mais sobre as regras ABNT

goo.gl/ok8MP4

ENCADEAMENTO PRODUTIVO

O encadeamento produtivo é uma estratégia que busca aproximar as grandes e as pequenas empresas de uma mesma cadeia produtiva. Quando passam a adotar essa estratégia, crescem os negócios, com ganhos financeiros, e principalmente a qualidade e produtividade de todas elas. Esse é um desafio para os pequenos negócios, que necessitam se preparar para atuarem nessa cadeia, tornando-se fornecedores e distribuidores.

A cadeia produtiva da moda é caracterizada por elevado grau de complementaridade e inclui diversos setores produtivos, desde as atividades manufatureiras até os serviços avançados de distribuição e e-commerce. O processo criativo está diretamente ligado ao processo de produção, o que proporciona a integração de estratégias sustentáveis pelo designer ao projeto como um todo. As conexões existentes entre as empresas podem facilitar o acesso a insumos especializados e à informação. A proximidade entre indústrias, fornecedores e prestadores de serviço de um mesmo setor pode favorecer o intercâmbio contínuo de ideias e de inovações.



Fornecedores

Faça suas compras a partir de fornecedores responsáveis, que garantam não apenas o preço, mas também a qualidade. Privilegie os fornecedores locais e associações que sejam

comprometidos com a sustentabilidade, gerem menos resíduos, utilizem matéria-prima natural ou reciclada, ou cujo processo de produção consuma menos insumos.

Vale lembrar que o processo de produção de tecidos, fios e malhas, além da estamparia e aviamentos (linhas, botões, rendas, etc.), também integra a cadeia produtiva têxtil e de confecções. É importante buscar fornecedores que apliquem práticas sustentáveis e produtos recicláveis nesses processos.



COOPERATIVA DE MODA VALORIZA MATERIAIS RECICLADOS

Na comunidade da Rocinha, localizada na cidade do Rio de Janeiro, uma cooperativa local – Copa Roca – desenvolve produtos de moda a partir de materiais reciclados e sobras de tecidos e utilizam técnicas artesanais valorizando o saber local. Estilistas brasileiros reconhecidos utilizaram esses produtos em grandes desfiles no Brasil e no mundo. Um exemplo foi a 22a São Paulo Fashion Week. A integração com fornecedores que desempenham um papel socioambiental, gerando emprego e renda, além de difundir práticas de conservação do meio ambiente, é possível e garante maior valor agregado aos produtos comercializados. Indústria de confecção: Apesar de as empresas do setor têxtil e de fabricação no Brasil serem normalmente de médio

e grande porte e intensivas em capital, na indústria de confecção predominam pequenas empresas intensivas em mão de obra. O fortalecimento da capacidade de gestão das oficinas de costura e das micro e pequenas empresas de confecção pode torná-las fornecedoras das marcas e das empresas mais representativas do varejo. Nesse contexto, é importante combater as condições degradantes de trabalho que ocorrem em muitos casos nesse segmento. Deve-se ainda diminuir o uso de água no processo das lavagens, reduzir geração de resíduos (industriais, embalagens, etc.) e utilizar fontes de energia renováveis.



Baixe o infográfico sobre encadeamento produtivo para pequenos negócios

goo.gl/DHTM4a



DESIGN E COMERCIALIZAÇÃO

A "indústria da moda" envolve múltiplas atividades como o design, as grifes, os desfiles e o marketing, que são associadas aos modelos de comercialização. Os estilistas têm buscado inserir a sustentabilidade por meio de pesquisas de novos materiais naturais e renováveis, do reaproveitamento de sobras de tecidos, das técnicas tradicionais de confecção que valorizem a cultura e os materiais locais, etc.

O planejamento das coleções é uma das atividades mais complexas para quem empreende nesta área. É nesse momento que o design cria seu conceito e estilo, por meio da criação de peças para o mercado. As etapas de criação de uma coleção são: pesquisa (momento de pesquisar tendências, materiais, cores e estilos); criação (atividade desenvolvida por um estilista que cria peças para compor a coleção, a partir da pesquisa); compra de matéria-prima (começa com a pesquisa de fornecedores que comercializam os itens que serão utilizados nos processos produtivos). É fundamental ter informações sobre a cadeia como um conto para que o planejamento e a escolha do modelo de negócio garantam maior sustentabilidade.



A obsolescência programada, baseada no modelo de economia linear em que os recursos são desperdiçados e subvalorizados, tornou a indústria da moda a segunda mais poluente do mundo. Esse contexto vem atraindo a preocupação dos consumidores, empresas e governos em busca de soluções. Assim, nasceu um novo modelo de "moda circular", que envolve todo o ciclo de vida dos produtos, desde sua concepção e pesquisa até a produção, transporte, armazenamento, marketing e vendas, passando pelas fases de utilização e reutilização, reparação e finalmente a reciclagem ou eliminação do material. Moda circular é uma visão inovadora que repensa todas as partes da indústria da moda e sua cadeia de produção.

Fonte: Website Stylo Urbano

PROCESSOS PARA A SUSTENTABILIDADE



FAST X SLOW FASHION

O conceito de fast-fashion, traduzido como moda rápida, indica as transformações cada vez mais velozes do mundo da moda. O modelo envolve habilidade e velocidade em reproduzir propostas apresentadas em desfiles e feiras para que o produto esteja na loja no momento em que uma tendência de consumo esteja no auge. As coleções incluem um grupo de produtos coerentes entre si e exigem rapidez no fornecimento e na logística para abastecer os pontos de venda. A principal característica desse modelo de negócio é a participação do consumidor na concepção das coleções.

No entanto, há dificuldade para o estabelecimento de relacionamento estável e de longo prazo com os fornecedores. Por isso, quando as indústrias de confecções são pouco competitivas e não conseguem se adaptar a esse modelo de negócio, os problemas sociais e trabalhistas tendem a se acentuar. Além disso, com o aumento do volume de roupas produzidas e os gastos com produtos de reduzida durabilidade, aumenta o fluxo de materiais, o uso de água, de energia, de químicos e, consequentemente, os resíduos.

O slow fashion, ou moda lenta, visa diminuir a frequência com a qual se consome e está atenta à produção em pequena escala, às técnicas tradicionais de confecção, aos materiais e mercados locais, ou seja, um modo de produção e consumo mais responsável

e menos impulsivo. Aqui incluímos também os negócios especializados na reutilização de roupas, como bazares e brechós, e a restauração. O conceito tornou-se uma forte tendência entre estilistas e profissionais da moda que defendem a criação de peças atemporais. A humanização dos processos, o uso de mão de obra local, o artesanato, os tecidos naturais e as técnicas tradicionais são alguns fortes elementos nesse modelo. *(Fonte: Uniethos)*



ATENDIMENTO

É essencial investir na qualidade global do atendimento ao cliente, ou seja, qualidade do serviço, ambiente agradável, profissionais atenciosos e interessados, além de outros aspectos que podem trazer maior comodidade para o cliente, como estacionamento, um pequeno espaço com cadeiras confortáveis e revistas de moda e outras publicações do setor.



e-commerce

O comércio eletrônico tem atraído cada vez mais a atenção de empresários e de consumidores, sobretudo no setor de confecção e moda. Esse modelo permite

a integração entre confecções, varejo e empresas do setor de informática. O empresário deve estar atento às características específicas do comércio eletrônico para o seu setor, como a legislação, o perfil do público-alvo e o caráter segmentado do mercado. Desafios como a garantia de entrega no prazo, a falta de padronização de tamanhos, a sazonalidade e a dinâmica de trocas e devoluções constituem desafios nesse sentido. A integração com empresas especializadas pode contribuir para superar alguns deles. Deve-se ainda respeitar as medidas padronizadas pelas normas NBR-16060, de 2012, e a NBR-15800, de 2009, ou cobrar que os fornecedores o façam.



LOGÍSTICA REVERSA

A questão dos resíduos será tratada com mais detalhes nesta publicação. Mas é importante lembrar que os produtos da moda geram grandes impactos ambientais. O conceito de logística reversa significa o retorno dos produtos às empresas buscando dar um novo uso e a reutilização de peças descartadas. Este pode ser aplicado em várias etapas da cadeia. O prolongamento da vida útil de uma roupa e a criação de peças novas a partir de usadas têm representado uma oportunidade de negócio, agregando valor ao produto por meio de restauração criteriosa.



NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS Para MICROEMPRESAS:

INSECTA SHOES

A marca Insecta Shoes fabrica e comercializa sapatos a partir de roupas garimpadas em brechós. Cada peça gera, em média, seis a sete pares de calçados. A empresa foi inaugurada em 2014, aproveitando a experiência prévia das duas sócias em um brechó e em uma empresa que reaproveitava sobras de couro para produzir sapatos. A empresa criou uma marca de sapatos que além de realizar o reaproveitamento dos insumos, não utiliza nenhuma matéria-prima de origem animal. O solado, por exemplo, é feito de borracha triturada.

Fonte: Escola Design Thinking



POLÍTICAS PÚBLICAS

Os governos apresentam um papel importante na promoção de uma agenda de sustentabilidade para o setor de confecção e moda, que é influenciado por políticas tributárias, trabalhistas e de comércio exterior, além de políticas de estímulo à inovação e de qualificação profissional. O Ministério da Cultura reconheceu a moda como linguagem artística. Sob essa perspectiva, o governo se compromete a apoiar, promover a formação, e potencializar o setor. O Plano Nacional de Cultura (que entrou em processo de revisão) busca “incentivar projetos de moda e vestuário que promovam conceitos estéticos baseados na diversidade e na aceitação social dos diferentes tipos físicos e de suas formas de expressão”, além de “promover e fomentar iniciativas de preservação da memória da moda, do vestuário e do design no Brasil, contribuindo para a valorização das práticas artesanais e industriais, rurais e urbanas” (Lei 12.342/2010).

Uma das principais iniciativas governamentais recentes de promoção do setor das confecções são os Arranjos Produtivos Locais. Esses arranjos são definidos pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior como aglomerações de empresas, localizadas em um mesmo território, que apresentam especialização produtiva e mantêm vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com outros atores locais. Foram desenvolvidas parcerias entre esse Ministério, o Sebrae e a Agência de Promoção de Exportação – Brasil (APEX-Brasil) visando solucionar problemas técnico-

gerenciais e tecnológicos para incrementar a competitividade e promover a cultura exportadora.

Os Arranjos Produtivos Locais foram também incorporados a outras agendas políticas. Desde os anos 2000, eles foram inseridos nos Planos Plurianuais (PPA) do governo federal, no Plano Nacional de Ciência e Tecnologia (2007–2010), na Política Nacional de Desenvolvimento Produtivo (2008–2013) e no Plano Brasil Maior (2011–2014). O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) definiu, a partir de 2007, o desenvolvimento regional por meio de Arranjos Produtivos Locais como meio coesivo para o desenvolvimento nacional. No entanto, a promoção eficiente de condições justas de trabalho permanece um desafio nessa cadeia produtiva.

Por fim, a Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei 12.305/2010) orienta a coleta, o destino final e o tratamento dos resíduos, promovendo o estabelecimento de acordos setoriais que envolvam poder público, fabricantes, importadores, distribuidores, comerciantes, catadores de materiais reutilizáveis e consumidores.



goo.gl/H47F0d

Baixe o infográfico sobre políticas públicas para pequenos negócios



goo.gl/ggWnv9

Assista ao vídeo “Políticas públicas” E veja as dicas de como fazer isso.



GESTÃO DE PESSOAS

A gestão de pessoas permite a otimização dos resultados finais de sua empresa e valorização dos talentos que a compõem. O número de funcionários de um negócio de moda e confecção varia de acordo com o tamanho do empreendimento. Além disso, o setor é muito variado em termos de formas de organização do trabalho. De maneira geral, ele deverá incluir: costureiros, passadores, pessoal administrativo e vendedores.

Quase todas as etapas de produção da cadeia têxtil e de confecções fazem uso intensivo de mão de obra. Esses trabalhadores e trabalhadoras precisam ser valorizados, recebendo qualificação e realizando suas tarefas em locais seguros, em condições justas, sem discriminação. Empresas que investem em desenvolvimento humano tendem a ser ambientes criativos e inovadores. Na área de confecções, em que a maior parte do trabalho é executada por mulheres, é preciso garantir que problemas como assédio sejam abolidos e que a maternidade seja protegida.

CORTADORES E COSTUREIROS

Devem operar a máquina de corte e de costura e receber orientações de segurança e capacitações na manipulação dos tecidos. Tenha um manual de boas práticas de segurança, com as recomendações gerais para preservar a integridade física de sua equipe de colaboradores e a segurança de equipamentos, instalações e do meio ambiente, contribuindo

para uma gestão eficaz de saúde e segurança no trabalho. A expansão do negócio, mesmo que de forma sazonal, precisa ser planejada de acordo com o faturamento.

PESSOAL ADMINISTRATIVO

Para a realização das funções administrativas será preciso pessoal qualificado. Insira valores de sustentabilidade já no processo de recrutamento e seleção, visando atrair e contratar colaboradores identificados com o tema e com valores alinhados ao propósito do seu negócio. É importante investir constantemente no aperfeiçoamento por meio de cursos, palestras, workshops ou por meio de atividades realizadas na própria empresa.

VENDEDORES

Devem conhecer as necessidades dos clientes para oferecer um atendimento de qualidade. Nesse setor, há uma tendência de relacionamento de longo prazo com os canais de venda. Por isso o atendimento representa um aspecto de grande importância para o negócio. Se possível, tenha material de apoio às vendas, com informações sobre os produtos e os serviços.

Dependendo do desenvolvimento do negócio, pode-se contratar um **estilista e/ou modelista** que será responsável pela pesquisa de novas tendências e por propor modelos conforme o perfil da clientela. O modelista também deve ter conhecimentos de informática, em razão da grande utilização de *software* de *design digital*.



Baixe o infográfico sobre gestão de pessoas para pequenos negócios

goo.gl/QG5LG5

Veja algumas dicas que podem ajudar na gestão de seus colaboradores:

- ⇒ Adote a Gestão Estratégica de Pessoas por meio de projetos e planos de capacitação, motivação e construção de valores e competências para o desempenho das atividades de modo sustentável, com indicadores de reconhecimento e de valorização (plano de carreira);
- ⇒ Utilize formas justas, respeitando os princípios de igualdade de direitos no processo seletivo (não utilização de formas de discriminação – raça, cor, religião, opção sexual, etc. – nos processos de seleção de funcionários);
- ⇒ Aproveite o potencial de cada colaborador alocando-os em cargos compatíveis com seus conhecimentos técnicos e/ou comportamentais. Para isso, tenha uma descrição de cargos, identificando o perfil, as habilidades e os conhecimentos exigidos para cada função;
- ⇒ Estimule a participação da equipe em cursos de aperfeiçoamento, eventos de moda, feiras, pois trata-se de um diferencial importante que retém a clientela;
- ⇒ Respeite as leis trabalhistas, realizando o pagamento de forma justa e garantindo todos os direitos dos trabalhadores.

MODA SUSTENTÁVEL PRODUZIDA POR EX-PRESIDIÁRIOS



A empresa Pano Social, com sede em São Paulo, contribui para a reinserção de ex-presidiários no mercado de trabalho. Além disso, ela produz roupas e acessórios a partir de algodão 100% orgânico ou 100% PET. A produção de algodão orgânico ainda é limitada no Brasil, então a empresa importa parte do fio da Índia. Também trabalham com outras opções, como o “desfibramento têxtil” e os corantes naturais, reduzindo a carga desses resíduos que eram descartados no meio ambiente. Segundo seus sócios, a empresa tem o compromisso de reinvestir todo o lucro no negócio para aumentar o impacto social e ambiental positivo de modo crescente.

Fonte: <http://store.panosocial.com.br/>



COMPRAS SUSTENTÁVEIS

Uma cadeia produtiva sustentável começa com o planejamento de um sistema de compras que considere, além do preço, a qualidade dos produtos.

- ⇒ Procure dar prioridade aos fornecedores que adotam práticas de responsabilidade
- ⇒ Implemente um sistema de controle de compras e estoque eficiente, pois ele

ambiental (uso de fibras mais econômicas e com baixo impacto ambiental; fibras produzidas em melhores condições de trabalho para agricultores e produtores; e materiais produzidos com menos desperdício, como fibras biodegradáveis e recicláveis provenientes dos fluxos de resíduos da indústria e do consumidor);

permitirá um melhor conhecimento das matérias-primas e insumos disponíveis na empresa, assim como o acompanhamento do consumo, facilitando identificar quando um produto está sendo desperdiçado pelo consumo em excesso:

- ⇒ Ao comprar sua matéria-prima (indústria de confecção) ou seus produtos para venda no varejo (loja), tenha o cuidado de verificar se o fornecedor tem o histórico de promover práticas trabalhistas adequadas;
- ⇒ Verifique se seus fornecedores utilizam a etiquetagem nos produtos e se possuem alguma certificação ambiental (ISO 9001). Estabeleça cotas de compra para produtos que apresentem selos de qualidade que

incluam critérios socioambientais em seus processos de certificação, ou para compra de matérias-primas e produtos sustentáveis;

- ⇒ Procure participar de eventos que favoreçam suas compras, como feiras, showrooms e mercados/atacados regionais. Você poderá visitar vários fornecedores em um curto espaço de tempo sem precisar se locomover em longas distâncias e poderá rever as tendências da moda e do varejo.



Baixe o infográfico sobre compras sustentáveis para pequenos negócios

goo.gl/QG5LG5

TODO PRODUTO TÊXTIL DEVE APRESENTAR, OBRIGATORIAMENTE, CINCO CATEGORIAS DE INFORMAÇÕES AO CONSUMIDOR:



NOME OU RAZÃO SOCIAL OU MARCA REGISTRADA E CNPJ
É a identificação do responsável pelo produto.

PAÍS DE ORIGEM
É a identificação da origem do produto.

NOME DAS FIBRAS OU FILAMENTOS
É a identificação das fibras ou filamentos têxteis que compõem o produto, e os seus respectivos percentuais.

TRATAMENTO E CUIDADOS PARA CONSERVAÇÃO
São as informações necessárias para que o consumidor saiba como conservar o produto.

INDICAÇÃO DE TAMANHO OU DIMENSÃO
É a identificação do tamanho do produto.



DESENVOLVIMENTO SOCIAL

As ações de responsabilidade social, além de agregarem valor ao seu negócio, são importantes para promover o desenvolvimento local da região onde sua empresa está inserida. Desse modo, é indispensável que sua confecção promova ações nesse sentido.

⇒ A empresa pode proporcionar oportunidades de emprego, relações comerciais, benefícios e impostos à comunidade. Além destes, ela pode se envolver em iniciativas locais em matéria de esporte, educação e cultura. Por outro lado, o apoio da comunidade garante maior estabilidade e maiores oportunidades na identificação de novos mercados, clientes e parceiros. Procure conhecer a realidade local e avaliar como as atividades do seu negócio podem contribuir para o desenvolvimento da comunidade, envolvendo seus colaboradores a também participarem das ações e atividades propostas:

⇒ Verifique se existe na comunidade local o fornecimento de insumos que sua empresa precisa. Caso haja, dê preferência às compras locais. Promova eventos que estimulem a valorização de práticas locais de produção, a consciência ambiental e o consumo consciente, especialmente eventos ligados à moda e que possam favorecer um novo olhar sobre o consumo, como: bazar, feira de trocas, etc.:

⇒ Estabeleça iniciativas como ações culturais e educativas em datas comemorativas e a participação da vida das comunidades (por

meio da doação de livros para o bairro, cessão de bicicletas, etc.):

⇒ Garanta um processo de produção que não gere poluição nas comunidades vizinhas, estabelecendo um sistema eficiente de eliminação de resíduos, utilizando embalagens ecológicas, etc. Essas ações contribuirão não apenas para a promoção da qualidade ambiental como para a manutenção das condições de saúde da comunidade.



Baixe o infográfico sobre desenvolvimento social para pequenos negócios

goo.gl/cBXHfv

COOPERATIVA artesanal se destaca na indústria da moda

O projeto Apoena iniciou em Brasília com a proposta de Kátia Ferreira em capacitar mulheres e proporcionar a oportunidade de complementarem a renda familiar por meio do bordado. A partir da apresentação da ideia a uma representante da Unesco, o projeto obteve máquinas para o ensino do bordado. Inicialmente com a produção de lençóis e colchas bordadas, a cooperativa passou a produzir vestidos, batas e saias. Assim iniciou o reconhecimento da grife no mercado da moda, tanto nacional quanto internacional (Sebrae Mercados – Artesanato).



Veja mais sobre o Projeto Apoena acessando sua página

goo.gl/ByRB8r

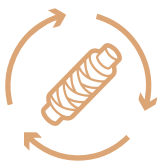


GESTÃO AMBIENTAL

Todas as etapas produtivas do setor têxtil e de confecções são efluentes líquidos, industriais, resíduos sólidos e emissões atmosféricas que, sem o devido controle e mitigação, podem gerar impactos ambientais. Assim, é preciso planejar ações preventivas em relação aos processos produtivos, buscando as melhores práticas de consumo consciente e de produção mais limpa.

USO EFICIENTE DA ÁGUA

O alto consumo de água deste setor resulta principalmente das operações de lavagem e beneficiamento de fios e tecidos. O uso eficiente e a reutilização da água na produção na fabricação de têxteis e vestuário e as práticas adequadas de lavagem são algumas das iniciativas que podem ser adotadas diretamente no seu negócio, possibilitando uma melhor gestão desse recurso. A indústria têxtil é também uma das maiores geradoras de efluentes líquidos, que produzem substâncias contaminantes e geram importantes impactos ambientais.



- ⇒ Privilegie a utilização de fibras que são produzidas sem gerar impactos ambientais;



- ⇒ Realize lavagem e tingimento de maneira eficiente: utilizar águas de lavagem contracorrente, reduzir a quantidade utilizada de água realizando várias lavagens pequenas, remover o excesso de água do material antes dos processos subsequentes, reutilizar águas de determinados tipos de lavagem em processo de resfriamento de equipamento;
- ⇒ Recupere e reutilize a água de lavagem do decantador e do filtro de tratamento da água para lavagem de piso ou mesmo nos processos subsequentes de tratamento;
- ⇒ O lançamento de efluentes deve seguir padrões conforme legislação e passar por tratamento antes do lançamento (remoção do material sólido grosseiro, diminuição da temperatura e neutralização do efluente, filtração, remoção da matéria orgânica dissolvida, etc.);
- ⇒ Substitua produtos químicos nos corantes e processos de tratamento: substitua os corantes que apresentam metal e componentes sulfurosos; elimine o uso de querosene nas pastas de estampar e reduza a utilização de ureia no processo de estampagem; reutilize as sobras de corantes de tinturaria para formulação de cores escuras, etc.;



⇒ Conheça como a água é usada em sua empresa. Setorizar o seu consumo é o primeiro passo para definir as próximas ações. Após saber onde e como sua empresa usa a água, fica mais fácil motivar os colaboradores a adotar práticas simples, como o desligamento de torneiras e o reparo de tubulações e reservatórios. É possível promover melhorias de acordo com as oportunidades mapeadas:

⇒ O mercado oferece uma série de aparelhos e tecnologias que reduzem perdas de água, como a instalação de torneiras com arejadores – medida que pode resultar na redução do consumo em até 75%, ou torneiras de fechamento automático que permitem uma redução de até 55% no consumo de água em relação às convencionais. Manter em dia a manutenção dos equipamentos também é fundamental para evitar os desperdícios:



⇒ Utilize a captação de água da chuva. Este é um exemplo de como se pode aproveitar uma fonte que não seja a captação feita a partir dos mananciais ou o uso da água distribuída pelas concessionárias. Construa caixas de água e estocagem da água de reutilização.

USO EFICIENTE DE ENERGIA

⇒ O consumo de energia em uma indústria de confecção de moda é distinto de uma loja, uma vez que na primeira o processo produtivo (que inclui lavagem, tecelagem, etc.) demanda maior quantidade de energia que a segunda, cujo foco é a venda dos produtos. Assim, o consumo de energia varia em cada uma, contudo, as medidas de redução devem ser adotadas por ambas. Empresas que desenvolvem maior eficiência no consumo de energia no processo de produção, transporte e distribuição reduzem custos e adquirem maior capacidade de se adaptar a futuros padrões de produção.

⇒ Monitore as caldeiras com regulagem da combustão, controle de fuligem, e ponto de carregamento; verifique o isolamento térmico das tubulações e identifique eventuais vazamentos de vapor;

⇒ Escolha um tipo de compressor de ar adequado às necessidades do processo produtivo e evite o uso desnecessário de ar comprimido;



⇒ Busque otimizar o espaço em relação à climatização e à iluminação, investindo em estruturas que permitam a incidência da iluminação natural e a circulação de ar, como a utilização de vidros e de calhas espelhadas;



- ⇒ Utilize lâmpadas fluorescentes de maior rendimento (32 W no lugar de 40 W, por exemplo) ou LED;
- ⇒ Considere as cores claras na pintura e o uso de calhas espelhadas e claraboias que otimizam o aproveitamento da luz natural e permitem a redução do número de lâmpadas;
- ⇒ Desligue as lâmpadas em áreas desocupadas ou sob influência da luz natural, utilizando, por exemplo, interruptores independentes;
- ⇒ Se possível, instale um gerenciador de energia que possibilite medições e metas para um maior controle e acompanhamento do uso de energia;



- ⇒ Privilegie a utilização de fontes renováveis de energia, como os painéis solares

GERENCIAMENTO DE RESÍDUOS

As empresas que desenvolvem estratégias de destinação adequada e reutilização de determinados resíduos podem reduzir custos de operação, reaproveitar os resíduos e minimizar os impactos ambientais. Essas práticas podem gerar competitividade para o seu negócio e melhorar a percepção da sua marca!

A Política Nacional de Resíduos Sólidos gerou avanços no que tange à gestão desses resíduos. Esse aspecto também está intimamente ligado ao uso da água e gestão dos efluentes, discutidos no item 2.9.1.

Os solventes e caldeiras de produção de vapor geram emissões de gases que podem ser prejudiciais ao meio ambiente e à saúde humana. Os padrões de lançamento de emissões devem atender às normas ambientais que estabelecem as condições e limites máximos de emissão de poluentes. O volume de resíduos sólidos produzidos varia em função do tipo, tamanho, natureza e eficiência dos equipamentos utilizados. Busque alternativas de melhoria no uso de matérias-primas, bem como na destinação dos resíduos gerados em sua empresa, praticando algumas ações:

- ⇒ Nas etapas de produção do algodão, os resíduos (como cascas) podem ser reaproveitados como adubo orgânico. Privilegie o uso de fibras naturais, mas estas devem ser adquiridas de fornecedores que minimizam o uso de pesticidas, herbicidas, desfoliantes ou adubo sintético;
- ⇒ A matéria-prima não processada (devido ao tamanho ou qualidade das fibras) pode ser comercializada para confecções que utilizam fios menos nobres (barbantes, sacaria, etc.) ou para empresas de recuperação. Nas etapas de fiação e tecelagem, as fitas, pavios, cones e bobinas gerados podem ser reincorporados ao processo produtivo. As embalagens de produtos químicos podem ser devolvidas ao fabricante;
- ⇒ Procure utilizar embalagens recicláveis ou biodegradáveis (sacolas), além de

produtos biodegradáveis (álcool, detergente neutro, essências naturais) na limpeza de suas instalações, pois são facilmente decompostos e geram menos impacto ao meio ambiente;

⇒ Implante a coleta seletiva de resíduos em sua empresa e destine-os aos locais de coleta de sua cidade. Caso não existam, crie parcerias com as cooperativas de catadores locais;



Saiba mais sobre a
Política Nacional de
Resíduos Sólidos

goo.gl/tpFo

⇒ Busque parcerias com fornecedores para implantação da logística reversa (coleta e devolução dos resíduos sólidos ao setor empresarial, para reaproveitamento ou outra destinação final ambientalmente adequada);

⇒ Reduza a geração de resíduos e priorize a sua reutilização. Os processos de reciclagem constituem uma alternativa à utilização de recursos não renováveis, mas eles não excluem impactos ambientais, podendo demandar níveis elevados de água e energia.



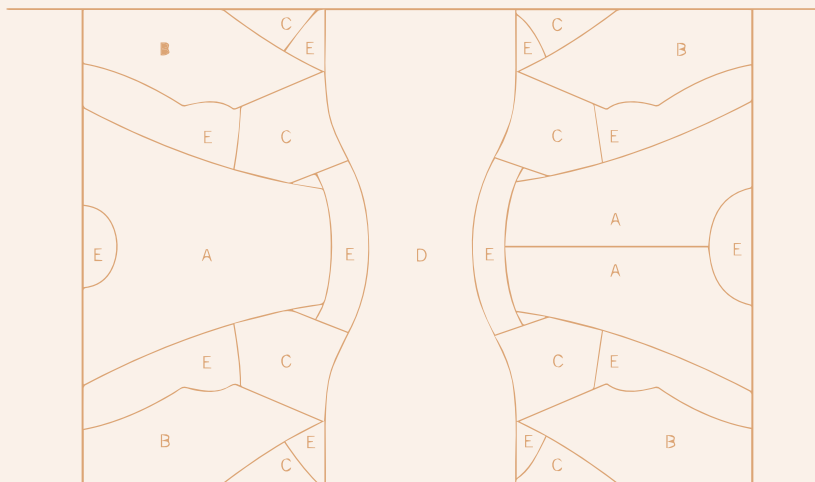
Baixe o infográfico
sobre gestão ambiental
para pequenos negócios

goo.gl/BHLSsz

zero waste na moda

Uma tendência atual no mercado da moda e confecção é o aproveitamento total do tecido por meio de uma modelagem específica, sem gerar resíduos. Os moldes ocupam toda a extensão do tecido ou o resíduo gerado pode ser reutilizado. A marca Contextura tem aplicado

essa prática por meio da técnica da moulage com o intuito de assegurar o desperdício zero e por meio do reaproveitamento de resíduos têxteis nas colagens têxteis.



Para se inteirar mais acerca do assunto, veja as dicas abaixo:



Conheça o Boletim
"Gestão de Resíduos:
mecanismos legais para
os negócios do setor de
moda"

goo.gl/JhV0Jk



Leia o artigo "Pequenos
negócios podem adotar
práticas de gestão
sustentável", do Sebrae

goo.gl/BitM1y

MUDANDO A VITRINE

A Sine Qua Non, uma loja de roupas na cidade mineira de Caratinga, conseguiu aumentar suas vendas, ganhar prêmio e ainda economizar dinheiro de uma forma bem simples: mudando suas vitrines. Em vez de continuar comprando materiais para cada nova decoração, a *Sine Qua Non* passou a reaproveitar resíduos gerados por ela e convidou um artista local para ajudar na confecção de novos cenários. Dessa forma, diminuíram em 66% os gastos anuais, com uma economia média de R\$ 500 por vitrine, e ainda recebeu vários prêmios de vitrine mais criativa da cidade.





LEGISLAÇÃO, NORMAS E CERTIFICAÇÕES

LEGISLAÇÕES ÚTEIS

É importante conhecer os regulamentos vigentes nas esferas federal, estadual e municipal, para adequar seu negócio às normas do setor. Abaixo listamos a legislação aplicável às indústrias de confecção:

⇒ Resolução Conmetro n. 6, de 19/12/2015 – Dispõe sobre a aprovação da Regulamentação Técnica de Etiquetagem de Produtos Têxteis.

⇒ Resolução Conmetro n. 2, de 13/12/2001

– Aprova o Regulamento Técnico de Etiquetagem em Produtos Têxteis.

– Desde junho de 1975, a legislação brasileira obriga a indústria têxtil a indicar a composição das fibras têxteis constituintes dos artigos fabricados, com as respectivas percentagens e instruções de conservação em português – Resolução n. 2 de 13/12/01 do Inmetro (vide normas técnicas).

– Em geral a implantação de uma indústria de tecidos e artigos de malha – fabricação de tecidos de malha ou artigos produzidos em malharias (tricotagem), artefatos de tapeçaria, acessórios para segurança industrial e pessoal, incluindo guarda-chuvas, sombrinhas ou outros que contenham materiais além de tecido, é considerada fonte poluidora e requer o Licenciamento Ambiental pelas Secretarias do Meio Ambiente dos estados (CRA).

– A confecção de peças e acessórios do vestuário, roupas profissionais, peças interiores, fabricação de artefatos têxteis a partir de tecidos para vestuário, estão dispensados do Licenciamento Ambiental. Como essas exigências variam de acordo com o estado, é indispensável que o empresário se informe no órgão de Controle Ambiental competente de sua região, antes de instalar sua confecção.

– Código de Defesa do Consumidor (CDC)

– Regula a relação de consumo em todo o território brasileiro, na busca de equilibrar a relação entre consumidores e fornecedores.



goo.gl/rU0nI

Saiba mais sobre Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO)



goo.gl/P7nUD

Saiba mais sobre o Código de Defesa do Consumidor



goo.gl/GKWwg

Conheça a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT)

NORMAS ESPECÍFICAS PARA UMA INDÚSTRIA DE CONFECÇÕES:

- ⇒ ABNT NBR 15800:2009 Vestuário – Referências de medidas do corpo humano – Vestibilidade de roupas para bebês e infantojuvenil.
- ⇒ ABNT NBR 12071:2002 – Artigos confeccionados para vestuário – Determinação das dimensões.
- ⇒ ABNT NBR 13377:1995 Medidas do corpo humano para vestuário – Padrões de referência – Padronização.

- ⇒ ABNT NBR NM ISO 3758:2010 – Têxteis – Códigos de Cuidado usando símbolos (ISO 3758:2005).

Normas aplicáveis na execução de uma Indústria de Confeção: ABNT NBR 15842:2010

- Qualidade de serviço para pequeno comércio;
- Requisitos gerais.

SELO QUAL

O Selo Qual para a indústria têxtil e confecções – ou Certificação de Qualidade e Sustentabilidade da Indústria Têxtil e da Moda – foi criado em 2006 pela Abit, em parceria com as empresas do setor de roupas profissionais e da Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI). Trata-se de uma certificação voluntária que criou, pela primeira vez na indústria da confecção, parâmetros de qualidade, inovação e de responsabilidade socioambiental e agora passa a ser apoiado pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil). Por meio do Programa de Exportação da Indústria da Moda Brasileira (Texbrasil), o Selo Qual será difundido para todas as empresas do setor, buscando tornar a moda brasileira um referencial de qualidade e sustentabilidade no mundo.



Saiba mais sobre o Selo Qual, visite o site.

goo.gl/wR9MaK



Baixe o infográfico sobre legislação, normas e certificações para pequenos negócios

goo.gl/JlyvXn



Marketing e Comunicação

O marketing é um instrumento essencial para comunicar o posicionamento sustentável da empresa e a imagem da marca ao mercado. Os atributos sustentáveis agregam valor aos produtos e constroem uma imagem responsável da marca diante do consumidor. As empresas precisam informar a qualidade dos produtos em linguagem clara e acessível, sendo transparentes quanto aos processos e materiais envolvidos. Ser sustentável está na moda! Aproveite essa tendência.



- ⇒ Crie estratégias de promoção em veículos de comunicação variados: revistas e sites especializados, competições, shows, festas, feiras, entre outros, são algumas possibilidades;
- ⇒ Realize pesquisas de tendências que informam o comportamento do consumidor, aspectos econômicos, políticos e tecnológicos, impactos ambientais, entre outros;
- ⇒ Promova uma boa comunicação, destacando o que agrega valor ao seu produto, como os elementos que chamam atenção para o conceito da sustentabilidade, praticados em sua empresa;
- ⇒ Lembre-se de alocar o tempo necessário para criar e atualizar o seu banco de dados de clientes e utilizar o potencial máximo do mesmo;

⇒ Busque atrair os clientes com o destaque nos produtos sustentáveis oferecidos em sua loja: produtos certificados;

⇒ Planeje promoções e descontos para os clientes por meio do estímulo destes às práticas sustentáveis como a utilização de bicicletas como meio de transporte, doações de roupas usadas para ações comunitárias, entre outras.



⇒ Promova parcerias com cooperativas e comunidade local para aquisição de produtos e artesanato, estimulando o desenvolvimento regional, caso sejam produtos que se encaixem no perfil de sua loja;

⇒ Utilize painéis espalhados pelo estabelecimento (contrate os serviços de uma gráfica com selo verde, que faça impressões em papel reciclado ou papel semente!);

⇒ Valorize a fachada e a vitrine da sua loja e monte um showroom com os modelos produzidos e/ou ofertados. O espaço interior deve ser agradável para os colaboradores e para o cliente. A loja deve refletir a proposta da marca. Limpeza, iluminação adequada, música/sonorização ambiente e decoração atrativa fazem o cliente se sentir confortável;



⇒ Utilize redes sociais como espaços estratégicos de publicidade, focando o público-alvo e selecionando adequadamente as palavras-chave a serem utilizadas.

É importante estabelecer um “diálogo” com o consumidor, produzindo conteúdos relacionados à sua marca e capazes de tornar o produto mais atraente. Por exemplo, uma loja de vestuário de praia e surf pode divulgar informações climáticas, a previsão das ondas em regiões-alvo, ou as etapas nacionais dos esportes de praia. Pode ainda promover eventos esportivos.



Mercado e Consumo Consciente

Hoje grande parte dos consumidores valoriza empresas mais sustentáveis, levando em consideração questões como a qualidade socioambiental do produto. As empresas devem oferecer produtos de acordo com essas demandas. Esse comportamento tem reflexo no setor de confecções, no qual há demanda por produtos mais éticos e que não afetam o meio ambiente. O investimento na moda sustentável (confecção de produtos ecológicos e reciclados) tende a ser vantajoso, portanto, é um nicho a ser explorado.

Porém, ser uma empresa sustentável não denota apenas empregar materiais orgânicos na confecção de produtos, mas também fazer das atitudes sustentáveis ações habituais dentro e fora da empresa, visto que estas contribuem para mudar os padrões e criar novas referências de negócios e de mercado.

Faça parceria com fornecedores cujas marcas já estão trabalhando com atributos sustentáveis, que hoje são vários: produtos ecológicos, comércio justo, reciclagem/reúso/reaproveitamento, pós-consumo, upcycling, entre outros.



goo.gl/hvwuDL

Baixe o infográfico sobre marketing e comunicação para pequenos negócios

Inovação e Sustentabilidade nos Tecidos e Materiais

A ONNG é uma loja multimarca de produtos sustentáveis de moda em Cuiabá. Ela está há nove anos no mercado e conta com duas lojas nos shopping centers Três Américas e Pantanal. Entre as peças que compõem o seu mix estão: roupas e calçados feitos com algodão orgânico, tecidos de materiais reciclados como garrafas PET e bambu, calçados de matérias-primas biodegradáveis ou que agredem menos o meio ambiente e uma linha de acessórios feita a partir de sementes, palha, fibras e outros materiais naturais. As camisetas em tecidos reciclados de PET são o carro-chefe da loja, que também produz com marca própria.



goo.gl/hR0rp0

Saiba mais sobre o projeto visitando o site.



goo.gl/MKLfaw

Baixe o infográfico sobre mercado e consumo consciente para pequenos negócios

CAMINHANDO Para um Negócio Sustentável

A criação de um modelo de negócio sustentável impõe alguns desafios para o empreendedor gerenciar seu negócio, por meio de novas diretrizes. O Business Model Generation – o Canvas – é uma ferramenta fácil e rápida para modelar e visualizar negócios de forma dinâmica e interativa, possibilitando uma visão sistêmica do empreendimento. É composto por nove blocos que descrevem as principais partes de um negócio. Procure conhecer essa ferramenta, você mesmo pode criar um modelo com base no seu negócio e nas dicas fornecidas neste material. Abaixo montamos um Painel de Modelo de Negócios, você também pode fazer o de sua empresa, baseando-se nas informações de sua realidade.

ATIVIDADES PRINCIPAIS

São suas atividades principais aquelas que atendem os clientes e que fazem parte do dia a dia do seu negócio.

- ✧ Gestão da empresa (controles financeiros e administrativos);
- ✧ Recepção e atendimento aos clientes;
- ✧ Compra de produtos;
- ✧ Gestão de resíduos no pós-consumo;
- ✧ Monitoramento do consumo dos principais recursos, como matérias-primas, água e energia, além de atividades que promovam a transparência na gestão desses recursos.

Parcerias Principais

Busque parceiros estratégicos que possam alavancar ainda mais o seu negócio.

- ✧ Fornecedores com preços atrativos e produtos de qualidade;
- ✧ Fornecedores de produtos ecológicos;
- ✧ Sindicatos, associações, ONGs e grupos do setor de confecção e moda, que tenham uma visão sustentável;
- ✧ Possíveis investidores.

RECURSOS PRINCIPAIS

São todos os elementos que compõem a estrutura do seu negócio, sem a qual ele não funciona. Em um empreendimento tradicional, o foco da gestão dos recursos são custo e qualidade.

- ✧ Recursos físicos (maquinário, mobiliário), humanos (colaboradores), financeiros (capital de giro) e intelectual (conhecimentos técnicos da equipe);
- ✧ Conhecimento tanto da gestão do empreendimento quanto do seu impacto local e na cadeia produtiva;
- ✧ Mão de obra qualificada.

ESTRUTURA DE CUSTOS

São todos os custos envolvidos na operação do seu modelo de negócio. É a lista dos gastos necessários para desenvolver as atividades principais, obter os recursos e estabelecer parcerias para criar e manter soluções em sinergia com a proposta de valor.

- ✧ Custos fixos (salários, aluguel, contas de água e energia, tv a cabo, taxas de cartão, entre outros);
- ✧ Custos variáveis (compra de matéria-prima, ferramentas, insumos, imposto, materiais de limpeza e outros);
- ✧ Investimentos em equipamentos eficientes (ar-condicionado, computadores, impressora, etc.);
- ✧ Capacitação e treinamento dos colaboradores.

PROPOSTA DE VALOR

É fundamental que você saiba explicitar os benefícios que seus produtos ou serviços entregam para seus clientes.

- ✧ Oferecer produtos de qualidade, dentro dos padrões estabelecidos pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária;
- ✧ Proporcionar um serviço de atendimento exclusivo em ambiente diferenciado;
- ✧ Minimizar os impactos ambientais;
- ✧ Promover experiências diferenciadas de consumo ao oferecer produtos naturais e ecológicos, feitos com matérias-primas compradas de fornecedores com selos e certificações ambientais.

RELACIONAMENTO COM CLIENTES

Visa descrever o tipo de relacionamento que seu negócio irá estabelecer com cada segmento de clientes para entregar sua proposta de valor. É essencial diversificar os canais de comunicação para estreitar a relação dos clientes com o negócio.

- ✧ Qualificação do atendimento pessoal;
- ✧ Construção de canais para receber feedback sobre o serviço após o atendimento;
- ✧ Utilização de canais de comunicação para engajar o público em causas sociais relevantes para a comunidade (Facebook, Twitter, Instagram).

CANAIS

São os formatos de entrega e comunicação da proposta de valor do seu negócio, além das estratégias de marketing que definem como e onde o serviço chega até o cliente.

- ✧ Mídias digitais (Facebook, Twitter, WhatsApp, e-mail marketing...);
- ✧ Marketing boca a boca;
- ✧ Estratégias de marketing que valorizem o apelo sustentável e promovam a conscientização ambiental;
- ✧ Forma de atendimento (motoboys para entrega em domicílio e, quando possível, com uso de bicicletas);
- ✧ Parcerias com o comércio local.

SEGMENTO DE CLIENTES

Visa agrupar os clientes em segmentos com necessidades, costumes e outros atributos comuns. Cada segmento terá uma proposta de valor, canal e relacionamento diferente.

- ✧ Trabalhadores ou moradores de determinada região, público entre 30 e 70 anos de determinado poder aquisitivo...
- ✧ Clientes que se identifiquem com a proposta sustentável.

receitas

Descreve as formas pelas quais sua empresa gera receita de cada segmento de clientes e seus valores. O relacionamento com o cliente deve possibilitar que se identifique o valor que ele está disposto a pagar pela qualidade do serviço prestado.

- ✧ Valor das peças oferecidas em sua loja e demais produtos ofertados, além dos serviços incluídos;
- ✧ Valor agregado à receita dos produtos e serviços, por conta do apelo ambientalmente sustentável.



Canvas para iPad

O Sebrae desenvolveu um aplicativo gratuito Canvas para a construção e modelagem de negócios. O aplicativo está disponível inicialmente

para iPad, na App Store. Será desenvolvido também para outras plataformas. Essa ferramenta visa promover a construção rápida de novas ideias de negócios, novos produtos ou novos serviços. E com o aplicativo, fica mais fácil o empreendedor remodelar o painel quantas vezes forem necessárias além de compartilhar por e-mail ou facebook com seus sócios, amigos, investidores... Visite o site: <https://www.sebraecanvas.com/#/>

Como vimos, o mercado da moda é muito promissor e, desde a década de 1990, adotou a sustentabilidade como estratégia de diferenciação, o que trouxe benefícios tanto para a indústria da moda, como para os negócios. Embora ainda enfrente desafios, como o excesso de descarte de resíduos e a precariedade do trabalho nas confecções, notamos mudanças favoráveis à sustentabilidade em todo o processo de produção do setor de confecção e moda, bem como nas dinâmicas de consumo.

Portanto, se você deseja que seu negócio prospere e seja bem-sucedido, pode adotar soluções simples em direção à sustentabilidade, como as sugeridas neste guia, mas que podem gerar benefícios para toda a cadeia: fornecedores, colaboradores, parceiros e comunidade.

Aqui você encontrará algumas respostas para as questões cotidianas que enfrenta na gestão do seu negócio. Mas, para colocar em prática seus conhecimentos sobre o seu negócio e a realidade em que se encontra em relação à incorporação da sustentabilidade na gestão de sua empresa, elaboramos um diagnóstico simples que pode te ajudar na busca de soluções.

Marque +1 (ponto positivo) para cada SIM ao responder o questionário. Ao final, some todos os pontos e confira seu perfil na descrição que se encontra abaixo do questionário.

marque +1 [PONTO POSITIVO]
para cada SIM
ao responder o questionário.
DEPOIS FAÇA A SOMA E CONFIRA
SUA PONTUAÇÃO AO FINAL

1. Sua empresa possui um Planejamento Estratégico?

☐ SIM ☐ NÃO

2. Sua empresa possui um modelo de gestão?

☐ SIM ☐ NÃO

3. Sua empresa sabe estabelecer preço de venda?

☐ SIM ☐ NÃO

4. Sua empresa realiza controle de estoque?

☐ SIM ☐ NÃO

5. Sua empresa adota soluções sustentáveis para o manejo de água, implantando tecnologias de captação de água da chuva, minimização de consumo e reaproveitamento?

☐ SIM ☐ NÃO

6. Sua empresa adota soluções para redução do consumo de energia?

☐ SIM ☐ NÃO

7. Sua empresa segue todos os parâmetros da legislação ambiental vigente?

☐ SIM ☐ NÃO

8. Sua empresa leva em consideração a opinião de seus clientes ao inovar nos produtos?

☐ SIM ☐ NÃO

9. Sua empresa inclui pessoas da população local entre os seus colaboradores?

☐ SIM ☐ NÃO

10. Sua empresa dá preferência aos fornecedores que possuem práticas de sustentabilidade em seus negócios (produtos biodegradáveis e feitos com material reciclável)?

☐ SIM ☐ NÃO

11. Sua empresa gera receitas com o aproveitamento de resíduos antes descartados?

☐ SIM ☐ NÃO

12. Sua empresa participa de eventos para conhecer as novas tendências do mercado?

☐ SIM ☐ NÃO

13. Sua empresa incentiva sua equipe e funcionários a se capacitarem?

☐ SIM ☐ NÃO

14. Sua empresa garante o bem-estar e a motivação de funcionários e equipe?

☐ SIM ☐ NÃO

15. Sua empresa tem condições apropriadas de infraestrutura (áreas, equipamentos e instalações), iluminação, ventilação e temperatura?

☐ SIM ☐ NÃO

16. Sua empresa sabe estabelecer preço de venda?

☐ SIM ☐ NÃO

17. Seu estabelecimento realiza inovações (seja em produtos, serviços, processos, *marketing*, organizacional)?

☐ SIM ☐ NÃO

18. Sua empresa possui controle de estoque?

☐ SIM ☐ NÃO

19. Sua empresa executa e/ou participa de ações de responsabilidade social, como projetos com foco em educação, inclusão, respeito às leis trabalhistas e de direitos humanos?

☐ SIM ☐ NÃO

20. Sua empresa possui algum canal de comunicação com seus colaboradores, clientes e sociedade?

☐ SIM ☐ NÃO

resultado

ATÉ 5 PONTOS

Faça um planejamento do zero e comece a incorporar o máximo de boas práticas sustentáveis que conseguir. Será necessário investir tempo e dinheiro na criação de uma gestão voltada para a sustentabilidade, além de conhecer experiências de produção orgânica.

5 A 9 PONTOS

Reveja seus processos internos e intensifique a capacitação de seus funcionários para que seu negócio seja ainda mais sustentável.

10 A 14 PONTOS

A sustentabilidade já é uma preocupação central do seu empreendimento. Releia a publicação e anote quais práticas e conceitos ainda não foram incorporados à rotina do estabelecimento. Sempre há espaço para melhorias.

ACIMA DE 14 PONTOS

A gestão do seu negócio é um exemplo de sustentabilidade. Certifique-se de que o discurso sustentável seja sempre observado na prática e se atualize em relação às últimas inovações tecnológicas na área.

O CENTRO SEBRAE DE SUSTENTABILIDADE PREPAROU O INFOGRÁFICO AO LADO COMO UM GUIA DE REFERÊNCIA RÁPIDA SOBRE BOAS PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS PARA O DIA A DIA DO SEU NEGÓCIO



goo.gl/wfsZ62

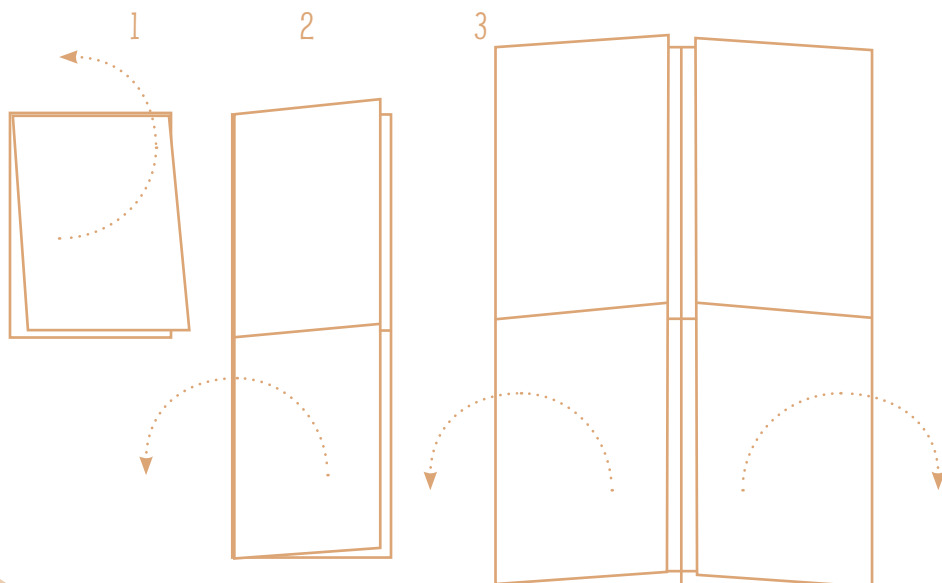
Se preferir,
baixe o
infográfico
para o seu
computador
ou celular



goo.gl/8lZcEz

Veja outros
infográficos
relacionados a
sustentabilidade
nos pequenos
negócios no site
do Sebrae

abra COMO INDICADO abaixo





cole aqui



Centro Sebrae de
Sustentabilidade

O Centro Sebrae de Sustentabilidade atua com a geração e disseminação de conhecimentos de sustentabilidade empresarial. Desde 2010, vem construindo um banco de conteúdo especializado e acessível aos diversos setores da economia nacional. Seu objetivo é levar informação aos pequenos negócios, ressaltando as vantagens de ser sustentável. Por meio de vídeos, cartilhas, infográficos e outros materiais, apresenta técnicas inovadoras e práticas sustentáveis para os pequenos negócios serem mais rentáveis, minimizando os danos ao meio ambiente e fortalecendo o desenvolvimento social.



Todas as publicações são
gratuitas e estão disponíveis
para download

sustentabilidade.sebrae.com.br